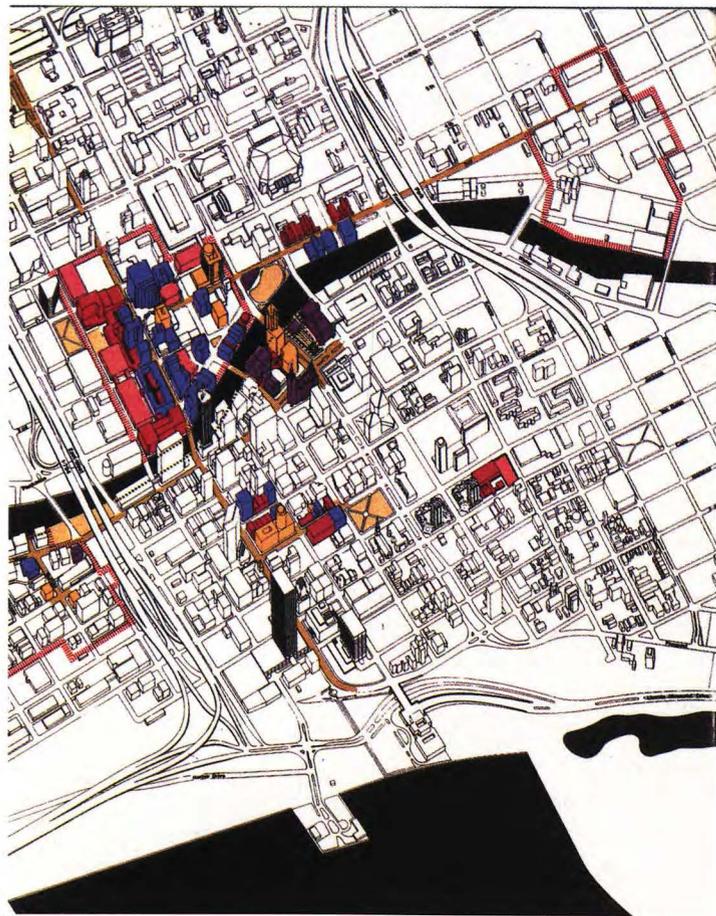


Los espacios peatonales comerciales

Descripción sistematizada de las distintas tipologías

Manuel C. Martínez Gutiérrez



The commercial pedestrian spaces

Jane Jacobs, Kevin Lynch and Yoshinobu Ashihara rediscovered, at the beginning of the 60's the authentic value of the European cities's positive urban spaces. They also analysed their vitality in contrast to the American negative

urban spaces.

These Europeans urban spaces and their values were characterized by a predominant mixed use in the city. This mixed use was expressed through the different activities wich took place in

Jane Jacobs, Kevin Lynch y Yoshinobu Ashihara redescubrieron, al principio de los años sesenta, el auténtico valor de los espacios urbanos positivos de las ciudades europeas. También analizaron la vitalidad de los mismos en contraste con los espacios urbanos negativos americanos.

Estos espacios públicos urbanos europeos y sus valores, se caracterizaban por una predominancia del uso mixto en la ciudad. Este uso mixto se expresaba, a través de sus diferentes actividades situadas en las edificaciones alrededor de unos espacios abiertos. Estos vacíos urbanos y las edificaciones correspondientes, fueron creados a su vez de forma incremental basándose en la memoria del contexto histórico anterior.

La vitalidad de las ciudades europeas se obtenía gracias a un énfasis de la actividad peatonal, acomodada mediante una racionalización del tráfico rodado y del transporte urbano en unos espacios públicos bien diseñados. Estos espacios públicos poseían un carácter positivo en relación con la escala humana y los valores estéticos y culturales del idealismo europeo en contraste con el pragmatismo de las nuevas sociedades americanas.

Un análisis de las tipologías de los espacios peatonales comerciales actuales, no se puede realizar sin tener clara y meridianamente determinadas la aportación histórica europea y el sentido pragmático de las sociedades más avanzadas.

Conceptos espaciales históricos como el Palacio de Diocleciano, el Foro Romano, la Plaza del Campo de Siena, las Ramblas de Cataluña, la Galería de Milán o la de Burlington en Londres, han tenido y siguen teniendo sus réplicas, en la ciudad moderna. El estudio urbano máspreciado para Louis Khan, que definió la calle como "una habitación por acuerdo", fue un estudio de los espacios abiertos tratados como sólidos sobre el Foro Romano.

El objeto de los espacios peatonales comerciales (los espacios más dinámicos de la ciudad) es, de forma primordial, poder atraer al público y congregarlos en unos espacios con más y mejores posibilidades para realizar las compras. A mayor calidad ambiental mayor éxito comercial. La intencionalidad es que los usuarios de estos espacios comerciales se relacionen y negocien en un ambiente distendido y de calidad. Con una mayor actividad y ambientes de gran calidad, se consigue un mayor crecimiento económico y un mejor bienestar para la sociedad y para la ciudad. Estos espacios peatonales comerciales pueden desarrollarse en espacios abiertos o interiores, públicos, semipúblicos o privados. Pueden también establecerse en las calles, en los espacios interiores de las manzanas o lejos de la ciudad.

the constructions and buildings that surrounded the open spaces. The urban voids and their respective buildings were then created in an incremental way based on the memory of the previous historical context.

The vitality of the European cities was obtained by emphasizing pedestrian activity through rationalizing traffic and transportation in well-designed public urban spaces. In contrast to the pragmatism of new American societies, Euro-

Otro concepto determinante en los más avanzados espacios peatonales comerciales ha sido el saber diferenciar y poder equilibrar el ámbito del tráfico rodado y el ámbito peatonal. Un uso indiscriminado del automóvil en detrimento del peatón no corresponde a una sociedad civilizada. Estos conceptos de domesticación del automóvil han sido reforzados por escritos y propuestas de Benton Mackaye y Bernard Rudofsky.

En esta sociedad de continuidad en los cambios de valores, obtener la domesticación del coche, mediante su encauzamiento, ha contribuido a que el peatón sea el auténtico protagonista de la ciudad. El coche ha sido para la arquitectura y el urbanismo lo que la fotografía ha supuesto de revulsivo conceptual para la pintura y la escultura. Este cambio fue decisivamente impulsado por la realización del informe Buchanan ("El tráfico en las ciudades"), publicado en el año 1963.

La calidad urbana de una ciudad se puede referir, en gran parte, a la calidad y existencia de espacios de carácter eminentemente peatonal.

Estas calidades urbanas se obtienen, gracias a una generosa y responsable contribución de las individualidades de cada edificio a la generación y regeneración de los espacios públicos de carácter positivo. Es necesaria una clara contribución de cada uno de los edificios a la totalidad de la ciudad dentro de un marco de entendimiento o expuesto de otra forma: la producción de la edificación y el movimiento dentro de la ciudad deben de sistematizarse y coordinarse.

En este artículo se delimitan los posibles tipos de espacios o ámbitos urbanos positivos y alguno negativo que ha tenido o tienen un importante impacto en la ciudad en ambientes predominantemente comerciales.

La calle principal

La calle principal es el componente urbano más vivo y de mayor actividad comercial.

En Europa y en Norteamérica y en casi todas las ciudades, la calle principal ha sido el lugar para aparcar y realizar las compras o los negocios hasta que, debido a las crecientes dificultades de tráfico, contaminación y decadencia comercial se abandonó el centro histórico de las ciudades. Ante esta situación aparecieron soluciones alternativas. Para intentar corregir esta situación, las calles principales se han amueblado, peatonalizado o semipeatonalizado, ofreciendo un aparcamiento selectivo, no congestivo y

una mayor seguridad para el peatón, recuperando unos espacios cívicos que se habían deteriorado o perdido.

El valor y lo que caracteriza a la calle comercial es la linealidad de las fachadas y, por lo tanto, la continuidad de los frentes comerciales y escaparates, manteniendo la atención del comprador y que proporciona una actividad continua en la ciudad. Estas cualidades fueron perdidas con los conceptos del congreso del C.I.A.M. y la idea de la Unidad de Habitación o "Torre en el parque" de Le Corbusier.

La calle comercial peatonalizada

Ante la problemática del conflicto entre el peatón y los vehículos, en numerosas ciudades europeas se eliminó el tráfico rodado de ciertas calles comerciales donde el problema surgía con mayor intensidad. Estos ambientes comerciales se cedieron al uso peatonal después de un estudio previo de viabilidad comercial y de haber encontrado una alternativa válida para el tráfico rodado desplazado.

Esta transformación se inicia antes de la Segunda Guerra Mundial (Limbecker, Strasse, Essen) y es en los años cincuenta cuando se amplían estas áreas (Kettwiger, Strasse, Essen) y se reorganizan las áreas centrales históricas, coincidiendo con la reconstrucción o su mejora.

Los pasos para conseguir esta transformación, son entre otros:

- Búsqueda de alternativas al tráfico rodado de paso existente, al tráfico de los compradores, de los servicios, de policía y de bomberos.
- Tratamiento paisajístico de la calle mediante pavimentos cuidadosamente diseñados, árboles jóvenes y replantados, jardinerías, bancos y distinto mobiliario urbano, iluminación de la calle y diseño de letreros y escaparates.
- Aportación financiera estatal, de la ciudad y de los propios comerciantes en proporción a la dimensión de la fachada a calle o metros cuadrados construidos.
- Incorporación de nuevas actividades en el nuevo espacio peatonal.
- Búsqueda de alternativas de aparcamiento a menos de una distancia de cinco minutos andando y control electrónico centralizado de los aparcamientos.
- Reordenación del transporte público y establecimiento de nuevas paradas de autobús y de taxis.
- Creación de un servicio central de embalaje.

pean public spaces have a positive character in relation to the human scale and the esthetic and cultural values of European idealism.

An analysis of the typologies of the current pedestrian commercial spaces

can not be done without having firstly clearly and well defined the European historical influence and secondly the pragmatic sense of the more advanced societies.

Historical spatial concepts as, for

example, the Diocletian's Palace, Siena's Piazza di Campo, Cataluña's Rambla or London's Burlington Arcade had and still have their replicas, as we see in the article, in the modern city.

One of Louis Kahn's (he defined the

street as a "room by agreement"), favorite studies was a space-as-solid study of the Roman Forum. The goal of the commercial pedestrian spaces and therefore, the city's most dynamic spaces is, mainly, to be able to attract the

- Renovación de los edificios en mal estado de conservación y preservación de los edificios históricos.
- Esculturas.
- Calles y pasos elevados.

La calle semipeatonalizada

Este tipo corresponde al concepto de la calle principal comercial que es transformada para favorecer al peatón, pero sin clausurar totalmente el tráfico rodado.

El proceso de transformación de la calle en una semipeatonalización es el siguiente:

- Creación de un nuevo sistema o programa de tráfico en la zona.
- Ensanche de las aceras existentes en una proporción muy amplia.
- Introducción de los siguientes elementos: amplias plantaciones de árboles en masa o en línea creando distintos tipos o áreas de parques, nuevas luminarias, cuidadosos anuncios, una esmerada señalización, amueblamiento urbano de calidad, pavimentos diferenciando zonas.
- Eliminación del tráfico vehicular de paso, permitiendo el tránsito del transporte público y de emergencia, controlando el servicio de transporte de mercancías. Esta circulación rodada se ejecuta generalmente sobre dos carriles mínimos que mediante un trazado sinuoso se ajusta a los límites de las superficies o áreas dedicadas a las distintas funciones y actividades que se crean en la calle o se pueda intuir que sucedan.

Con estas medidas se consigue, a través de una asequible financiación y sin grandes obras, los siguientes aspectos:

- Descongestión del centro urbano.
- Crear agradables espacios exteriores y parques urbanos, creando una mayor superficie peatonal.
- Aumentar la actividad en la calle y por lo tanto la interrelación personal, consiguiendo una mayor seguridad ciudadana.
- Reducir todo tipo de polución.
- Potenciar el transporte público.
- Reordenar el transporte de mercancías.
- Conseguir una mayor calidad urbana.

Nicollet Mall en Minneapolis, Madison Avenue Mall en Nueva York y Portland Mall en Portland son ejemplos de semipeatonalización de calles realizadas en Estados Unidos. Nicollet Mall demostró que el comercio, los vehículos y el peatón pueden

convivir gracias a un buen diseño realizado en este caso por el arquitecto y paisajista Lawrence Halprin.

La calle comercial con amueblamiento urbano

Esta tipología corresponde a la calle degradada pero con la suficiente calidad para que con una intervención mínima amueblada pueda recuperar su carácter urbano, conseguir la revitalización peatonal perdida y poder sentirse en un espacio más agradable casi "como en casa".

En algunas sociedades la vida en la calle es más voluntaria y pasiva que casi obligatoria y activa. Para contribuir a la revitalización del ámbito de la calle, estas se dotan de mobiliario urbano, sin quedar totalmente peatonalizadas y sin cambiar sustancialmente el tráfico. Para conseguir un mayor nivel de confortabilidad a los espacios peatonales se les dota de postes en los bordes de las aceras para delimitar el área peatonal y se les amuebla dotándoles de asientos, papeleras, árboles y plantas, buena iluminación y señalización. Los materiales a emplear se diseñan de una forma coordinada.

La plaza exterior

La plaza, como espacio cívico exterior ha sido consustancial con las actividades al aire libre de tipo gregario de las ciudades de la sociedad europea. Camillo Sitte fue el primero que analizó profundamente estos espacios urbanos relacionándoles y clasificándoles de una forma hasta entonces no usual, asignándoles un carácter propio positivo o negativo.

Mercados al aire libre, fiestas, costumbres y hechos cívicos, políticos y religiosos se desarrollan en un marco urbano único.

El concepto de plaza existente en la mayor parte de los conjuntos urbanos europeos, es difícil encontrarlas en las ciudades americanas. En las principales ciudades de los Estados del Este se crearon plazas que no llegaron a tener un pleno contenido cívico hasta en las últimas décadas. Cathedral Square en Boston, Union Square en Nueva York y Washington Square también en esta ciudad han tenido o tienen posibilidades de incorporarse al tejido urbano activo.

Fue sintomático de nuevos tiempos para la sociedad americana la creación en 1967 y en pleno corazón de Manhattan un modelo para una plaza urbana civilizada: Paley Park.

people and to congregate them in spaces with more and better possibilities for shopping. The better the environmental quality, the more commercial success.

The intention is that the users of

these commercial spaces can interrelate and do business in a relaxed atmosphere of great quality.

With heightened activity and a high quality atmosphere, more economic growth and a better feeling of well-

being are obtained for the society and for the city.

These commercial pedestrian spaces can be developed in open spaces or indoors, public, semipublic or private.

They can also be established on

streets, in interior spaces on city blocks or far from the city and in the middle of the most beautiful landscape.

Another important concept and a determining factor in the most advanced pedestrian spaces is to know to

En Nueva York de nuevo y en 1977 se crea una plaza exterior rehundida al construir el edificio del Citicorp Center como espacio de tránsito entre la ciudad y el atrio del edificio.

En Portland, Oregón, y en 1984 se rediseña una plaza existente en el centro de la ciudad con la intencionalidad de ser realmente utilizada por el público.

La plaza interior

Este concepto corresponde al “cuarto de estar” urbano, donde como en una plaza al aire libre la gente se congrega en un espacio público, resguardado de las adversas condiciones atmosféricas.

Este tipo entronca con la idea de que los edificios, o parte de ellos, sean una extensión de la calle y que, por lo tanto, exista una transición menos drástica entre el espacio interior y el exterior, logrando enriquecer la ciudad y el propio edificio.

Ejemplos de estos espacios pueden ser, en Nueva York: Gran Central Station y en Chicago: Civic Center.

Con la revitalización de la parte central de Kalamazoo, se creó en 1975 un complejo comercial con un amplio espacio interior cubierto, que la ciudad ha ido aceptando como su “cuarto de estar”. En este edificio se trata de reunir dos fuertes y tradicionales formas urbanas: la plaza mayor y el mercado. Los usuarios en este espacio actúan como continuidad de su actividad en la calle.

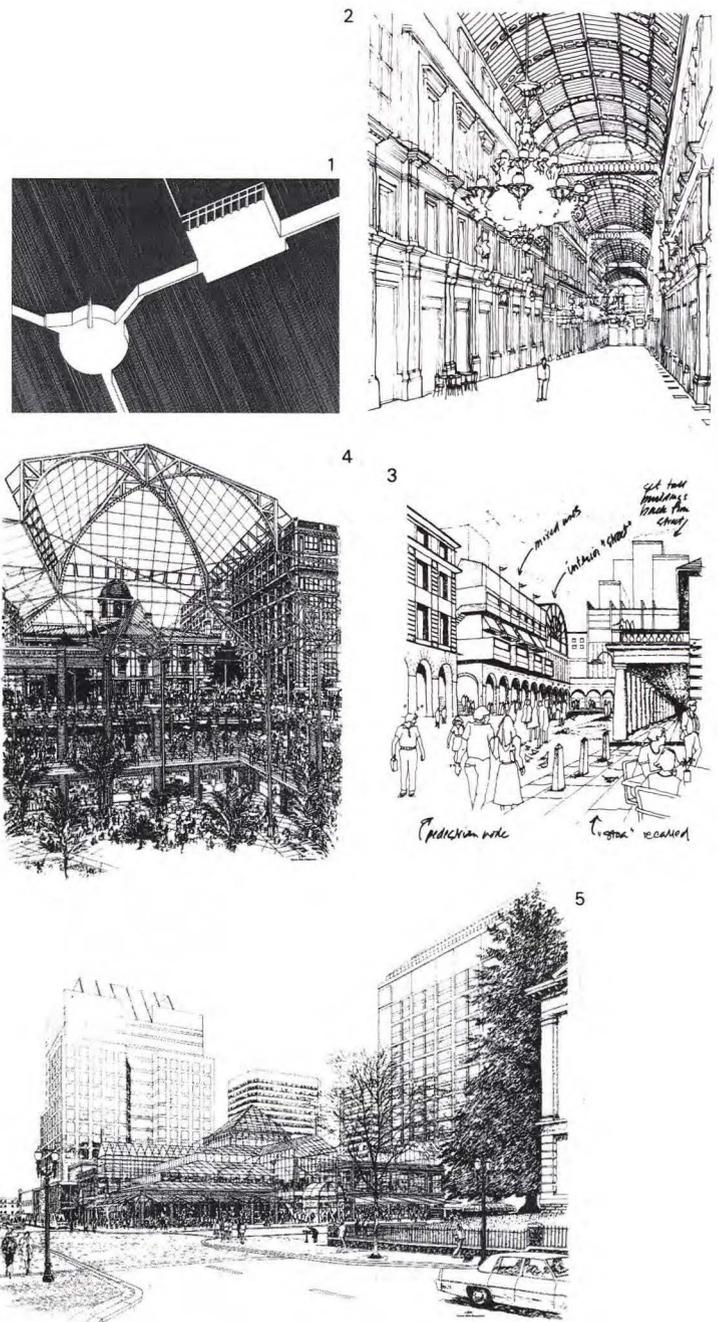
El atrio corporativo

Es un espacio semipúblico generalmente, de propiedad privada y que sirve de introducción del resto de la ciudad a los complejos edificatorios corporativos. Es una forma adicional de incrementar la imagen positiva corporativa.

Estos espacios son concesiones de las grandes empresas a la ciudad gracias a un urbanismo creativo y obtenido, generalmente a cambio de un mayor volumen edificado.

Este tipo de espacio peatonal fue creado por primera vez en el edificio de la fundación Ford.

Con este nuevo concepto se logra: uniones peatonales a mitad de manzana, mayor complejidad en los nuevos sistemas peatonales en la ciudad aparte de la trama existente, mayor porosidad a nivel de calle.



1. Ideograma de la aproximación formalista que toma en consideración el espacio público frente a lo anónimo del espacio construido, plazas, monumentos, fachadas aporcionadas forman parte del espacio exterior.
2. Galleria Mazzini, Génova.
3. Ideograma de una visión humanística del diseño urbano. Realizada por Kenneth Browne y publicado en la revista "West End".
- 4 y 5. Propuesta para un centro urbano multi-uso en Portland, Oregón. En esta solución el espacio público se integra dentro de la edificación.

differentiate and be able to balance the traffic realm and the pedestrian realm.

An indiscriminate use of the car in detriment to the pedestrian does not belong, to an advanced society. The concept about the domestication of the

car has been reinforced by Benton Mackaye's and Bernard Kudofsky's writings and proposals.

In this society of continuity in changing values the domestication of the car, through its channelling, has contri-

buted to the fact that the pedestrian can be the authentic protagonist of the city. The automobile has represented for architecture and urban design the same revulsive role that photography represented, for paintings and sculpture.

This change was decisively pushed forward by the writing of the Buchanan Report (the traffic in the Cities), published in 1963. The Urban quality of a city can be measured, in great part, by the quality and the existence of spaces or

El ejemplo por antonomasia es el atrio del edificio de IBM de Nueva York.

La galería

La galería, muy unida a la actividad comercial, es esencialmente una calle peatonal cubierta generalmente por vidrio y que une actividades de uso mixto con un fuerte carácter comercial. Las galerías históricas son la galería de Milán, la galería Mazzini de Génova y la Burlington Arcade de Londres.

En Estados Unidos se crean de nueva planta, o bien, aprovechando espacios libres o calles existentes. En 1916 Holabird and Roche concibieron para Milwaukee la Galería Plankinton, que fue reequipada en 1983. En Fort Wayne y en 1985, se incorporan sendas galerías comerciales para solucionar el tratamiento de una supermanzana. Estas galerías se introducen sobre las calles interiores.

Las calles peatonales elevadas

El diseño urbano humanístico inserta "calles aéreas" en el tejido urbano de las ciudades europeas congestionadas por el automóvil para facilitar el movimiento peatonal. Estos nuevos espacios peatonales se incorporan en grandes desarrollos de viviendas para potenciar la relación entre vecinos, y hacer más segura la vivencia de los espacios libres. En la nueva ciudad de Cumbernauld, fundada en los años cincuenta se crea dos sistemas separados de tránsito: uno peatonal y otro dedicado al vehículo.

En algunas capitales de los Estados Unidos y en los distritos comerciales y de oficinas, se crean auténticos sistemas peatonales elevados que llegan a duplicar a distinto nivel el sistema existente de calles. En algunos casos esta nueva trama peatonal superpuesta facilita la desertización del peatón en las calles, al carecer de una correcta solución de continuidad entre un nivel y otro.

El bulevar

Estas arterias, inicialmente barrocas, conllevan generalmente y por su capacidad un mayor tráfico que las normales. Los

bulevares son vías de tráfico desdobladas con amplios paseos peatonales y con sendas bandas ajardinadas y arboladas como un intento de introducir la naturaleza dentro de la ciudad.

Actualmente en ciudades europeas los bulevares que aún permanecen o se crean se han revitalizado comercialmente y cívicamente gracias a la inclusión de actividades mixtas: comerciales, institucionales y de ocio.

En Estados Unidos se introdujeron en las capitales más importantes del Este. En Chicago se creó en 1920 el llamado North Michigan Boulevard, ahora denominado la "Milla magnífica". En Philadelphia y a modo de bulevares se crearon otros viales denominados Park-ways como el Benjamin Franklin Parkway en Fairmount. En estos viales se introducían masas de arbolado lineales en forma de parque continuo.

La franja comercial

La franja comercial es la antítesis de una calle comercial orientada hacia el peatón.

Este concepto de vial comercial llamado "Strip" y dedicado casi de una forma exclusiva al vehículo rodado es de extracción esencialmente americana. Es una calle de gran anchura y generalmente con dos calzadas centrales cada una con tres carriles y dotada de amplias franjas de aparcamiento en batería lineales a ambos lados del vial. Todos estos elementos se encuentran separados por estrechas medianas. No existe movimiento peatonal excepto el necesario para dejar o recoger el coche del aparcamiento o esperar al autobús.

Los cables aéreos, postes, semáforos, farolas y multitud de anuncios de las actividades comerciales desarrolladas en los neutros edificios comerciales para atraer a los posibles clientes dominan la visión de este tipo de vial como elemento urbano.

El espacio cívico concebido como un espacio positivo de interrelación personal no existe; se ha perdido en interés del coche.

Las calles de servicio

Éstas calles son típicas de la trama urbana norteamericana y, originalmente, una concepción inglesa.

Forman una duplicidad de trama de calles estrechas situadas a media manzana entre la trama de las calles principales, uniendo

y dando servicio a los fondos de la parcela de cada manzana utilizados para desempeñar la función a la que habían sido designados: para transporte de mercancías, servicio de basuras, de extinción de incendios y entrada a aparcamientos.

Recientemente ha aparecido la necesidad de recuperar estos viales para el peatón o al menos compaginarlo con el vehículo. En estas calles secundarias, con localizaciones muy centralizadas, se sitúan restaurantes, comercios y servicios de apoyo a los edificios de oficinas, enriqueciendo la textura de la ciudad y su vivencia con nuevos espacios.

Los centros comerciales

El pragmatismo americano crea un nuevo concepto comercial: las grandes superficies comerciales. Estos centros comerciales facilitan la compra de artículos de consumo en un ambiente de calidad. Se sitúan generalmente en la periferia de las ciudades, lejos de la alta densidad de tráfico y dotándoles de amplios aparcamientos.

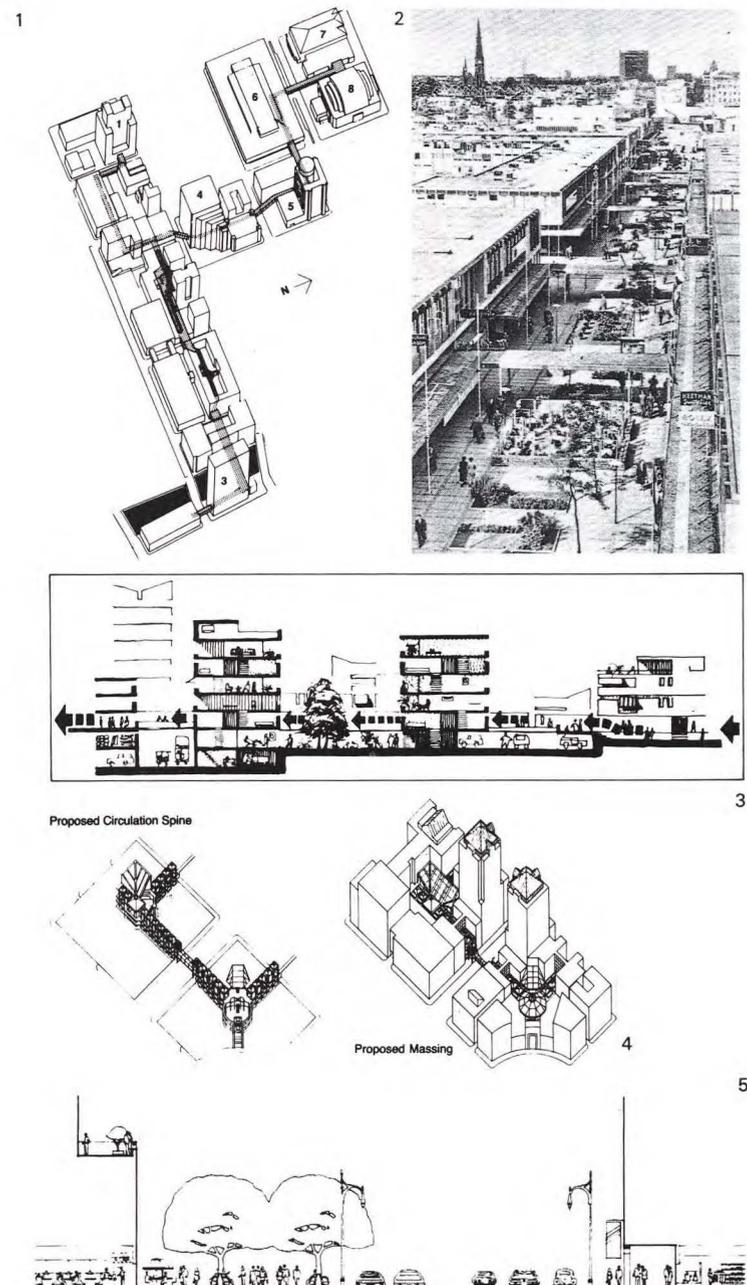
Inicialmente son agrupaciones de edificios y tiendas comerciales situadas intencionalmente alrededor de amplios espacios abiertos ajardinados y amueblados. Estos espacios al aire libre pueden conformar plazas o calles y agrupaciones de estas.

En Estados Unidos son múltiples los ejemplos a resaltar y con una gran variación. Cabe destacar un buen ejemplo de un centro comercial creado y rehabilitar y añadir nuevos edificios a un viejo edificio situado en el puerto: Quincy Market realizado por la oficina de Ben Thompson.

En Europa han proliferado extensivamente estos centros comerciales pero concebidos generalmente como edificios únicos sin una gran aportación cualitativa al ámbito peatonal y sin utilizar las múltiples ventajas que ofrecen incluso en el aspecto económico. Únicamente un espacio central con cubierta acristalada es lo que se ofrece al cliente, en algunos casos se combina con espacios al aire libre.

Los parques comerciales

Son centros comerciales desarrollados en amplias extensiones de terrenos y con una mayor orientación al paisaje a los espacios libres.



1. Sistema de pasos elevados en el desarrollo urbano denominado Grand Avenue en el centro urbano de Milwaukee.
2. Lijnbaan en Rotterdam, con ejemplo de calles peatonales, comerciales y calles de servicio.
3. Sección y planta del barrio residencial de Hook. Las calles elevadas se sitúan a nivel del terreno en las áreas exteriores y se elevan cerca del centro sobre los viales de tráfico rodado.
4. Propuesta de desarrollo urbano para el contexto de Indianápolis en el que se incluye una espina de circulación peatonal realizada por Elbasani and Logan, Arquitectos.
5. La rambla, propuesta en el centro de Austin, USA, por Venturi, Ranch y Scott.

- Main streets.
- Pedestrian streets or Malls.
- Pedestrian Transitways.
- Furnished commercial streets.
- Plazas (exterior).
- City Rooms (interior).
- Corporate Drawing Rooms (Corporate Atriums).
- Gallerias.
- Skywalk Systems.
- Boulevards.
- Strips.

- Alleys.
- Commercial Centers.
- Commercial Parks.
- Housing precincts.
- Superblocks.
- Arcades/Colonnades.
- Promenades.
- Riverwalk: Parkwalk, Ocean Front walk, Ramblas.
- City stoops.
- Monuments and monumental Buildings.

La oferta comercial se amplía y complementa con dotaciones de ocio a través de sendos parques de atracciones, acuáticos y deportivos. Los parques comerciales están dotados como en los centros comerciales de sendas y amplias superficies de aparcamiento.

Recintos de viviendas

La vida comercial cotidiana se suele desarrollar en los conjuntos de viviendas con identidad propia y dotados de establecimientos comerciales, situados a nivel de un espacio o espacios abiertos orientados al peatón. Estas tiendas sirven a las propias viviendas y a otros conjuntos llegando a trascender a nivel de distrito o de barrio.

En algunos casos los sistemas peatonales y de tráfico rodado se encuentran claramente diferenciados.

La supermanzana

La trama ortogonal existente en la mayoría de las ciudades europeas o americanas que define manzanas o bloques, incidentalmente se unen para crear supermanzanas. Con esta unión desaparecen los elementos urbanos característicos como las calles interiores. La textura histórica desaparece o se hace más rígida.

En el tratamiento de la supermanzana se crean sistemas alternativos de tráfico rodado y peatonal alrededor de la supermanzana o bajo tierra (Azca, Madrid). Aparece por lo tanto un tráfico peatonal diferenciado y generalmente superpuesto al tráfico rodado.

Resulta así una complejidad dentro de la esperada monotonía, pero existe el problema de que el uso de vivienda es difícil incorporar o no funciona, pudiendo perderse el carácter mixto de la ciudad y la seguridad de la misma. Este tratamiento de supermanzanas es una influencia directa de Chandigarh.

Las calles ocupadas en las mejores soluciones suelen reutilizarse para recrear otros peatonales comerciales como, por ejemplo, las galerías cubiertas.

Los soportales

Los espacios peatonales urbanos aporticados o soportales nacen en Europa del Sur como una solución práctica a la alta densidad de edificación con la obtención de suelo público. Es

una buena solución urbana para la calidad del comercio situado en los soportales, separados pero próximos al tráfico rodado y para la estética urbana de la ciudad.

En Estados Unidos se han propuesto recientemente grandes desarrollos urbanos o tratamientos de edificaciones existentes estructurados con soportales. Es el caso entre otros de la Plaza de las Fuentes, proyecto de desarrollo urbano realizado por Lawrence Halprin y Barton Myers en Pasadena, California.

Los paseos

El paseo es un área peatonal que tiene un mayor contenido que el simple hecho de transitar de un lugar a otro de la ciudad.

Según Christopher Alexander: "la gente va allí para andar arriba y abajo y para encontrarse con sus amigos... A través de la historia han existido lugares en la ciudad donde la gente que compartía un grupo de valores podía acudir para ponerse en contacto entre sí. Estos lugares han sido siempre como teatros callejeros que invitan a la gente a mirar a otros..."

Existen como veremos, distintos tipos de paseos.

El paseo del río

Algunas sociedades a lo largo de la historia han mirado a los límites con sus ríos como las fachadas principales de sus ciudades. Otras, sin embargo, han percibido estos límites como algo a olvidar y abandonar en la parte trasera de la ciudad.

Las orillas de los ríos urbanizados como, por ejemplo, París y Lyon o Londres, han dado lugar a la creación y recreación de hermosos ambientes peatonales en forma de paseos y parques como preludio de la naturaleza a la ciudad. La actividad comercial se desarrolla a lo largo de estos paseos en forma de mercados al aire libre. En muchas ciudades, en la actualidad, se están recuperando las orillas de los ríos para incorporarlas a su tejido urbano.

El ejemplo más característico en Estados Unidos es el "Paseo del Río". Era el clásico ejemplo de una ciudad que había dado sus espaldas al río. La actuación consistió, en hacer sus orillas penetrables a los peatones y por lo tanto habitables y accesibles, creándose nuevas fachadas hacia el río. A través de la obtención de una escala muy humanizada se pudo revitalizar el centro urbano.

El paseo del Espolón, en Burgos, es un ejemplo en España de paseo límite de la ciudad con el río.

Bibliografía

Alexander, Christopher: "A Pattern Language". Oxford University Press, New York, 1977.
Attoe, Wayne: "American Urban Architecture". University of California Press, 1989.

Benevolo, Leonardo: "The history of the City". The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1980.
Benevolo, Leonardo: "La Historia de la Arquitectura". Ed. Gustavo Gili, Madrid, 1974.
Brambilla, Roberto and Gianini Longo: "For Pedestrians Only. Planning, Design and Management of Traffic Free Zones". Whitney Library of Design.
Cutler, Lawrence: "Recycling Cities for People" Van Nostrand Reinhold

El paseo del parque

Es otro paseo de borde con la ciudad, en este caso con un parque, desarrollándose la actividad comercial a lo largo de la edificación límite o fachada de la ciudad con el parque. El Paseo de Recoletos de Valladolid con edificaciones frente al magnífico parque del Campo Grande y dotado de uso mixto es un buen ejemplo de este tipo de paseo.

El paseo del mar

A semejanza de los otros paseos este es un paseo de borde o remate de la ciudad con el mar, la costa, o la playa.

Es un concepto urbano propio de los países mediterráneos. Estos paseos sirven de acceso e interrelación del mar o elementos de la costa con la ciudad. Pueden ser de un trazado amplio y formando parte de bulevares diseñados a lo largo de la costa o un estrecho paso hacia el puerto de pescadores en una pequeña población costera.

La rambla

La rambla es un concepto de paseo muy peculiar ya que contiene los siguientes aspectos:

- Es un paseo interior de la ciudad y no de borde, y que corresponde a una gran ciudad con millones de habitantes.
- Es la zona más amplia de un conjunto de calles muy densas y de trazado complicado, y que contiene actividades continuas desde primeras horas de la mañana hasta altas horas de la noche.
 - Tiene forma de corredor y de espina donde convergen calles y plazas. La proporción del espacio es muy agradable: la altura de la edificación no sobrepasa el ancho de la calle.
 - Redefine su espacio central mediante masas de árboles y el paseo es amplio y domina la calle.
 - Posee estrechas y suficientes aceras a lo largo de los escaparates de los comercios y se encuentra enmarcado por un denso uso mixto, teniendo un fuerte carácter comercial incluso en la misma superficie del paseo.
 - Este tipo de paseo, que corresponde a la Rambla de Cataluña, de Barcelona, existe desde los inicios de la ciudad, siendo un componente esencial de la misma.

Las escalinatas y rampas

Muchas personas habrán experimentado en ciudades mediterráneas el valor urbano de escalinatas y rampas, con actividad comercial, que desde el centro de la ciudad elevada comunican con zonas menos elevadas de la ciudad, como parques, playas, puertos o simplemente otras zonas de la ciudad. Ciudadela o Torremolinos en España son algunos de los ejemplos a citar.

Tiendas, restaurantes, bares, kioscos, oficinas, terrazas al aire libre y puestos de venta en la misma calle, se comunican peatonalmente a través de estos complejos espacios peatonales inclinados. Las escalinatas incitan al peatón a sentarse y contemplar la vitalidad y actividad de la ciudad de día y de noche.

Estas cascadas de peldaños tienen su ejemplo tipológico en las escalinatas de la Plaza de España en Roma, las de la Opera de Estocolmo o en la Biblioteca Pública de Nueva York. Martín, Soderstrom y Mattenson incluyen sendas escalinatas en el diseño de la plaza de Portland en Oregón.

Los monumentos y edificios monumentales

Un ejemplo claro y reciente que entra en esta categoría para la rápida comprensión del lector es la remodelación ejecutada por I. M. Pei del Museo del Louvre de París.

Desde los comienzos de la década de los años ochenta y para hacer más rentables los museos como instituciones dedicadas al público se les dota de una cierta actividad comercial (Fine Arts Museum de Boston, realizado también por I. M. Pei).

En el caso del museo del Louvre, un amplio espacio abierto y vacío dedicado únicamente al tránsito peatonal, se le dota de contenido y de actividad revitalizándolo peatonalmente.

Este proceso es un intento de acercar los edificios monumentales, los propios monumentos y las construcciones singulares obsoletas a la vida activa ciudadana.

En Estados Unidos las torres de agua de Chicago, Milwaukee, St. Louis y Louisville, monumentos del siglo XIX, construidos para celebrar y conmemorar la distribución de aguas en la ciudad, han sido activamente incorporados a las mismas.

Otros edificios simbólicos de las ciudades americanas como los ayuntamientos de Philadelphia, Milwaukee, y diversos edificios de oficinas como el Empire State Building, La Transamérica, la torre Sears tiene cada vez más un papel más activo dentro de la vida de la ciudad, debido en gran parte a una infinidad de actividades públicas y comerciales en los mismos.

Company 1983.

Fishman, Robert: *"Urban Utopias in the twentieth Century"*. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1982.

Goldberger, Paul: *"The City Observed: New York"*. Vintage Books, 1979.

Robertson, Jaquelin: *"Rediscovering the Street"*. Forum —November— 1973.

Scott, Mell: *"American City Planning"*. University of California Press, 1971.

The Harvard Architectural Review. Volume 2, Spring, 1981.