

# Caminar como práctica para reforzar la identidad en espacios públicos en la Ciudad de Tehuacán

Ulises Roa, Sabino Martínez y Jorge Alberto Ponce

Facultad de Arquitectura

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Tehuacán, Pue.; México

[ulises.roa, sabino.martinez, jorge.ponce] @correo.buap.mx

**Abstract**— Walking is a practice that allows interaction between subject and environment, subject-subject and subject-area public environment that relationship the identity of public space occurs. In an intermediate city, as the city of Tehuacán, dedicated spaces for pedestrians are minimal. The absence of elements that cohere the customs and practices of a city that concentrates various economic activities and a high rate of cars per capita, which make public spaces transit routes to all the symbolic and identity value is subtracted argues and that is a disadvantage to those who walk its streets. It proposes generate a symbolic public space to serve as a catalyst of identity from walking.

**Keyword**— *Public space, Cultural identity, Pedestrian, Urban space, Tehuacán.*

**Resumen**— Caminar es una práctica que permite la interacción del sujeto con el entorno, sujeto-sujeto y sujeto-espacio público, en esa relación se produce la identidad del espacio público. En una ciudad intermedia, como la ciudad de Tehuacán, los espacios dedicados para los peatones son mínimos. Se argumenta la ausencia de elementos que cohesionen las costumbres y prácticas de una ciudad que concentra actividades económicas diversas y un alto índice de automóviles per cápita, que convierten a los espacios públicos en rutas de tránsito a las que se resta todo el valor simbólico e identitario y que pone en desventaja a quienes caminan sus calles. Se plantea generar un espacio público simbólico, que sirva como catalizador de la identidad desde el caminar.

**Palabras claves**— *Espacio público, Identidad cultural, Peatón, Espacio Urbano, Tehuacán.*

## I. INTRODUCCIÓN

El objetivo que persigue este documento, es establecer la pertinencia del caminar como práctica para generar identidad. En particular, el enfoque dado al presente se sustenta en la utilización de los espacios públicos como vía para la recuperación y potenciación de la citada identidad.

La ciudad de Tehuacán es la segunda ciudad más importante del estado de Puebla en México; con una población de 270 000 habitantes. Se localiza al sureste del estado, siendo un enclave económico, de comercio y de servicios más importante de la denominada Región VII Tehuacán y sierra negra. La ciudad como atractor de comercio y turismo es un centro de flujo de inmigración rural que satura las calles de la ciudad. Diariamente comerciantes y consumidores se movilizan en toda la ciudad, la diversidad cultural se hace notar debido a la presencia de indígenas y campesinos de la región quienes recurren a los servicios que ofrece la ciudad, que aunados a la oferta de empleo y la propia dinámica comercial, se convierten en factores esenciales de la cuestión urbana local. Así, de los diversos flujos presentes en el espacio urbano, los desplazamientos a pie en las calles de la ciudad de Tehuacán hacen notar la ausencia de diseño urbano pensado para le gente y se visibiliza la jerarquía del automóvil muy por encima de la importancia del peatón.

En la década de los noventa del siglo pasado, Tehuacán se convirtió en un polo de desarrollo económico y social, gracias al establecimiento en su territorio, de innumerables empresas dedicadas a la maquila de ropa. Con este movimiento económico, se presenta en la región y particularmente en la ciudad, un flujo de mano de obra no calificada que conformará las filas de las maquiladoras extranjeras

que llegaron a la región desde mediados de los ochenta pero que tuvieron su auge a partir de 1990. Esta proliferación de maquiladoras de ropa se presenta en el contexto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y posteriormente del Proyecto Marcha al Sur, que forma parte del Plan Puebla-Panamá.

Este fenómeno, que algunos llaman la maquilización de la región [1] viene a abonar a la configuración espacial de la ciudad de tal forma que, ante una inmigración de la envergadura de ésta, comienza a consumir vorazmente territorio urbano y suburbano. Este fenómeno de inmigración transforma la intensidad de la movilidad al interior de la ciudad, con ello se provoca que en las calles y en los espacios públicos, se concentre la población flotante con actividades e intereses diversos. Cuando la industria global comienza a desplazarse hacia el sur de las fronteras de nuestro país, la inmensa cantidad de obreros de la maquila ya echaron raíces en la ciudad y difícilmente regresan a sus poblaciones de origen, de esta forma, el espacio urbano se convierte en el espacio definido por una parte de la fuerza de trabajo, delimitada a un tiempo, por un mercado de empleo [2].

Este fenómeno, coloca a Tehuacán en una cresta económica nunca antes vista en la región, tanto así que el Secretario de Economía del Estado de Puebla de ese entonces, Mario Riestra Venegas, declaró que Tehuacán presentaba una tasa de desempleo de 0%, [3] más con base en triunfalismo político que en datos duros estables y verificados. En la misma década de los 90, el índice de automóviles per cápita en Tehuacán se presenta superior al de la media nacional con un crecimiento abrupto, respecto al año precedente. Esta tendencia provoca que la ciudad siguiera con los patrones de crecimiento de las grandes ciudades, donde se priorizaba la inversión pública en infraestructura de vialidades bajo la premisa de hacer eficiente la movilidad entre los hogares y el espacio de trabajo. Esto genera una demanda por vehículos automotores que relega a una práctica esporádica al acto de caminar, al hecho de andar, es decir la actividad que acompaña al caminar que es observar, percibir, disfrutar.

*Gráfica 1 Automóviles circulando en Tehuacán, Pue.*



Con ello, Tehuacán se convierte en polo atractor de mano de obra de la región circundante. Estas personas vienen a la ciudad, atraídos por la bonanza en la oferta de empleo y la baja exigencia en la calidad de las habilidades requeridas por las grandes empresas maquiladoras. En este período se generan alrededor de cuarenta mil empleos con una derrama económica calculada en más de cincuenta millones de pesos, solo en nóminas. [4] La historia de Tehuacán ha transitado por el soporte de diversas actividades económicas que han sustentado la vitalidad de la ciudad y le región en diversas etapas, pero después de la salida de los grandes grupos transnacionales maquiladores, no se visualiza una actividad económica preponderante, pero sí un deslizamiento hacia la terciarización de la economía de la ciudad. [5]

El crecimiento social de la población de Tehuacán se ve influido por estos acontecimientos y genera asentamientos periféricos que en muchas ocasiones se generan en condiciones de irregularidad o los

trabajadores recién llegados se asientan en colonias ya irregulares. Ello por los costos de renta de espacios habitacionales que, por obvias razones, son más accesibles en la periferia.

La convergencia de diversas formas de pensar, culturas diversas y comportamientos distintos, produce un crisol cultural que, pudiera pensarse, generaría una nueva cultura identitaria o, por el contrario, desvanecer los residuos de la apropiación de lugar que pudieran estar latentes en una buena parte de la población. La tendencia apunta hacia el desvanecimiento de elementos identitarios en las nuevas generaciones de tehuacanos.

## II. LA NOCIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO

Nuestra percepción de *Espacio Público* asume que dicho espacio es un concepto que incorpora referentes urbanos, pero también políticos y sociales [6]. Un espacio “para todos”, un espacio “democrático” en donde tienen cabida todas las expresiones sociales y económicas. Las actividades, entendidas como usos y costumbres, tendencias o tradiciones, que se desarrollan en los espacios públicos, pueden determinar el grado de integración social, la identidad, el sentido de pertenencia y grados de democracia de una zona, un sector o un barrio de una ciudad.

El espacio público, puede entenderse como la esfera de la sociedad en la que se someten a discusión y debate asuntos de interés común, es decir, aquello de dominio universal, abierto, común, lo que es del interés de todos. [7] Así, el espacio público se asume como el espacio donde convergen flujos socio-culturales, se promueve la relación interpersonal, en el que se fomenta la identificación de los distintos, el lugar donde el espacio es de todos y para todos.

Así, el espacio público es una herencia de los antepasados, un legado de la evolución de la sociedad urbana, a través de la cual, el ser humano cobra conciencia de que el espacio público le confiere libertad desde diferentes posturas culturales. De esta manera la importancia del espacio público se hace evidente por la complejidad del territorio en donde se encuentra emplazada.

En este sentido, podemos referirnos al espacio público, relacionándolo con la ciudad, lo urbano, la vida cotidiana, la democracia y el espacio. Donde el sujeto quien lo habita, se apropia del espacio de manera simbólica, principalmente por sus prácticas socioculturales. El sujeto es quien le otorga identidad al espacio, a través de su forma de vivir, lo cual conlleva a la forma de apropiarse del espacio. De tal manera que la construcción del espacio público es un proceso donde participan diversas identidades y en la suma de todos ellos, confiere la identidad del espacio.

Entre las diversas acepciones que tiene el concepto de espacio, Licon [8] lo asume como una construcción simbólica, debido a que necesariamente las prácticas sociales implican procesos de simbolización del espacio, ya que éste no es sólo físico, también es representado. Las prácticas sociales viabilizan la construcción de un variado conjunto de significaciones, las cuales son fabricaciones del lenguaje que describen e interpretan el espacio. Cada quien genera un lenguaje y se apropia del espacio en tiempos específicos, de acuerdo a su visión del mundo. Entonces el espacio es construcción simbólica, porque no solamente es practicado, sino también representado.

Esta construcción, a través de la apropiación del espacio, pasa por las formas de vida y sobre todo por los referentes de sentido que hace ser el sujeto, es experiencia vivida del sujeto. Cabe señalar que la noción de espacio vivido según H. Lefebvre [9], plantea que el espacio jamás es neutro ni puro, se encuentra en estrecha relación con la práctica social y la sociedad global. El espacio vivido, afirma, es un aspecto importante y quizás, esencial para el conocimiento de la realidad urbana (Lefebvre, 1976).

La relación entre el espacio simbólico y el espacio vivido, se entiende desde un proceso histórico con relaciones socioculturales complejas. El espacio vivido es a la vez histórico y cotidiano, porque es producto de cierta historia, de un pasado general o particularizado y de diversas actividades como las

agrícolas, las artesanales o las industriales [8]. H. Lefebvre, plantea que los conceptos de habitar y apropiación profundizan el espacio vivido, significa que existe un vínculo entre edificar, habitar, pensar, hablar, observar, mirar, oler, y caminar el espacio, entonces, que el habitar es poético.

El habitar es un hecho antropológico, dice Licona [8], vivir aquí o allá, fijarse al suelo o desprenderse de él, arraigarse o desarraigarse, partir, ir a otra parte, caminar, son hechos inherentes al ser humano; quien desde que existe socialmente, ha tenido una habitación, un espacio. El habitar, sufre cambios por los procesos históricos. Lefebvre, agumenta que el habitar, ha cambiado en función de las totalidades que constituyen la cultura y la sociedad en escala global, donde las relaciones y los modos de producción, así como las estructuras políticas y económicas influyen en la transformación del espacio desde la forma de concebir y de apropiarse del espacio.

### III. CAMINAR EN EL ESPACIO PÚBLICO

Podemos entender a la ciudad como territorio compuesto por calles y plazas de uso público, pero que contienen también edificaciones de uso privado que se transitan cotidianamente, espacios que se viven y han sido vividos cargándolos de significados singulares al ser usados; es decir, son producto de una cultura urbana que se hace y rehace de manera permanente [10]. La complejidad del espacio en la ciudad, deja entrever que apropiarse significativa e instrumentalmente del espacio público es a través de la práctica del caminar, donde el sujeto traspasa lo público y lo privado, haciéndolo público y privado a la vez, según el momento y la percepción.

El urbanista Jeff Speck, habla de una teoría general de transitabilidad (walkability), haciendo énfasis en la importancia de caminar como condición de satisfacción y de los beneficios amplios al pensar en ciudades que deben ser diseñadas para vivirlas a pie. Speck argumenta que una ciudad caminable es mucho mejor que una ciudad donde se conduce un automóvil y que, por lo tanto, se requiere producir calles caminables, persuasivas y que deje satisfecho al usuario que camina por la ciudad. Para ello, la calle y el espacio público en general, debe cumplir con cuatro condiciones principales: debe ser útil, seguro, confortable e interesante [11]. Útil, se refiere a que la mayor parte de los aspectos de la vida diaria están localizados a la mano, y organizados en una forma que se puede acceder a ellos caminando, esto es generando subcentros con uso mixto. Seguro, quiere decir, que las calles han sido diseñadas para ofrecer al peatón la oportunidad de resguardarse de algún impacto del automóvil; no sólo de estar seguros, sino de sentirse seguros, lo cual es aún más difícil de satisfacer. Significa también que la seguridad debe implicar la mejor visibilidad del peatón y de prevenir asaltos al caminar en las noches en las calles. Confortable, significa, que los edificios y las calles urbanas deberían de configurar un paisaje cómodo, como una sala al aire libre, en contraste con los espacios abiertos, que usualmente no son atractivos para los peatones, que el diseño de las calles permita que el usuario se identifique y que cree emociones. Interesante, es, que las aceras sean líneas que se integren con los edificios de una manera singular, permitiendo que sean fachadas de edificios amigables y con signos que abundan en la humanidad [11].

En el diseño, planificación y construcción de ciudades, el principal enfoque que plantea Jan Gehl, es crear ciudades para las personas. En este marco, caminar es una práctica cotidiana del ser humano a través de la cual se desplaza desde un punto a otro dentro de la ciudad, y que debe de considerarse como un fin esencial en la planificación y diseño de las ciudades. Una de las principales cualidades de construir la ciudad, es crear espacios habitables y conectarlos como un sistema de redes. Los espacios públicos entendidos como espacio de colectividad, son lugares de igualdad, convivencia y encuentro en un entorno democrático.

Gehl valoriza los usos tradicionales del espacio público, como lugar de encuentro, mercado y espacio de tránsito. A pesar de sus transformaciones, el espacio público es un lugar donde interacciona la gente,

se reúne, se saluda, y existe una relación de comunicación mutua en temas de cultura, social, político y económico, principalmente desde la práctica del caminar y desplazarse de un lado a otro. Esto le otorga identidad al espacio público, por ejemplo, un barrio o una manzana, que construye su identidad desde la convivencia de las personas, el diseño de las aceras o las fachadas de las edificaciones.

En la valorización del espacio público, Gehl argumenta desde el concepto de ciudad reconquistada, entendida como un tipo de ciudad que impulsa grandes esfuerzos para encontrar un nuevo y posible equilibrio entre los usos de la ciudad como lugar de reunión, mercado y espacio de tránsito [12]. Esta idea de ciudad reconquistada, la encontramos como ejemplo de cómo una ciudad que valora una visión a través de una política urbana, prioriza a la convivencia a pie. Es el caso de Copenhague, Dinamarca, donde se mejoró el espacio público y con ello se experimentó un notable desarrollo de la vida en la calle. Las visiones de política urbana que se consensó entre diversos actores tanto público, privado y de la sociedad civil, permitió impulsar temas como el mejoramiento de espacios comunes, seguridad del tráfico, reducción del ruido y de la contaminación reforzando el papel de la ciudad como foro democrático.

De esa manera, Copenhague se convierte en un referente de una nueva vida urbana a través de nuevos espacios públicos, que comienza con una caminata en una mañana de verano en el centro, como lo refiere Gehl, desde un enfoque urbano que ha significado una mejoría en las condiciones de vida urbana. Se ha reducido el tráfico, el ruido y la contaminación y se ha reforzado, en cambio, el tráfico de peatones y bicicletas [12] y una mayor convivencia humana en los espacios públicos. El caminar la ciudad, efectivamente permite a las personas apropiarse de la ciudad desde el espacio público.

#### IV. CAMINAR EL ESPACIO PÚBLICO EN LA CIUDAD DE TEHUACÁN

Las plazas centrales o parques de la mayoría de las ciudades latinoamericanas, se convierten en los primeros espacios públicos con los que cuentan sus poblaciones, de allí que se forma una red al interior de la ciudad a través de sus calles y vialidades principales. Esta red de espacio público conforma la identidad de la ciudad a través de la expresión de sus habitantes y autoridades. Caminar la calle, la plaza y los parques de la ciudad permite observar el escenario identitario que se produce cotidianamente.

Caminar (recorrer, circular, transitar, en las calles) de la ciudad de Tehuacán permite entender, por un lado, el problema que aqueja el centro urbano de la ciudad, y por el otro, permite comprender la identidad de la ciudad a través de sus habitantes. Hoy día, esta identidad pasa por el caos que se genera por la falta de planificación y diseño urbano de la ciudad. Se percibe aún espacios habitados por la herencia cultural del tianguis, donde sociabilizan grandes masas de personas, como en el caso de los mercados de la ciudad, y por otro lado, el comercio minorista y por mayoreo que se emplazan en las calles de Tehuacán, aglomeran muchas personas que ocupan las calles y que se desplazan a pie de un punto a otro.

Sin embargo, a pesar de la gran movilidad de personas que se observa en el centro de la ciudad, las políticas urbanas aún promueven el uso del automóvil en las principales calles de comercialización, generando inseguridad y accidentes al no permitir la peatonalización de las calles donde se concentra la mayor parte de los comercios. Por ejemplo, entre el mercado 16 de marzo y el mercado la Purísima, se genera una gran concentración de personas que se desplazan a pie, y donde las aceras de las calles no pueden permitir que la gente camine cómodamente. Puesto que además, se puede observar que las aceras también concentran a puestos de comercio y ambulante, lo cual reduce aún más el espacio para caminar. Y en las calles circulan combis, camiones y vehículos privados, generando una gran congestión de automóviles y personas.

También existen varios espacios públicos que podrían ser caminables, en el sentido expuesto anteriormente, en la ciudad: el Parque Juárez (Plaza Principal), el Complejo Cultural El Carmen, El Paseo Hidalgo y Parque Guadalupe, El Riego y algunos otros espacios creados a través de los años por distintas administraciones municipales. Pero estos últimos espacios públicos, se implementan en respuesta al fenómeno de inseguridad que aqueja a nuestro país desde hace algunos lustros.

De esta forma los llamados Centros Integrales de Prevención y Participación Ciudadana (CIPPC) son espacios que el gobierno estatal propone para ofrecer alternativas de ocupación y ocio para la ciudadanía de cierto sector de la ciudad. El enfoque de estos CIPPCs es el de fomentar la integración en un barrio o sector de la ciudad, de tal forma que se tienen dos de estos Centros de Integración Social: uno en el sur de la ciudad y otro en el norte. En cada uno de ellos, la ciudadanía, de manera democrática y autogestiva, utiliza la cancha deportiva para el deporte que practique, pero también puede utilizar otros de los espacios de dicho inmueble: aulas, espacios abiertos, oficinas, bodegas para actividades diversas que ellos mismos demandan y que les confieren cierta identidad socio-territorial.

En ese sentido, la intención es asumir que las culturas, los lugares, los espacios, tienen una resistencia heredada e inherente, ante la tendencia actual de globalidad que pretende desaparecer la distancia y por ende, todo lo que tiene connotación espacial.

Es por ello que la intención expresada en este trabajo, pretende aprovechar la experiencia de la gente desde la perspectiva local, en términos culturales, delegando en ella (la gente) un papel más activo y decisivo. Así, lo local y los lugares, se convierten en trincheras de identidad. [13]

## V. CONCLUSIONES

Caminar como práctica para reforzar la identidad en los espacios públicos, fomenta el sentido de pertenencia por parte de las personas. A través del caminar se puede habitar el espacio público interactuando con diversas identidades que se desplazan por las calles, plazas y parques y que eso mismo constituye la identidad del espacio público. De esta manera, la apropiación simbólica e instrumental del sujeto que se desplaza cotidianamente en el espacio público, es fundamental para fortalecer la identidad. Sin embargo, el problema de la planificación y diseño urbano de la ciudad es que no considera a las personas como elementos centrales del diseño, se requiere pensar en la gente, en cómo vive, y en cómo se desplaza por el espacio público.

La idea central de esta parte de la propuesta que está desarrollando el Cuerpo Académico 286 “Identidad cultural y desarrollo regional sustentable” al que pertenecemos, es el caminar por el placer de caminar, y no para moverse del punto A al punto B. Caminar por el placer de caminar es una práctica que poco se realiza. Se han hecho innumerables estudios respecto al caminar, pero pocos se ocupan de lo que sucede durante ese camino recorrido y cómo esa práctica en sí, es significativa. [14]

Tehuacán, desde la mitad del siglo XX ha transitado por distintos estadios respecto a la identidad de su ciudadanía, de sus habitantes. En las décadas de los cincuentas y sesentas los balnearios de aguas minerales y el excelente clima de la región, dieron respaldo a Tehuacán como “Ciudad de Salud”; posteriormente fue conocido como el “Primer centro hidromineral de América” en la década de los setenta, con la industria refresquera como puntal de la actividad económica de la región. Con el paso del tiempo, las costumbres de la cocina de la región fueron cobrando importancia hasta convertirse en una tradición. Esta tradición culinaria de Tehuacán, que durante mucho tiempo sustentó la identidad de la ciudad y la región, ha venido a menos. Por ello, la Unidad Regional de la BUAP, a través de la escuela de Diseño Gráfico, ha realizado algunos trabajos de investigación aplicada respecto a ese tema, en los que se promueve el rescate y apropiación de la identidad a través de los alimentos y productos regionales que componen los platillos tradicionales. [15]

La incipiente identidad que pudo construirse a través de los años, comienza a desvanecerse, al mismo tiempo que la industria maquiladora se fortalece. La actividad económica preponderante en la región, ya nada tiene que ver con el contexto en el que se origina. La producción de ropa, basada en el pantalón de mezclilla, poco tiene que aportar a la identidad regional, como si pudieron hacerlo las aguas minerales, en su carácter de balnearios y en su faceta como aguas minerales embotelladas, y como también pudo hacerlo la jarcia en la primera mitad del siglo XX.

Aunado a éste fenómeno, las dinámicas de la globalización coadyuvan a la dilución del sentido de apropiación de las costumbres y los espacios. Por ello, consideramos importante el retomar los espacios públicos, dotándolos de actividades específicas, como potenciadores en la construcción de identidad. La práctica peatonal, se convierte así, en un medio que permite la observación del entorno, la percepción del ambiente y la identificación de lugares como significativos y propios.

Creemos, así, que se deben potenciar espacios en donde se pueda caminar por el placer de caminar; disfrutar de la posibilidad, no solo de la movilidad que nos proporcionan nuestras extremidades, sino de la experiencia que podemos vivir recorriendo a una velocidad de peatón, espacios que generen estados de ánimo, momentos que generen cambios en la percepción de la ciudad, de los espacios que los ciudadanos vamos modelando día a día con nuestras prácticas. [16]

En este sentido, el Cuerpo Académico al que pertenecen los autores, ha apoyado al Colegio de Diseño Gráfico de la Unidad Regional Tehuacán, en la propuesta de rescate identitario denominado "Tehuacán, Ciudad con Sabor". Para realizar la propuesta, se estableció el primer cuadro de la ciudad como objeto de estudio para constatar la presencia o ausencia de elementos unificadores que aporten sentido de identidad a la ciudad. Se identificó la presencia de una arquitectura ecléctica que definió el quehacer arquitectónico en el siglo XX. Se levantaron datos de herrerías, herrajes, colores en fachadas, usos de suelo, alturas variables en los perfiles de fachadas, etc. Esto permitió determinar una imagen urbana inoperante en términos de construcción de identidad, a pesar de que la ciudad cuenta con un Reglamento de Imagen Urbana que la propia autoridad desdeña.

Finalmente, la práctica peatonal, se convierte en un instrumento invaluable para fomentar la buena salud. La circulación en el sistema sanguíneo y del corazón, el fortalecimiento de los músculos, la reducción del riesgo de enfermar, prevención la obesidad y la osteoporosis, aumento en los niveles de vitamina "D" y aumento de los niveles de bienestar, son algunos de los beneficios de esta práctica, que puede ayudar a construir identidad, desde nuestra perspectiva, al ser desarrollada en los espacios públicos.

## REFERENCIAS

- [1] M. A. Barrios Hernández, R. Santiago Hernández y F. Castro, Tehuacán: de calzón de manta a los Blue Jeans, Tehuacán: Comisión de Derechos Humanos y Laborales del Valle de Tehuacán, 2004.
- [2] M. Castells, La Cuestión Urbana, París: Siglo veintiuno editores, S.A., 1982.
- [3] M. E. Martínez de Ita, «Las maquiladoras del estado de Puebla,» Comercio Exterior, pp. 336-342, 2004.
- [4] L. A. Hernández de la Cruz, «Tehuacán, Puebla. Heterogeneidad laboral, transformaciones territoriales,» de 2010 Congress of the Latin American Studies Association, Toronto Canada October 6-9, 2010, Toronto, Canada, 2010.
- [5] M. Sosa Juarico y G. Rangel Vargas, «Análisis del desarrollo económico del municipio de Tehuacán, Puebla y líneas de acción para su desarrollo local,» Mundo siglo XXI, vol. 1, n° 8, pp. 45-59, 2007.
- [6] J. Sequera y M. Janoschka, «Ciudadanía y espacio público en la era de la globalización neoliberal,» ARBOR. Ciencia, Pensamiento y Cultura., vol. 188, n° 755, pp. 515-527, 2012.

- [7] C. Bobes Velia, «Participación vs. identidad: mujeres en el espacio público cubano,» Diciembre 2000. [En línea]. Available: <http://www.redalyc.org/articulo.oa>. [Último acceso: 11 septiembre 2016].
- [8] E. Licona, *Espacio y espacio público*, Puebla: BUAP, 2014.
- [9] H. Lefebvre, *De lo rural a lo urbano*, Buenos Aires: Lotus Mare, 1976.
- [10] G. Campos Cortés y J. E. Brenna Becerril, «Repensando el espacio público social como un bien común urbano,» *Argumentos*, vol. 28, n° 77, pp. 157-177, 2015.
- [11] J. Speck, *Walkable city*, New York: North Point Press, 2002.
- [12] J. Gehl y L. Gemzoe, *Nuevos espacios urbanos*, Barcelona: Gustavo Gili, 2002.
- [13] C. O. Arqueta Huerta, «Urbanismo moderno en México. La historia de las ciudades recientes. Los espacios públicos del urbanismo moderno. Ciudades turísticas,» 28 Febrero 2012. [En línea]. Available: <http://132.248.9.195/ptd2013/junio/0696551/Index.html>. [Último acceso: 11 Septiembre 2016].
- [14] J. Horton, P. Christensen, P. Kraftl y S. Hadfield-Hill, «‘Walking ... just walking’: how children and young,» *Social & Cultural Geography*, vol. 15, n° 1, pp. 94-115, 2013.
- [15] M. Vaquero Martínez y J. A. Ponce Castillo, «"Tehuacán, ciudad de sabor",» BUAP Unidad Regional Tehuacán, Tehuacán, 2013.
- [16] D. Escotto, «Espacio público: identidad y transformación,» de *Los espacios públicos como modeladores de identidad en ciudades intermedias*, Tehuacán, Puebla., 2016.