

CLAVE: INF-05

**PROGRAMA Y PROPUESTA DE PROYECTOS:
“IDENTIDAD E IMAGEN URBANA”**

1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA ANALIZADO Y JUSTIFICACIÓN.

La ciudad no es más que el reflejo de los valores y aspiraciones de sus propios habitantes, quienes la van construyendo con su actuar cotidiano. La representación que un habitante o visitante se hace de la ciudad, percibiendo su forma física, se manifiesta en un mapa mental que organiza elementos formales sobre el espacio. Esta construcción mental es lo que podemos llamar “imagen urbana”. Además, la forma de la ciudad no puede separarse de los aspectos sociales y culturales que son, a todas luces, los que le imprimen su sello. Como se puede ver, la imagen urbana se asocia al tema de la identidad, que es un elemento importante en la conformación de cualquier sociedad.

En el marco de las entrevistas con actores claves para la elaboración del Plan Maestro para la 2ª Fase del Programa MCIC, el C.P. Othón Ruiz Montemayor, Presidente Ejecutivo y Director General de Corporación de Proyectos Estratégicos de NL, mencionó que “...una ciudad del conocimiento debe de trabajar tanto en estrategias y proyectos, cómo en modificar actitudes de la gente...”[◇].

Entonces, si la ciudad es el reflejo de la sociedad, es importante que el ambiente urbano se fortalezca, que se incremente la infraestructura de calidad espacial, los parques, los espacios de convivencia y elementos urbanos que porten dignidad e identidad. Una sociedad del conocimiento no puede medir su éxito exclusivamente por sus avances tecnológicos y científicos y, de ninguna manera, por la capacidad económica de ciertos sectores de su población.

Es necesario entonces que la riqueza de una sociedad del conocimiento se refleje en el ambiente físico que ocupa, a través de la imagen que presentan sus plazas, calles, banquetas, escuelas, hospitales, edificios especializados, servicios, y demás equipamientos.

[◇] Recopilación de testimoniales de las entrevistas llevadas a cabo a expertos de Nuevo León para la elaboración del Plan Maestro 2ª Fase de Monterrey, Ciudad Internacional del Conocimiento (MCIC) (Abril-Junio 2008)

Propuestas del Plan Maestro para la Segunda Fase de MCIC
Infraestructura y Equipamiento Urbano

En la ZMM tiene importantes elementos de legibilidad que permiten entender la ciudad. En cuanto al entorno natural, son especialmente importantes las montañas, con el icono local del Cerro de La Silla, por el que se distingue a Monterrey, aun en las canciones populares. El Río Santa Catarina, que divide la ciudad en dos grandes áreas: la Norte y la Sur. La Huasteca y Chipinque son también identificados como puntos de referencia importantes en el AMM. Entre los elementos construidos destacan la Macropiazza, Valle Oriente, el Parque Fundidora, y recientemente Paseo Santa Lucía. Otros elementos de legibilidad son de tipo cultural como la música, el uso del sombrero y la arquitectura norestense típica de algunos cascos de municipios.

Por otro lado, en los últimos años ha habido un esfuerzo constante y compartido. La iniciativa privada ha mostrado grandes esfuerzos por fomentar las actividades artísticas y culturales del Área Metropolitana de Monterrey. En cuanto a equipamiento cultural, dentro del AMM se encuentran 11 museos con distintas temáticas. Dentro de los museos auspiciados por los empresarios sobresalen el Centro Cultural Alfa, siendo su principal atracción el planetario; así como el Museo de Arte Contemporáneo (MARCO), uno de los más importantes espacios culturales en América Latina debido a la calidad de sus muestras y exposiciones, así como por la variedad de cursos y talleres que ofrece en sus instalaciones periódicamente. **En el año 2006 Nuevo León se colocó como la cuarta entidad federativa del país en cuanto a número de museos solo detrás del Distrito Federal, Edo. De México y Veracruz.** En el año 1999 el total de museos en Nuevo León se ubicó en 40 (11.1% del total nacional), mientras que la afluencia de visitantes ascendió a 5,986,460 personas, lo que representó el 15% de los visitantes a museos de todo el país, mientras que en el año 2006, según cifras del INEGI, se contabilizó un total de 38 museos (5.16% del total nacional), y una afluencia de visitantes que descendió a 3,078,988 personas, lo que representó el 7.06% de los visitantes a museos de todo el país.

En referencia a lo anterior y al Forum Universal de las Culturas Monterrey 2007, la Diputada Carlota Vargas, Presidente de la Comisión de Desarrollo Urbano del Congreso de NL, en una entrevista para la elaboración del Plan Maestro de la 2ª Fase del Programa MCIC, mencionó que “...el FORUM estuvo muy bien para la gente local, dio la oportunidad a mucha gente de NL de apreciar la cultura que de otra manera no hubiese sido posible...”[◊].

La cercanía de los Estados Unidos y la inserción exitosa de la economía de Nuevo León en la global, lograda en parte a grandes conglomerados riomontanos, han ocasionado un impacto en la cultura de los habitantes de la metrópoli. Se han cambiado rasgos de la cultura tradicional por otros de gran influencia americana, entre los que destaca mucha influencia en la



Propuestas del Plan Maestro para la Segunda Fase de MCIC
Infraestructura y Equipamiento Urbano

arquitectura norteamericana, el consumismo exacerbado y la acentuación del individualismo. Los centros comerciales, denominados “mall’s” como Galerías Monterrey, Plaza Fiesta San Agustín, Plaza San Pedro y Plaza La Silla, por mencionar algunos, han desplazado, y en unos casos hasta sustituido, a los lugares tradicionales de recreación y convivencia de espacios abiertos, puesto que cumplen con la doble función de consumo y convivencia social para el sector pudiente de la metrópoli. Igualmente, el automóvil reina sobre el paisaje urbano e impone su primacía, demandando cada año más vialidades, menos banquetas, más pasos a desnivel, y menos espacios públicos.

2. OBJETIVO GENERAL

Reforzar la identidad de Monterrey y su zona metropolitana (ZMM) de manera que la ciudad alcance fama nacional e internacional por su imagen cuidada, su patrimonio y la variedad de opciones, e infraestructuras, culturales y recreativas disponibles, con enfoque a las costumbres propias de NL, así como las de México, que sean atractivas para residentes y visitantes nacionales y extranjeros. Aprovechando la cercanía a los EUA, tratando de incrementar no solamente el turismo de negocios, sino también el recreativo, el de eventos y convenciones, buscando ofrecer más alternativas conectadas con la cultura y folclor propios de la zona y de lo mexicano en general.

3. RUTA DE IMPLEMENTACIÓN

Ver tabla anexa

4. PROGRAMAS, PROYECTOS Y ACCIONES ESPECÍFICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN

1/ PROGRAMA: PROTECCIÓN AL PATRIMONIO HISTÓRICO, CULTURAL Y NATURAL

Descripción: Este programa pretende reforzar la imagen de Monterrey y su área metropolitana, al dar protección, rehabilitación y proyección a los elementos esenciales del patrimonio histórico construido, al patrimonio natural, y a las tradiciones y folklore local y nacional. CONARTE censa más de 591 monumentos en su Catálogo de Monumentos de Nuevo León, incluyendo a los que cataloga el INAH. El programa se basa en acciones fuertes del gobierno en sus tres niveles de



Propuestas del Plan Maestro para la Segunda Fase de MCIC
Infraestructura y Equipamiento Urbano

atribuciones en las materias referidas anteriormente. La sociedad civil es una pieza clave de este programa ya que se convierte en el guardián y vigilante del patrimonio. Lo son también fundaciones y empresas que apoyen patrocinando muchos de los trabajos que serán necesarios.

Los distritos tradicionales representados por los antiguos cascos municipales ofrecen oportunidades para impulsar proyectos de regeneración que permitan mejorar la imagen conjunta de la metrópoli. Entre los edificios históricos que se reconocen como puntos de referencia en la ZMM se encuentra la Catedral Metropolitana, que demoró 128 años en construirse, El Obispado, que tardó al menos 22 años y el Colegio Civil, que en su segunda etapa de terminación tomó 13 años. Tomando en cuenta esos largos periodos, a lo largo de los cuales estas edificaciones se fueron transformando y convirtiendo en señales de identidad, es posible pensar que existe la oportunidad para que los municipios como Apodaca, Escobedo, Juárez y San Nicolás, mediante un esfuerzo consciente, diseñen sitios públicos de diversas índoles que se conviertan en los hitos urbanos futuros.

- **Protección a los edificios catalogados por el INAH y por CONARTE.**
- **Protección a las zonas con identidad colonial o arqueológica**
- **Protección a las montañas que rodean la ZMM:** prohibición absoluta de urbanizar zonas en que los estudios de impacto ambiental y geológicos, realizados de manera profesional e independiente, recomienden no desarrollar, entre las que deben de evaluarse con profesionalismo y transparencia, destacan entre otras: Cerro de la Silla, Chipinque, Huasteca, Cerro de las Mitras, Cerro del Fraile...etc.
- **Valorización de la cultura local, regional y nacional, mediante ferias y festivales.**

Objetivo: Contar con una imagen e identidad urbana reforzada en el 2025, reconocida a nivel internacional por sus símbolos propios.

Acciones:

Nivel de prioridad: MEDIO



Propuestas del Plan Maestro para la Segunda Fase de MCIC
Infraestructura y Equipamiento Urbano

Metas: 2015: 50% de los edificios clasificados dentro de los catálogos de CONARTE y del INAH están rehabilitados y puesto en valor en el AMM. 2020: 100% de los edificios clasificados dentro de los catálogos de CONARTE y del INAH están rehabilitados y puesto en valor en el AMM.

2015: los cerros y montañas del AMM que a través de estudios de profesionales en materia ambiental y geológica, se consideren como no adecuados para urbanizar, no han sufrido ninguna deforestación ni afectación urbana y siguen en el mismo estado que en el año 2008.

2020: existen festivales y ferias anuales enfocados a la cultura, tradiciones y folklore de Nuevo León, con proyección internacional y asistencia de al menos 10% de público extranjero y 20% de público nacional foráneo.

Recursos: públicos, privados e institucionales (nacionales e internacionales).

Responsables: La labor de vigilancia, sanción, protección del patrimonio edificado y natural es tarea concurrente del gobierno federal, estatal y de los municipios. Sin embargo, la ciudadanía debe de jugar un papel importante en la vigilancia y denuncia. Para la realización de festivales y ferias, se debe de establecer asociaciones entre fondos públicos y privados para llevarlos a cabo.

2/ PROYECTOS URBANOS DE ALCANCE METROPOLITANO.

2.1. Creación de nuevos parques temáticos enfocados a las tradiciones y folklore local y mexicano. (Véase anexo complementario a este entregable).

Descripción: El área metropolitana de Monterrey ha venido transitando en los últimos años hacia una economía cada vez más enfocada a los servicios. Una nueva vocación de la ciudad es la organización de convenciones y congresos, nacionales e internacionales. Esta nueva actividad económica ha permitido el desarrollo de sectores relacionados como la hotelería, restaurantes, etc. Sin embargo, es aún limitada la oferta de servicios enfocados hacia el turista nacional y sobretodo extranjero en cuanto a atracciones culturales, folklóricas y recreativas. Además de la demanda por parte de turistas por este tipo de actividades, la población de la ZMM demanda siempre nuevas atracciones, nuevos espacios de esparcimiento. Mediante la construcción de nuevos parques temáticos enfocados a la cultura



Propuestas del Plan Maestro para la Segunda Fase de MCIC
Infraestructura y Equipamiento Urbano

local y nacional, en donde se incremente la promoción de actividades artísticas (propias de una ciudad internacional del conocimiento), se propone reforzar la vocación de la ZMM como destino turístico atractivo, así como aumentar las opciones de diversión de los habitantes de la metrópoli.

Entre los tipos de parques que se recomienda promover, consideramos que se debe de dar preferencia a uno que gire alrededor de una muestra del folklore, tradiciones, y arte local y nacional, ofreciendo desde espectáculos, gastronomía, arte y artesanías, así como espacios al aire libre para la convivencia. Se puede tomar de ejemplo conceptual los siguientes parques: “The Torpedo Factory Art Center” (www.torpedofactory.org) ubicado en Alexandria, VA (EUA); el “Pueblito Español” ubicado en Barcelona, Cataluña (España) (www.poble-espanyol.com).

También puede considerarse el concepto del Parque del Puy du Fou en Francia (<http://www.puydufou.com/fr/>), o el Epcot Center en Florida, aunque la cultura mexicana, tan vasta y atractiva para los extranjeros, consideramos que debe de tener preferencia en los proyectos que se deben de impulsar, (<http://disneyworld.disney.go.com/wdw/parks/parkLanding?id=EPLandingPage>), o Dubailand en Dubai (<http://www.dubailand.ae/>). Estos parques tienen la capacidad de atraer una gran cantidad de visitantes nacionales e internacionales, además de que generan una fuerte derrama económica y empleos, así como nuevas opciones recreativas en beneficio de la población local, y se convierten en aliados estratégicos de las ferias y convenciones de alcance nacional e internacional.

Objetivo: Promover e incentivar la inversión privada en nuevos parques recreativos temáticos, que ofrezcan nuevas opciones para el esparcimiento de residentes y visitantes nacionales y extranjeros, que hagan énfasis en las tradiciones mexicanas y de Nuevo León: culinarias, artísticas, artesanales, etc. Estos parques serán proyectos emblemáticos del Estado a nivel internacional.

Nivel de prioridad: MEDIO

Metas:

2015: contar con al menos 1 parque temático nuevo de alcance internacional, y 4 parques de tamaño menor, pero de alcance nacional.



Propuestas del Plan Maestro para la Segunda Fase de MCIC
Infraestructura y Equipamiento Urbano

Recursos: privados, con incentivos de gobiernos estatal y municipal. Se estima una inversión privada total necesaria de 1,500 millones de pesos, para que los proyectos tengan el impacto deseado, e incentivos estatales y municipales de alrededor de \$50 millones de pesos para que los privados realicen un parque (al menos) de atractivo internacional.

Responsables: La promoción y atracción de inversión para la creación de estos parques se debe de realizar desde el gobierno estatal en coordinación con el municipio-objetivo. La construcción y operación de los parques se pueden realizar mediante inversión privada, promoviendo la inversión entre empresarios de la localidad con experiencia en este tipo de negocios, y quienes muy posiblemente buscarán asociarse con empresas nacionales e internacionales con experiencia en el giro (pudiendo ser buscadas a través de la Internacional Association of Amusement Parks and Attractions: www.iappa.org).

2.2. Creación de un centro artístico y creativo en el Parque Fundidora y el Primer Cuadro de Monterrey.

Descripción: El Parque Fundidora, con la gama de actividades que en él se realizan, es un caso único dentro de los espacios catalogados como restringidos y en realidad se pueden introducir nuevos usos como el de una pequeña ciudad, si se le integran otras actividades urbanas (artes, comercios, tecnología y salud).

Aprovechando las bodegas recién remodeladas del Parque Fundidora, invitar escuelas de artes de diversas índoles, incluyendo producción de software y multimedia, a instalarse dentro del parque. Lanzar un Plan de regeneración de las zonas aledañas, basándose en la experiencia de Barcelona 22@, para incentivar las actividades artísticas y creativas, o de servicios de alto valor agregado, a instalarse en las zonas aledañas al Parque Fundidora, y al Barrio Antiguo. Se da un enfoque a la promoción de la creación musical, del cine y la animación digital.

Objetivo: Contar con un centro de creación artística y servicios intensivos en conocimiento de vanguardia nacional.

Nivel de prioridad: MEDIO

Metas:

2015: contar espacios de al menos 25,000 Mts.2 de instalaciones apropiadas en Parque Fundidora, para albergar en esquemas



Propuestas del Plan Maestro para la Segunda Fase de MCIC
Infraestructura y Equipamiento Urbano

apropiados de comodato, actividades productivas y de promoción de actividades artísticas y de servicios intensivos en conocimiento (clasificación OCDE).

2015: 1 feria internacional de Arte Contemporáneo de renombre internacional bianual.

2015: 1 festival musical de la talla del Austin City Limits anual

2025: 1 festival internacional de Cine de la talla del festival de Sundance anual

Recursos: Públicos y privados

Responsables: el gobierno estatal y federal deben de elaborar una estrategia específica para la promoción de las artes, apoyándose en los artistas más reconocidos de la localidad, y artistas locales viviendo en el extranjero. La participación del sector privado es esencial para la inversión inmobiliaria, bajo esquemas factibles legal y económicamente, para apoyar la implantación de talleres, tiendas y otras actividades artísticas, culturales y productivas intensivas en conocimiento en el parque.

2.3. Buscar ser la sede de nuevos eventos internacionales que tengan una evaluación socio-económica muy favorable y en que se obtengan los compromisos adecuados de participación de los gobiernos estatal, municipales y la iniciativa privada.

Descripción: La regeneración urbana de Barcelona es muchas veces tomada de ejemplo para ilustrar cómo mediante la planificación estratégica continua, y la realización de eventos de alcance internacional, se ha podido regenerar un cierto barrio o zona, dándole a la metrópoli un atractivo renovado. La realización de este tipo de eventos, de alcance internacional, no es un fin en sí mismo, sino un medio para lograr rehabilitar y aprovechar algunas zonas de la ciudad en estado de deterioro y en algunos casos casi abandono. En la ZMM, el Forum Internacional de las Culturas ha demostrado como esta recuperación puede permitir dar un impulso nuevo al centro de Monterrey. Sin embargo, aún existen muchos espacios urbanos que pudieran ser reconvertidos. Mediante esta acción, al buscar la realización de otros eventos nacionales e internacionales ligados a la cultura, ciencia y tecnología, deportes, negocios, reuniones de organismos nacionales e internacionales, foros de reflexión y análisis sobre temas de actualidad internacional, etc., que permitan seleccionar sitios variados para regenerarlos.



Propuestas del Plan Maestro para la Segunda Fase de MCIC
Infraestructura y Equipamiento Urbano

Objetivo: Seguir con la rehabilitación urbana del AMM así como promocionar a la metrópoli a escala nacional e internacional, permitiendo la llegada de más visitantes.

Nivel de prioridad: BAJO

Metas: 2015: haber sido la sede de 1 exposición o evento cultural, empresarial, o deportivo de alcance internacional, y al menos de 2 eventos a nivel del continente

Recursos: los fondos para la promoción de la ciudad y su aplicación a ser sede de este tipo de eventos deben de ser promovidos por fondos estatales y federales. Sin embargo, la realización de estos eventos implica la participación público privada.

Responsables: Los responsables de la promoción y solicitudes de aplicación deben de radicar en el Gobierno del Estado, de preferencia en una oficina dedicada enteramente a este asunto. Pero también deben de sumarse los municipios del AMM, la iniciativa privada y la sociedad civil.

5. RIESGOS POTENCIALES

Conservadurismo social (sociedad sin el factor "creativo o bohemio").

Control excesivo de las autoridades sobre la producción artística y la recreación.

Desinterés o corrupción de las autoridades.

Excesivas barreras para los artistas y falta de apoyo o incentivos fiscales.

Falta de apertura social a nuevas formas de expresión artística.

Falta de coordinación de los esfuerzos de los diversos actores involucrados.

Falta de interés, apoyo y participación de la iniciativa privada.

Falta de interés de la sociedad por actividades culturales nuevas

Falta de interés de las autoridades por invertir en la cultura, el arte, el patrimonio

Falta de liderazgo de las autoridades

Falta de promoción de las alternativas ofrecidas por el Estado con los grupos adecuados de inversionistas de parques temáticos locales, nacionales e internacionales.



Propuestas del Plan Maestro para la Segunda Fase de MCIC
Infraestructura y Equipamiento Urbano

Falta de participación social y de la IP en la organización de los eventos.

Falta de promoción de las alternativas ofrecidas por el Estado con los grupos adecuados de parques temáticos internacionales

Falta de respeto de la sociedad en su conjunto a sus tradiciones y símbolos culturales

Necesidad de dimensionar adecuadamente los esfuerzos y recursos para lograr en lo posible la autosuficiencia económica y el impacto socio-económico adecuado a la inversión realizada.

Falta de profesionalismo y transparencia en la organización de los eventos.

Falta de valoración de la historia y el patrimonio.

Falta de voluntad política.

Malinchismo.

Necesidad de dimensionar adecuadamente los esfuerzos y recursos.

Oposición de la sociedad (similar a la experiencia del Forum).

6. INDICADORES RECOMENDADOS PARA LA DE MEDICION DE ÉXITO

Número de edificios catalogados como “históricos” o con valor patrimonial por el INAH o CONARTE y su estado de mantenimiento.

Asistencia a museos, eventos y exposiciones (de locales, nacionales y extranjeros)

Visitantes extranjeros a la ciudad (anuales)

Visitantes nacionales a la ciudad (anuales)

Superficie en metros cuadrados que haya sido posible promover dentro del parque fundidora y otras nuevas ubicaciones en el AMM para el apoyo de actividades culturales, recreativas y de servicios intensivos en conocimiento.

% del PIB estatal proveniente del turismo y servicios relacionados

% de la población empleada en las industrias turísticas



Propuestas del Plan Maestro para la Segunda Fase de MCIC
Infraestructura y Equipamiento Urbano

% del PIB estatal generado por las industrias creativas (intensivas en conocimiento, clasificación OCDE)

% de la población estatal empleada en las industrias creativas e intensivas en conocimiento (clasificación OCDE)

Inversión pública y privada captada para el apoyo de las propuestas realizadas, y su tasa anual de crecimiento

Superficie de áreas naturales protegidas y su estado

Superficie de metros cuadrados para exposiciones, eventos o festivales

Número de eventos por tipo realizados