

Derechos de autor 2025 ANUARIO DE ESPACIOS URBANOS, HISTORIA, CULTURA Y DISEÑO  
Creative Commons License

Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0.  
<https://doi.org/10.24275/REFK5529>

# La privatización del espacio público en la Ciudad de México: el caso de los bajopuentes

The privatization of public space in Mexico City:  
the case of Bajo Puentes

A privatização do espaço público na Cidade  
do México: o caso de Bajo Puentes

**Jonni Méndez Atempa**

Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco

<https://orcid.org/0000-0001-6554-7136>

**María Guadalupe Ávila Reyes**

Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora

<https://orcid.org/0000-0002-9056-4090>

**Recibido: 14 de noviembre de 2024 | Aceptado: 4 de marzo de 2025**

## Resumen

El espacio público es un elemento sumamente importante en la conformación y configuración de una ciudad por ser un punto de encuentro y sociabilidad; sin embargo, con el crecimiento urbano estos se reducen cada vez más. El presente artículo analiza la pérdida y transformación del espacio público en la Ciudad de México con el Proyecto de Recuperación de los Bajopuentes (PRBP). Este programa, implementado en 2010, tenía como fin reconfigurar espacios residuales generados por puentes vehiculares para crear espacios seguros y de convivencia para la población. No obstante, se plantea que, en la práctica, los bajopuentes, a través de este programa, se han convertido en espacios comerciales que fomentan el consumo en lugar de la interacción social, lo que evidencia un proceso de mercantilización y privatización del espacio público en demerito de lo social y público.

**Palabras claves:** espacio público, mercantilización, privatización.

## Summary

Public space is an extremely important element in the formation and configuration of a city because it is a meeting point and sociability; However, with urban growth these are increasingly reduced. This article analyzes the loss and transformation of public space in Mexico City with the Bajo Puentes Recovery Project (PRBP). This program, implemented in 2010, sought to reconfigure residual spaces generated by vehicular bridges to create safe and co-existence spaces for the population. However, it is proposed that in practice the Bajo Puentes, through this program, have become commercial spaces that encourage consumption instead of social interaction, which shows a process of commercialization and privatization of public space in demerit. of the social and public.

**Keywords:** public space, commercialization, privatization.



## Resumo

O espaço público é um elemento de extrema importância na formação e configuração de uma cidade porque é ponto de encontro e sociabilidade; No entanto, com o crescimento urbano estes são cada vez mais reduzidos. Este artigo analisa a perda e a transformação do espaço público na Cidade do México com o Projeto de Recuperação de Bajo Puentes (PRBP). Este programa, implementado em 2010, buscou reconfigurar espaços residuais gerados por pontes veiculares para criar espaços seguros e de convivência para a população. No entanto, propõe-se que na prática os Bajo Puentes, através deste programa, tenham se tornado espaços comerciais que incentivam o consumo em vez da interação social, o que mostra um processo de comercialização e privatização do espaço público em demérito do social e público.

**Palavras-chave:** espaço público, comercialização, privatização.

## Introducción

En los últimos años, la Ciudad de México (CDMX) ha experimentado una pérdida sistemática de sus espacios públicos<sup>1</sup>. Este fenómeno responde a múltiples factores, entre los que destacan el crecimiento urbano y la expansión del capitalismo mediante prácticas neoliberales. Como consecuencia, el gobierno local ha asumido un nuevo papel en el diseño y la implementación de políticas públicas urbanas. Estas intervenciones gubernamentales se han orientado a fomentar una mayor participación de la iniciativa privada en proyectos que generan nuevas formas de apropiación, uso y transformación de algunos espacios públicos.

En este contexto, se crea el Proyecto de Recuperación de los Bajopuentes (PRBP), una iniciativa del gobierno<sup>2</sup> de la CDMX desarrollada por la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (SEDUVI) y la Autoridad de Espacio Público (AEP); estas instituciones se encargaron de conceder a actores privados los espacios públicos de los bajopuentes de la ciudad. Este programa concedió más de 19 hectáreas del espacio público a la iniciativa privada. Algunas de las empresas beneficiadas fueron: Operadora de Integración Urbana, Alianza de Proyectos Estratégicos Bicentenario y Consorcio JIT (Mendoza, 2015).

Históricamente, los espacios públicos, como por ejemplo los parques, han sido lugares de expresión, identidad y convivencia para los distintos grupos sociales que conforman la ciudad, considerados como espacios “accesibles para todos”. Sin embargo, las políticas urbanas de recuperación de estos espa-

1 En el marco de esta investigación, el análisis se centrará exclusivamente en los espacios ubicados en los bajopuentes vehiculares. Es importante destacar que, si bien ciertos espacios públicos han sido transformados con fines comerciales, otros han conservado su función original como entornos de convivencia y recreación.

2 Esta iniciativa se planteó en 2010, pero no fue hasta la gestión de Miguel Ángel Mancera, en 2012, que se puso en marcha.

cios, impulsadas por el gobierno local de la CDMX y actores privados, han generado una creciente exclusión en áreas que anteriormente favorecían la recreación, la sociabilidad y el disfrute del entorno natural. Como consecuencia, estas políticas han reforzado los procesos de fragmentación y segmentación social.

En virtud de lo anterior, la presente investigación tiene como objetivo general analizar la pérdida y transformación del espacio público en la Ciudad de México, a raíz de su mercantilización y privatización bajo el marco del PRBP. Para ello, se busca identificar el impacto de estos procesos en los cambios socioespaciales, considerando que dichos fenómenos se han producido en el contexto de políticas públicas de corte neoliberal. Algunos de los cuestionamientos que orientan este estudio son: ¿Los bajopuentes recuperados generan o no sociabilidad y convivencia entre la población o son simplemente

lugares de consumo?, y ¿existe una lógica para que los bajopuentes recuperados solo se ubiquen en delegaciones (ahora llamadas alcaldías) centrales de la ciudad?

La metodología utilizada adopta un enfoque cualitativo, fundamentado en el método etnometodológico,<sup>3</sup> conforme a lo señalado por Vargas (2007). Se llevaron a cabo visitas de campo para analizar los distintos usos y formas de apropiación por parte de los usuarios, así como para identificar y clasificar los bajopuentes recuperados en la ciudad y su entorno. Además, se realizó una revisión bibliográfica y de fuentes electrónicas sobre los conceptos de espacio público, privatización, mercantilización y las políticas públicas implementadas.

El artículo está dividido de la siguiente manera: en primer lugar, el marco teórico en donde se plas-

ma la revisión de los conceptos espacio público, mercantilización y privatización; en segundo lugar, se mencionan las políticas públicas que dieron lugar a la implementación del PRBP; en tercer lugar, se identifican los casos específicos de los diversos bajopuentes que conforman el PRBP en la ciudad. Posteriormente, se analizan los cambios espaciales y las repercusiones en la población, así como la evidente transformación urbana a partir de los procesos de revalorización de estos espacios.

### **El espacio público en la ciudad contemporánea**

El espacio público es el elemento preponderante sobre el que se desarrolla la investigación, en el presente apartado se aborda el concepto a partir del debate académico, el cual se ha centrado en dos atributos: primero en la accesibilidad de la sociedad a los espacios públicos, que poco a poco se van privatizando; la segunda, en la importancia que estos han adquirido en la producción de la ciudad.

En este sentido, el espacio público es un concepto que se ha distinguido por ser polisémico, ya que cuenta con múltiples enfoques, construidos a partir de la disyuntiva entre sus atributos físicos o materiales y su comprensión como un ámbito particular del conflicto social en la ciudad. De acuerdo con Carrión (2014), se pueden encontrar diversas posturas sobre lo que se entiende por espacio público: están aquellas que lo conciben como un espacio de aprendizaje (Josep, 1988), ámbito de libertad (Habermas, 1984) o lugar de control (Foucault, 1975).

Carrión (2014) también señala que las concepciones dominantes sobre el espacio público, en la época actual, son tres:

1. Las que provienen de las teorías del urbanismo operacional y de la especulación in-

<sup>3</sup> Es un enfoque sociológico que analiza cómo las personas construyen y mantienen el orden social en su vida cotidiana mediante sus interacciones y prácticas.

- mobiliaria, que entienden al espacio público como el espacio residual o marginal que dejan al construir una vivienda o comercios.
2. La concepción jurídica, que distingue entre espacio vacío y espacio construido. En otras palabras, el concepto se refiere al espacio público y el espacio privado.
  3. El concepto filosófico que señala a los espacios públicos como un conjunto de nodos aislados o conexos donde se pierde la individualidad y, por tanto, se coarta la libertad. Es decir, expresa el tránsito de la privacidad a lo público. (pp. 4-5)

El concepto de espacio público no se limita únicamente a estas tres dimensiones, también abarca significados políticos, sociales, culturales y, sobre todo, económicos. Aunque suele asociarse con lugares como plazas, parques, jardines e incluso la misma calle, su importancia trasciende estos espacios físicos.

El espacio público es fundamental en la construcción de la ciudad, ya que su configuración depende de la interacción entre los distintos grupos sociales. Es un ámbito de sociabilidad donde la población convive a diario, expresa sus ideas y se generan tanto acuerdos como desacuerdos. De este modo, el espacio público no solo facilita la vida en comunidad, sino que también define la estructura de la ciudad.

Para esta investigación, del universo de conceptos de espacio público, se tomará como objeto de estudio la infraestructura de los bajopuentes, los cuales representan un tipo específico de espacio urbano que, a pesar de su potencial, ha sido subutilizado por las autoridades gubernamentales. Sin embargo, estos espacios han adquirido múltiples funciones a lo largo del tiempo, sirviendo como canchas de futbol y baloncesto, áreas de juegos infantiles, zonas de comercio ambulante, estación

de policías y como refugio para personas en situación de calle. Este fenómeno evidencia la capacidad de resignificación y apropiación del espacio público por parte de distintos actores sociales, lo que justifica su relevancia dentro del análisis urbano contemporáneo.

En esta línea, Borja (2000) afirma que la esencia de la ciudad radica en su carácter de espacio público, ya que es en sus calles, plazas y parques donde se materializan las relaciones entre la ciudadanía y las estructuras de poder. Desde su perspectiva, la ciudad funciona como un sistema interconectado en el que la interacción social se desarrolla activamente. Asimismo, destaca la importancia del espacio público como un entorno accesible para todos, no solo como un lugar de convivencia y recreación, sino también como un medio para la expresión y apropiación del entorno urbano por parte de sus habitantes.

Por su parte, Montserrat (2015) señala que los espacios públicos son lugares en la ciudad donde las personas circulan de manera continua a través de su vida cotidiana, lo ocupan; son lugares en común dentro de una sociedad, diseñados para distintos usos, según las necesidades o funciones que se les asignen.

En este sentido, Ramírez (2016) enfatiza la importancia del espacio público como constructor social, puesto que también es el lugar donde surgen las necesidades de diversos grupos sociales que interactúan entre sí, es a partir de las diferencias y similitudes que surgen las características particulares de la sociedad que distingue una ciudad.

En este sentido, se coincide con las posturas planteadas por ambas autoras, al considerar que el espacio público debe constituirse como un ámbito social inclusivo, destinado a la sociabilización, la interacción, el ocio y la recreación. Asimismo, se enfatiza la importancia de que estos espacios sean accesibles y equitativos para todos los grupos so-

ciales que integran la ciudad, favoreciendo así la cohesión social y el ejercicio del derecho a la ciudad.

No obstante, en las ciudades latinoamericanas se está llevando a cabo una transformación del espacio público, que transita de un espacio valorado, donde la gente puede sentarse, leer, reunirse, etc., a un centro urbano declinante o un núcleo turístico, donde el objetivo principal es atraer inversiones y capital (Low, 2005). En este sentido, el espacio público en zonas con mayor plusvalor de la ciudad contemporánea es visto como un instrumento para la generación de capital, ya que las ciudades están siendo transformadas por los “proyectos de renovación urbana”. De tal forma que, en palabras de Lefebvre (1976), el espacio público se encuentra sometido a las políticas urbanas de la clase dominante, con una ideología impuesta por el Estado en detrimento de las clases populares.

La transformación del espacio público en la CDMX está estrechamente vinculada a los cambios en las dinámicas sociales, nuevas formas de consumo y de comunicación. La creciente influencia de las redes sociales ha redefinido la interacción con estos espacios, modificando su función tradicional como puntos de encuentro y socialización directa. Actualmente, se observa una reorganización tanto física como simbólica del espacio urbano, reflejo de nuevas maneras de habitar, percibir y vivir.

Más allá de su papel como escenario de la vida urbana, el espacio público es un elemento estructurador de la ciudad y un indicador de las dinámicas sociales que la configuran. Sin embargo, su mercantilización y privatización, evidentes en la proliferación de infraestructuras comerciales como el PRBP, han intensificado su fragmentación, generando una segregación social entre los distintos sectores de la población, aunque coexisten en el mismo territorio, ocupan espacios diferenciados según su nivel socioeconómico.

En conclusión, el espacio público refleja problemáticas urbanas como la desigualdad, la inse-

guridad y la erosión del tejido social. Su deterioro no solo es físico, sino también perceptivo, afecta la identidad y la cohesión comunitaria. En este sentido, su transformación trasciende lo material, incidiendo en la vida cotidiana y en la construcción de la ciudad. De acuerdo con Gehl (2014) los espacios habitables y las calles dinámicas deben concebirse como entornos versátiles que faciliten la interacción social, fomenten el intercambio económico y promuevan la expresión cultural, involucrando a una diversidad de actores.

### **Privatización y mercantilización del espacio público**

En los últimos años, las ciudades de todo el mundo han experimentado profundas transformaciones en los ámbitos económico, político, social y cultural, entre otros. El espacio público no ha sido ajeno a estos cambios, y uno de los más significativos ha sido su progresiva privatización. La mercantilización y privatización de estos espacios obedece en principio a los intereses de inversionistas de capital privado con base en una lógica de la rentabilidad según la localización. Con la globalización y el avance del neoliberalismo, el significado del espacio público ha cambiado, favoreciendo su privatización y reduciendo la intervención estatal; con la crisis del Estado de bienestar, los gobiernos han recortado gastos y permitido que empresas privadas gestionen infraestructuras y servicios públicos, argumentando que el sector privado es más eficiente.

Como resultado, los intereses privados han adquirido un papel central en la administración de espacios que, históricamente, pertenecen a la esfera pública. Por ejemplo, al considerar que el Estado ya no puede hacerse cargo del mantenimiento de los espacios públicos, el capital privado entra a invertir en este sector y adquiere un nuevo protagonismo.

En este contexto, Narciso (2012) sostiene que el espacio público sirve como un elemento clave para entender las transformaciones de las ciudades como: la privatización de los espacios públicos urbanos y/o intensificación de la vigilancia sobre ellos, la aniquilación de los barrios de clase obrera para abrir paso a una reurbanización especulativa, el repliegue de iniciativas de planificación orientadas a la comunidad, la creación de espacios privatizados para el consumo de élites y/o corporativos, la construcción de megaproyectos destinados a atraer inversiones y la reconfiguración de los patrones locales de uso del suelo como la creación de comunidades enrejadas, enclaves urbanos y otros espacios de reproducción social “purificados”, entre otras acciones.

Estos cambios han llevado a que el espacio público se vincule con centros comerciales y otros espacios pseudo-públicos. En este sentido, al concepto se le asigna una dimensión privada que lo transforma en un ámbito de consumo. Así el espacio público actualmente es visto, según Salcedo (2002), bajo dos contextos: primero, como un tipo de recurso caracterizado por ser usado y gobernado de manera colectiva, y el segundo, se refiere como un recurso mercantil usado por el gobierno y actores privados.

Los conceptos de lo público y privado son entonces categorías que han tomado relevancia en los últimos siglos y se difuminan algunas características importantes entre lo que es o no público, individual o colectivo. Sin embargo, para Rabotnikof (1997), existe una gran dicotomía entre lo público y lo privado, y ello se caracteriza en tres aspectos básicos: de acuerdo con la utilidad colectiva o individual que le dan, si es observable para todos y el tipo de accesibilidad, tal como se muestra en el cuadro 1.

Desde una perspectiva social, el espacio público se asocia con lugares accesibles para todos, como plazas tradicionales, parques y calles, donde los habitantes interactúan y sociabilizan. En contraste, lo

privado se percibe como lo restringido, lo elitista, lo reservado para ciertos sectores.

Público	Privado
Es de interés o de utilidad para todos, relacionado a lo colectivo, le concierne a la comunidad y por ende a la autoridad.	Se entiende como aquello de utilidad e interés individual, le concierne al individuo.
Se desarrolla a la luz del día, es manifiesto y ostensible.	Lo que es secreto, preservado y oculto. Lo que no puede verse.
Es abierto y accesible para todos.	Es de propiedad particular. Se relaciona a la clausura, la cerca, por lo cual no es accesible a todos.

**Cuadro 1.** Diferencias entre lo público y privado de acuerdo con Rabotnikof. Fuente: Elaboración propia a partir de Rabotnikof (1997).

No obstante, algunos espacios públicos como los bajopuentes, sufrieron una metamorfosis y su tendencia es hacia la mercantilización. Las calles y plazas públicas de la ciudad son cada vez menos utilizadas, ya sea por inseguridad, por no tener la infraestructura adecuada para su uso o por las nuevas prácticas de consumo. Estas condiciones han transformado la funcionalidad inicial del espacio público; ante ello, se está perdiendo lo colectivo, la accesibilidad, lo público, el lugar de intercambio de ideas, de formas de pensar. En su lugar, los centros comerciales y parques temáticos u otros espacios “renovados” por el sector privado han tomado mayor relevancia.

El proceso de mercantilización consiste en la incorporación de nuevas necesidades dentro de las actividades y recursos esenciales para la vida, los cuales anteriormente no formaban parte de esta lógica. Este fenómeno es fundamental para comprender las nuevas dinámicas y racionalidades que configuran la ciudad y sus espacios, donde el valor

de uso de los lugares públicos se transforma progresivamente en valor de cambio, respondiendo a intereses económicos. Para Topalov (1979), el proceso de mercantilización puede representarse en dos dimensiones: la producción de bienes de uso que permite apropiarse de la plusvalía generada cuando los productos se intercambian, y el acceso a esos bienes que depende de la posibilidad de contar con los recursos monetarios suficientes para adquirirlos en el mercado. Este proceso es conocido como el “consumo mercantilizado”.

En tal sentido, la mercantilización es un rasgo característico del sistema capitalista que ha tenido efectos en todos los ámbitos de la vida humana. En la ciudad, las políticas neoliberales han impuesto, impulsado y facilitado condiciones favorables para el ingreso de capitales extranjeros, a través del llamado *city marketing*<sup>4</sup>, con el cual los gobiernos locales buscan atraer capitales extranjeros (entre las medidas que toman están la exención de impuestos o pago simbólico), lo que aumenta la importancia de la transformación de la ciudad.

En el sistema neoliberal de acumulación, esta mercantilización se ha acelerado, profundizado y articulado intrincadamente con la privatización de lo público, constituido o construido a partir de la intervención del Estado. Algunos espacios públicos se entregan al capital privado (empresas productivas, comerciales y de servicios) integrándolos al proceso de mercantilización de los elementos de la estructura urbana, incluidos los no producidos por el ser humano (Padilla, 2013).

De este modo, el modelo neoliberal ha redefinido el concepto tradicional de espacio público en el entorno urbano, convirtiéndolo en un recurso económico destinado a la generación de rentabilidad. Esta transformación resulta fundamental en los procesos de acumulación en la ciudad.

Sequera (2014) plantea que en la actualidad estamos ante una mercantilización y especulación

de lo urbano, donde los gobiernos, en diferentes niveles, priorizan las decisiones del sector privado frente a los deseos o peticiones de la sociedad civil. El autor afirma que asistimos a la ciudad mercancía, ciudad que compite en un mercado global mediante técnicas como el *marketing*.

En esta dinámica se inserta el PRBJ, el cual prioriza el desarrollo de negocios comerciales, transformando estos espacios en áreas de consumo en lugar de promover su función como espacios públicos de uso común. Esta orientación refuerza la mercantilización del espacio urbano y limita su apropiación por parte de los usuarios.

La mercantilización, entonces, contribuye a la fragmentación del entorno urbano, transformando el espacio público de bien común en un sujeto activo a las dinámicas del mercado. La reorganización territorial, orientada por esta lógica, privilegia la productividad y la competitividad entre ciudades. Sin embargo, este modelo conlleva la privatización y la reducción progresiva del espacio público, limitando el acceso y el derecho de los habitantes.

En este marco, el PRBP en la Ciudad de México se inscribe en la lógica neoliberal de apropiación del espacio público. A través de la participación del gobierno local y el sector privado, los espacios públicos, ubicados bajo los puentes vehiculares, han sido objeto de un proceso de mercantilización, legitimado bajo el discurso de la “recuperación” de estos espacios; sin embargo, solo ha sido un mecanismo para legalizar su privatización.

### **Políticas públicas que impulsaron el Proyecto de Recuperación de Bajopuentes (PRBP)**

En la actualidad, uno de los principales factores de la transformación de la ciudad es el económico; ante ello la globalización y el capitalismo han modificado la estructura económica de la CDMX. La

mercantilización es un rasgo característico del capitalismo, que reorganiza la ciudad, aprovechándose del deterioro de los sistemas sociales, y produce una ilusión de crecimiento, acumulación o desarrollo, cuando en realidad no es otra cosa que el cambio de un bien o un servicio público a privado.

Las políticas urbanas han priorizado el incremento del valor especulativo del espacio público, atribuyéndole un significado económico y transformándolo en un recurso mercantil. Como resultado, estos espacios han sido convertidos en puntos de comercio y recreación orientados al consumo. Estos nuevos espacios están dirigidos a los sectores poblacionales de ingresos medios y altos de la ciudad (aunque ya se están creando otros espacios de este tipo para sectores de ingresos bajos).

El sector privado y el Estado se han convertido en actores clave en los procesos de "renovación" urbana. A través de la formulación e imposición de proyectos, alineados con sus intereses, han promovido la creación e incorporación de nuevas mercancías, lo que a su vez ha dado lugar a la configuración de nuevas formas de vida para los habitantes de la ciudad. Dentro de estas intervenciones, destacan las renovaciones de los espacios públicos y, en el caso de esta investigación, los bajopuentes.

Licona (2016) señala que la visión del Estado es imponer la mercantilización en los espacios públicos. Los grupos de poder, las inmobiliarias y actores privados, que ven en las ciudades la oportunidad de invertir, conciben el espacio público de los barrios y centros históricos, como espacios de carácter económico que son valorizados mercantilmente. Esta visión choca con la de los habitantes. Esto se ha reflejado en la Ciudad de México con proyectos como la "recuperación" del Centro Histórico y la Alameda Central, así como el PRBP, lugares donde la prioridad es la generación de capital.

La Autoridad del Espacio Público y los actores privados han dado origen al PRBP en su categoría

de concesión, la cual consiste en que el gobierno concede a los actores privados los derechos de operación y mantenimiento de los bajopuentes por un periodo prolongado, donde el gobierno mantiene la propiedad. Todo esto se realiza a través de las modificaciones en la legislación de planes o proyectos de "renovación urbana", que generalmente se dan en función de los intereses del gobierno y actores privados en turno.

Para poder entender el contexto de la aplicación de estas políticas en el PRBP, es necesario exponer el papel determinante que han tenido algunas de las políticas públicas en la reconfiguración del espacio público en la Ciudad de México.

### **Programa Nacional de Desarrollo Urbano**

Es el marco general que integra una propuesta estructural básica, del que se desprenden programas tanto estatales como municipales (locales) y parciales. En el caso de la Ciudad de México, la Ley de Desarrollo Urbano establece que la planeación del desarrollo urbano y el ordenamiento territorial se concretará a través del programa general, los programas por alcaldía y los parciales, los cuales, en conjunto, son el instrumento rector de la planeación urbana. Esto da lugar a una organización urbana a través de ciertos programas como el PRBP.

### **Bando 2**

El Bando 2 fue una política pública creada en el 2000 por el entonces jefe de gobierno, Andrés Manuel López Obrador. El decreto buscaba revertir el crecimiento desordenado de la ciudad y cuidar el suelo de conservación del entonces Distrito Federal, sin embargo, con este se fomentó el crecimiento inmobiliario en las delegaciones centrales: Benito

Juárez, Cuauhtémoc, Venustiano Carranza y Miguel Hidalgo. Este proceso fue aprovechado por el sector privado para lograr los fines de la política neoliberal a través del uso de suelo, e incluyó una intensiva construcción para submercados inmobiliarios específicos.

Esta política originó que el valor del suelo en las delegaciones centrales aumentara y, en contraparte, se intensificara la mancha urbana en la periferia de la ciudad. El Bando 2 es muy importante para el PRBP, ya que son en tres de estas demarcaciones (Benito Juárez, Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo) donde se encuentra un mayor número de "recuperación" de los bajopuentes.

### **Programa de Rescate del Centro Histórico de la Ciudad de México**

La Fundación del Centro Histórico de la Ciudad de México, A.C. (FCHCDMX) nace en el 2001, formado por 125 miembros. Posteriormente, se creó el Comité Ejecutivo del Consejo Consultivo, integrado por 10 miembros, de los cuales 3 pertenecen al gobierno federal, 3 al gobierno local y 4 a la sociedad civil. Este comité estaba presidido por el empresario Carlos Slim Helú.

La iniciativa privada invirtió una cantidad significativa de recursos para sentar las bases de la recuperación económica de la zona, que se manifestó en la generación de varios miles de nuevos empleos, condición indispensable para un nuevo desarrollo social y comunitario (Fundación del Centro Histórico). El programa ha sido muy cuestionado debido a que la recuperación ha sido muy selectiva y los grandes beneficiarios han sido ciertos empresarios, principalmente Carlos Slim.

De acuerdo con Delgadillo (2014), el programa remozó el espacio público de 34 manzanas, impulsó un programa de seguridad pública, intro-

dujo nuevos códigos de buen comportamiento en el espacio público, se creó la línea 4 del Metrobús, así como la instalación de un sistema de videovigilancia. El programa es un ejemplo y precedente de hacia dónde se dirigen las políticas de "recuperación del espacio público", al privilegiar lo económico sobre lo social.

### **Autoridad del Centro Histórico**

La Autoridad del Centro Histórico se crea el 22 de enero del 2007 como un área del Gobierno de la Ciudad de México, encargada de coordinar las iniciativas que convergen en el sitio.

Como parte de las acciones promovidas por la Autoridad del Centro Histórico se encuentran: la recuperación del espacio público como plazas públicas, jardines y calles, la conservación de inmuebles emblemáticos que forman parte de la memoria colectiva y constituyen el rostro simbólico de la identidad nacional.

### **Ley de Asociaciones Público-Privadas**

En 2012, se promulgó la Ley de Asociaciones Público-Privadas, la cual regula el esquema mediante el cual los gobiernos federal, local y municipal pueden celebrar contratos con el sector privado para la ejecución de proyectos de prestación de servicios.

Bajo este modelo, los bienes necesarios para estos proyectos son adquiridos total o parcialmente por inversionistas privados, mientras que el gobierno realiza pagos a plazos de 10, 15 o más años, recibiendo finalmente la infraestructura en operación.

Esta legislación fomenta la inversión privada en el desarrollo urbano, consolidando un enfoque basado en la colaboración público-privada para la expansión y mantenimiento.

## Autoridad del Espacio Público

En 2008 se creó la Autoridad del Espacio Público (AEP) en la Ciudad de México como un órgano descentrado de la administración pública, dependiente de la Jefatura de Gobierno, y después, en 2010, de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda del Gobierno del Distrito Federal (SEDUVI). La AEP se crea por la importancia que consiguió el espacio público en los últimos años para el gobierno y los actores privados.

La AEP fue la encargada de promover y resguardar el espacio público en la CDMX, constituido por las plazas, calles, avenidas, viaductos, paseos, jardines, parques públicos y otras áreas para la recreación pública; construida o propiedad de la CDMX. Entre los proyectos que manejo se encuentran: Ecopark, Pasos Seguros, Publicidad Exterior y Bajopuentes.

Las distintas legislaciones y programas gubernamentales, analizados en este apartado, han sido fundamentales en la reconfiguración urbana de la CDMX en los últimos años. Sin embargo, estos procesos no han estado exentos de conflictos sociales, como la apropiación del espacio por parte de negocios privados comerciales, inmobiliarios y de servicios, entre ellos los parquímetros, así como el retiro del comercio ambulante. Esto ha generado un debate en torno a si la denominada "recuperación del espacio público" responde verdaderamente a una política que beneficia a la totalidad de la población o si, por el contrario, favorece principalmente a los sectores más privilegiados de la ciudad.

## Los bajopuentes recuperados en la Ciudad de México

El Proyecto de Recuperación de los Bajopuentes (PRBP) nace en el 2010, con la finalidad de ofre-

cer mayor seguridad al peatón y dotarlo de lugares de convivencia y esparcimiento. Su propósito era convertir los bajopuentes, que se reconocían como lugares inseguros, en espacios públicos de convivencia social y familiar. Para ello se planteó un esquema de 50% espacios de convivencia social, 30% de áreas comerciales y 20% de estacionamientos, tal como lo señala el boletín de prensa emitido por la Autoridad del Espacio Público SIID-046-2013, fechado el 8 de mayo de 2013.

El Gobierno de la CDMX, a través de la AEP y del PRBP (figura 1), entregó más de 19 hectáreas de espacio de los diferentes bajopuentes que componen la ciudad a la iniciativa privada, por un lapso de 10 años.

Entre las empresas concesionarias están: Operadora de Integración Urbana, S.A. de C.V., que controla el 79% de estos espacios; Alianza de Proyectos Estratégicos del Bicentenario, S.A. de C.V., que tiene el 16%, y Consorcio JIT, S.A. de C.V., con 4% el 1% es parte del gobierno (Mendoza, 2014). El Programa opera a través de los Permisos Administrativos Temporales Revocables a Título Oneroso (PATR), derivados de los acuerdos emitidos por el Comité de Patrimonio Inmobiliario del entonces Distrito Federal.

En años previos, las políticas públicas urbanas de la CDMX no contemplaban la problemática de los espacios bajopuentes, lo que derivaba en una falta de mantenimiento y en un notable deterioro, llegando incluso a constituirse, en algunos casos, en puntos de asalto para los transeúntes.

Con el proceso de mercantilización que ha atravesado la CDMX, estos espacios se convirtieron en objetivos idóneos para la iniciativa privada, que identificó en ellos una nueva forma de generar capital. Así, el proyecto PRBP se implementó bajo el discurso de que los bajopuentes eran espacios abandonados, maltratados, insalubres y vinculados a actividades delictivas, además de funcionar



Figura 1. Esquema de los bajopuentes. Fuente: tomado de Mendoza (2014).

como refugio para personas en situación de calle. No obstante, la realidad evidencia que la propuesta de “recuperación” se tradujo en la exclusión de los usuarios tradicionales, dando paso a inversionistas y a un nuevo sector de la población.

Instrumentado por la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda a través de la Autoridad del Espacio Público, el Programa fue diseñado para convertir los bajo puentes en espacios públicos de convivencia social y familiar en un esquema que aún no se cumple:



Durante el trabajo de campo, se identificaron 15 bajopuentes rehabilitados como parte del proyecto en la CDMX, localizados en las alcaldías de Coyoacán (3), Cuauhtémoc (2), Benito Juárez (4) y Miguel Hidalgo (6) (mapa 1). A continuación, se detalla cada uno de los bajopuentes estudiados.



Mapa 1. Localización de bajopuentes en la Ciudad de México

### **Bajopuente de Eje 1 y Circuito Interior I Churubusco**

Este bajo puente cuenta con un solo local comercial, un verifcentro, el cual tiene una gran demanda por parte de la población aledaña. En este sitio no se encontraron espacios de convivencia. El verifcentro no ocasiona tráfico, ya que cuenta con una gran área de entrada y salida. Un punto que destaca del lugar es que el Proyecto no lo considera como espacio recuperado y tiene gran afluencia debido a su cercanía con la Alberca Olímpica.

### **Bajopuente de División del Norte Círculo Interior Río Churubusco**

Inaugurado en 2014, este bajopuente cuenta con diferentes negocios comerciales entre ellos tiendas de autoservicios (Oxxo), negocios de alimentos (Finca Santa Veracruz, las Quekas, Subway y El camarón panzón), negocio de envíos (UPS Express), un negocio de azulejos (Castelt) y un local que se encuentra en renta. Se tienen dos estacionamientos y no cuenta con áreas de esparcimiento, lo que contradice el esquema del programa, el cual hacía referencia a que todos los lugares deben contar con el 50% de espacio público.

### **Bajopuente de Av. Centenario y Circuito Interior Río Churubusco**

Este bajopuente cuenta con locales comerciales como Terapia física y Rehabilitación, un negocio de renta de autos para niños (Berg), un local de vinos (La Europea) y un centro de mantenimiento Volkswagen. Tiene dos estacionamientos y un área de juegos infantiles con una pista que sirve única

y exclusivamente para el local de renta de autos para infantes.

### **Bajopuente de Av. Josefa Ortiz de Domínguez y Circuito Interior Río Churubusco**

El lugar cuenta con un gran número de locales comerciales que en su mayoría son servicio de alimentos (Tacos Chupacabras, Cervecería Mapa, Las Quekas de Coyoacán, Chozito Burger, Rosticería Santo Gallo y una panadería Esperanza), negocios de servicios públicos (Módulo de CFE), un estacionamiento y baños públicos, además de áreas de juegos infantiles e instrumentos para el acondicionamiento físico.

Este bajopuente es muy representativo en cierto aspecto, ya que Tacos Chupacabras, un negocio informal que ocupaba ese espacio antes de su renovación se convirtió en formal, rentando un espacio que lo dotó de una mayor infraestructura, haciéndolo más atractivo para los comensales. Cerca de aquí se encuentra la tan controversial Mitikah y el pueblo originario de Xoco.

### **Bajopuente de Av. Universidad y Circuito Interior**

Cuenta con el mayor número de locales comerciales, presenta una gran diversidad de servicios entre los que se encuentran: locales de comida (McDonald's, Pizza Plaza, Los tres cochinitos, Ventura y Finca Santa Veracruz), negocio de envíos (UPS Express), tiendas de autoservicio (Oxxo), local de bicicletas (Giants y Bike ON), local de seguros (Axa), de préstamos (Crédito Familiar), de renta de autos (Hertz) y local de accesorios de mascotas (+Kota). Tiene dos estacionamientos, así como área de juegos infantiles.

les e instrumentos para acondicionamiento físico. Como el anterior bajopuente, cuenta con una gran afluencia a pesar de tener cerca el centro comercial Coyoacán. Como pasa con la mayoría de los lugares del proyecto, los espacios de convivencia son menores a las áreas comerciales.

### **Bajopuente Río Mixcoac y Patriotismo**

Cuenta con solo dos negocios comerciales: una tienda de autoservicio (Go Mart) y un verificentro, con una particularidad, tiene gran demanda por parte de los automovilistas, lo que ocasiona tráfico en avenida Río Mixcoac. En este lugar, no se identificaron los espacios destinados a la convivencia.

### **Bajopuente de Av. Revolución y Extremadura**

Inaugurado en noviembre de 2013, tiene locales comerciales como tiendas de autoservicio (Go Mart),

de comida (Subway y Los guisaditos), local de bicicletas (Bike On) y una tienda de venta de tenis Panam (ver fotografía 1). Tiene baños públicos y de instrumentos para actividad física, y otros dos espacios en renta. Es un lugar de gran aglomeración al tener enfrente la terminal del metro de la Línea 12 y un Centro de Transferencia Modal (CETRAM). Otro rasgo es que la alcaldía ha reducido el número de locales informales de la zona con la puesta en marcha de varios operativos para retirar a los comerciantes (Ríos, 2016).

### **Bajopuente de Circuito Interior y Juan Escutia**

Ubicado en la alcaldía Miguel Hidalgo, este sitio representa el enfoque mercantilista del proyecto, al contar con diversos locales comerciales entre los que se destacan: un gimnasio (Under Cover Cross-fit), un kiosco de Tesorería del gobierno de la Ciudad, un local de servicios inmobiliarios (Tecnocasa), un local de envíos (UPS Express), un local de alimen-



Fotografía 1. Subway GoMart en bajopuente de Revolución. Fuente: fotografía de Jonni Méndez Atempa.



**Fotografía 2.** Bajopuente en la avenida México-Tacuba. Fuente: Google Maps y Revista Cardinalia

tos (El Huequito) y una barbería. Hay un área de juegos infantiles, en un espacio menor, e instrumentos

para actividad física, así como un estacionamiento, y tiene la particularidad de contar con una zona de carga para motos eléctricas (Econduce).

Este sitio está orientado a un sector socioeconómico medio-alto, en el cual se evidencia el verdadero interés de los actores privados al crear espacios destinados al consumo para un segmento privilegiado, con el fin de generar grandes ingresos. Esto pone en entredicho los objetivos iniciales del proyecto, que consistían en proporcionar a la población espacios para su esparcimiento. Surge entonces la pregunta: ¿deberíamos reconsiderar si el esparcimiento se reduce a actividades como las compras o el acceso a servicios de alto valor monetario?

### Bajopuente de Circuito Interior y Calzada México-Tacuba

A criterio personal, este bajopuente parece ser el más representativo del Proyecto, y el más cercano a los objetivos trazados por la AEP. Dividido en dos, presenta del lado izquierdo del puente un *skate park*, y del lado derecho dos negocios comerciales Bodega Alianza y Panadería Esperanza (ver fotografía 2).

El *skate park* representa una alternativa significativa para la socialización de los diversos grupos urbanos, ya que fomenta la interacción y el sentido de pertenencia entre los jóvenes. La visita de campo permitió corroborar que estos espacios no solo son disfrutados, sino también apropiados por sus usuarios, lo que refuerza su valor como elementos de cohesión social. En este sentido, el bajo puente de Calzada Tacuba debería considerarse un modelo para futuros proyectos, al equilibrar el beneficio comunitario con la generación de ingresos para las autoridades locales y los inversionistas privados, garantizando así un desarrollo urbano.

### **Bajopuente de Circuito Interior y Eje Central Lázaro Cárdenas**

Uno de los sitios donde la demanda de la población ha sido poca, cuenta con solo tres negocios: una tienda de autoservicio (Oxxo) y dos locales de alimentos (Tacos Chupacabras y Pollotitlán), además de dos locales en renta. Es uno de los lugares que presenta muy poca afluencia, lo que resulta peculiar, ya que cuenta con equipamiento para actividad física, aunque están en una superficie pequeña.

### **Bajopuente de Río San Joaquín y Lago Hielmar**

Está ubicado en una de las zonas más exclusivas y una de las alcaldías céntricas y de mayor plusvalía en la Ciudad de México, como es Miguel Hidalgo. El lugar cuenta con solo dos negocios comerciales: panadería Esperanza y rosticería Santo Gallo; no tiene espacios para la recreación de la población.

### **Bajopuente de Río San Joaquín y Lago Yuriria**

Este bajopuente tiene un solo negocio comercial: una bodega de carros que cuenta con un estacionamiento. Sin espacios para la recreación del transeúnte, ni aparatos para ejercitarse.

### **Bajopuente de Río San Joaquín y Lago Alberto**

Es el último bajopuente que se ubica en Río San Joaquín. Tiene dos negocios comerciales: una vinatería (Europea) y una tienda de autoservicio (Oxxo) con estacionamiento. Como los otros dos bajopuentes,

tampoco hay espacios para la recreación. Estos lugares se enfocan en ofrecer servicios, relegando los espacios de convivencia para la población.

### **Bajopuente de Av. Las Palmas y Periférico**

El sitio se caracteriza por contar únicamente con dos establecimientos comerciales: la tienda Moto Shop y el gimnasio de boxeo La Vieja Guardia. Este bajopuente es una novedad en comparación con otros espacios, ya que dispone de un área reducida para la renta de motocicletas de la empresa Econduce. Cabe destacar que, al igual que los otros tres bajopuentes situados en el Río San Joaquín, no aparecen registrados en el Proyecto, lo cual es extraño ya que presentan características semejantes.

### **Bajopuente de Ferrocarril de Cuernavaca y Presidente Masaryk**

Denominado Mercado Masaryk la Morera, gran parte de sus locales comerciales están enfocados en servicios de alimentos *gourmet* entre los que se destacan: La polancochi, Donkebad, Karness Grill, Lucky comida china y Harden Hub (ver fotografía 3). Dispone de un negocio comercial dedicado al diseño de oficinas (Grupo Zwark), renta de motos Econduce y un estacionamiento, así como una pequeña área de juegos infantiles y aparatos de actividad física.

De todos los sitios, este bajopuente es el más ostentoso y está orientado a un sector de la población de altos recursos. Los precios de los platillos son elevados en comparación con los del bajopuente de la avenida Josefa Ortiz de Domínguez, cuyos precios son más accesibles. Es importante señalar que los juegos infantiles y los aparatos de actividad física se encuentran al aire libre, y no debajo del puente vehicular, lo que dificulta su uso.



**Fotografía 3.** Mercado Maserik en bajopuente de Maserik, Ciudad de México. Fuente: fotografía de Jonni Méndez Atempa.

Hasta aquí, y con base en lo observado en campo, se enfatiza que el proyecto de recuperación de los bajopuentes se ha enfocado en la generación de áreas comerciales, aun cuando en sus objetivos se planteaba una mayor oferta de espacios de recreación y esparcimiento para la población, lo cual ha quedado solo en el papel.

La mercantilización que llevó a cabo el gobierno capitalino ha provocado que los espacios públicos se transformen en espacios de consumo que excluyen, como se ha explicado en los párrafos anteriores. Hay lugares que se enfocan a un sector específico de la ciudadanía, lo que origina una fragmentación de la sociedad.

En este mismo sentido, según la tesis de Alvarado (2019), quien analizó tres bajopuentes recuperados, estos espacios, en algunos casos, no son apropiados por parte de los ciudadanos, pese a su rehabilitación, lo que provoca su olvido. Esto sugiere

que la recuperación de estos sitios ha sido limitada, mejorando principalmente el aspecto urbano de la ciudad, pero sin lograr una integración y conexión entre los barrios, objetivo original del programa.

El PRBP presenta una particularidad: como programa de reconversión urbana, no solo se rehabilitan los espacios en los bajopuentes, sino que estos forman parte integral de los proyectos inmobiliarios cercanos a dichas zonas.

Los grandes desarrollos inmobiliarios en las proximidades de los bajopuentes han favorecido y desarrollado el programa, ya que generan transformaciones en la infraestructura. Estos proyectos contribuyen a mejorar la imagen urbana de la zona, orientada al consumidor, y atraer a un mayor número de usuarios. Las áreas cercanas a los bajopuentes están experimentando una transformación espacial, económica, cultural, urbana, pero principalmente social.

La mejora urbana que ha experimentado la ciudad, a raíz del proyecto inmobiliario y del PRBP, ha permitido, simultáneamente, una mejora en el paisaje urbano. Entre los aspectos más destacados se encuentran:

- Mejoramiento en el alumbrado de avenidas y calles aledañas.
- Mayor seguridad al disponer de cámaras de vigilancia y de policías para la “seguridad” de los usuarios.
- Optimización de las vialidades próximas a los bajopuentes, como el reencarpetamiento del Circuito Bicentenario.
- El remozamiento de puentes peatonales y banquetas por parte de proyectos inmobiliarios cercana a los bajos puentes que mejora la imagen de la zona.
- La instalación del programa ECOBICI en zonas cercanas a los bajopuentes recuperados.
- El acceso al programa de Econduce para una mejor movilidad en zonas cercanas a los bajopuentes.
- Mejoramiento de los parques públicos cercanos por parte de las inmobiliarias.
- Establecimiento de comercios de comida rápida (Subway, rosticería Santo Gallo, McDonald's).

Para Sassano (2001), este cambio se podría entender como un “Proyecto de Transformación Urbana”, característico de la globalización, desarrollado por agentes privados y avalado por los gobiernos, quienes les facilitan las operaciones.

El PRBP fue diseñado con el propósito de crear espacios de convivencia y socialización seguros y de calidad para los peatones, transformando lo que anteriormente eran barreras viales en puntos de interconexión entre barrios. No obstante, como se ha señalado, el objetivo del programa resultó contra-

ditorio a su concepción inicial, ya que, en la práctica, se priorizó el comercio.

El enfoque en la rentabilidad ha fomentado una cultura de negocio en la ciudad, beneficiando a los grupos de poder económico, mientras que la mayoría de la población de la ciudad ha sido perjudicada.

Los proyectos de reconversión de los bajopuentes pueden tener un enfoque social, como lo han demostrado iniciativas en Estados Unidos y Barcelona (ver Ilustración 2), donde se han creado cines urbanos y canchas de baloncesto para la comunidad.

En este sentido, el bajopuente de Calzada Tacuba alberga un *skate park*, un espacio ampliamente utilizado por jóvenes, lo que evidencia el potencial de estos sitios para fomentar la recreación y la integración social. Este modelo pudo haberse replicado en otros bajopuentes, priorizando el beneficio comunitario sobre el interés económico.

El objetivo del PRBP está muy lejos de materializarse, según lo observado en campo, y ha tenido repercusiones sociales como las siguientes:

- El Proyecto de Recuperación de los Bajo Puentes se creó con el objetivo de crear espacios para socialización y convivencia de los peatones. Sin embargo, esta socialización no ocurre porque al contar con tantos negocios comerciales, los peatones compran y se retiran, no hay una interacción entre los individuos.
- El proyecto fue creado con el 50% de lugares de convivencia, el 30% de áreas comerciales y 20% estacionamientos. Lo observado en campo es que este esquema no existe y da prioridad a las áreas comerciales. En varios bajopuentes se constató que los comercios tienen una mayor área que los espacios de convivencia; en otros, estos últimos son inexistentes.
- Otra de las repercusiones es la accesibilidad, porque están destinados a un sector especí-



**Ilustración 2.** Bajopuentes en Estados Unidos (izq.) y Barcelona (der.) Fuente: Google.

fico de la sociedad. Existen locales comerciales donde los precios son elevados, como las tiendas de venta de bicicletas, los gimnasios o los negocios de alimentos *gourmet*. Esto provoca que los espacios en los bajopuentes segmenten la ciudad, por estar orientados a un sector de la población con ingresos medios-altos. En realidad, lo que se está generando son barreras sociales.

- El proyecto privilegia las alcaldías centrales de la ciudad como Benito Juárez, Coyoacán, Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo que son parte de los procesos de redensificación inmobiliaria y que acelera la gentrificación de la ciudad, con el aumento de valor de suelo.
- Una de las repercusiones más significativas del Programa ha sido el desalojo de los vendedores ambulantes, quienes antes trabajaban en los bajopuentes. Si bien es cierto que el ambulantaje es irregular, también es fuente de trabajo para personas que no pueden tener la oportunidad de acceder a un empleo bien remunerado.

El Proyecto de Recuperación de los Bajo Puentes ha provocado una transformación significativa en el espacio urbano, no solo al convertir estos lugares en zonas de consumo, sino al integrarlos como parte de los nuevos espacios “recreativos y de convivencia” que han surgido en la ciudad, similares a los centros comerciales. Esta reconfiguración del espacio urbano tiene un impacto profundo en las dinámicas de relación y sociabilización de la población urbana.

En lugar de utilizar las plazas y los parques públicos, como puntos de encuentro y comunicación directa, se observa una tendencia a privilegiar los espacios de consumo. Este fenómeno refleja también un cambio en la naturaleza de los espacios públicos, transformándolos en escenarios donde la convivencia está condicionada por la lógica mercantil y la experiencia del consumo.

### Reflexiones finales

En el marco de las actividades económicas globales, la Ciudad de México se ha convertido en una

ciudad enfocada en el sector de servicios. Bajo este enfoque, los actores privados y gobiernos locales han puesto una particular atención en los espacios públicos.

En este caso, los bajopuentes están siendo transformados en lugares de consumo, así el espacio público cambia su funcionalidad de lugar de encuentro e interacción social al lugar de consumo, y esto deriva en nuevos espacios excluyentes.

En el contexto de la economía global, la Ciudad de México está en una profunda reconfiguración, orientada al sector de servicios. Bajo esta lógica, tanto los actores privados como los gobiernos locales han centrado su atención en la transformación de los espacios públicos, convirtiéndolos en escenarios estratégicos para el desarrollo.

Las preguntas que guiaron esta investigación son: ¿los bajopuentes recuperados generan o no sociabilidad y convivencia entre la población o son simplemente lugares de consumo?, y ¿existe una lógica para que los bajopuentes recuperados solo se ubiquen en las alcaldías más céntricas de la ciudad?

Conforme a lo visto en campo, se concluye que los espacios recuperados en los bajopuentes están lejos de ser lugares de encuentro y sociabilidad. Al contrario, han sido resignificados bajo una lógica mercantil, donde el acceso y uso del espacio depende de cada vez más de la capacidad de consumo de los usuarios. Esta transformación no solo implica un cambio en la función del espacio público, sino que también profundiza dinámicas de exclusión social, generando entornos urbanos para ciertos sectores de la población.

La denominada “revitalización” de los bajopuentes se ha concentrado en alcaldías centrales, lo que responde a la lógica mercantil y privatizadora que caracteriza la gestión urbana en la Ciudad de México. Este proceso está vinculado a la gentrificación y a un modelo de desarrollo urbano que privilegia las zonas centrales en detrimento de la periferia.

Como resultado, la ciudad experimenta una creciente fragmentación y segmentación espacial, en la que las áreas centrales se transforman en polos de inversión y consumo, mientras que la periferia queda relegada y marginada de estos procesos de renovación urbana.

El Proyecto de Recuperación de los Bajopuentes es una clara muestra de las nuevas formas de política urbana respecto al espacio público en la ciudad, donde el discurso común es “revitalizar” o “rehabilitar” espacios inseguros en espacios seguros de entretenimiento y recreación para los habitantes de la ciudad, pero tal argumento disfraza la realidad, puesto que se impulsa la privatización y mercantilización de los espacios públicos y se promueven estas formas de gestión público-privadas que benefician solo a ciertos actores.

En las visitas de campo realizadas a distintos bajopuentes de la ciudad, se identificó un patrón de exclusión social vinculado a la capacidad económica de la población. La oferta comercial en estos espacios está dirigida principalmente a sectores de ingresos medios-altos, lo que limita el acceso a quienes no cuentan con los recursos suficientes para consumir en estos establecimientos. Un caso representativo es el bajopuente de Masaryk, cuya configuración y oferta de servicios restringen su uso a un grupo específico de la población, dificultando su integración como un espacio público verdaderamente inclusivo.

La exclusión se basa en la creación de barreras subjetivas de acceso que indican donde podemos o no ir, como la forma de vestir, el poder adquisitivo, el tipo de consumidores para quienes están pensados los espacios. Estas barreras se plasman en los espacios y se hacen visibles para quienes no tienen las condiciones económicas que les permitan acceder a ellos.

Los proyectos urbanos de corte neoliberal generan efectos profundos y duraderos en la estruc-

tura social y espacial de las ciudades. Uno de los impactos más significativos de la privatización del espacio público es la progresiva reducción de áreas destinadas a la recreación y la convivencia entre diversos sectores de la población. Este fenómeno no solo restringe el acceso a espacios de ocio y esparcimiento, sino que también profundiza las desigualdades urbanas.

En la Ciudad de México, las políticas urbanas recientes, en conjunto con iniciativas gubernamentales y esquemas de colaboración público-privada, han acelerado este proceso de mercantilización. En este contexto, el PRBP ejemplifica y refuerza esta tendencia, evidenciando un proceso de transformación que privilegia el consumo sobre la función social del espacio público.

Para Gehl (2014), los espacios públicos no solo contribuyen a mejorar la calidad de vida, sino que fortalecen el empoderamiento ciudadano, facilitando la participación en instituciones y espacios políticos. Estos entornos deben concebirse como áreas multifuncionales donde convergen la interacción social, el intercambio económico y la expresión cultural.

Es fundamental implementar normativas y políticas públicas que regulen el uso del espacio público, con el objetivo de limitar su privatización y mercantilización. Asimismo, es necesario contar con una legislación que promueva programas de recuperación de espacios públicos sin depender exclusivamente de la inversión privada; la planificación urbana debe gestionar su organización, mientras que el diseño tiene la responsabilidad de fomentar su uso y promover un sentido de identidad y pertenencia.

Una de las estrategias implementadas en los bajopuentes ha sido el programa PILARES (Puntos de Innovación, Libertad, Arte, Educación y Saberes), el cual ofrece a la población una variedad de actividades educativas, ambientales y culturales. Este programa tiene como objetivo fomentar el acceso

al conocimiento y al desarrollo de habilidades, promoviendo la inclusión social y contribuyendo a la reducción de la brecha de desigualdad. A través de talleres, cursos y espacios de aprendizaje, PILARES proporciona oportunidades de crecimiento personal y comunitario, fortaleciendo el tejido social en las zonas intervenidas.

Otro proyecto es el programa Sembrando Parques, el cual se ha implementado para la renovación integral de parques en toda la ciudad. Esta iniciativa ha contribuido significativamente a la transformación del entorno urbano, promoviendo la preservación del medio ambiente y la integración social a través de la revitalización de espacios recreativos.

Es fundamental que estos programas incorporen la participación ciudadana para garantizar que respondan a las necesidades y demandas de la comunidad. La inclusión de la población en el diseño, implementación y evaluación de estas iniciativas permite una planificación más adecuada, fomentando el sentido de pertenencia y el uso activo de los espacios recuperados.

## Referencias

- Alvarado, F. (2019). Recuperación de Espacios Públicos subutilizados: Estudios de caso para tres proyectos de parques públicos de bolsillo y tres proyectos de recuperación de bajo puentes en la CDMX. Ciudad de México. Tesis de maestría e de Diseño y Estudios Urbanos, UAM.
- Aguayo, A (2016). Nuevo Polanco: renovación urbana, segregación y gentrificación en la Ciudad de México. Iztapalapa. Revista de ciencias sociales y humanidades, 37(80), 101-123. Recuperado en <https://dx.doi.org/10.28928/revistaiztapala/802016/atc4/aguayoayala>
- Autoridad del Espacio Público (2016). Proyecto de Recuperación de Bajo Puentes. Recuperado de

- <http://www.aep.cdmx.gob.mx/programas/programa/programa-derecuperacion-de-bajo-puentes>
- Bando 2 (2000). Publicado el jueves, 07 de diciembre de 2000. Recuperado en [http://www.invi.df.gob.mx/portal/transparencia/pdf/LEYES/Bando\\_informativo\\_2.pdf](http://www.invi.df.gob.mx/portal/transparencia/pdf/LEYES/Bando_informativo_2.pdf).
- Borja, J. (2000). *El espacio público, ciudad y ciudadanía*. Barcelona
- Carrión, Fernando. (2014). Espacio Público: Punto de partida para la alteridad. Recuperado en <http://www.arquitecturtropical.org/EDITORIAL/documents/CARRION%20ESPACIO%20PUBLI-CO.pdf>
- Gehl, J. (2014). *Ciudades para la gente*. Buenos Aires, Argentina: Infinito.
- INEGI, (2017). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). Recuperado en <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/regulares/enoe/>
- Lefebvre, H. (1976). *Espacio y Política*. España. Editorial Península.
- Ley de Asociaciones Pública Privadas México 2012. Publicado en el Diario Oficial, el lunes 16 de enero de 2012. Recuperado en [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lapp/LAPP\\_orig\\_16ene12.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lapp/LAPP_orig_16ene12.pdf)
- Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal 2004. Publicado en la Gaceta Oficial del Distrito Federal el 29 de enero de 2004. Recuperado en <http://www.sacmex.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/58b/ef6/e9d/58bef6e-9dcd7494868395.pdf>
- Licona, E. (17 marzo 2016). Prevalece la mercantilización del espacio público. Intolerancia Recuperado en [http://intoleranciadiario.com/detalle\\_noticia/142363/politica/prevaleceamercantilizacion-del-espacio-publico-ernesto-licona](http://intoleranciadiario.com/detalle_noticia/142363/politica/prevaleceamercantilizacion-del-espacio-publico-ernesto-licona)
- Low, S. (2005). Transformaciones del espacio público en la ciudad latinoamericana: cambios espaciales y prácticas sociales. Recuperado en <http://www.bifurcaciones.ol>
- Mendoza, E. (22 Julio 2015). Por permisos administrativos del GDF, lucran con espacio público. Contralínea [en línea] 446. Disponible en: <https://contralinea.com.mx/interno/featured/por-permisos-administrativos-del-gdf-lucran-con-espacio-publico/>
- Mendoza, E. (23 DICIEMBRE 2014). Bajo puentes capitalinos, de la “recuperación” a la privatización. [en línea], disponible en: <https://www.contralinea.com.mx/archivorevista/2014/12/23/bajo-puentes-capitalinos-de-la-recuperacion-la-privatizacion/>
- Monserrat, J. (2015). La importancia y la apropiación de los espacios públicos en las ciudades. Revista de Tecnología y Sociedad. Recuperado en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5695440>
- Narciso, C. (2012). Enfoques Teóricos y Usos Políticos del Concepto de Espacio Público Bajo el Neoliberalismo en la Ciudad de Cuernavaca, México. Recuperado en <http://www.scielo.br/scielo.php>
- Padilla, J. (2013). Gestión urbana en la ciudad contemporánea: polarización socio-espacial, gobiernos locales y participación ciudadana en la ciudad de México, en Olivera Patricia (coord.) *Polarización social en la ciudad contemporánea. El re-escalamiento de los espacios neoliberales*. México. Facultad de Filosofía y Letras. UNAM
- Programa General de Desarrollo Urbano del Distrito Federal 2003. Publicado en la Gaceta Oficial del Distrito Federal el 31 de diciembre de 2003. Recuperado en <http://www.invi.df.gob.mx/portal/transparencia/pdf/PGDUDF.pdf>
- Programa Rescate de Espacios Públicos 2010. Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 28 de diciembre de 2009. Recuperado en [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5126486&fecha=28/12/2009](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5126486&fecha=28/12/2009)

- Rabotnikof, N. (1997). "El espacio público: caracterizaciones teóricas y expectativas políticas". Madrid en Enciclopedia Iberoamericana de Filosofía, vol. 13. Editorial Trotta.
- Ramírez, P. (Coordinadora) (2016). La reinvencción del Espacio Público en la ciudad fragmentada. México. UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales: Programa de Maestría y Doctorado de Urbanismo.
- Ríos, J. (30 mayo 2016). Retiran puestos ambulantes en Mixcoac. Periódico Reforma [en línea]., disponible en: <http://www.reforma.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=856665&md5=70ce72e5eff828da9eadbd93f424bae5&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe>
- Salcedo, R. (2002). El espacio público en el debate actual: Una reflexión crítica sobre el urbanismo postmoderno. Recuperado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19608401>
- Sassano, S. (2001). Transformación de un espacio urbano: El caso del Mercado de Abasto de Buenos Aires. Recuperado en <http://revistas.ucm.es/index.php/AGUC/>
- SEDESOL (2010). Documento Diagnóstico de Rescate de Espacios Públicos. Recuperado en [http://www.sedesol.gob.mx/work/models/SEDESOL/Sedesol/sppe/dgap/diagnostico/Diagnostico\\_PREP.pdf](http://www.sedesol.gob.mx/work/models/SEDESOL/Sedesol/sppe/dgap/diagnostico/Diagnostico_PREP.pdf)
- Sequera, J. (2014). Ciudad, espacio público y gubernamentalidad neoliberal. *Revista Urban*, 69-82.
- Topalov, C. (1979). La urbanización capitalista. México. Editorial Edicol
- Vargas, X. (2007). ¿Cómo hacer investigación cualitativa? Una guía práctica para saber qué es la investigación en general y cómo hacerla, con énfasis en las etapas de la investigación cualitativa. México. Editorial Etxeta.
- Castañar, Jorge (2010) Las Ciudades-Marca. Más allá del Atractivo Turístico. Recuperado en [direcciónestratégica.itam.mx/wpcontent/uploads/2010/06/Las-CiudadesMarca.doc](https://direcciónestratégica.itam.mx/wpcontent/uploads/2010/06/Las-CiudadesMarca.doc)
- Kotler, P (2017) Philip Kotler: conoce la historia y las principales contribuciones del padre del Marketing moderno. Rockcontent Recuperado en <https://rockcontent.com/es/blog/philip-kotler/>
- Delgadillo, Víctor. (2014). La política del espacio público y del patrimonio urbano en la Ciudad de México. Discurso progresista, negocios inmobiliarios y buen comportamiento social. XIII Coloquio Internacional de Geocrítica. El control del espacio y los espacios de control Barcelona, 5-10 de mayo de 2014

