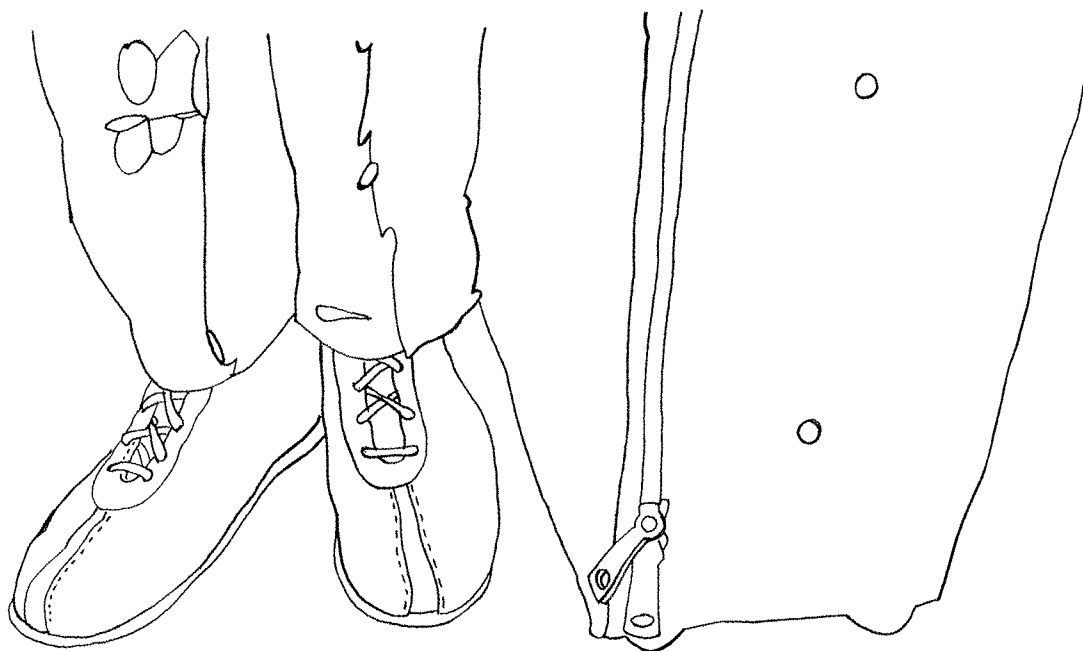


Lugar de pasajeros

María Rossi Idárraga*

sección especial



Palabras clave:
pasajeros, tiempo,
espacio, movimiento,
comunicación,
globalización.

Recibido: 21-09-04
Aprobado: 05-10-04

* Antropóloga de la
Universidad de los
Andes (Colombia).
Actualmente está
vinculada a la
Fundación Etnollano.

RESUMEN

Este artículo analiza el transporte público en Bogotá como una experiencia en la que intervienen relaciones sociales, políticas, estéticas y morales en el proceso de moldear la conducta de los pasajeros para adecuarla al espacio y al movimiento urbanos. Muestra el carácter global del transporte desde la formación y la organización de sus estructuras físicas, así como en sus diferentes maneras de servicio y en su influencia sobre el pasajero, su cuerpo y su conducta. Propone que los buses son espacios de comunicación que recrean el orden urbano, espacios en los que se ejerce con convicción, en desacuerdo o en transgresión, la política vigente. Por último analiza los vehículos de transporte, lugares en movimiento, como lugares de la globalización, de la circulación constante de personas, mercancías, conocimiento y mensajes, y al pasajero en ese lugar como el sujeto de la globalización en Bogotá.

ABSTRACT

This article analyzes the public transportation of passengers in Bogotá as an experience in which social, political, esthetic, and moral relations interfere and participate when moulding the passengers' behavior in order to adequate it to urban space and movement. It shows the global character of the transportation system by viewing its organization and its material structure in its different ways of service and by paying special attention to its influence on passengers, their body, and their behavior. It also states that buses are urban communication places that represent urban organization where citizens experience current politics. Finally it analyzes the vehicles as moving places, especially as globalization places, formed by constant circulation of people, knowledge, merchandise, and messages. The result is a view of passengers as globalization subjects in today's cities.

MARÍA ROSSI IDÁRRAGA

Situación del análisis

El objetivo de la investigación que da pie a este artículo (Rossi, 2003) fue mostrar que el transporte público cotidiano es, además de una necesidad funcional, una práctica social, cultural y política mediante la cual los bogotanos habitan rutinariamente Bogotá, con todo lo que *habitar* implica en relación con el espacio, el tiempo y el orden social, orden social en el que se manifiestan los procesos que vive la ciudad, en el que el transporte es el lugar de la globalización y en el que se hace referencia a tiempos y espacios ajenos, a rutinas del mundo en general, y se inducen y adoptan conductas homologables con las de seres anónimos de cualquier lugar del mundo.

El lugar de observación y análisis escogido son los vehículos de transporte público de Bogotá, agrupados de acuerdo con los dos sistemas vigentes que están en proceso de cambio. El primero, por antigüedad, es el sistema de buses de servicio colectivo, compuesto por buses ejecutivos, busetas, colectivos y microbuses, y el segundo es el servicio masivo de la Empresa de Transporte del Tercer Milenio (Transmilenio), compuesto por buses articulados, buses alimentadores, estaciones y portales.

Metodológicamente se trabajó con dos perspectivas. Para la definición y la ubicación del lugar de observación y análisis se trabajó a partir de la propuesta de la *etnografía multisituada* de George Marcus (1995), definiendo el problema de investigación a partir de una rutina concreta, entendiéndola como una “formación cultural” dentro de un sistema, tratándola en varias localizacio-

nes, en distintas maneras de manifestarse y con diferentes formas de análisis. Esta primera perspectiva pretende mostrar el carácter global del transporte según sus procesos de estructuración y en sus diferentes maneras de servicio, situándolos en su influencia sobre el pasajero. Después de realizada esta localización múltiple, el análisis se ubica en un lugar en movimiento, ideal para hablar de la globalización y de la circulación constante de personas, mercancías, conocimientos y mensajes.

Esta definición del lugar llega a los pasajeros como sujetos de análisis, a cómo las normas, la forma del espacio, los mensajes en circulación y la experiencia del movimiento son mecanismos que moldean a las personas (Foucault, 1977), construyendo un cuerpo y una conducta para pasajeros que resultan siendo una forma de presentación de la persona en el espacio público cotidiano. Así, después de analizar ese proceso, el siguiente análisis es sobre las relaciones entre los pasajeros, que son parte de la construcción de esa conducta, vistas en parte como una presentación escénica, de acuerdo con Goffman (1971). Esos pasajeros se convierten en parte del lenguaje de ese espacio, un lenguaje con mensajes emitidos por sujetos anónimos y para sujetos anónimos, producto de procesos globales; como resultado, el pasajero es un sujeto de la globalización.

Para mostrar lo anterior, este artículo presentará tres tipos diferentes de datos o de descripciones de las situaciones tenidas en cuenta y realizará el análisis en cada nivel de aproximación: comenzará por la descripción situacional del transporte y las calles en Bo-

gotá, y de los dos sistemas en circulación; continuará con la descripción de los vehículos, el lugar de análisis, el movimiento y la estética, considerando las particularidades presentes; y finalmente hará la descripción del comportamiento, los cuerpos y las conductas de los pasajeros.

El transporte público en Bogotá

Desde diciembre de 2000, el transporte público de Bogotá se presta de dos maneras: el transporte público colectivo, operado por diferentes empresas, y el transporte masivo, que presta un servicio unificado. En el primero, los vehículos circulan por diversas rutas que están concentradas en catorce corredores viales de la ciudad (Jiménez, 2003), y el segundo circula por troncales adaptadas exclusivamente para los buses articulados (buses largos con una articulación de resorte en el medio).

Entre los buses de servicio colectivo en Bogotá se distinguen a grandes rasgos cuatro tipos de vehículos: los buses ejecutivos (paseaje de 1.100 pesos), las busetas de servicio corriente (1.000 pesos), los colectivos (1.200 pesos) y los buses de servicio corriente (900 pesos), todos los cuales cuestan 50 pesos más en horarios nocturnos y festivos. Los de mayor tamaño y capacidad de pasajeros son los ejecutivos y los buses corrientes, y los siguen las busetas, los colectivos grandes y los colectivos pequeños. El sistema estandarizado de Transmilenio es el que mayor capacidad de pasajeros tiene y se compone de cuatro elementos: portales, estaciones, buses rojos articulados

(principales) y buses verdes (alimentadores). Los portales se encuentran en los extremos de las rutas y se conectan con los alimentadores y las rutas intermunicipales. Las estaciones se encuentran a lo largo de todos los recorridos.

El transporte en la ciudad está cambiando: se está reduciendo el número de vehículos de transporte público colectivo y han aumentado las vías y los vehículos de Transmilenio, sistema cuya demanda ha llegado más allá de las expectativas y los pronósticos; ahora la forma de moverse por Bogotá es más ordenada, más disciplinada, más segura y más vigilante.

Como parte estructural del funcionamiento de la ciudad, el transporte depende del orden social vigente. Por eso no son sólo la distancia ni las condiciones geográficas las que definen el trayecto, son la posición social, la hora del día y la situación económica los que determinan el tiempo gastado en viajar. Además, en su mayoría, son personas de escasos recursos las que habitan en la periferia de la ciudad y sus integrantes no disponen de vehículos particulares, no pueden escoger con facilidad el lugar de trabajo de acuerdo con la cercanía al lugar de residencia, ni tampoco la ruta según su agrado sino según su precio. De modo que la organización del transporte, igual que la globalización, se experimenta como reorganización de las diferencias socioeconómicas en el sistema mundial o urbano (García, 1997). El sistema unificado de Transmilenio pretende favorecer a quienes deben hacer rutas más largas, pero también reorganiza de acuerdo con la oferta y la demanda en gran-

des c
ende
¿Cón
nario
releva
dades
sario
a día
gar n
ciuda
te cor
recom
mient
en el
espaci
el veh
de la
Los re
jes a ti
ser rec
(1996
lugar
tambi
vés de
la ciud
bién d
nas po
“zonas
distanc
24).
Así se
transp
tas, en
referen
dad po
dad y e
que lle
un lug

ores).
emos
enta-
as es-
todos

ando:
ículos
n au-
[trans-
egado
nósti-
ogotá
ías se-

mien-
de del
n sólo
ráficas
sición
conó-
astado
n per-
tan en
ites no
o pue-
trabajo
le resi-
agrado
a orga-
globali-
ización
el sis-
97). El
preten-
r rutas
iza de
n gran-

ÁRRAGA

des corredores viales que centralizan y, por ende, excluyen.

¿Cómo los buses en la calle se vuelven escenarios de la globalización? Primero, por la relevancia que el tiempo adquiere en las ciudades actuales, por el movimiento. Es necesario desplazarse por ellas, a través de ellas, a diario. El transporte es finalmente el lugar móvil de la ciudad en el que todos los ciudadanos participan, el lugar que realmente comparten con desconocidos, por donde recorren la ciudad. Es un lugar en movimiento y un no-lugar¹ (Augé, 2001), porque en el transporte el tiempo vale más que el espacio, la distancia se mide en tiempo y el vehículo es sólo lo que separa dos lugares de la ciudad, un intervalo cotidiano.

Los recorridos cotidianos son también viajes a través de la ciudad, que está hecha para ser recorrida; de acuerdo con García Canclini (1996: 11), “la ciudad moderna no es sólo lugar de residencia y de trabajo; se ha hecho también para viajar: a ella, desde ella y a través de ella”, generando un conocimiento de la ciudad no sólo de relaciones sino también de lugares y personas extrañas, de zonas por las que se pasa siempre sin detenerse, “zonas que no [se] conocen sino desde la distancia y la fugacidad del vehículo” (1996: 24).

Así se construye el carácter de *lugar* en el transporte, que instala a los pasajeros en rutas, en calles de la ciudad, y ahí forma una referencia a la ciudad entera; es por la movilidad por lo que conecta los lugares de la ciudad y en esa medida es una senda, un camino que lleva de un lugar a otro y, como tal, es un lugar también. El movimiento localiza

dentro de la ciudad, mientras el lenguaje del sistema de transporte localiza fuera de la ciudad, hace del transporte un fenómeno global para pasajeros solitarios, para espectadores.

La movilidad, más que la posibilidad real de conocer, recorrer, estar en otros lugares, hace referencias múltiples a ellos y con eso a nuevas construcciones del espacio y el tiempo, y por ende a nuevas experiencias del movimiento. El no-lugar mencionado es un lugar de circulación con una ruptura entre tiempo, espacio y distancia, sin protagonismo histórico, político o personal en la vida cotidiana de la ciudad, en el que se presentan formas de reconocimiento y de orden social, de política y de historia, respecto a la situación social y al mundo entero a su alrededor, a nuevas formas de identidad que corresponden no sólo a la situación de Bogotá sino también a las formas de viajar y de moverse en el mundo entero.

El movimiento genera posibilidades de imaginar la ciudad, muestra fragmentos, fachadas cotidianas de desconocidos, de lo que cada pasajero considera diferente dentro de su ciudad, y con ello también de lo que tienen de “inabarcable e incommensurable” la variedad de escenarios que se recorren rutinariamente (García, 1996: 31). Por eso mismo, la contemplación de la movilidad implica una práctica de traducción y transposición, porque la multiplicidad de lugares es también multiplicidad de lenguajes y de actores. Y para ello el sistema de transporte emplea su propio lenguaje, que se describirá más adelante.

¹ El no-lugar es un concepto, tomado de Marc Augé, que en términos generales se refiere a donde no se presenta reconocimiento o apropiación del espacio ni hay referencias históricas, sociales o culturales. Es un “lugar” que carece de las características que suelen atribuírseles a los lugares.

Imágenes, huellas y funcionalidad

La forma que actualmente se da al espacio público es producto de procesos sociales y culturales en ciudades del mundo entero; dentro de esos procesos, los buses son espacios semipúblicos (Delgado, 1999) con precio de entrada. Las calles son el espacio público del movimiento y, en relación con las actividades cotidianas de muchos ciudadanos, están *afuera*: son el espacio de uso que no requiere sentidos ni profundidad, que recorre cualquiera mientras experimenta el movimiento y la presencia de los otros (Joseph, 1988). Las calles y los vehículos son el lugar que se repite en todas las ciudades actualmente, el no-lugar que tiene un sentido social, considerando que “la gran ciudad no es el escenario de la pérdida irremediable del sentido. Es un medio en el que las identidades se dejan leer en la superficie, en el que ‘lo más profundo es la piel’” (Joseph, 1988: 48).

El transporte público es el tránsito por la ciudad y su forma está marcada por la de las calles: los vehículos deben corresponder a las vías que recorren y a la vez separar al pasajero de ellas, distanciarlo de los peatones, protegerlo y, sobre todo, llevarlo más rápido. Por eso el usuario es pasajero: porque existe únicamente mientras permanece en espacios transitorios, mientras la funcionalidad del espacio corresponde a sus necesidades de desplazamiento. Los vehículos presentan un lenguaje particular al que el pasajero se acomoda por obra de esa re-

gulación y resultan ser medio de procesos comunicativos de diferentes tipos y alcances. El transporte intraurbano, localizado, está enmarcado por un lenguaje global en el que se viaja constantemente, con lenguajes primordialmente visuales, con códigos espaciales en los que la forma del espacio es un tipo de información peculiar pero a la vez principal, una información pasajera que evita cualquier forma de permanencia y lleva al anonimato.

Estando todo eso enmarcado en el afán, la nueva forma insuficiente del tiempo acorde con la sobremodernidad planteada por Marc Augé, las nuevas posibilidades de velocidad y el alcance del transporte no implican más lugares para conocer ni más tiempo para recorrerlos: implican un exceso de posibles actividades y lugares y una escasez de tiempo para ello, que hace que éste tenga más importancia que el espacio; esos lugares por ver quedan en un segundo plano del que posiblemente no podrán salir.

El lenguaje del transporte público es estético, visual, y en él podrían señalarse tres lenguajes diferenciados: primero, la decoración de los vehículos, mensaje emitido por el dueño de cada uno de ellos; luego, los grafitis, mensajes emitidos por pasajeros que, por serlo, son anónimos; y por último la forma del espacio, la disposición de las sillas, las barandas, las ventanas y la luz, mensajes de varios emisores (la empresa de transporte, el dueño del vehículo, el conductor, la alcaldía), producto de los valores que corresponden al servicio (funcionalidad, limpieza, respeto, etc.). Cada uno de estos tres lenguajes tiene características sociales y políticas pro-

pías
lar
ciar

La

Los
tivo
due
una
pert
y es

teriz
que
pio
jero

las i
un s
Esto
alego
(198

muci
apro
gran
buse
tas, c
se m

Com
incor

En él
sus c
los h

recibi
sentio
buses

(Ross
Los t
“com

LUGA

pías, construidas desde la situación particular del transporte en Bogotá y que denuncian los procesos que ésta vive.

La decoración de los vehículos

Los vehículos de transporte público colectivo son adornados y bautizados por sus dueños. Esto los individualiza y los lleva a una dimensión estética (Silva, 1986) que les pertenece a los transportadores bogotanos y es personal e íntima. Estos nombres caracterizan cada vehículo, haciendo que, más que un objeto, sea un lugar construido, propio del conductor o dueño, donde el pasajero tiene la posibilidad de ver el nombre y las imágenes como mensajes, incluso como un saludo.

Estos nombres son, según Silva, mensajes alegóricos “respecto al mundo y a la ciudad” (1986: 123). Los buses son masculinos, muchos desafían, alardean o son agresivos, aprovechando que son los vehículos más grandes que circulan por las calles; las busetas, en cambio, son femeninas y coquetas, consentidas; también son espacios donde se manifiesta la historia personal del dueño. Como propiedad, un bus o una buseta se incorpora a la vida, es residencia y sustento. En él el dueño expresa su vida sentimental, sus creencias religiosas y el trato que da a los hombres y las mujeres, por eso las busetas reciben calificativos como “coqueta”, “consentida”, “cariñosa” y “sardinita”, y los buses reciben los de “guerrero” y “rebelde” (Rossi, 2003).

Los buses ejecutivos y las busetas ofrecen “comodidad, elegancia y confort”², privaci-

dad y un “servicio ejecutivo”; aunque “ejecutivo” sea propiamente un bus grande, el término también aparece en letreros de busetas. Ejecutivos también son los almuerzos y las noticias³; dicha palabra es un calificativo de elegancia y estatus para lo popular, con los rasgos que se le atribuyen a una clase social alta. Como personaje, el ejecutivo es un profesional, un empresario de clase alta, acomodado social y económicamente; alguien que probablemente no usa habitualmente los buses. Como característica, lo ejecutivo es elegante, eficiente, exclusivo, moderno⁴; tiene poder, es refinado.

Concuerda, entonces, con “un lujo de servicio”. Por eso la tapicería es en tela, más cómoda y elegante, hay cortinas, arandelas con flecos que cuelgan del techo y en las ventanas, y, en el caso de las busetas, colores que combinan en el cuerpo del bus y la cabina del conductor. Pero están también los buses grandes de servicio corriente, llamados “cebolleros”. El nombre en ellos tiene el efecto contrario, se considera que son para personas con poco dinero por ser los más baratos, para pasajeros que pueden llevar todo tipo de paquetes (cartón, bombillos de neón, cajas de mercado, varas de madera, animales, etc.), y con ello ruido, alboroto, olores. El nombre “cebolleros” alude, entre la cantidad de cosas posibles que se llevan en esos buses, a los mercados con alimentos y al olor a cebolla del sudor humano, aunque por sus dimensiones son buses en los que circula mucho el aire, huelen siempre a polvo o humo más que a cualquier otra cosa. También se decoran y adornan.

² Tomado textualmente de un letrero visto en un bus en octubre de 2003. De aquí en adelante, todas las referencias al espacio y las descripciones serán tomadas del trabajo de campo de Rossi (2003).

³ En la emisora Melodía FM se presentan “Noticias para ejecutivos”.

⁴ En el sentido de estar a la moda, al día.

⁵ De acuerdo con lo que esté de moda. Hace cuatro años quienes vendían en los buses le regalaban al conductor un CD de adorno y los buses tenían colgados o pegados a la consola muchos, llegando a sumar quince o más; ya no es tan común verlos llenos de CD brillantes y los vendedores suelen regalarles cosas muy distintas.

⁶ Como zapatitos pequeños, para no tropezar, o Vírgenes que se iluminan al frenar.

⁷ "Dios cuida a este bus": mensaje escrito en la parte de atrás de la silla de un conductor.

Los adornos se fabrican deliberadamente para los buses siguiendo medidas y patrones determinados⁵. Además, hay amuletos⁶, frases⁷ e imágenes religiosas, especialmente de la Virgen del Carmen (santa patrona de los conductores) y del Divino Niño del 20 de Julio (protector y milagroso), y siluetas de Jesucristo. Mezcla de fe y convicción con riesgo, en imágenes de culto y protección al mismo tiempo. Todo esto es una aplicación de fe y fantasía, y un juicio estético; crea un escenario colectivo y una escena personal. Se mezclan en ella nociones de clase social, suerte, riesgo, fe y voluntad de exhibición; se lleva lo propio ante un público pasajero y se exhibe.

La imagen que resulta es la expresión de un gremio más la apropiación individual de un espacio cotidiano, es la creación de una segunda casa, mostrando que "las fronteras organizadoras del capitalismo moderno —entre lo público y lo privado, el trabajo y el ocio, lo personal y lo comunitario— no han sido aún establecidas: 'así como la sala de estar reaparece en la calle, así la calle migra a la sala de estar'" (Buck-Morss, 2001: 44). Como manifestación personal y colectiva, es una forma de cultura popular, de fantasía colectiva, en la que las mercancías con que se decora construyen imágenes colectivas y en la que "la fetichización de la mercancía y la fetichización de los sueños se vuelven indistinguibles" (Buck-Morss, 2001: 138). La decoración combina lo personal con lo digno de exhibición y para el pasajero todo esto es ajeno, pasa por ahí a diario sin reconocerse en el espacio; es sólo un espectador, experimenta, como parte de

la globalización, la posibilidad de no reconocerse en lo habitual, de pasar todos los días un rato en un lugar donde no es más que pasajero.

Como lugar, el vehículo de transporte hace de la estética un mensaje con circulación social y física y un lugar de expresión colectiva; al ser público, resulta apto para ser espacio de expresión social y política, donde se impone el orden de la ciudad en su tiempo y su espacio, en los lenguajes, los mensajes, el ruido, los vendedores, los grafitis, la publicidad y la reproducción de la conducta a la que todo esto invita.

Ocurre en los buses, como en otros fenómenos urbanos, que son al mismo tiempo algo objetivo y algo soñado (Buck-Morss, 2001; Silva, 1986), porque su recorrido pasa por las imágenes, los sonidos, los olores, el tiempo y los lugares, integrándolos como partes de la ciudad. Para quien los decora son una posibilidad de lucirse llevando a escena su poder, sus creencias, su manera de coquetear, su decoración y su gusto musical; el espacio interior se utiliza para emitir mensajes, es una oportunidad de afirmación pública. Por fuera, los buses tienen sólo los colores de la empresa, excepto por los nombres y algunos dibujos en la parte de atrás; la imagen exterior no se decora, es para identificar empresas y rutas, y por lo general no se cuida como objeto de exhibición, está llena de polvo; el gris cubre los demás colores dando una imagen opaca.

En muchos buses suena música, cada vez menos, de acuerdo con las nuevas políticas de respeto a los pasajeros; en Transmilenio no suena música. En ambos casos es una expre-

sión
gru
cult
por
una
bién
for
mer
ello
con
perc
del
nalic
sepa
nega
La e
ción
daña
pode
son l
y qu
dom
dos s
cio c
prese
a títu
expre
vicio
culo,
sisten
sión,
plem

Los g

El pa:
expre:
algun

LUGAI

sión social, mensaje y símbolo distintivo de grupos sociales. La música es una expresión cultural, una forma de entretención escogida por el conductor, por eso constituye también una demostración de autoridad. Es también un ritmo que mide el tiempo, una forma, entre muchas posibles, de experimentarlo corporal y conscientemente. Por ello, el silencio es igualmente una forma de control y autoridad, porque es obligatorio, pero representa una autoridad que está fuera del bus, que se fundamenta en la funcionalidad y el orden y que hace más radical la separación entre el tiempo y el espacio, y su negación dentro del vehículo.

La estética no es una posibilidad de decoración del espacio que tenga consecuencias aleatorias: es la manifestación de quien tiene poder sobre el espacio y, por eso, de cuáles son los valores que recrea, a quiénes se dirige y qué esperanzas tiene sobre el espacio que domina. De ahí la gran diferencia entre los dos sistemas operantes: mientras en el servicio colectivo cada vehículo es individual, representa oportunidades sociales y económicas a título personal y no tiene otro lugar de expresión diferente del bus mismo, en el servicio masivo el sistema prima sobre el vehículo, y los mensajes que se emiten sobre el sistema utilizan otros medios (radio, televisión, vallas, postales), que hacen del bus simplemente la parte operante del sistema.

Los grafitis

El pasajero no es un espectador pasivo: se expresa haciendo grafitis en los vehículos, algunos dirigidos a alguien, al chofer o a

los pasajeros, otros sin destinatario. Son mensajes para ser vistos, para expresar una presencia de grupos o de personas. Por lo general son mensajes, pocos dibujos y más palabras, abreviaturas, firmas, siglas o figuras de corazones con nombres o letras. Aun si van firmados son anónimos⁸, marginales, y mientras se ofrezcan como se ofrecen a la multitud serán, como mensaje, una expresión colectiva cuyo significado y resonancia son siempre sociales.

Según Armando Silva, los grafitis son "formas de comunicación que surgen en calidad de estrategias de ciertos sectores, los cuales, mediante su ejercicio, manifiestan su presencia real y representativa dentro de un grupo social" (1986: 13). Lo hacen dejando sus huellas en los buses, como expresión espontánea, en inscripciones y lenguajes urbanos. Hacer grafitis dentro de un bus es interpretar el espaldar como espacio escénico, apto para una producción cultural de mensajes; es tomarlo como espacio de transmisión, de divulgación o de diálogo potencial. Es también tatuar y enmascarar el lugar (Silva, 1986), apropiándose, dándole un significado distinto al anterior, que puede ser fugaz y desaparecer al día siguiente o durar meses en circulación por la ciudad y de la misma manera cambiar, ser reescrito y muchas veces leído.

Como acto comunicativo, motiva una respuesta, una interpretación o una pregunta; conforma espacios de comunicación, conecta con interlocutores anónimos, crea incertidumbre, se abre como posibilidad de imaginar al autor, sus motivos, la ruta, el recorrido, los lugares. Es una posibilidad

⁸ ¿Quién reconocería a quien firma?

de relacionarse. En las actuales ciudades el diálogo no depende realmente de la presencia física del interlocutor ni de su definición, puede establecerse un diálogo por escrito con un pasajero ausente, sin ver la cara del pasajero presente justo al lado, con quien es muy improbable entablar cualquier tipo de diálogo.

Aparece, por obra de la comunicación impersonal, el imaginario de la ciudad, de las personas que escriben en los buses: las iniciales de alguien en un corazón, declaraciones personales, amorosas y políticas, críticas, chistes. Un grafiti se lee desde sus propias características: su marginalidad, su movilidad, su fugacidad, su poca censura, su ironía o su humor y se conecta con las imágenes fugaces, los movimientos personales, los sueños, las imágenes del deseo, de los sueños colectivos. Hacer un grafiti es "responder a un deseo" (Silva, 1986: 38), enviar un mensaje, romper una regla. Por todo esto tiene poder político, estético y lingüístico. Integra en él la ciudad recorrida, transgredida y transgresora y la ciudad deseada, imaginada.

Los grafitis son huellas y formas de apropiación: "dejar huellas no es sólo un hábito, sino el fenómeno primero de todos los hábitos envueltos en habitar un lugar" (Benjamin, 1957). Ésta es una de las razones fundamentales que hacen del recorrido una modalidad de habitación de la ciudad; habitando los buses se presentan y conectan entre sí imaginarios colectivos. Por la circulación y la comunicación, los grafitis abren el espacio a la sospecha y a la ciudad imaginada (Silva, 1986).

Lo que se vive o se imagina en los recorridos diarios hace parte del imaginario colectivo, de lo que se espera y se sospecha de la ciudad: rutinas de la ciudad entera como fenómeno social, en las que se organizan lo público, la ciudadanía y el orden. "Si los viajes son un tipo de recorridos donde se organiza gran parte del sentido (común) que la ciudad tiene para los sujetos, por tanto de su cultura urbana, deben ser importantes para la constitución de lo que suele llamarse cultura política y ejercicio de la ciudadanía" (García, 1996: 110). Y lo son de maneras múltiples.

Esos lenguajes estéticos del transporte, primordialmente visuales, son producto de procesos sociales, políticos y morales. Sociales por su construcción colectiva, en la que participan los dueños de los vehículos, las empresas transportadoras, Transmilenio como sistema unificado y los pasajeros como un grupo indiferenciado en el que esos lenguajes encuentran interlocutor y sentido. Los mensajes mencionados no pueden separarse de su emisor, y parte del mensaje mismo son la forma y el lugar desde el que se emite; es significativo que en la ciudad capital el espacio público sea para diálogos de poder personalizados o institucionalizados y para interlocutores anónimos que emiten sus propios mensajes marginalmente.

Políticamente, el pasajero debe ser un receptor pasivo; por eso, cualquier mensaje, o es emitido fuera del recinto con los dueños o autoridades competentes, o tal vez hasta en los medios de comunicación, o es un mensaje marginal, transgresor, una forma de vanda-

ecorri-
colec-
a de la
como
izan lo
"Si los
nde se
n) que
tanto
ortan-
ele lla-
de la
lo son

te, pri-
cto de
es. So-
, en la
ehícu-
ansmi-
sajeros
el que
utor y
los no
rte del
ar des-
que en
ea para
dos o
utores
nensa-

recep-
e, o es
ños o
asta en
mensaje
vanda-

ÁRRAGA

lismo, porque el espacio público es un emisor anónimo y una autoridad, no un lugar para emitir mensajes. Su lenguaje es indicativo y regulador, es para ser obedecido. Moralmente, las propuestas estéticas se fundamentan en los valores que deben orientar el transporte público. En algunos casos es comodidad, elegancia, privacidad, lo que se espera de un "ejecutivo": un lujo de servicio. En otros es velocidad pues el tiempo es más importante que el espacio, funcionalidad, limpieza y visibilidad, porque "el aseo es salud" y la eficiencia es un valor, no simplemente una característica práctica, y se define dándole prioridad al tiempo sobre el espacio y al anonimato sobre las identidades.

La forma de los vehículos

La forma de los vehículos es el último aspecto estético mencionado porque se conectará directamente con el disciplinamiento de los cuerpos y las conductas de los pasajeros y con la experiencia de la globalización.

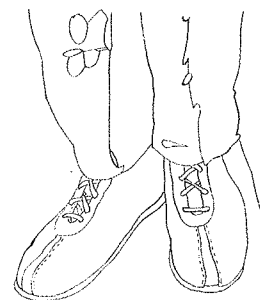
En las opciones de transporte actuales se presentan dos propuestas que invitan a comportamientos diferentes: una de visibilidad y vigilancia, higiénica y funcional, y otra de comodidad, menos visible, más privada y menos limpia, que incluye lenguaje verbal y visual. En términos generales, la primera corresponde al sistema de Transmilenio y a algunos de los colectivos grandes y de los buses nuevos (por ejemplo, los de la empresa de transporte Sidauto S. A.), y la segunda, al transporte tradicional: los buses de servicio corriente, los buses ejecutivos y las busetas.

LUGAR DE PASAJEROS

La función que le corresponde al espacio en cada caso es diferente. En el primero, la eficiencia, la rapidez, la higiene y la seguridad son los valores que sustentan un buen servicio. En el segundo, la comodidad, la privacidad y el lujo son los que sustentan un buen servicio, que también debe ser rápido pero apoyarse en otros valores.

Como lugares públicos son espacios de ordenamiento y funcionalidad, de formación del hombre público, cuyos mecanismos de control son la forma misma, la luz, los materiales y los colores en el espacio. Siempre el chofer tiene alrededor varios espejos para ver hacia atrás, a los pasajeros y la calle, para controlar.

En el caso del servicio colectivo, las ventanas permiten ver, parcialmente, hacia afuera y ser visto desde fuera, pero sólo a quien está sentado junto a cada ventana, pues el resto del bus está protegido por los espaldares de las sillas, las arandelas del techo, las cortinas, las calcomanías, el polvo y los colores oscuros y discretos. El espacio permite cierta privacidad frente a las miradas ajenas, interiores y exteriores. El cuerpo del bus, lugar de los pasajeros, tiene separaciones en cada fila, luces pequeñas y tenues que, por la disposición de las sillas, no alcanzan a iluminar todas sus partes; hay en general poca visibilidad hacia el interior, lo que permite ocuparlo clandestinamente, no ser visto. Todo esto manifiesta lo que corresponde al tratamiento dado a personas *incógnitas* (término que les da cierta distinción, diferente a decir personas *anónimas*). Como consecuencia, estos buses tienen poca visibilidad y dificultan el control; además suelen estar



territorios 13

⁹ *La de espacios amplios y despejados como los nuevos parques, plazas, ciclorrutas y andenes.*

¹⁰ *Frase final de prácticamente todos los vendedores que trabajan en los buses de servicio colectivo.*

sucios. Todo esto es ahora políticamente incorrecto, irrespetuoso para los pasajeros y algunas veces inseguro. Estética, política y moralmente ya no es conveniente, porque los valores que lo sustentan no son masivos ni pueden serlo fácilmente, porque aísla pero no vigila y porque individualiza a un sujeto que, dentro de la globalización, no es tal. En Transmilenio y en los colectivos grandes hay “vigilancia circunstancial” sobre sujetos anónimos, posible por las ventanas amplias e impecables y la luz abundante, por ser despejados y estar llenos de gente. Los materiales son plásticos y lisos, fáciles de limpiar, homogéneos e iguales en todos los casos. No reflejan a un propietario personal, son visualmente llamativos, evocan seguridad. Cada pasajero es visible tanto desde adentro como desde fuera; el control está en la imposibilidad de moverse (dados el poco espacio y el alto número de pasajeros) y en la posibilidad de ser visto constantemente.

La misma estética que se propone para renovar la ciudad⁹ sirve para vigilarla, precisamente porque su gran valor, la visibilidad, es una tecnología de control sobre los cuerpos (Foucault, 1977) que hace de ellos el objeto constante de control y, a la vez, el espectador constante. Cada pasajero se sabe observado porque tiene también la posibilidad de observar. Pero, aunque es prioritario, no sólo se vigila visualmente. Entre las nuevas reglas del transporte público el silencio es obligatorio. La norma es no poner música, pero el lenguaje es visual, no hay un interlocutor oficial en los vehículos, se prohíbe hablarle al conductor y los pasa-

jeros son anónimos, vigilantes y solitarios, así que el silencio es también vigilancia y control sobre su conducta y podría convertirse en una costumbre, aun para quienes viajan acompañados.

Se forman espacios que deben conservarse impersonales, “en los que no resulta fácil dejar una huella” (Benjamin, 1973: 153): pocas sillas, vidrio, metal y plástico. La densidad de uso exige una distancia vigilante respecto a los demás pasajeros y por ende un cuidadoso manejo de los cuerpos, que se regulan entre sí. En esta propuesta se aplica la noción de “el aseo es salud”¹⁰ (Rossi, 2003), y la limpieza y las ventanas significan, para el pasajero, respeto y seguridad y, para quien observa, la posibilidad de tener control. La eficiencia y la limpieza adquieren una presencia vigilante, son un mecanismo disciplinador que excede sus comienzos.

El pasajero

El comportamiento en los buses consiste en, con paciencia y sin dejar huellas, presentar una fachada acorde con el escenario; es una puesta en escena constante. Como la forma actual del espacio supone información para su uso y en sí misma constituye una por la intencionalidad de su producción, en la ciudad, al moverse por el espacio, el pasajero produce información; la forma del espacio brinda información (Santos, 2000) y es el lenguaje que la enmarca, que pone como espectador al pasajero frente a la “elegancia ejecutiva”, la modestia de los buses corrientes o la eficiencia global y le informa sobre quiénes se han apropiado del espacio urbano,

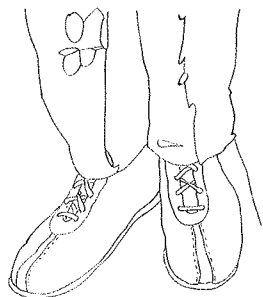
cómo lo usan, qué consideran bello, agradable y digno de mostrarse, cómo son las relaciones sociales, cómo deben ser en público, cómo se maneja el cuerpo en la calle, qué (de acuerdo con la feminización o la masculinización de los vehículos) se considera femenino o masculino y cómo son las relaciones humanas entre conocidos y, especialmente, entre desconocidos. El lenguaje es común pero, como se refiere siempre a ser desconocido y a tratar a los desconocidos, se utiliza de manera impersonal, evadiendo el reconocimiento.

El viajar es rutinario: “sobre todo en las horas de abigarramiento nocturno, presenta más bien a multitudes cansadas” (García, 1996: 25). Las personas no se relacionan entre sí, evitan cruzar miradas, no se tocan si es posible, si se tienen que tocar no se miran ni se hablan, y dejan ver de sí mismos rasgos muy generales: edad, sexo, vestimenta, accesorios, equipaje, tamaño, color de piel, estado de aseo, manejo del cuerpo y acompañantes. Entonces la gente se reconoce por estilos de consumo cultural (García, 1997). Un joven perteneciente a una clase social determinada y a un sexo debe seguir un patrón de conducta que indique eso: nadie sabrá su nombre pero podrá adivinar qué música oye. Son varias las posibilidades de reconocimiento impersonal, y la que se instala sobre todas ellas, la que juzga los cuerpos pasajeros, es la estética del espacio.

El pasajero es un practicante de lo urbano y, como tal, su actividad consiste en ocultar o apenas insinuar quién es, de dónde viene o hacia dónde va (Delgado, 1999). Las categorías de identificación son primordialmen-

te visuales y sirven para hacerse una idea totalmente impersonal de los demás y entablar una relación de indiferencia. Por su condición habitual, la conducta aprendida en ese lugar se involucra en el concepto de sí mismo de cada ciudadano, también porque “cuando un individuo aparece ante otros, proyecta consciente e inconscientemente una definición de la situación en la cual el concepto de sí mismo constituye una parte esencial” (Goffman, 1971: 258). Cada persona ya tiene un puesto apropiado en el orden social de la ciudad allí manifiesto y, como pasajero, presenta, recrea y reproduce la conducta que socialmente le corresponde en ese espacio, no a título personal sino en virtud de rasgos de género, edad, tamaño, clase social, hora del día y lugar donde se encuentra.

El lugar que el transporte global da al sí mismo, al pasajero, es el de un ser anónimo y disciplinado; allí cada sí mismo debe ser nadie. El transporte público es un espacio en el que se forma a los ciudadanos y se los disciplina y vigila constantemente. La experiencia diaria de una organización corporal y sus posibilidades visuales fomenta una imagen para el transeúnte o el fotógrafo y, sobre todo, una actuación para el pasajero; en ambos casos, unas relaciones concretas con el espacio, con los cuerpos de los demás en él, y una noción de cómo debe ser el comportamiento en público de la ciudad. Este movimiento hace parte de la construcción de las identidades urbanas, construyéndolas de una manera particular (lo que las hace urbanas, lo que les permite moverse por la ciudad, lo que muestra que con sus cuerpos hablan el lenguaje de la ciudad): la



forma como se representa públicamente cada persona, la forma como se comporta y la forma que da a su cuerpo. Este espacio es entonces una tecnología (Foucault, 1977) que construye el cuerpo de los bogotanos, ahora reformulada, orientada hacia cuerpos que hablan un lenguaje visual, hipervigilado e hiperregulado.

Aparecen nuevos rasgos de reconocimiento personal que, por obra de la tecnología, son de tipo global, aplicables a los completamente desconocidos y forzosamente cercanos e inmediatos, y aparecen en forma de relaciones de evitación sistemática habitual, llevando consigo los valores sociales y morales en los que las formas y las posibilidades de movimiento y desplazamiento de diferentes sectores sociales constituyen nuevos marcos de identificación e identidad para los ciudadanos.

La conducta del pasajero se moldea no sólo por la forma del espacio, ya que la organización del tiempo es también fundamental. El tiempo se ordena en calendarios, rutinas, costumbres, ritmos de trabajo y ritmos colectivos de vida (Bourdieu, 1977). La experiencia social de un tiempo no continuo sino ordenadamente fragmentado es la experiencia del orden (Foucault, 1999), que se manifiesta en dos aspectos: primero, en la asignación de un tiempo o un “momento” a cada cosa a escalas micro y macro: la existencia de un calendario y una esquematización de las horas del día; y, segundo, en la existencia de ritmos distintos en las actividades colectivas e individuales que marcan cada suceso, como producto de la ritualización de la acción, el orden y la frag-

mentación. La diversidad de los ritmos y de los momentos crea rupturas en las que “toda práctica es abruptamente alterada por la adopción de un nuevo ritmo” (*ibid.*).

El tiempo pasado habitualmente en un bus se enmarca dentro de esta organización en calendarios, horas hábiles y tiempo libre; es un momento del día a día que se hace necesario por la organización extensa de la ciudad, es un tiempo intermedio, ni ocio ni trabajo, que en cada caso tiene sus propios ritmos y en el que se inserta el pasajero al subirse: los ritmos de la espera, del tráfico, de la música, de la calle, etcétera.

El tiempo del transporte público tiene la forma del afán y la aceleración, rasgos de la sobremodernidad del mundo globalizado, donde el tiempo, en muchos casos, como en el transporte mismo, vale más que el espacio. Saber que ir de un lugar a otro en Bogotá en bus puede tomar el mismo tiempo que viajar hasta otra ciudad en avión, esperar sin hacer nada mientras llega, saber que la velocidad depende del precio: todo esto forma la experiencia de la movilidad.

Las nuevas formas de reconocimiento cotidiano, de relación con los desconocidos, resultan adecuadas a los sistemas de nuevas identidades globales. ¿Quiénes son los pasajeros? Comparten el bus con desconocidos, no hacen parte de una comunidad sino más bien de una multitud, están en el anonimato, la indiferencia y la extrañeza frente a los demás, que no son *otros* ni *diferentes* sino justamente aquellos con quienes se confunden (Heidegger, 1998).

Las sociedades modernas son sociedades disciplinarias, con tecnologías en todo tipo de

rela
urb
vari
cua
ne
obli
más
nom
cia e
espa
Con
sual,
la co
dista
fomo
los r
visib
de se
socia
de se
veloc
de re
mien
La id
en un
relaci
sajerc
nocin
como
en la
discip
comp
cide a
géneo
el espa
los otr
re dec

relaciones (Foucault, 1977). Las relaciones urbanas en el espacio público se regulan de varias maneras y construyen un sujeto adecuado a esos lugares. El espacio público tiene normas de uso, requisitos de acceso y obligaciones para quienes lo habitan, y además su forma, como se dijo antes, establece normas tácitas sobre los cuerpos. La vigilancia es uno de los mecanismos de control del espacio, pero es la forma la que coacciona.

Como el lenguaje es primordialmente visual, dejando sólo para casos de necesidad la comunicación verbal, facilita con ello la distancia entre los pasajeros; la vigilancia ahí fomenta una actitud pasiva de recepción de los mensajes en el espacio. La limpieza, la visibilidad y la homogeneidad en un lugar de servicio público promueven un orden social e incluso moral; se mezclan normas de seguridad con normas que facilitan la velocidad y la eficacia del servicio, normas de respeto, de cortesía, de buen comportamiento y de belleza.

La identidad de los sujetos como pasajeros en un mundo globalizado se forma en la relación con el espacio y con los demás pasajeros, y se manifiesta en la forma de reconocimiento y de aceptación moral del otro como pasajero, que depende de la manera en la que lleve su cuerpo de acuerdo con el disciplinamiento que el espacio impone. Si comprende bien el lenguaje del lugar y decide acatarlo será un pasajero ideal, homogéneo con los demás, pero sobre todo con el espacio que lo transporta, y será visto por los otros como adecuado. Y adecuado quiere decir no peligroso, buen ciudadano, de-

cente, inclusive más confiable que quien no comparte ese lenguaje.

La acomodación del cuerpo a ese lenguaje es el criterio de definición de pertenencia a un grupo, de formación del otro y de aceptación moral de las conductas. Se homogeniza al usuario sobre su propio cuerpo, se lo juzga en la medida en que se amolde. El nuevo espacio global es moralmente bueno y es un inquisidor. En respuesta, los pasajeros moldean su cuerpo y su conducta de acuerdo con el espacio, hablando el mismo lenguaje de los vehículos y presentando una fachada acorde con ese espacio particular. Ese lenguaje visual des-localiza al interlocutor, expropia y es homologable al lenguaje de un aeropuerto, ejemplo típico del no-lugar. Se construye el lugar de manera que no sea preciso hablar con nadie, de modo que las personas deban omitirse forzosamente.

El lugar de la globalización

Los lugares de la globalización son los lugares del movimiento: ése es el carácter de lugar propio de la globalización, que le devuelve al espacio su regencia, sus posibilidades de definición, que une el espacio y el tiempo según la forma acelerada y fracturada en la que actualmente se presentan, unidos y fracturados, no juntos sino superpuestos. Desde los buses, lugares del movimiento urbano, la percepción se aísla de la calle, escenario de la ciudad, y da prioridad a lo visual sobre los demás sentidos, generando “una correspondencia entre las operaciones de recorte y encuadre que hacen las fotos y el conjunto de experiencias desarticuladas que se obtienen

en una megaciudad” (García, 1996: 109) y haciendo del pasajero un espectador de la ciudad, un habitante-espectador.

El movimiento es corporal. En el movimiento del transporte la globalización recae en los cuerpos de los pasajeros, moldeándolos de acuerdo con las formas adoptadas por el tiempo y el espacio. El espacio resulta ser una tecnología en su condición de comunicador y, porque el espacio es una forma de comunicación, el movimiento es en él una forma de ese lenguaje; el movimiento resulta ser un decir, dentro de ese sistema de comunicación, que lo hace más o menos aceptable como un todo.

En la presencia misma de esas características está un sistema de organización social excluyente, pero con el encanto de promocionarse ante la ciudad como una nueva forma de respeto. ¿Es posible que el respeto sea discriminador? Es una de las pautas a partir de las cuales se juzgan los cuerpos de los pasajeros. Es también la búsqueda de hacer el espacio público amable para los bogotanos, que está instalándose como una mejor opción. En ese orden social, la estética, lo bonito, lo agradable, lo cómodo –en concreto, los valores morales que la sustentan–, son una construcción social y, como tal, resultado de una situación política en el sentido amplio de la palabra; reflejan que la ciudad hace parte de los procesos de globalización mundiales y que los ciudadanos están en proceso de acomodarse a ellos. Por eso, la transición de un sistema de transporte a otro genera cambios de las conductas y de los valores que las sustentan.

En el transporte como espacio público se presentan una politización de la estética y una estetización de la política, al darle forma al espacio urbano y con eso al comportamiento de los bogotanos. Y esta relación trasciende los límites de la ciudad: lleva a los pasajeros a los metros con estaciones de todo el mundo, a comportamientos asimilables en muchas ciudades y muchos idiomas, a una comunicación visual y a una identidad igualmente visual, impersonal, distante y globalizada.

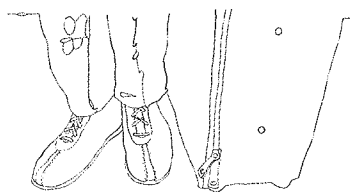
El pasajero se comunica corporal y visualmente siguiendo códigos globales, se relaciona con el espacio como mensaje en circulación y no se reconoce *con* o *en* el lugar sino se muestra como cualquier otra persona que a diario hace lo mismo; en la globalización, el sujeto y el vehículo particular pueden ser reemplazados por cualquier otro, mientras los mensajes y las identidades se conservan haciendo parte de un mismo escenario y de códigos de alcance mundial.

El lugar de la globalización ya no acepta dejar huellas. Incluso sería confuso el sinsentido de hacerlo, sería intentar habitar cualquier lugar, no un lugar concreto. La experiencia de ser pasajero del transporte público en Bogotá es la experiencia de habitar una ciudad globalizada, de hacer parte de un lenguaje urbano concreto, de adecuar el cuerpo a sistemas de organización espacial y temporal y el sí mismo a esa identidad urbana, de convertirse forzosamente en anónimo, de relacionarse hablando ese lenguaje espacial, de juzgar a los pasajeros dentro de ese parámetro, de priorizar el tiempo y de moverse de esa forma por el espacio.

Bibliografía

- Augé, Marc, 2001, *Los no-lugares, espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*, Barcelona, Gedisa.
- Benjamin, Walter, 1973, *Discursos interrumpidos*, Madrid, Taurus.
- , 1957, “Diario del 5 de mayo de 1931”, en *Ensayos escogidos*, Buenos Aires, Sur.
- Bourdieu, Pierre, 1977, *Outline of a Theory of Practice*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Buck-Morss, Susan, 2001, *Dialéctica de la Mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los pasajes*, Madrid, A. Machado Libros.
- Delgado, Manuel, 1999, *El animal público. Hacia una antropología de los espacios urbanos*, Barcelona, Anagrama.
- Foucault, Michel, 1977, *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*, New York, Vintage Books.
- García-Canclini, Néstor, 1996, *La ciudad de los viajeros*, México, Grijalbo.
- , 1997, *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo.
- Goffman, Erving, 1971, *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu.

- Heidegger, Martin, 1998, *Ser y tiempo*, Santiago, Editorial Universitaria.
- Jiménez, Pedro Luis, “La reorganización del transporte público en Bogotá”, en *Memorias del XII Congreso Latinoamericano de Transporte Público y Urbano* (octubre 27-31 de 2003), Universidad Nacional de Colombia, Transmilenio, Alcaldía Mayor de Bogotá, pp. 351-359.
- Joseph, Isaac, 1988, *El transeúnte y el espacio urbano*, Buenos Aires, Gedisa.
- Marcus, George E., 1995, “Ethnography in/of the world system. The emergence of multisided ethnography”, *Annual Review of Anthropology*, vol. 24 <<http://www.jstor.org>> (consultado en septiembre de 2001).
- Rossi, María, 2003, “Bogotá en movimiento: habitar la ciudad recorriéndola” (monografía de grado en Antropología), Bogotá, Universidad de los Andes.
- Se puede consultar en línea en <http://biblioteca.uniandes.edu.co/Tesis_2004_primer_semestre/00002639.pdf>.
- Santos, Milton, 2000, *La naturaleza del espacio. Técnica y tiempo, razón y emoción*, Barcelona, Ariel.
- Silva, Armando, 1986, *Una ciudad imaginada*, Bogotá, Universidad Nacional de Colombia.



CANJES INTERBIBLIOTECARIOS
Revista de Estudios Regionales y Urbanos – Territorios

Biblioteca “Francisco Uribe-Echevarría”

Sistema de Bibliotecas de la Universidad de los Andes • Teléfono: 3394949, ext. 2643, 2656

TÍTULO	INSTITUCIÓN
Agenda P&G de Planeación y Gestión	Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Tunja. Colombia
Análisis Geográfico	Instituto Geográfico Agustín Codazzi – IGAC. Bogotá. Colombia
Anotaciones sobre Planeación	Universidad Nacional de Colombia. Posgrado en Planificación Urbano-Regional. Bogotá. Colombia
Aportes para el Estado y la Administración Gubernamental	Asociación de Administradores Gubernamentales. Buenos Aires
ARC User: the Magazine for ESRI Software User	Environmental Systems Research Institute. New York
Biodiversidad: Sustento y Culturas	REDES-AT (Red de Ecología Social). Amigos de la Tierra. Montevideo. Uruguay
Bulletin de l'Association de Géographes Français	Association de Géographes Français. Paris
Caja de Herramientas	Corporación S.O.S. Colombia. Viva la Ciudadanía. Bogotá. Colombia
Ciudades	Red Nacional de Investigación Urbana. México
Coyuntura Social de Santa Fe de Bogotá	Secretaría de Hacienda-Alcaldía Mayor. Bogotá. Colombia
Convergencia: Revista de Ciencias Sociales	Universidad Autónoma del Estado de México. México
Desarrollo Regional y de Base	Idea, Bogotá. Colombia
Desde la Región	Corporación Región para el Desarrollo y la Democracia. Medellín. Colombia
Development and Change	Instituto de Estudios Sociales. La Haya. Holanda
Documentos Varios	Unidad de Documentación. Escuela del Hábitat Cepa. Universidad Nacional de Colombia. Medellín. Colombia
Documentos Varios	Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL Naciones Unidas. Santiago. Chile
Ecologista	Ecologistas en Acción. Madrid. España
Economía, Sociedad y Territorio	Colegio Mexiquense. México
Estudios Políticos	Instituto de Estudios Políticos. Universidad de Antioquia. Medellín. Colombia
Eure. Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales	Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago. Chile
Gestión y Ambiente	Facultad de Minas Instituto de Estudios Ambientales. Universidad Nacional. Medellín. Colombia
Instituciones y Desarrollo	Instituto Internacional de Gobernabilidad. Barcelona. España
Journal of Latin American Studies	Cambridge University Press. Londres. Inglaterra
La Era Urbana	Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo. Washington
Nueva Sociedad	La Revista. Caracas. Venezuela
Perspectiva Geográfica: Ordenamiento Territorial	Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Programa de Estudios de Posgrado en Geografía. Colombia
Reflexión Política	Universidad Autónoma de Bucaramanga. Instituto de Estudios Políticos. Bucaramanga. Colombia
Revista Foro	Fundación Foro Nacional por Colombia. Bogotá. Colombia
Revista del CLAD: Reforma y Democracia	Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo. Caracas. Venezuela
Revista Frontera Norte	El Colegio de la Frontera Norte de la Ciudad de Tijuana, B.C. México
Temas y Reflexiones	Corporación Universitaria de Ibagué. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Ibagué. Colombia
Urbana	Universidad Central de Venezuela, Instituto de Urbanismo, Instituto de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura. Venezuela