

## **Los espacios públicos de los centros históricos de Mérida y Campeche. La influencia de la marca patrimonio de la humanidad en su transformación**

### **Public spaces in the historic centers of Merida and Campeche. The influence of the World Heritage brand in their transformation**

Enviado em: 31 /05/2021

Aceito em: 15 /12/ 2021

**Josefina del Carmen Campos Gutiérrez<sup>1</sup>**

#### **Resumen**

Los espacios públicos de los centros históricos de Mérida y Campeche han tenido una evolución a lo largo de los años, acorde con los procesos económicos y transformación de las necesidades de la población; sin embargo, a partir del impulso que se ha dado a su rescate, especialmente al centro histórico que cuenta con la marca Patrimonio de la Humanidad, se ha producido una transformación que está dirigida más al sector turismo que al de la población que la habita, presentándose igualmente la privatización de los mismos –con la anuencia de las autoridades– en detrimento del uso y goce que los pobladores tradicionalmente han hecho de ellos. Este documento tiene como objetivo realizar una comparativa de la transformación de espacios públicos de dos centros históricos ubicados en la península de Yucatán, México: Mérida y Campeche, este último con la distinción por la UNESCO de Patrimonio de la Humanidad desde 1999, a fin de determinar los impactos en su espacialidad y usos cuando el concepto marca hizo su aparición.

**Palabras llave** - Espacio público; centro histórico; Mérida.

#### **Abstract**

The public spaces of the historic centers of Merida and Campeche have evolved over the years according to the economic processes and the change of the needs of the population. A transformation has taken place since the impulse that has been given to their rescue, especially to the historical center that has the World Heritage brand, more directed to the tourism sector than to the society that inhabits it. It is also presenting the privatization of these spaces with the consent of the authorities decrementing the use and enjoyment the

---

1 - Doctora en Arquitectura, Profesor de tiempo completo del Instituto Tecnológico de Mérida, Yucatán, México. E-mail: josie\_mx@yahoo.com

inhabitants have traditionally made of them. This document aims to make a comparative study of transforming public spaces in two historical centers located in the Yucatan Peninsula in Mexico: Merida and Campeche, the latter with the distinction by UNESCO as World Heritage since 1999, in order to determine the impacts on its spatiality and uses when Brand concept made its appearance.

**Keywords** - Public space; historic center; Merida

## **Espacios públicos en centros históricos y el concepto de marca**

El patrimonio edificado al igual que la sociedad que lo usa de distintas maneras y que está en constante proceso de cambio, cada vez más acelerado, también se transforma, no sólo en cuanto a su conceptualización, sino también en su espacialidad. Lo que actualmente conocemos como centro histórico es la ciudad que se construyó hasta el momento en que las sociedades tradicionales se convirtieron en modernas.

Carrión (2004) menciona que dentro de los centros históricos se encuentran espacios públicos, productos históricos, que han cambiado a lo largo del tiempo y cuya función primigenia era la de articular la ciudad del pasado para darle sentido y forma a la vida colectiva, y ser elemento de representación de la colectividad, siendo el espacio de todos y que le otorga sentido de identidad a una sociedad.

La función de los centros históricos en México, como parte de la estructura urbana de la ciudad, no varió hasta principios del siglo XX, después de convertirse en parte de la ciudad, porque las actividades más importantes de ésta aún estaban contenidas en ellos. Las transformaciones que se fueron dando en las ciudades por el crecimiento de su población y mancha urbana conllevaron un proceso de desconcentración de actividades que se repartieron por todo el ámbito urbano, con lo que la función de los centros históricos dentro de la estructura de la ciudad perdió la jerarquía funcional que tuvo desde tiempos de la Colonia. Esta pérdida también afectó a los espacios públicos del centro histórico, cambiando su función original.

Con el neoliberalismo se da un mayor valor económico al patrimonio cultural, tanto tangible e intangible en función del turismo y de las actividades que contribuyen a su florecimiento y expansión, desarrollándose los conceptos de marca, marca imagen y marca territorio, siendo los fenómenos tendientes a la uniformización de procesos los que favorecieron el surgimiento y desarrollo de ellos.

Para la R.A.E. una marca es una “señal que se hace o se pone en alguien o algo, para distinguirlos, o para denotar calidad o pertenencia” (Real Academia Española, 2020). Kotler nos dice que “es un nombre, término, signo, símbolo o diseño o combinación de lo anterior, que pretende identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de éste y diferenciarlos de los de la competencia” (Kotler, 2001, p. 51). Por otro lado, la American Marketing Association la define como “un nombre, término, diseño, símbolo o cualquier característica que identifica los bienes o servicios de un vendedor como distintos de los otros vendedores” (American Marketing Association, 2021). En todas las definiciones el elemento común es la distinción de una cosa de otra por las características que posee.

Del concepto de marca se pasó al de *imagen de marca*. Dobni y Zinkhan (1990) mencionan que la *imagen de marca* es el concepto de marca que posee el consumidor, siendo un fenómeno subjetivo y perceptivo formado a través de la interpretación del consumidor. La imagen es el resultado de todas las impresiones recibidas por los consumidores sobre la marca y se forma de manera comparativa y por analogía entre dos o más objetos diferentes. (Valls, 1992, p. 26-27).

Es a finales de la década de 1980 e inicios de 1990, cuando el concepto marca comienza a asociarse al territorio, equiparando la gestión de los espacios a un producto. A partir del año 2000 se empieza a hablar del Branding del territorio y con esto de la gestión y comunicación del territorio con criterios de imagen de marca (Vela, 2013, p. 196).

Una marca-ciudad es el “nombre, término, símbolo o diseño, o combinación de ellos que trata de identificar las características de la ciudad y diferenciarla de otras” (Florián y Sanz, 2005). En este concepto intervienen

entremezclados los de imagen e identidad, siendo esta última la que permitirá diferenciar una ciudad de otras.

Las ciudades de México y sus centros históricos no han sido ajenos a la utilización del concepto marca-ciudad con el fin de posicionarse, especialmente en el ramo turístico tanto a nivel nacional como internacional, entre ellas se encuentran Mérida y Campeche. Para la promoción de la marca-ciudad el patrimonio edificado tiene un papel importante, especialmente los espacios públicos en donde tienen su campo de actuación el gobierno, al convertirse en el escenario de actividades desarrolladas para incentivar la permanencia de los turistas, pero que también han servido para promover el disfrute de la sociedad y reforzar su identidad.

En este trabajo el objetivo que se persigue es realizar una comparativa de la transformación de espacios públicos de dos centros históricos ubicados en la península de Yucatán, México: Mérida y Campeche, uno de ellos poseedor de la distinción (marca) Patrimonio de la Humanidad, a fin de determinar el impacto que estos procesos han tenido en su espacialidad y usos. Este objetivo conduce al planteamiento de que la marca relacionada con las ciudades que cuentan con un centro histórico influye en la transformación espacial y de uso de sus espacios públicos, en especial los que poseen la marca Patrimonio de la Humanidad. A continuación, se analizarán las transformaciones que en los espacios públicos de los centros históricos de Mérida y Campeche se han producido, haciendo énfasis en las sufridas cuando el concepto marca hizo su aparición.

### **Mérida, ciudad blanca**

Mérida fue fundada el 6 de enero de 1542 por Francisco de Montejo y León, El Mozo, sobre lo que había sido el pueblo maya de T'hó, convirtiéndose en sede de los poderes civiles, religiosos y militares al mismo tiempo que principal centro de comercio y abasto regional. La ciudad estuvo conformada por un núcleo central rodeado por los barrios antiguos. El espacio público articulador de cada una de las partes de la ciudad lo constituían las plazas.

Durante la primera mitad del siglo XVIII, se produjo el crecimiento urbano de la ciudad y la estructural espacial de los distintos barrios existentes y surgen como nuevos espacios públicos los paseos como el “de Figueroa” entre Santa Lucía y Santa Ana, el “de San Antón” o “de Merino” en torno a la ciudadela de San Benito y “la Alameda” o paseo “de las Bonitas” al norte de la ciudadela.

Los paseos tenían como fin generar emplazamientos externos a los antiguos hitos eclesiásticos, uniéndose a la diversificación de los usos de las plazas que empezaron a ser utilizadas para eventos sociales diferentes a las liturgias, procesiones religiosas o paradas militares, tales como las peleas de gallos, corridas de toros, carnavales y demás actividades de esparcimiento, para lo cual se requirió de nuevo mobiliario urbano como los quioscos. (Peraza, 2005, p. 138-139)

Durante el siglo XIX dentro de la ciudad se construyeron nuevos ejes urbanos, uno de los más importantes fue el Paseo de Montejo, trazándose como una avenida con banquetas laterales a la manera de las de Haussmann para París; a éste le siguió la construcción a principios del siglo XX del Paseo Reforma. Como nuevos espacios públicos se añadieron el Parque de la Paz y el del Centenario.

Desde la fundación de la ciudad de Mérida hasta el siglo XIX el principal cambio ocurrido en los espacios públicos fue la transformación de actividades que se realizaban en ellas, especialmente en las plazas, que en un principio estuvieron influidas por un cariz religioso, pero que con el advenimiento de las reformas borbónicas se enriquecieron con las actividades laicas. Las plazas de ser espacios abiertos con algunos árboles se transformaron con el añadido de mobiliario y vegetación, cambiando igualmente los usos de estos espacios que se vuelven más de goce y ocio.

En la primera mitad del siglo XX se comienzan a implantar nuevos modelos arquitectónicos y urbanos relacionados con el movimiento moderno, comenzando a diferenciarse la antigua ciudad de la moderna, a lo que coadyuvó la expansión urbana, produciendo efectos en el centro histórico como el abandono de sus habitantes y la centralización y terciarización de

actividades, que influyó en el uso de sus espacios públicos. (Peraza, 1997, p. 49) Las vialidades también sufrieron este impacto, desplazando progresivamente al peatón como su principal actor al sustituirlo por los vehículos motorizados. Los procesos de transformación del centro histórico produjeron también la pérdida de elementos patrimoniales, atenuada de algún modo con la Declaratoria de Zona de Monumentos Históricos de 1982.

Las políticas urbanas implantadas durante el período del “desarrollo estabilizador” que propiciaron la terciarización de usos del suelo en los centros históricos y la modernización de los espacios públicos en ellos contenidos, influyeron en los usos tradicionales que les daban sus habitantes, como es el caso de la celebración de las fiestas tradicionales de cada barrio, que se fueron adaptando a las nuevas configuraciones espaciales o simplemente desaparecieron. La intervención en los antiguos barrios continuó, haciendo adaptaciones a los espacios públicos o proporcionándoles el mantenimiento adecuado. Además del rescate material, se promocionaron actividades culturales a lo largo de la semana en los espacios públicos del centro histórico, no solo como elemento de atracción turística sino también para el goce de los habitantes de la ciudad, como la serenata de Santa Lucía. (Figura 1)

Es durante el período neoliberal que la concepción del patrimonio como un producto más a comercializar, tiene auge y las acciones gubernamentales estuvieron encaminadas al rescate de la imagen urbana y de las edificaciones patrimoniales con fines turísticos. Fue que a partir de 2009 con la publicación del Reglamento de Fomento Económico del Municipio de Mérida, que el término marca apareció en escena, mencionando a la marca identidad como un elemento de la Política de Promoción Económica, para posicionar a Mérida y definiendo la “marca Mérida” como “la representación visual de nuestro origen histórico, valores y capacidades, que mediante un mensaje memorable servirá para posicionar y promover al Municipio como una región atractiva para el turismo y competitiva para los negocios” (H. Ayuntamiento de Mérida, 2009a, p. 61-63).



Figura 1. Serenata en el parque de Santa Lucía en sus inicios. Fuente: <https://laverdadnoticias.com/yucatan/Ya-son-55-anos-de-las-tradicionales-serenatas-en-el-parque-de-Santa-Lucia-20200115-0216.html>.

En la promoción de la “marca Mérida”, el centro histórico ha jugado un importante papel, tanto por ser contenedor del patrimonio edificado de la ciudad que le confiere su identidad, como por ser el soporte de las actividades culturales desarrolladas principalmente en sus espacios públicos, que les han devuelto el uso de goce y esparcimiento a sus habitantes.

Para 2015 se retoma la promoción de la “marca Mérida”, estableciéndose qué, para crear una marca como imagen del municipio, sería de suma importancia cumplir con condiciones que incidieran directamente no solo en la imagen urbana, sino en los elementos estructurales de la economía, su organización productiva y social, la relación con el medio ambiente y la calidad de vida de los habitantes. (H. Ayuntamiento de Mérida 2015-2018, 2015, p.33)

La campaña de marketing a fin de promocionar la Marca se retomó con digital#VenaMéridaBlanca, proyecto diseñado para crear una comunidad local que, de manera autónoma y cooperativa, promoviera los atractivos turísticos del municipio a través de sus diferentes redes sociales, con el objetivo de impulsar la imagen turística de la ciudad. (H. Ayuntamiento de Mérida, 2016, p. 12)

La “marca Mérida” se centró en la promoción turística, por lo que las acciones se realizaron en función de promover la ciudad con estrategias enfocadas a la captación de nuevos visitantes y la mejora de la experiencia, que por un lado favoreció la continuidad de acciones de rescate que se

realizaban en el patrimonio edificado y por otro la ampliación de eventos de diversa índole que tenían como escenario el centro histórico y que han llevado en algunos casos a la privatización del espacio público.

A las labores de rescate de imagen urbana se le añadieron otras, como el de nueve manzanas centrales del centro histórico, la revitalización del Paseo de Montejo, el Pasaje Revolución, el Parque Hidalgo, el Parque de la Paz y la arcada del Parque de Santa Lucía; gran parte de ellos espacios públicos. (H. Ayuntamiento de Mérida, 2011) Igualmente se intervinieron otros como el parque Eulogio Rosado y la Plaza Grande y se restauró el Monumento a la Patria, símbolo de identidad. (H. Ayuntamiento de Mérida, 2017) La mayor intervención en materia de conservación del patrimonio edificado en Mérida ha sido en lo concerniente a su imagen urbana y espacios públicos.

Las campañas a favor de la “marca Mérida” han sido también el detonante de inversiones privadas en el centro histórico que si bien han contribuido en parte a la preservación patrimonial, han ocasionado una mayor densidad constructiva, cambios específicos de usos del suelo en las distintas zonas de éste, pérdida de vegetación y privatización en algunos casos del espacio público, ya que al patrimonio se le ve como objeto con valor comercial. Como ejemplo mencionaremos el caso del parque de Santa Lucía, espacio en donde se ofrecen los jueves las serenatas yucatecas, actividad cultural que hace 55 años se realiza. Alrededor del parque existen edificaciones con portales, que después de muchos años de abandono fueron intervenidas por su propietario, siendo el nuevo uso asignado del ramo restaurantero, que propició con el paso del tiempo la apropiación de la mayor parte del espacio público por su mobiliario, solo dejando el espacio necesario los días de eventos –ante la complacencia de las autoridades municipales– quitándole de esta manera el derecho de uso y disfrute de este parque a la sociedad. (Figura 2)





Figura 2. Ocupación comercial del espacio público en el parque de Santa Lucía. Fuente: <https://media-cdn.tripadvisor.com/media/photo-s/11/98/d6/e4/vista-del-exterior.jpg>

No era la primera vez que se ocupaba un espacio público, ya que cuando se promocionó el programa El Nuevo Corazón de Mérida, se realizó la ocupación de la calle 60 por restauranteros y hoteleros, con mobiliario unificado, pero en determinados días y a determinadas horas, cosa distinta al caso de Santa Lucía. (H. Ayuntamiento, 2009, p. 37) (Figura 3) Sin embargo esto permitió el goce de la calle, que en condiciones normales de tránsito no es posible realizar por el congestionamiento que sufren. Otra acción encaminada a la comercialización de los espacios públicos se produjo en 2014, cuando el Ayuntamiento otorgó permiso para dicho fin en los lugares donde se realizaban eventos como la Noche Blanca, la Serenata Yucateca y el Callejón del Congreso, con el objeto de otorgar al centro histórico “un aire cultural”. (H. Ayuntamiento de Mérida, 2015, p. 88)

Al ir aumentando los eventos culturales en el centro histórico como parte de la promoción turística, los espacios públicos como calles y plazas del centro histórico se han convertido en escenario de las mismas, donde no solo los visitantes participan, sino también los habitantes de toda la ciudad, que acuden a estos espectáculos con los cuales se promueve igualmente la convivencia social e identidad meridana, aunque algunos de ellos brindan una imagen que no es auténticamente meridana, sino con fines de atracción

turística que se puede encontrar en todo el mundo como es el caso de los videomappings. (Figura 4)



Figura 3. Programa En el Corazón de Mérida, 2009. Fuente: Segundo Informe 2008-2009.



Figura 4. Videomapping “Piedras sagradas”.

Fuente:

<https://images.sipse.com/gNWSdLWUlcB08g18-vkCbJtLh2Q=/1654x1016/smart/imgs/012016/020116234ceda21.jpg>

Las acciones de conservación que desde antes del surgimiento de la promoción de la “marca Mérida” se habían realizado en el centro histórico han

continuado, en especial las de la imagen urbana y espacios públicos. En estos últimos no se han producido cambios drásticos en cuanto a su espacialidad y características generales en la mayoría de los casos y se han convertido en escenario de eventos culturales que les han dotado de nueva vida y uso, devolviéndoles las actividades de esparcimiento y ocio que antiguamente tenían para los antiguos habitantes y que ahora tienen la posibilidad de disfrutar todos los ciudadanos.

Si bien los eventos tienen como objetivo la atracción turística, esto no impide que sea la sociedad meridana la que los disfrute y se conviertan en un elemento de cohesión social e identidad, aunque existen ejemplos, como ya hemos mencionado, en que se privatiza el espacio público, negando de este modo un derecho al uso y disfrute de éste. Muchas de estos eventos han sido creados y promocionados por las autoridades municipales, ya que lo que también se busca con la promoción de la marca es un impulso a las actividades económicas de la ciudad.

### **Campeche, patrimonio de la humanidad**

El 4 de octubre de 1540 se funda Campeche, su función fue la de puerto principal de la Península de Yucatán, mediante el cual se llevó a cabo la conquista de ésta, jugando un papel importante dentro de la organización del comercio marítimo colonial, ya que desde los primeros años la Península utilizó este puerto para el intercambio comercial con el extranjero y especialmente con Veracruz —el puerto más importante de la Nueva España— y con Cuba. (Quintana, Sandoval y Trejo, 1996, p.46) Formaba parte de la Gobernación, Intendencia y Capitanía General de Yucatán, compuesta además por las provincias de Mérida, Valladolid, Tabasco y Salamanca de Bacalar. (Báez, 1990, p.23)

La villa estaba conformada por el asentamiento español donde vivían los conquistadores y por los barrios fundacionales, siendo uno de ellos San Francisco, el lugar donde se asentó la antigua ciudad maya y el otro San Román, donde se establecieron los aztecas que vinieron junto con los

españoles. Posteriormente surgieron otros barrios “tradicionales”<sup>2</sup> que con el paso del tiempo conformaron el actual centro histórico. Los asentamientos que conformaban la ciudad se encontraban articulados por plazas, correspondiendo a la ciudad española central la plaza principal. De estas plazas surgían los entramados de calles que comunicaban los núcleos de población.

Las condiciones imperantes de la época, sobre todo en materia comercial, obligaron a contemplar en el siglo XVII la fortificación y amurallamiento de la ciudad de Campeche, de los cuales se tuvieron varios proyectos, pero al final se eligió el que contemplaba solamente a la ciudad española sin barrio alguno. La muralla que circundó a la ciudad española cortó la traza que hasta entonces existía, haciendo más notoria la diferencia existente entre el asentamiento español y los barrios. La plaza principal abierta al mar pasó a ser una plaza fuerte y cerrada.

Con las reformas borbónicas aplicadas a nivel urbano se tuvo la intención de recuperar el espacio público urbano y tener un control territorial, económico y social. La plaza se transformó físicamente, diversificando su uso con el objeto de quebrar el significado y la identificación única con el uso religioso, secularizándolo.

Durante la transición de la época colonial a la independiente, la estructuración de la ciudad se mantuvo relativamente igual. Los cambios que se van produciendo son los relativos a la eliminación de algunas funciones, sobre todo las que aludieran a la dependencia que América había tenido con España. Uno de estos casos lo representaba la horca o “picota” instalada en la plaza principal y que en Campeche fue destruida, al igual que los argollones colocados en la galería baja de la Casa Capitular “...por ser signos de castigos infamantes, contrarios a las ideas liberales preceptuadas por la Soberanía y la Constitución Política Monárquica”. (Álvarez, 1991, p.20).

La separación de Campeche de Yucatán, cuya intención se había manifestado desde el momento en que se integró el Congreso Constituyente mexicano de 1824, se hace realidad en 1861 cuando se emitió el decreto que

---

2 - Por tradicionales vamos a entender los que se establecieron durante el período colonial.

erigió al distrito de Campeche en estado, aun cuando ya éste se había separado físicamente desde 1858, produciéndose un decaimiento económico y demográfico de la ciudad. (Nicolín, 2007, p.15-17)

A finales del siglo XIX se llevaron a cabo transformaciones urbanas, siendo una de las más importantes el inicio de la destrucción de sus murallas y baluartes, debido en parte a los procesos modernizadores del porfiriato, siendo uno de ellos la higienización de las ciudades, pero también influyó la introducción de un sistema de transporte: el tranvía, con la consiguiente modificación de las calles.

Las demoliciones provocaron que el núcleo del centro histórico que antes se encontraba encerrado y prácticamente aislado del resto de la ciudad, ahora se viera como parte integral de ella, al menos visualmente, aunque la muralla marcó para siempre la morfología urbana.

Es en el siglo XIX cuando a los espacios públicos existentes se agrega uno más que fue la Alameda “Francisco de Paula Toro” en el barrio de Santa Ana, con el fin de que la población pudiese contar con más lugares de recreo. Igualmente, en las primeras décadas del siglo XX se construye el “Paseo de los Héroes” en el barrio de San Román y el ubicado entre el Baluarte de Santiago y el de San Carlos, que sería el preludio del malecón. El cambio de las plazas existentes por jardines y el mejoramiento de las calles de la ciudad, marcó el proceso de transformación de estos espacios públicos.

Con el crecimiento demográfico y urbano de Campeche y como consecuencia del “desarrollo estabilizador” donde el Estado asume la labor de regular el crecimiento de los asentamientos a través de elementos de planeación, se van planteando modificaciones a la ciudad que afectan al centro histórico y los espacios públicos que se encuentran en él. Es necesario mencionar que, como parte de las acciones de sus gobernantes, es en los principales espacios públicos de la ciudad donde se realizan las transformaciones de los diferentes períodos del ayuntamiento y sobre todo gubernamentales, tratando con esto de imprimir con cada gobierno un sello, una marca propia en la ciudad. Durante este período se lleva a cabo la construcción de los malecones de Barlovento y Sotavento, paseo que con sus

ampliaciones y transformaciones se convirtió en el espacio público por excelencia de los campechanos, ubicándose fuera del centro histórico.

La década de los sesenta del siglo XX marca la realización de una transformación radical urbana como parte de las acciones de planeación, donde los principales espacios públicos fueron objeto de modernización. Es en esta época cuando la plaza principal, ya convertida en área ajardinada desde el siglo anterior, sufre la pérdida de su valor simbólico al ser eliminadas las sedes del poder municipal y gubernamental. Del mismo modo sufren transformaciones los ahora parques de los diferentes barrios, con diseños acordes al movimiento moderno en boga y se construyen avenidas dentro del centro histórico, que modificaron la antigua traza de la ciudad, ampliando vialidades y aumentando la oferta de espacios públicos.

Poco a poco se comienza a dar importancia a la conservación del patrimonio edificado, en especial cuando en 1986 se declara una Zona de Monumentos Históricos en la ciudad, la cual estuvo sujeta a procesos de planeación específicos, aunque nunca se realizaron por completo los planteamientos en ellos plasmados, por cuestiones de índole económica y política. Sin embargo, se realizaron obras de conservación en las edificaciones más importantes y los espacios públicos; específicamente en el parque principal la intervención lo modificó reproduciendo una configuración histórica anterior, y en algunas calles se trató de simular un estampado de piedra, más acorde a la imagen que se pretendía crear en la ciudad.

En el período neoliberal, las obras de imagen urbana y rescate patrimonial se continuaron realizando, ya que se trataba de conseguir el reconocimiento de Patrimonio de la Humanidad que finalmente se obtuvo en 1999. Posteriormente las obras se multiplicaron transformando especialmente los espacios públicos. A partir del reconocimiento se vivió una época de intenso rescate y restauración patrimonial tanto de edificaciones puntuales de los géneros civil, religioso y militar, como de los espacios públicos: plazas, calles, paseos, plazoletas, etc.

Durante el mismo sexenio de gobierno estatal (1997-2003) en que se obtuvo el reconocimiento de patrimonio de la Humanidad, se propuso

posicionar el nombre e imagen de “Campeche, El Tesoro Escondido de México”, con fines turísticos; pero fue la marca Patrimonio de la Humanidad la que más contribuyó a la realización de acciones de conservación centradas principalmente en la recuperación de la imagen urbana y la conservación de las construcciones, civiles, religiosas y militares más importantes dentro y fuera del centro histórico.

Las intervenciones realizadas sobre todo en los espacios públicos transformaron su configuración e imagen, ya que gran parte conservaba características modernas, qué al parecer de los gobernantes no estaban acordes con la imagen de ciudad que querían crear y promocionar como parte de la marca Patrimonio de la Humanidad. Como ejemplo tenemos el parque del barrio de San Román, que aún conserva sus habitantes y que de imagen moderna pasó a la de una época anterior. Los parques de otros barrios también sufrieron alteraciones en este sentido. En el caso de los barrios las intervenciones no han propiciado un mayor uso por parte de los habitantes, salvo cuando se realizan eventos culturales o festividades tradicionales como la Feria de San Román. (Figura 5)



Figura 5. El diseño del parque de San Román de la década de los sesenta y en la actualidad. Fuente: archivo personal de la autora.

El mayor proyecto de intervención en el centro histórico campechano lo constituyó la reconstrucción de los antiguos tramos de muralla, donde se

introdujeron características que nunca poseyeron y que representó la destrucción de fuentes modernas, el cierre de calles y el rediseño de la avenida que rodeaba al recinto amurallado, además de la creación de espacios públicos, a los que bautizaron como “pasajes”. Todas estas obras se hicieron con un afán turístico, a fin de proporcionar a los visitantes un mayor número de “atracciones”.

Si bien los espacios públicos que se han transformado son usados por la población, existen otros que se han privatizado con la anuencia de las autoridades municipales. Este es el caso de la calle 59, a la cual se planteó convertir en un corredor cultural peatonal, aun cuando los vecinos no estaban de acuerdo con el cierre de calles. Al pasar el tiempo se fueron asentando en dicha calle servicios y comercios, especialmente los relacionados con el ramo restaurantero, que se fueron apropiándose de la calle, hasta abarrotarla, con el consiguiente perjuicio para peatones y vecinos.

Ante la invasión de este tipo de giros, la sociedad está totalmente desprotegida y tiene que sufrir la música a altas horas de la noche, la basura que dejan estos negocios y la transformación de la calle en una cantina al aire libre, que la tornan en zona no segura, lo que influenciará posiblemente la permanencia de las pocas casas-habitación que la zona tiene. (Figura 6) Existen otros casos de espacios públicos creados por la construcción de las murallas que han comenzado a ocupar los mismos giros de comercios y servicios, pero ninguno en grado extremo como el de la calle 59.





Figura 6. Calle 59 de Campeche. Fuente: <http://s3.amazonaws.com/campeche/wp-content/uploads/2018/04/26060843/Campeche-Hoy-59.jpg>

En el caso de Campeche, a raíz de la obtención de la marca Patrimonio de la Humanidad, se ha invertido más en la transformación material de su patrimonio que en la creación de atractivos turísticos culturales que refuercen la identidad, aunque éstos han ido aumentando, ya que de contar solamente con un espectáculo de luz y sonido de la Puerta de Tierra, se fomentaron festivales como el del Centro Histórico y de Jazz, igualmente se instituyó el programa “Música en todas partes” que se realizaba en las plazas tanto principal como de algunos barrios y los espectáculos de danza tradicional en el atrio del ex Templo de San José, entre otros.

La transformación espacial de los espacios públicos no ha coadyuvado al mayor uso por su sociedad y menos con visos turísticos, excepción hecha de los eventos culturales, que no tienen la variedad que Mérida ofrece. Se han creado nuevos espacios públicos como parte del proyecto de reconstrucción de murallas, pero son usados como lugares de tránsito de personas por ser algunos de ellos antiguas vialidades. También se ha producido el fenómeno de la privatización de espacios públicos, que no solo ha significado la negación de

su uso por parte de la sociedad, sino que también ha causado malestar en los habitantes de la zona donde se ha dado este fenómeno.

## **Reflexión final**

Si bien Mérida y Campeche son dos ciudades distintas, tanto en su origen como en su función, han experimentado procesos de evolución semejantes en algunos aspectos. Los espacios públicos por excelencia de los centros históricos de ambas ciudades han sido las plazas y calles que surgieron con características que fueron evolucionando en cuanto a la espacialidad y uso por la misma transformación de la sociedad y a los cuales se fueron agregando otros como las alamedas y los paseos y en el caso de Campeche, el malecón que no se encuentra en el centro histórico. Con el crecimiento de las ciudades los centros históricos de Mérida y Campeche sufrieron transformaciones funcionales que afectaron a sus centros históricos por el abandono de sus habitantes en algunas zonas y la terciarización de sus actividades, lo que influyó en el cambio de uso del espacio público.

Tanto en Mérida como en Campeche la etapa del “desarrollo estabilizador” significó el cambio de fisionomía de los espacios públicos, ya que los gobernantes en turno trataban de imprimir su marca en las ciudades por ellos administradas. Los centros históricos de las ciudades estudiadas fueron reconocidos por su valor patrimonial, realizándose las declaratorias correspondientes en la década de 1980, siendo este reconocimiento utilizado también como atractor turístico, en especial en el período neoliberal que se le visualiza como producto sujeto a comercialización a través de las marcas, marca-imagen, marca-ciudad y marca-Patrimonio de la Humanidad.

En Mérida el concepto marca influyó en los espacios públicos del centro histórico como potenciador de la conservación y uso de espacios patrimoniales, que con la terciarización de actividades y el abandono de sus habitantes habían decaído, sin mayor alteración de su espacialidad en la mayoría de las intervenciones. Si bien ya existían actividades culturales dirigidas principalmente a los habitantes, la aparición de la marca impulso

nuevas, con fines de atracción turística y mejoramiento económico, siendo el escenario de dichas actividades los espacios públicos, pero también de tipo comercial y de servicio que los privatizaron. El aspecto positivo fue que el disfrute de estos espacios no fue solo para visitantes, sino también para todos los habitantes de la ciudad. El aspecto negativo ha sido el de su privatización y comercialización.

En Campeche la marca Patrimonio de la Humanidad adquirida a principios del siglo XXI, potenció las actividades de conservación, pero también la construcción de falsos históricos en sus espacios públicos, con fines de atracción turística y de mejoramiento de la actividad económica. Se privilegió el rescate material de los espacios públicos que el del uso de ellos para la población a través de actividades culturales o lúdicas. Esto conllevó a que las modificaciones que sufrieran sus espacios públicos fueran mayores, así como las inversiones gubernamentales, propiciadas por el afán de contar con una imagen histórica en ellos semejante a la de su entorno, que ya contaba con un reconocimiento mundial. Igualmente se añadieron como espacios públicos las antiguas vialidades que se cerraron con la reconstrucción de las murallas, que se comenzaron a utilizar como vialidades peatonales.

Todos estos costosos cambios propiciados por la marca Patrimonio de la Humanidad, no se han visto reflejados en un mayor uso por parte de los habitantes o de los turistas que visitan Campeche, salvo en los que se ofrecen actividades culturales o sirven como vialidad peatonal. Lo positivo de las transformaciones han sido la creación de áreas peatonales. Lo negativo ha sido que, a la inversión realizada, no ha correspondido un mayor uso y disfrute de los habitantes y turistas, y si la privatización de espacios públicos, lo cual impide ejercer el derecho que como ciudadanos se tiene al goce de ellos y también son una forma de comercializarlo.

Podemos entender en esta comparativa que la marca ha influido mas en la transformación espacial del centro histórico de Campeche, Patrimonio de la Humanidad, que en el de Mérida que no lo es, aunque no ha sido benéfica en cuanto al mayor uso y disfrute de sus habitantes.

## Bibliografía

ÁLVAREZ, Francisco. **Anales históricos de Campeche**, Tomo I. 2ª. Edición, Mérida: Ayuntamiento de Campeche, 1991.

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION. **Branding**. Disponible en <https://www.ama.org/topics/branding/>. 2021. Consultado el 29 de mayo de 2021.

BÁEZ, Mariano. **Campeche. La otra puerta de México**, Xalapa: Gobierno del Estado de Veracruz, 1990.

CARRIÓN, Fernando. Espacio público: punto de partida para la alteridad. EN: VELÁZQUEZ, Fabio **Ciudad e inclusión: por el derecho a la ciudad**. Colombia: Fundación Foro Nacional por Colombia, Fedevivienda, Corporación Región, 2004, p.54-79.

DOBNI, Dan. y ZINKHAN, George. In Search of Brand Image: a Foundation Analysis. **Advances in Consumer Research**, 17, p. 110-119, 1990.

FLORIÁN, Loreto y SANZ, Gema. **Evolución de la terminología del marketing de ciudades**. Disponible en <https://cvc.cervantes.es/lengua/aeter/comunicaciones/florian.htm>. 2005. Consultado el 20 de mayo de 2021.

H. AYUNTAMIENTO DE MÉRIDA. **Segundo Informe 2008-2009**. Mérida: H. Ayuntamiento de Mérida, 2009.

H. AYUNTAMIENTO DE MÉRIDA. Reglamento de Fomento Económico del Municipio de Mérida. **Gaceta Municipal**, 60, p. 57-68, 2009ª.

H. AYUNTAMIENTO DE MÉRIDA./ **Informe de Gobierno Municipal. Mérida 2010-2011**. Mérida: Ayuntamiento de Mérida, 2011.

H. AYUNTAMIENTO DE MÉRIDA. **3er Informe Ayuntamiento de Mérida 2012-2015**. Mérida: Ayuntamiento de Mérida, 2015.

H. AYUNTAMIENTO DE MÉRIDA 2015-2018. **Plan Municipal de Desarrollo 2015-2018**. Mérida: H. Ayuntamiento de Mérida, 2015.

H. AYUNTAMIENTO DE MÉRIDA. **1er Informe Mauricio Vila Dosal. Alcalde de Mérida**. Mérida: H. Ayuntamiento de Mérida, 2016.

H. AYUNTAMIENTO DE MÉRIDA. **Segundo informe de resultados Mauricio Vila**. Mérida: H. Ayuntamiento de Mérida, 2017

KOTLER, Philip. **Análisis, planeación, implementación y control**. 8ª edición, Pearson: Northwestern University, 2001.

NICOLÍN, José. **La División de Territorio en Yucatán**. México: Gobierno del Estado de Campeche, 2007.

PERAZA, Marco. **Espacios de identidad. La centralidad urbana y el espacio colectivo en el desarrollo histórico de Yucatán**, México: Universidad Autónoma de Yucatán, 2005.

PERAZA, Marco. **El origen reparador. El Centro Histórico en la Mérida Moderna**. Mérida, México: Universidad de Yucatán, 1997.

QUINTANA, Rafael, SANDOVAL, Emilio y TREJO, Fernando. **Historia de Campeche**. Campeche: Gobierno del Estado de Campeche, Secretaría de Educación Cultura y Deporte, 1996.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. **Diccionario de la lengua española**. Disponible en <https://dle.rae.es/marca>. 2020. Consultado el 15 de mayo de 2021.

VALLS, Josep-Francesc. **La imagen de marca de los países**. Madrid:McGraw-Hill, 1992.

VELA, Jordi. Fundamentos conceptuales y teóricos para marcas de territorio. **Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles**, 62, p.189-211, 2013