



PAE 2005
DIRECCION EDUCACION, CULTURA, RECREACION Y DEPORTE
SUBDIRECCION DE ANALISIS SECTORIAL

UNA IDENTIDAD PARA BOGOTA

TIPO DE PRODUCTO: INFORME SECTORIAL
RESPONSABLE: JAIME OTONIEL FRANCISCO HERNANDEZ PULGAR.

ELABORADO POR:

Jaime Hernández Pulgar	Subdirector de Análisis Sectorial
José Reyes Castañeda G	Profesional Universitario 340-01

NOMBRE

CARGO

FIRMA

REVISADO Y APROBADO POR:

Alirio Rodríguez Ospina	Director Técnico Educación, Cultura Recreación y Deporte
-------------------------	---

NOMBRE

CARGO

FIRMA

FECHA DE ELABORACION: DIA: 13 MES: 05 AÑO: 2005

FECHA DE APROBACION: DIA: 31 MES: 05 AÑO:2005

NUMERO DE FOLIOS: 39

**CONTRALORIA DE BOGOTA
PRESTACION DEL SERVICIO MACRO
MATRIZ DE CALIFICACION PARA LOS PRODUCTOS (INFORMES)**

PRODUCTO: INFORME SECTORIAL

NOMBRE DEL INFORME: UNA IDENTIDAD PARA BOGOTA

FECHA DE ELABORACION: 13 DE MAYO DE 2005.

PERIODO DE ESTUDIO: 1995 - 2004.

RESPONSABLE: JAIME OTONIEL FRANCISCO HERNANDEZ PULGAR

ITEM	ESCALA VARIABLE	DEFICIENTE	SATISFACTORIO	EXCELENTE
1	ACIERTO AL PLAN DE TRABAJO DETALLADO		El documento contiene los antecedentes, objetivos generales, metodología y cronogramas de actividades acordes con el plan de trabajo detallado.	
2	CONCEPTUALIZACION			Documento donde están explícitos los conceptos teóricos, normativos actuales y de impacto.
3	COHERENCIA			Documento articulado de ideas y las conclusiones están sustentadas en el estudio realizado con ilustraciones y gráficos debidamente articuladas.
4	SINTESIS			El documento es conciso y preciso, está orientado hacia el interés del lector y contiene información completa que permite una comprensión integral del tema.
5	FUENTES			El documento presenta un uso adecuado, sistemático y suficiente de la información.

6	OPORTUNIDAD			El producto se entrega en la fecha establecida.
7	FORMA		El documento se ciñe en su presentación a las normas establecidas para estos efectos.	

Aprobado:

SI

NO

Dr Alirio Rodríguez Ospina
Director Técnico
Sector Educación, Cultura,
Recreación y Deporte

Jaime Hernández Pulgar
Subdirector Análisis Sectorial

José Castañeda
Analista



INFORME SECTORIAL

UNA IDENTIDAD PARA BOGOTA

PLAN ANUAL DE ESTUDIOS- PAE-2005.

DIRECCION DE EDUCACION, CULTURA, RECREACION Y DEPORTE

MAYO DE 2005



UNA IDENTIDAD PARA BOGOTA

Contralor de Bogotá

OSCAR GONZALEZ ARANA

Contralor Auxiliar

ERNESTO TUTA ALARCON

Director de Educación, Cultura,
Recreación y Deporte

ALIRIO RODRIGUEZ OSPINA

Subdirector de Análisis Sectorial

JAIME HERNANDEZ PULGAR

Analista

JOSÉ REYES CASTAÑEDA G.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION

1. GENERALIDADES	1
1.1 ALCANCE	1
1.2 OBJETIVO GENERAL	1
1.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS	1
1.4 JUSTIFICACION	1
1.5 ANTECEDENTES	1
2. IMAGEN E IDENTIDAD EN BOGOTÁ	3
3. INVERSIONES QUE INFLUENCIARON LOS PROCESOS DE IDENTIDAD EN LAS ÚLTIMAS CUATRO ADMINISTRACIONES	6
3.1 LA CULTURA CIUDADANA COMO UN ELEMENTO FORJADOR DEL SENTIDO DE PERTENENCIA E IMAGEN EN BOGOTÁ.	6
3.2 ESPACIO PÚBLICO PARA LOS CIUDADANOS UN PROPÓSITO DE MODERNIZACIÓN E IMAGEN PARA BOGOTÁ.	12
3.3 POBREZA, IMAGEN, IDENTIDAD Y SENTIDO DE PERTENENCIA EN BOGOTÁ	14
4. EFECTO DE LOS PROGRAMAS INCIDENTES EN LA IDENTIDAD DEL DISTRITO CAPITAL.	17
4.1 FORMAR CIUDAD Y BOGOTA PARA VIVIR TODOS DEL MISMO LADO.	17
4.2 POR LA BOGOTÁ QUE QUEREMOS.	21
4.3 BOGOTA SIN INDIFERENCIA	24
5. BOGOTÁ PARA TODOS Y TODAS.	27
6. CONCLUSIONES	29

INTRODUCCIÓN

En este estudio se analiza el proceso de identificación e imagen de la ciudad, en torno a una característica específica o una cualidad sobre la cual los habitantes, visitantes y demás personas que tengan conocimiento de ella, participen de una misma concepción.

El proceso de identificación, caracterización y diferenciación de la ciudad es importante desde varias perspectivas; en primer lugar, están los recientes acontecimientos económicos y sociales en los cuales la globalización y la internacionalización son una realidad. En este contexto el flujo de información se constituye en un elemento necesario e indispensable para las diversas decisiones financieras, bursátiles, de inversión, negocios, turismo y demás actividades que atraen a los potenciales agentes que desean utilizar los recursos y las ventajas comparativas de los países, las regiones y las ciudades.

De otra parte, al interior de la ciudad resultan importantes los procesos de apropiación de la misma, el sentido de pertenencia y el amor de los habitantes, que conducen a mejores comportamientos, mayor respeto, actitudes positivas, constructivas y proactivas en torno a las problemáticas más importantes.

Algunas circunstancias de orden económico y social no han permitido consolidar un proceso de identificación e imagen de la ciudad, en torno a alguna de sus cualidades o características importantes; los fenómenos de violencia, crimen y pobreza se encuentran entre las barreras que han impedido solidificar una buena imagen de Bogotá.

En este documento la Contraloría examina cual ha sido el aporte de la administración distrital en esta problemática a partir de los últimos cuatro planes de desarrollo, en los cuales se analizan las temáticas de cultura ciudadana, espacio público y pobreza; aspectos que se abordan en los capítulos dos y tres, en el cuarto se concluye.

Se observa que poco ha sido el aporte de los gobiernos distritales para la construcción de un rótulo, o una concepción única y compartida sobre la cual se sientan orgullosos e identificados los bogotanos, donde se genere admiración respeto y cariño por toda la población Colombiana y se constituya en un punto de referencia favorable para los extranjeros que visiten o tengan algún conocimiento de la ciudad.



En el desarrollo de los siguientes capítulos se procede de lo general a lo particular, se contextualizan, definen y resumen los aspectos más importantes de los programas mas afines a la caracterización de la ciudad. Posteriormente se analizan los principales resultados alcanzados por las diversas administraciones enmarcadas en el periodo de estudio. Los logros son analizados con relación a su aporte a los procesos de imagen, identidad, sentido de pertenencia y apropiación de la ciudad.

1. GENERALIDADES

1.1 ALCANCE

La cobertura de este estudio comprende desde el año 1995 hasta el 2004 (inclusive), analizando la gestión de la administración distrital que está relacionada con la temática que se aborda.

1.2 OBJETIVO GENERAL

Determinar los niveles de inversión en programas de promoción e identidad de la ciudad y sus consecuencias en el proceso de apropiación de la misma a través del rol de los capitalinos, las actividades de producción de bienes y servicios, la generación de ingresos y el enfoque de la inversión en cultura, recreación, deporte, entre otros.

1.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Cuantificar los dineros invertidos en el proceso de identidad.
- Medir y determinar el efecto en la identidad de las inversiones realizadas en los programas diseñados en las últimas cuatro administraciones para ello.
- Generar un instrumento que muestre la influencia de las políticas públicas a través de los Planes de Desarrollo, en el desarrollo de la identidad de Bogotá.

1.4 JUSTIFICACIÓN

El patrimonio de una ciudad no está constituido solamente por sus recursos físicos o financieros que tienen una expresión o una forma concreta. Existen otros elementos de gran valor entre los cuales está el buen nombre y la imagen que hace parte del patrimonio inmaterial y cuya importancia trasciende las esferas sociales y económicas sobre los cuales pocos estudios se han adelantado.

1.5 ANTECEDENTES

Cada vez que inicia un periodo constitucional de gobierno en el Distrito Capital, la administración presenta un Plan de Desarrollo que orienta el énfasis de los recursos a programas que sustentan la razón de ser de dicho Plan. Esta orientación, de una u otra manera genera una denominación para la ciudad y contextualiza la imagen hacia los conciudadanos y al resto de la nación, respecto a qué es, cómo se desarrolla, en qué invierte, etc.



Buenaventura y Barranquilla son puertas de entrada y salida marítima del país; Medellín es la ciudad de las flores, pujante e industrial; Cartagena es turística con mar e historia; Bucaramanga es la ciudad de los parques. Bogotá no tiene una denominación perenne como ciudad turística, cultural, universitaria, industrial, comercial, financiera, científica, entre otras; basada en su estilo de vida, el rol de sus habitantes, la generación de sus ingresos y la imagen que proyecta local, nacional e internacionalmente.

2. IMAGEN E IDENTIDAD EN BOGOTÁ

El proceso de identificación y de caracterización de una ciudad es en parte el producto de acontecimientos históricos en los que los aspectos sociales, económicas y culturales influyen de manera determinante para dar un significado específico y una idea compartida entre visitantes y residentes.

Este proceso de identificación influenciado por acontecimientos históricos puede ser intervenido por parte de las administraciones públicas para explotar las características particulares y las ventajas relativas que permiten generar una forma antonomásica, en la que la ciudad se hace memorable por un rasgo específico o un rótulo determinado que resume y atrae favorablemente sobre los distintivos más sobresalientes de la ciudad.

En los recientes acontecimientos económicos y sociales la integración y la globalización económica está a la orden del día, esta es una realidad ineludible a la cual no pueden estar ajenas las regiones que quieran desarrollarse; en estas circunstancias, uno de los instrumentos de mayor relevancia es el flujo informativo que a diario atraviesa fronteras, llegando a millones de personas de todas partes del mundo que examinan rápidamente cifras y situaciones con el ánimo de formar sus expectativas y tomar sus diferentes decisiones en materia financiera, recreativa o de cualquier otro contexto.

Así se van identificando destinos que llaman la atención por sus condiciones climáticas, económicas, sociales o culturales, creándose un mapa muy fijo y casi permanente en el que las ciudades y las regiones son fácilmente identificables por sus características más sobresalientes, conformándose lugares llamativos para la inversión, la recreación, la formación académica o el turismo; otros sitios quedan segmentados por estigmas y estereotipos negativos, países y ciudades desafortunadas donde solo se reconocen las condiciones de pobreza, la corrupción pública, el rezago económico y las condiciones delictivas; los habitantes de estas regiones se convierten en personas poco deseadas en el exterior y van surgiendo gigantescas barreras de intercambio internacional en diferentes áreas, comprometiéndose seriamente el crecimiento económico pues no se pueden explotar los recursos de la economía integrada.

De manera muy desafortunada, de los dos grupos mencionados anteriormente, Bogotá se ubica más en el segundo grupo que en el primero, ello se debe en parte a que la realidad del país presenta una situación socioeconómica difícil muy marcada por medio siglo de conflicto armado, con un desarrollo económico que se ubica por debajo de los países latinoamericanos más importantes; con una alta concentración de la riqueza, comparable a la de los países más inequitativos y con uno de los índices de

pobreza más grandes a nivel internacional; si bien estas situaciones son más comunes a la nación que a la ciudad.

La ausencia de una política dirigida a fomentar un proceso de identidad y a crear una imagen positiva y optimista de la ciudad se pone de presente al examinar los últimos cuatro planes de desarrollo en los cuales los programas y los recursos dirigidos con estos propósitos son prácticamente inexistentes, donde sólo como algo excepcional se destaca el eslogan publicitario durante el Plan de Desarrollo 1998-2001 “Bogotá: 2600 metros más cerca de las estrellas”. Ello se debe a que los gobiernos distritales han enfocado su esfuerzos sobre disímiles temas y argumentaciones entre los cuales el buen nombre de la ciudad acogido bajo un rótulo específico o una frase alusiva, no ha sido una de las prioridades más relevantes, lo que ha coincidido con una falta de sentido de pertenencia, de amor propio y de respeto que deben tener los habitantes residentes por su ciudad.

Lo anterior llama la atención sobre la necesidad de articular las políticas en el largo plazo, buscando una orientación unificada en la cual la principal ciudad del país sea rememorada e identificada por un distintivo alusivo que permita sintetizar una característica loable de la ciudad en torno a la capacidad de sus habitantes, sus ventajas económicas, de ubicación, o cualquiera otro rasgo favorable; con lo cual se pretende que en la era de la información, Bogotá mejore su imagen, selle su identidad, mitigue los efectos de las problemáticas socioeconómicas y se destaque en el ámbito nacional e internacional por sus cualidades positivas más que por las negativas.

Estos argumentos no son el resultado de una percepción equivocada; de una parte se observa que en los medios de comunicación la ciudad no está bien posicionada; de otro lado están las expresiones artísticas más importantes en donde se está volviendo común presentar situaciones truculentas y pesimistas más afines a lugares deslucidos y tristes como en la reciente producción cinematográfica “Maria Llena Eres de Gracia”, nominada recientemente al oscar a la mejor actriz de la Academia de Ciencias y Artes de Hollywood 2004, la protagonista es una provinciana que llega a Bogotá y comienza a desarrollar sus actividades delictivas, este prototipo puesto al lado de los protagonistas estadounidenses presentan percepciones culturales radicalmente diferentes y contrapuestas; otro ejemplo digno de mencionarse es el de publicaciones y escritos a nivel internacional; en la novela “Delirios” ganadora del Premio Alfaguara de novela 2004, se lee “Bogotá es una ciudad donde nadie va por que quiere” para señalar que se visita a la ciudad solo por necesidad y no por que este sea un lugar acogedor. Bajo estas circunstancias las expresiones artísticas están explotando comercialmente una muy mala imagen de la ciudad convirtiéndola en un centro de atracción de llamativas historias donde el crimen y las diferentes formas de violencia son la característica común y sobresaliente.

Por estas razones se aborda el examen de la gestión pública de las últimas cuatro administraciones destacando en ellas los aspectos más sobresalientes que en alguna medida se pueden relacionar con el mejoramiento de la imagen de la ciudad como proceso de generación de identidad de la misma. Este procedimiento se realiza debido a que de conformidad con la lectura realizada a los últimos cuatro planes de desarrollo se observa que en ningún caso, se estipularon programas con objetivos dirigidos de manera específica atender la problemática planteada. Por esta razón se identificaron los rubros más sobresalientes o más distintivos de cada uno de los gobiernos distritales analizados, para examinar su aporte o repercusión en las actuales condiciones sobre la percepción de la ciudad.

3. INVERSIONES QUE INFLUENCIARON LOS PROCESOS DE IDENTIDAD EN LAS ÚLTIMAS CUATRO ADMINISTRACIONES

3.1 LA CULTURA CIUDADANA COMO UN ELEMENTO FORJADOR DEL SENTIDO DE PERTENENCIA E IMAGEN EN BOGOTÁ.

El proceso social que se considera en este estudio tiene que ver con una serie de acontecimientos que se desencadenan a partir de una caracterización o especificación, un aspecto relevante que llama la atención de la población y sobre el cual existe un acuerdo inconsciente, que relieves una cualidad determinada, identifica a la ciudad y la diferencia de las otras; generados los procesos de caracterización, especificación e identidad surgen hacia el exterior cambios de imagen y percepción.

La característica, particularidad o rasgo distintivo puede estar presente en las peculiaridades territoriales, climáticas, geográficas, económicas, culturales, sociales o de cualquier otra índole. Destinos como Beijing reconocidos por sus avances tecnológicos (se considera que más de un año de avance tecnológico separan a esta ciudad de las demás), Nueva Delhi por la capacidad de sus habitantes en el desarrollo de software; y Acapulco o Ibiza por sus potenciales Turísticos, son destinos que demuestran lo disímil que pueden ser los argumentos para identificar o distinguir los rasgos más importantes de las ciudades.

En el caso de Bogotá, uno de los elementos sobre los cuales más se ha llamado la atención ha sido el del comportamiento de sus habitantes en su hábitat o entorno ciudadano. A diferencia de otros lugares más calidos como los de las costa atlántica o regiones antioqueñas donde la amabilidad y complacencia entre los habitantes es una característica común, en la capital del país prevalece el criterio del primero yo!

Esta ausencia de solidaridad originada quizás por los procesos migratorios de grupos poblacionales que lejos de sus lugares de origen y de sus familiares y amigos, no ven en la ciudad ningún sentido humano sino mas bien una selva de cemento, genera una serie de comportamientos en los cuales no se guardan las mínimas reglas de convivencia y de respeto por el otro; perturbando además a toda la sociedad en su conjunto que se ve afectada por estas conductas.

El señor conductor del servicio público que cierra todos y cada uno de los demás vehículos, excede los límites de velocidad de un autódromo, increpa a los transeúntes, a los otros conductores, a los pasajeros y finalmente llega a su casa orgulloso y convencido de haber realizado una inigualable labor.

El señor motociclista que viola todas y cada una de las normas de tránsito, no sólo porque no tiene ni idea de la existencia de las mismas sino además por que considera que cumplirlas sería lo menos importante para su condición física y su labor diaria. Este osado personaje realmente orgulloso de realizar las piruetas y maniobras más difíciles de concebir, transita diariamente por todas la calles invade carriles, cierra valientemente vehículos tres veces más pesados que el suyo y además atraviesa el anden ante la mirada atónita de los peatones.

El peatón ordinario que minimiza los tiempos de su caminata, recurre a todos los medios para atravesar las calles y avenidas por entre todos los vehículos existentes, salta cualquier obstáculo y utiliza todos los caminos menos las cebras o pasos peatonales para lograr su propósito.

Son algunos de los prototipos, que a diario deben soportar los habitantes de Bogotá, cuando salen de sus hogares, comienzan con su vida cotidiana en la ciudad y se desplazan al interior de ella no menos de dos veces por día.

Al caer la noche llega la hora de la rumba en Bogotá muchas personas acuden a las discotecas, bares o tiendas a disfrutar de la música y el baile, en algunos sitios se canta a voz entera las personas se friccionan, se rozan, se chocan unas con otras, el consumo de licor se exagera se pierde la conciencia y la razón y nacen la confusión, la idea del más fuerte, la agresividad y los enfrentamientos; por una mala mirada, un simple desacuerdo, un sentimiento regionalista, una prenda de vestir o un simple equipo de fútbol, se agreden las personas unas con otras sin existir siquiera algún tipo de justificación económica, simplemente no hubo empatía y la falsa hombría surge, la agresión verbal se convierte en física. Muchas personas mueren o quedan heridas a causa de estos enfrentamientos, las estadísticas de los muertos y heridos en estas situaciones son comparables con las del conflicto armado. Así podemos ver a través del cristal de la identidad la ciudad caótica, desenfrenada, sin Dios ni Ley; sentimiento de algunos inmigrantes que se desplazan a la capital para poder hacer “lo que le venga en gana”.

Las víctimas de todos estos acontecimientos generan diversos sentimientos, algunos odian silenciosamente estos prototipos de pseudo ciudadanos, otros imitan a los agresores para no quedarse con la ofensa y un grupo muy pequeño quizás nuestras generaciones cachacas añoran la Atenas Suramericana, la de las buenas costumbres, la “del ala como estas...?”, la de la moda inglesa, el café bohemio, la poesía de Barba Jacob y el barrio Chapinero.

Bajo estas circunstancias, ¿qué puede suceder con el sentido de pertenencia, cuál sería la caracterización de la ciudad?, en torno a qué

cualidad se puede destacar? los muy escasos visitantes extranjeros que percepción tendrían de la ciudad? que expectativa tendrá el inmigrante colombiano?, acaso la de una ciudad humana y amable? Muy posiblemente en el inconciente colectivo bogotano se compartan en cuanto a la identidad de la ciudad ideas disociadoras y muy pesimistas.

Una de las soluciones que más controversia ha causado con respecto a la problemática planteada ha sido la aplicación de los programas de cultura ciudadana. La cultura como expresión y forma de ser exteriormente del hombre tiene múltiples escenarios, representaciones y manifestaciones, así es posible concebir la cultura del reciclaje, la cultura del estudio o la cultura del trabajo, por ejemplo. Debido a que el término aborda prácticamente un todo social, es posible que un verdadero compromiso en materia cultural logre importantes y significativos cambios en el comportamiento humano.

La cultura aplicada a la ciudad conforma lo que es la cultura ciudadana en un sentido algo etimológico, el término remite al concepto del cultivo (cultura) de la *polis*, la *urbs* o la *civitas*, es decir a la formación de la ciudad.

El concepto de ciudad remite al concepto de la civilización. Para los grandes pensadores de Atenas y de Roma, la ciudad se concebía como la cima de la civilización y del progreso cultural,¹ tanto para los griegos como para los romanos la idea de ciudad los llevaba a una conciencia colectiva de unidad, en la que los intereses particulares quedaban supeditados por los comunitarios; esta conciencia los llevaba a formarse en el sentido de pertenencia, a mejorar sus condiciones de vida y así alcanzar un nivel superior de desarrollo contrapuesto a las aldeas o al campo; la *polis* tenía como fin la supervivencia, propia de los pueblos y también la convivencia humana y el perfeccionamiento.

Estas representaciones y modelos teóricos han venido influenciando las decisiones y concepciones teóricas en las diferentes ciudades del mundo a través de la historia procurando que en las mismas se logre un mayor grado de civilidad urbanismo y progreso social. El caso colombiano no es ajeno a estos acontecimientos, a mediados de los noventa surge el primer plan de desarrollo² que en Bogotá tendría como fundamento la cultura ciudadana o de los ciudadanos. A comienzos del tercer milenio el gobierno distrital que desarrolló e implementó la idea de la cultura ciudadana en Bogotá, retoma la

¹ Aristóteles afirmaba que "la ciudad ha sido creada en primer lugar para hacer a los hombres verdaderamente hombres, y la ciudad existe para hacerlos felices".

² Plan de Desarrollo Económico, Social y de Obras Públicas "Formar Ciudad" 1995-1998, expedido mediante el decreto 295 de junio 1 de 1995,

dirección pública de la ciudad y nuevamente acoge como bandera de gobierno la cultura ciudadana en este nuevo Plan de Desarrollo.³

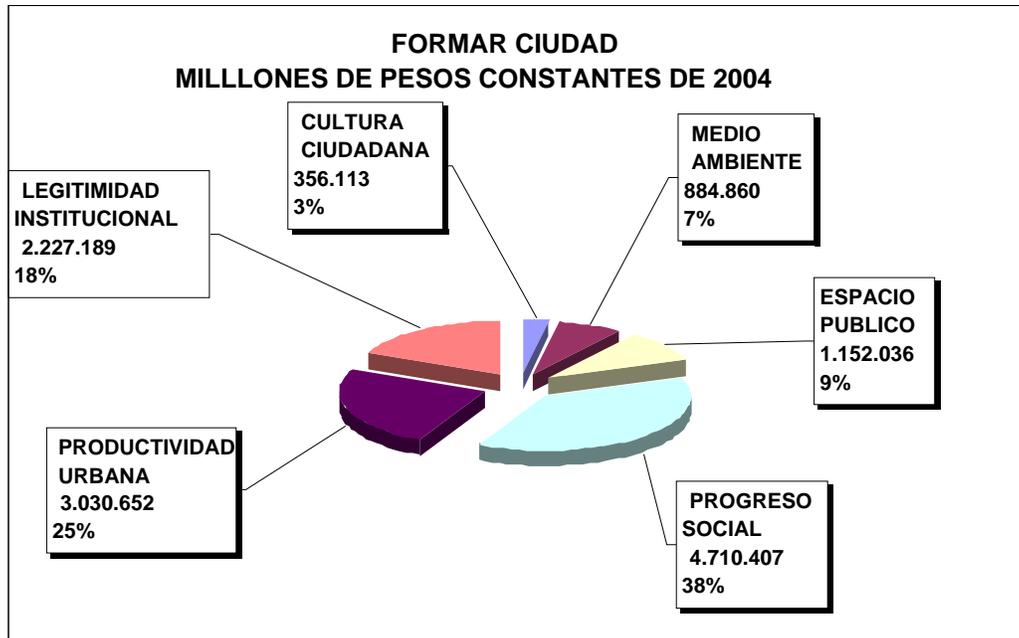
El trabajo adelantado durante las dos administraciones haría referencia al cumplimiento de las normas y especialmente al cumplimiento voluntario de las mismas o a la denominada autorregulación ciudadana. Esta era la intención más importante que se concebía como cultura ciudadana, es decir, lograr que los habitantes reflexionaran sobre su comportamiento frente a las acciones y actividades regladas y que fuesen formados e informados sobre la importancia y la ventaja que era posible obtener al respetar el deber ser que representan las normas, con ello se pretendía lograr cambios de comportamiento esencialmente en los espacios y áreas comunes a la sociedad bogotana para disfrutar de un ambiente más amable y de respeto entre los ciudadanos.

Esta intención llevó a dicha administración a trabajar en diversos campos hasta ese momento poco destacados, se llamó mucho la atención sobre las temáticas de espacio público, la accidentalidad vial y de alguna manera los problemas relacionados con los homicidios, la violencia, el crimen y su relación con los costumbres, los comportamientos y la actitud de los ciudadanos.

Reconocer si en suma se lograron las finalidades de este objetivo o no y su incidencia sobre la población será el tema que se aborde en el siguiente capítulo que trata sobre los efectos de estos programas sobre el bienestar de la población. Por ahora cabe mencionar que los recursos destinados en cultura ciudadana fueron de \$356.113 millones que representaron el 3% del total invertido en el Plan de Desarrollo “Formar Ciudad”; y de \$435.615 millones correspondientes al 4% del valor total del Plan “Bogotá Para Vivir Todos del Mismo Lado”, tal como se ilustra en los dos siguientes gráficos, donde a continuación se explica brevemente los demás componentes que estructuraron cada plan.

³ Plan de Desarrollo económico y Social de Obras Públicas Bogotá para Vivir Todos del Mismo Lado correspondiente al periodo 2001-2004, fue expedido mediante el decreto 440 de 2001

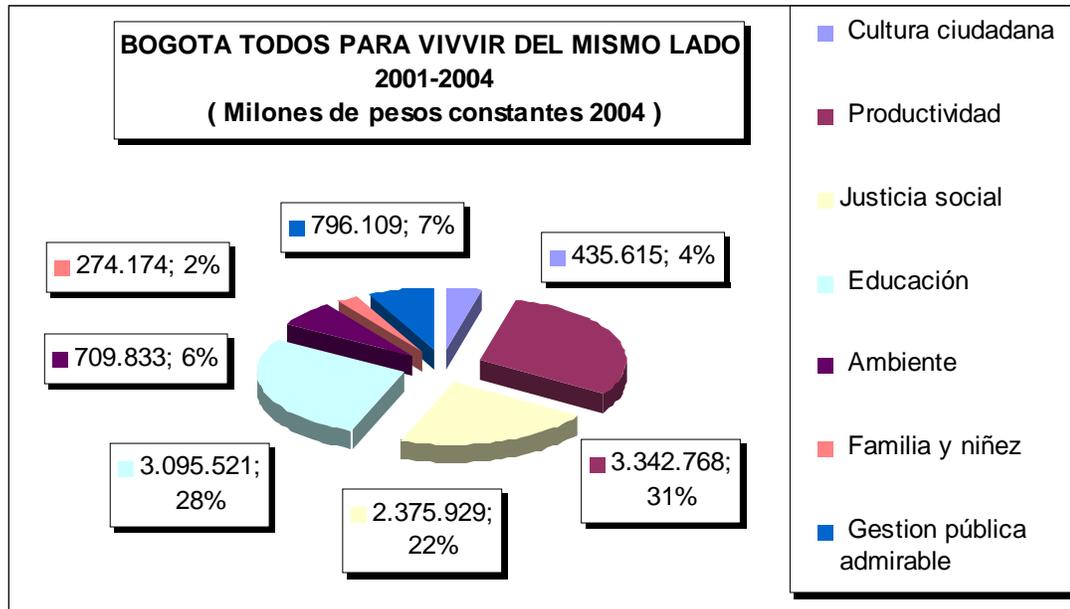
GRAFICO 1



Fuente: Departamento Administrativo de Planeación Distrital.
Cálculos: Contraloría de Bogotá.

El Plan de Desarrollo “Formar Ciudad”, se estructuró a partir de seis prioridades: cultura ciudadana, fortalecer la autorregulación ciudadana; medio ambiente, prevenir y mitigar el deterioro de las condiciones ambientales; espacio público, recuperar los ambientes ciudadanos; progreso social, impulsar el desarrollo humano y la convivencia; productividad urbana, mejorar la infraestructura material y la capacidad humana para hacer la ciudad más competitiva; y legitimidad institucional, mejorar la calidad y la oportunidad de acción de la Administración Distrital.

GRAFICO 2



Fuente: Departamento Administrativo de Planeación Distrital.
Cálculos: Contraloría de Bogotá.

Como se observa en el anterior gráfico, el Plan de Desarrollo “Bogotá Para Vivir todos del Mismo Lado” se estructura a partir de las siguientes prioridades: cultura ciudadana; productividad, incrementar la generación sostenible de riqueza; justicia social, mejorar el acceso de las personas a las condiciones de nutrición, salud, educación y habitación; educación, mejorar la calidad y la cobertura; ambiente, mejorar en forma socialmente sostenible los factores ambientales de la ciudad que inciden en la salud de las personas, la sostenibilidad de los ecosistemas y la productividad del Distrito; familia y niñez, crear condiciones para que niñas y niños puedan vivir su niñez y apoyar los comportamientos solidarios de las diferentes formas de familia y de sus integrantes; y gestión pública admirable, elevar la confianza y el respeto de los habitantes de Bogotá hacia las instituciones, fortalecer el compromiso de los servidores públicos y de todas las personas con una gestión efectiva y transparente.

3.2 ESPACIO PÚBLICO PARA LOS CIUDADANOS UN PROPÓSITO DE MODERNIZACIÓN E IMAGEN PARA BOGOTÁ

El tema de la Cultura Ciudadana en Bogotá deja de constituirse en el fundamento primordial con el cambio de gobierno al entrar en vigencia el Plan de Desarrollo 1998-2001, surgiendo nuevas premisas e iniciativas que afectarían la cultura de la ciudad y su imagen. En el año de 1998 surge el Plan de Desarrollo Económico, Social y de Obras Públicas “Por la Bogotá que queremos”, establecido mediante acuerdo No 6 de junio 8 de ese mismo año. En contraste al gobierno distrital que le precedía, esta administración no visualizaba con el mismo énfasis y con la misma perspectiva la problemática de cultura ciudadana de los habitantes; para esta administración la modernización de la ciudad era una de las mayores preocupaciones y en este sentido se pretendía lograr una dinámica de progreso de la ciudad en los campos social, cultural y económico.

La Bogotá que este Plan de Desarrollo quiso construir era una ciudad cosmopolita que se adecuara a las exigencias de representar al país como su capital, centro principal de negocios, servicios y motor de desarrollo económico del país; el objetivo principal de este plan era el *“de generar un cambio profundo en la manera de vivir de los ciudadanos, devolviendo la confianza a todos los bogotanos en su capacidad para construir un futuro mejor y dinamizar el progreso cultural, social y económico”*.

Se trataba prácticamente de proyectar a la ciudad hacia una nueva era con una dinámica completamente diferente, en la cual los rasgos culturales del subdesarrollo fuesen cosa del pasado, mas que el referente de las pequeñas ciudades del contexto nacional, el reto era el de impulsar a Bogotá y hacerla equiparable a New York, París o Roma; centros urbanos y culturales de primera línea y capitales del mundo.

Con una concepción de muy largo plazo y una prospectiva de las mismas dimensiones, este gobierno distrital creó las bases para iniciar un cambio profundo en la manera de sentir y vivir los habitantes de la ciudad a Bogotá, impulsando un proceso de modernización en el cual los ciudadanos aprendieran a admirar la importancia de los lugares, del entorno, del hábitat y de la gigantesca gama de posibilidades de disfrutar de la ciudad. Durante esta administración se pudo consolidar el más importante proceso de pertenencia, identificación, posicionamiento y buena imagen de la ciudad incidiendo en forma favorable en la concepción, adhesión, simpatía y amor de los visitantes y residentes de la ciudad para lo cual se trabajó arduamente en dos aspectos que presentaron mayor relevancia desde la perspectiva de este trabajo: 1) El espacio público considerado en un concepto amplio y 2) La capacidad de movilización al interior de la ciudad.

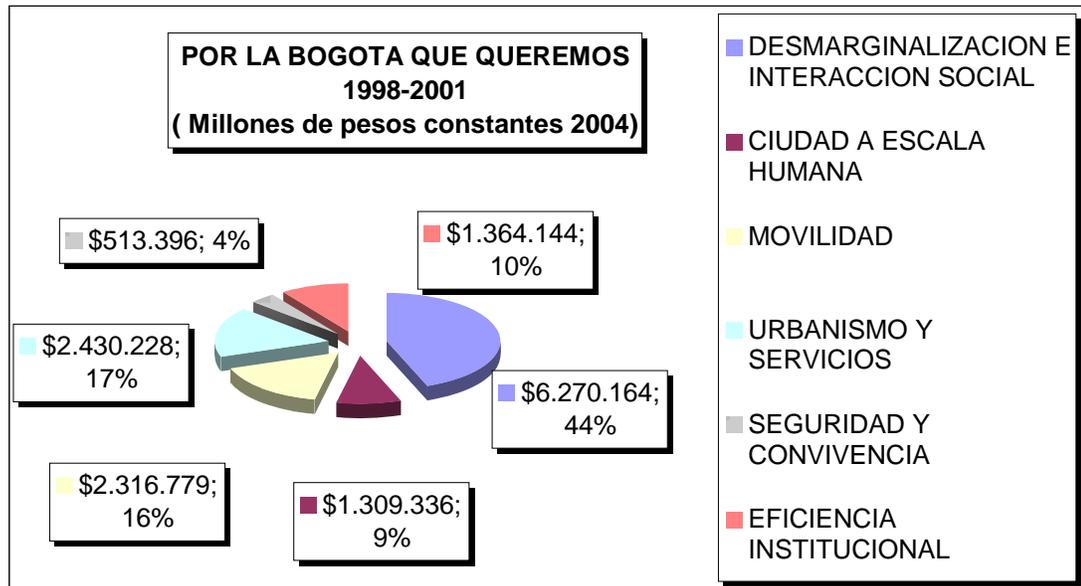
En el primer aspecto se pretendía atender diferentes frentes, entre ellos el de ampliar la cantidad de espacio que a diario utilizan los peatones para desplazarse a sus lugares de trabajo o sitios de diversión en el permanente recorrido o caminatas por la ciudad; la disposición de más y mejores sitios para las actividades lúdicas, intelectuales, creativas y recreativas, la reflexión y el descanso de los ciudadanos en el disfrute de mejores parques, bibliotecas, andenes y lugares comunes en los que se desarrolla la vida urbana.

En el segundo caso se pretendía dotar a la ciudad de altos niveles de movilidad en el concepto puro de eficiencia en el tiempo, reduciendo el número de horas y/o minutos que se gasta a diario en trasladarse de un lugar a otro de la ciudad. Una de las estrategias para conseguir este objetivo, sin duda la más importante e incidente, fue la creación y puesta en marcha de un servicio de transporte masivo que atendiera con mejor seguridad, rapidez, calidad y dignidad las necesidades de los habitantes en sus recorridos rutinarios a lo largo del Distrito Capital. Para satisfacer las necesidades de movilización de potenciales usuarios de las bicicletas se dispuso de vías exclusivas o ciclorrutas a través de las cuales los ciclistas acuden diariamente a sus sitios de trabajo o de recreación.

Los recursos que fueron destinados para espacio público y movilidad corresponden a \$1.309.336 millones y \$2.316.779 millones que significaron el 9% y 16% respectivamente, del valor total de este plan de desarrollo en valores constantes a 2004. El trabajo en otros frentes fue destinado a: 1) Desmarginalización e interacción social, mejorar la infraestructura, la calidad y la cobertura de los servicios sociales, en las zonas más pobres y vulnerables de la ciudad; 2) Ciudad a Escala Humana, incrementar la cantidad y calidad del espacio público; 3) Movilidad, establecer sistemas de transporte modernos que aseguren una disminución en los tiempos de viaje y proporcionen un servicio eficiente y de calidad; 4) Urbanismo y Servicios, ordenar el crecimiento de la ciudad para armonizar el proceso de urbanización y renovación urbana propiciando soluciones de vivienda digna en ambientes amables 5) Seguridad y Convivencia, prevenir y sancionar los comportamientos que lesionan el bienestar de los ciudadanos e impulsar aquellos que promuevan la paz, la solidaridad, el respeto y la vida en comunidad 7) Eficiencia Institucional, establecer una gestión pública que en todas instancias promueva una administración eficiente y respetuosa del ciudadano.

Los recursos que se asignaron por cada uno de estos conceptos se presentan en el siguiente gráfico:

GRAFICO 3



Fuente: Departamento Administrativo de Planeación Distrital.
Cálculos: Contraloría de Bogotá.

Al igual que en el caso anterior el siguiente capítulo analiza más a fondo los resultados alcanzados por esta administración y las repercusiones sobre los procesos de identidad de Bogotá.

3.3 POBREZA, IMAGEN, IDENTIDAD Y SENTIDO PERTENENCIA EN BOGOTÁ

Si cerca de la mitad de la población se encuentra en condiciones de pobreza y de ellos no menos del 12% se encuentra en condiciones de indigencia, el rostro de Bogotá para estos ciudadanos no es muy agradable, si las condiciones estructurales de la economía no permiten que estas personas tengan un mínimo de posibilidades para satisfacer sus recursos, si el diario vivir de un ciudadano se convierte en un permanente ir y venir de años buscando empleo entonces todos los avances y los esfuerzos para hacer de la ciudad un sitio más acogedor y amable se verán menoscabados y muy posiblemente el proceso de construcción de una ciudad se vea lejano.

Si más de tres millones de personas no perciben los recursos con los cuales puedan satisfacer el mínimo de necesidades, con una alimentación básica, con un techo, un mínimo de educación, un empleo formal y un acceso a los

servicios públicos; por hermoso que sea el hábitat en la ciudad y haya un comportamiento cívico de mayor respeto y cordura; entonces no habrá una fuerza externa capaz de influenciar a estos grupos poblacionales para lograr el sentido de pertenencia en la ciudad. Si el rasgo de una ciudad son las malas condiciones de la población de menores ingresos, es muy difícil entonces que se logre interiorizar y presentar una imagen de ciudad en torno a una cualidad positiva.

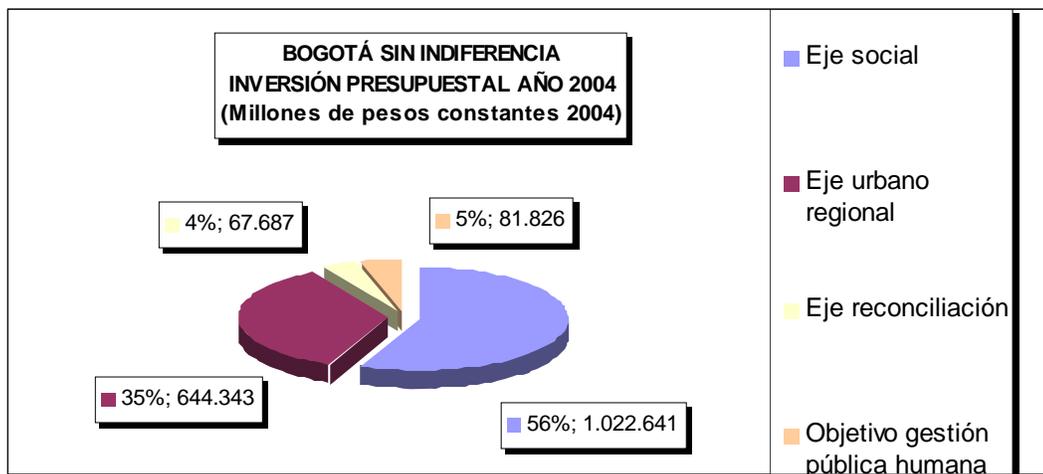
Si los ciudadanos perciben una salida en el estado y hay una oferta pública tendiente a solucionar una muy difícil situación económica, entonces es posible que una muy representativa cantidad de la población elija, en vez de hermosas obras arquitectónicas y programas culturales, soluciones más afines a sus necesidades y un nuevo modelo económico surja.

En este contexto de necesidades sociales surge el nuevo Plan de Desarrollo Bogotá Sin Indiferencia, con el objetivo central *“de avanzar en la garantía de los derechos humanos y disminuir las desigualdades, en el marco del Estado Social de Derecho, propiciando la creación y la redistribución de la riqueza; reconociendo las diferencias generacionales, étnicas, culturales, de género, de oportunidades y de capacidades”*.

Los componentes más relevantes de este Plan son el Eje Social, reducir la pobreza y la inequidad; Eje Urbano Regional, propender por una ciudad, moderna, ambiental y socialmente sostenible, integrada en el territorio, competitiva en su economía y participativa en su desarrollo; y el Eje de Reconciliación, desarrollar una institucionalidad pública y una organización ciudadana que propicie y dinamice una cultura de solidaridad, inclusión, participación, responsabilidad, respeto a la vida, a los derechos humanos, a la justicia y la seguridad.

La distribución de los recursos para cada uno los componentes mencionados anteriormente durante el año 2004 y a partir de la entrada en vigencia del Plan de Desarrollo en el mes de junio aproximadamente, se detallan en el siguiente grafico:

GRAFICO 4



Fuente: Departamento Administrativo de Planeación Distrital Cálculos: Contraloría de Bogotá.

Como se puede observar el componente más relevante de este plan es el eje social, el cual tiene una asignación de \$ 1.022.641 millones que representan el 56% del total invertido en el año 2004. Este componente se destaca por estar direccionado a mitigar ciertos aspectos conducentes a disipar o difuminar el sentido de pertenencia de los habitantes de menores recursos, así mismo puede coadyuvar a impedir que la ciudad se caracterice por las malas condiciones de la población de los estratos más bajos, (como sucede en Rio de Janeiro donde las favelas o tugurios se convierten en un estigma social). Al igual que en los demás casos mencionados anteriormente se procederá en el siguiente capítulo a evaluar los resultados de mayor importancia.

4. EFECTO DE LOS PROGRAMAS INCIDENTES EN LA IDENTIDAD DEL DISTRITO CAPITAL

En el capítulo anterior se presentaron las temáticas de mayor importancia sobre los procesos de imagen e identidad en la ciudad en los últimos diez años. Tres aspectos han resultado de mayor relevancia en este proceso: la cultura ciudadana, el espacio público, la movilidad y la solución de la problemática social; aunque estos argumentos han sido abordados por las respectivas administraciones en el desarrollo de sus planes de desarrollo y han sido concebidos con objetivos diferentes a los de propiciar el sentido de pertenencia, imagen e identidad de la ciudad, sus repercusiones han influenciado las formas culturales de su población sin que se haya logrado aún que Bogotá se identifique en torno a alguna o varias de estas cualidades positivas.

En este capítulo se explica el porque de este resultado final; para ello se describe y analiza en forma breve la gestión y logros más relevantes en cada uno de los planes de desarrollo que concibieron los aspectos anteriormente mencionados, para posteriormente relacionar esta gestión con la temática que se aborda en este trabajo.

4.1 FORMAR CIUDAD Y BOGOTA PARA VIVIR TODOS DEL MISMO LADO.

Como se destacó anteriormente, la administración de estos dos planes de desarrollo fue encabezada por el mismo Alcalde Mayor, el segundo plan de desarrollo es una continuación del primero con énfasis en el mismo objetivo, el de la cultura ciudadana. Se pretendía desarrollar durante estos gobiernos una autorregulación, un cumplimiento voluntario de las normas y una reflexión sobre la utilidad y ventaja ciudadana en el cumplimiento de las mismas.

Los esfuerzos en materia de cultura ciudadana estuvieron dirigidos hacia un cambio de actitud y una reflexión en ámbitos como la seguridad vehicular, el cumplimiento en los horarios para los establecimientos nocturnos y el compromiso con el espacio público, las campañas publicitarias que fueron desarrolladas en estas áreas contaron con una importante participación de los medios de comunicación que divulgaron ampliamente la información sobre la hora pico y placa, el día sin carro, etc; aunque en menor medida y con menor despliegue publicitario otras áreas fueron vinculadas en el desarrollo del objetivo cultura ciudadana como es el caso del tema ambiental y el tratamiento sobre los problemas de violencia intrafamiliar.

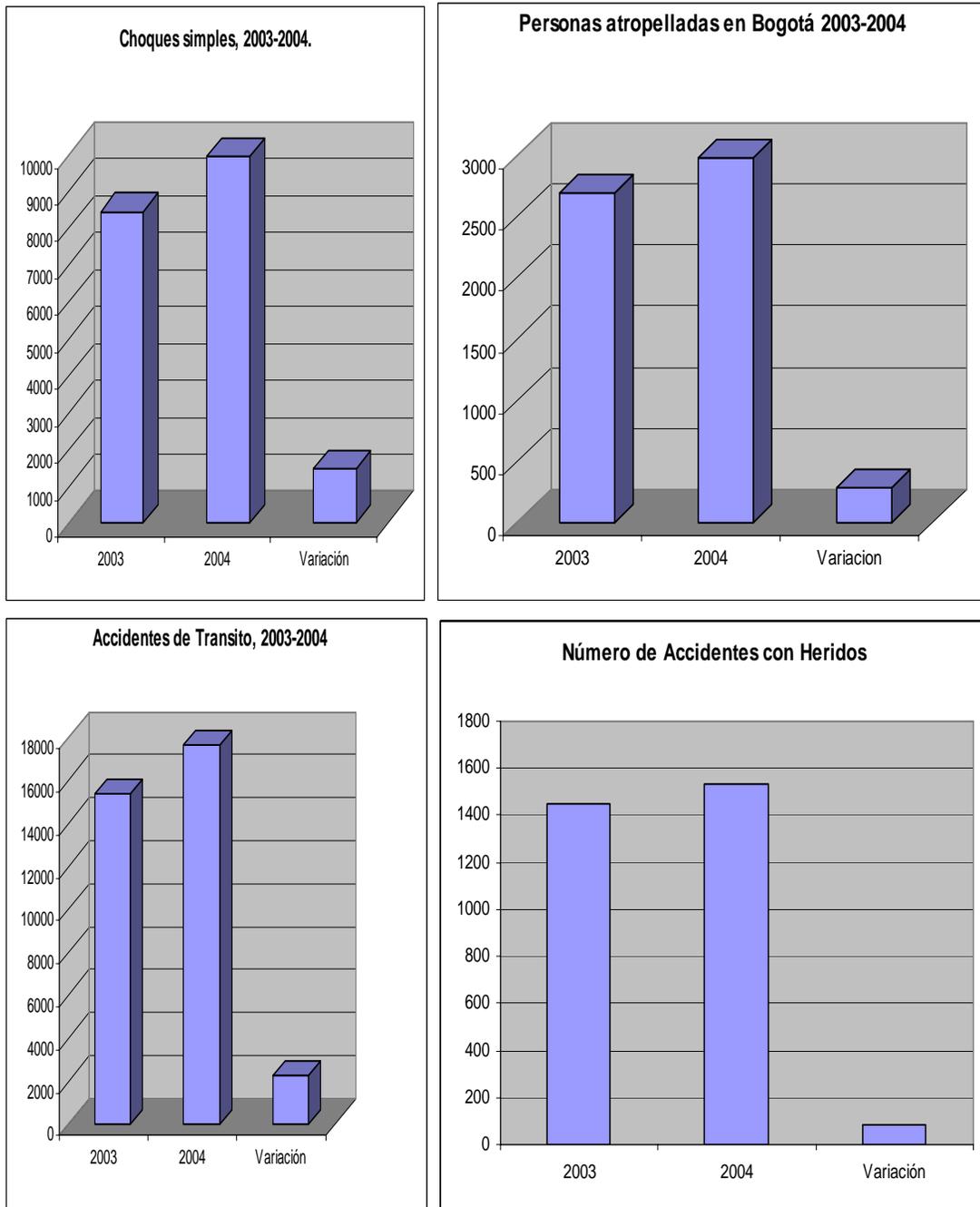
A continuación se presentan las estadísticas de los resultados relacionados en los temas anteriores, los datos son consolidados para los primeros cinco meses de los años 2003 y 2004; balance que se realiza de esta forma, para comparar los mismos periodos y evitar sesgos estacionales en los datos y performances presentados.

Como puede observarse en las subsiguientes gráficas, en materia de cumplimiento de las normas de tránsito y según información de la Cámara de Comercio de Bogotá, se presenta el siguiente comportamiento: los choques simples pasaron de 8.447 a 9.931, aumentado en 1.484 casos en el periodo analizado; el número de personas atropelladas pasó de 2.687 a 2.972, con un aumento de 285 personas atropelladas; el número de accidentes de tránsito subió de 15.365 a 17.642 y el número de accidentes con heridos aumentó en 867 al pasar de 1.449 a 1536.

En materia ambiental los ciudadanos fueron poco aplicados: los comparendos por emisión de gases y por incumplimiento del horario pico y placa registraron aumentos de 297 y 2.856 casos respectivamente, al pasar de 57 a 354 y de 2.139 a 5.019.

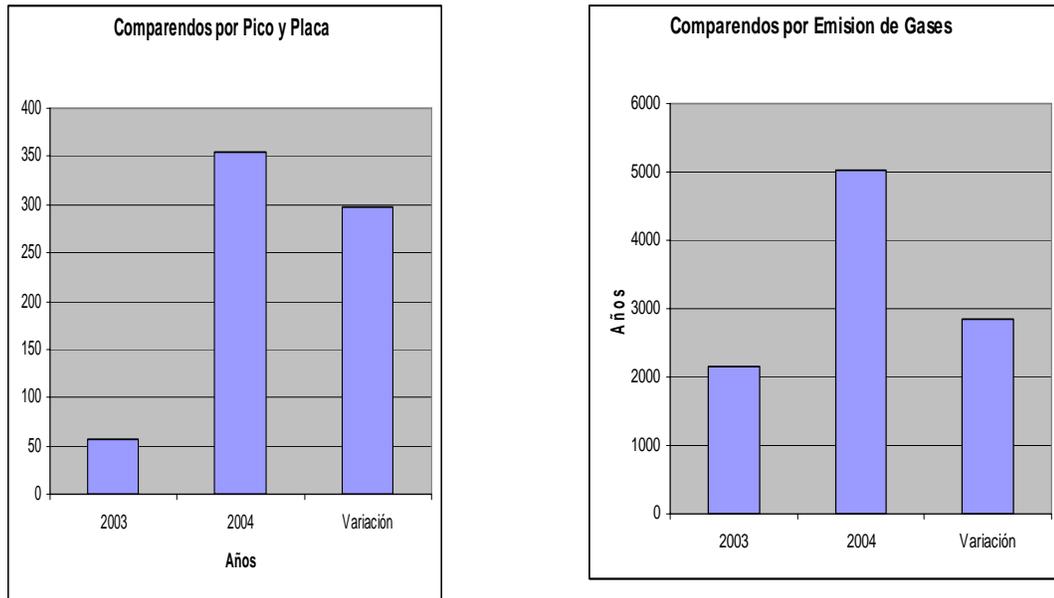
Así mismo se observa un aumento en el número de establecimientos sancionados por la violación de la hora optimista y el número de denuncias por violencia intrafamiliar que pasaron de 2.410 a 2.784 y de 1.185 a 2.385 representando aumentos de 374 y 1.200 casos respectivamente.

**NIVELES DE ACCIDENTALIDAD EN BOGOTÁ
CINCO PRIMEROS MESES DEL AÑO
GRAFICO 5**



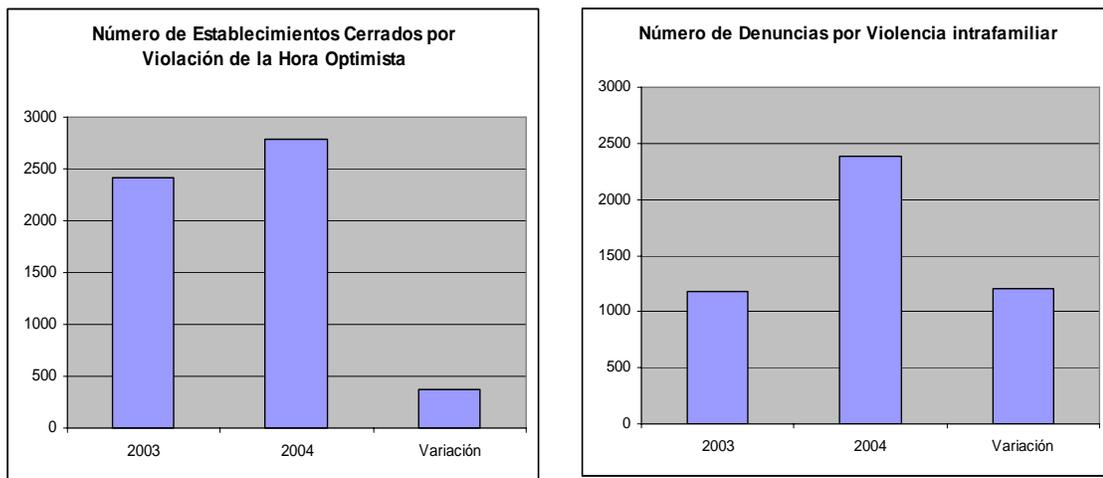
Fuente Cámara de Comercio de Bogotá.- Cálculos Contraloría de Bogotá

GRAFICO 6
CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS EN BOGOTÁ:
PICO Y PLACA, MEDIO AMBIENTE Y ESPACIO PÚBLICO.
CINCO PRIMEROS MESES DEL AÑO



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá.
Cálculos: Contraloría de Bogotá.

GRAFICO 7
CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS EN BOGOTÁ:
HORA OPTIMISTA Y VIOLENCIA INTRAFAMILIAR
CINCO PRIMEROS MESES DEL AÑO



Fuente Cámara de Comercio de Bogotá. - Cálculos Contraloría de Bogotá

El conjunto de efectos que se generó con la aplicación del objetivo cultura ciudadana no produjo un impacto definitivo en el proceso de identidad de la Capital, como se puede observar, las estadísticas presentadas evidencian resultados poco favorables de la gestión realizada, la oferta de servicios constituida en el monitoreo y control de las actividades urbanas de los habitantes, campañas publicitarias, programas en los diferentes medios de comunicación, capacitación, formación, información a través de medios escritos; no se reflejaron en un mejoramiento significativo de la calidad de vida de los bogotanos y no se presentaron cambios positivos continuados en el mejoramiento de la imagen de la ciudad consecuentes con una diferenciación o caracterización de la misma, en torno a una cualidad positiva; el balance costo beneficio en este sentido deja como resultado concreto un gasto de recursos por valor de \$791.720 millones⁴. Dentro del marco publicitario de venta de imagen y tratando de generar un proceso de identidad, se encuentran eslogan más atados al nombre del Plan de Desarrollo que a un sello, una marca y/o identificación del Distrito.

El objetivo cultura ciudadana, sin precedentes ni aplicaciones en el ámbito internacional, no generó los efectos que se esperaban por diversas razones; de una parte no se justificó debidamente la explicación del fenómeno que se pretendía atender, no se presentaron evidencias estadísticamente significativas que explicaran el incumplimiento de las normas de comportamiento ciudadano por un conjunto específico de factores sociales, culturales o económicos; los procedimientos que se llevaron a cabo fueron basados más en el control y en el monitoreo que en los recursos pedagógicos, esto es evidente en las actividades encaminadas a recuperar el espacio público, disminuir la presencia de conductores embriagados o la imposición de horarios en los establecimientos públicos nocturnos.

Como un hecho ineludible podemos cerrar el análisis afirmando que hoy Bogotá no se conoce como “*la ciudad acogedora*”, “*la ciudad cívica*” o algo así; la convivencia y el respeto por los demás y por las normas sí marcan un poco más el inconciente colectivo de los habitantes del Distrito Capital, pero no es objeto de un proceso perenne y consistente en el tiempo y mucho menos la marca indeleble que identifica a Bogotá.

4.2 POR LA BOGOTÁ QUE QUEREMOS.

Como se había señalado anteriormente, el principal aporte de este plan en la temática del proceso de una identidad para Bogotá, está conformado por una canasta de bienes sin precedentes en materia de espacio público, se destacan en este ámbito la construcción de las bibliotecas, parques y

⁴ Correspondientes a la suma a precios constantes de 2004, de los programas relacionados con el objetivo cultura ciudadana

andenes que lograron mejorar la imagen de la ciudad y hacerla más atractiva y bella, los recursos asignados a estas actividades fueron del orden de \$1.309.336 millones en pesos constantes de 2004.

El efecto inmediato de esta gestión fue una mejor calidad y cobertura de la demanda por espacio público, sumados a una mejor y más organizada y presentable ciudad, se añade el beneficio sobre los hogares que pueden disfrutar de mayores y mejores facilidades para la recreación, fortaleciendo el núcleo familiar que puede disfrutar en su conjunto de estas nuevas alternativas en su proceso de formación integral como núcleo básico de la sociedad. Ciertas costumbres que espacialmente atañen a los miembros adultos como el consumo de alcohol pueden cambiarse para compartir con sus padres, esposas, hijos, tíos, etc., propiciándose mejores lazos de unión entre todos, creándose espacios para disfrutar del tiempo libre en forma provechosa y mitigándose en parte los problemas intrafamiliares como la violencia, el desapego y la desafortunada situación económica de la mayoría de los bogotanos.

La disposición de espacios en la ciudad implica un cambio radical en la cotidianeidad de las personas y sus costumbres favoreciendo el fortalecimiento de las actividades artísticas, recreativas y creativas con un beneficio para todos los estratos y rangos de la sociedad, pero especialmente para las personas más necesitadas que no poseen el suficiente ingreso para desplazarse a otras ciudades o pagar por las actividades y espectáculos privados realizados en la ciudad.

El hecho particular de que un ciudadano salga de su casa un día de descanso y observe que la ciudad le provee toda una gama de actividades diferentes a las relacionadas con sus obligaciones laborales o compromisos económicos y que puede disfrutar de un sencillo paseo en bicicleta o a pie por el centro de Bogotá, visitar un museo, hacer deporte y recrearse en un parque o acudir a una de las hermosas bibliotecas de la ciudad, implica un cambio de percepción de Bogotá con el inmediato efecto de acrecentar el sentido de pertenencia. Por lo que de una u otra manera podemos sentir que ahora Bogotá es una *ciudad más, acogedora, lúdica y recreativa*.

Otra solución importante fue la implementación de un sistema masivo de transporte que propicio una mejor organización del tránsito vehicular y del transporte de pasajeros que se beneficiaron inicialmente con una disminución en los tiempos de viaje, un servicio más eficiente y unas emisiones de gas de menor nivel, los recursos asignados en estos conceptos fueron del orden de \$ 2.316.779 millones de pesos constantes de 2004⁵. El

⁵ Se incluyen entre otros aspectos las obras relacionadas con la construcción, ampliación, mejoramiento y mantenimiento de la infraestructura vial

balance costo beneficio de esta asignación es positivo considerando los efectos inmediatos que se generaron sobre los usuarios y la ciudad en los concepto de movilidad, infraestructura y calidad el aire.

En contraste a los anacrónicos y deteriorados buses, Transmilenio es desde sus inicios una solución que proporcionó un mejor nivel de bienestar para los bogotanos y ha venido siendo aceptado por las diferentes Administraciones Distrito Capital como una solución digna de continuarse y replicarse en otras ciudades. El modelo como tal se constituye en un orgullo para los Bogotanos, aunque se observa que actualmente se presentan algunas deficiencias relacionadas con el número de pasajeros por cada vehiculo especialmente en las rutas alimentadoras, la frecuencia y tiempo de los viajes y la seguridad de los usuarios.

El cambio y mejora en las vías, la movilidad, la estética de la ciudad, el estado de los buses, la calidad del aire, entre otros factores, llevaron a concebir a Bogotá como una *ciudad cosmopolita, moderna y estéticamente más agradable*. Pero esta prioridad en la inversión y los cada vez más profundos problemas sociales, llevaron reflexionar que faltaba un mayor esfuerzo en la solución de los mismos.

Durante este proceso de transformación de la ciudad como una ciudad más acogedora, lúdica, recreativa, cosmopolita, moderna y agradable, fueron recogidos estos conceptos como un todo que le diera una mejor imagen a la ciudad y a la vez sirviera como un proceso de identificación de la misma, promocionando una identidad para el Distrito Capital; así fue como se implementó el eslogan promocional y publicitario "*Bogotá 2.600 metros más cerca de las estrellas*".

El soporte de cada comercial fue todos y cada uno de los programas de mejoramiento de la ciudad y que le sirvieron como premisa a dicho proceso, es decir, todo el gasto del Plan de Desarrollo es la base para generar dicha identidad.

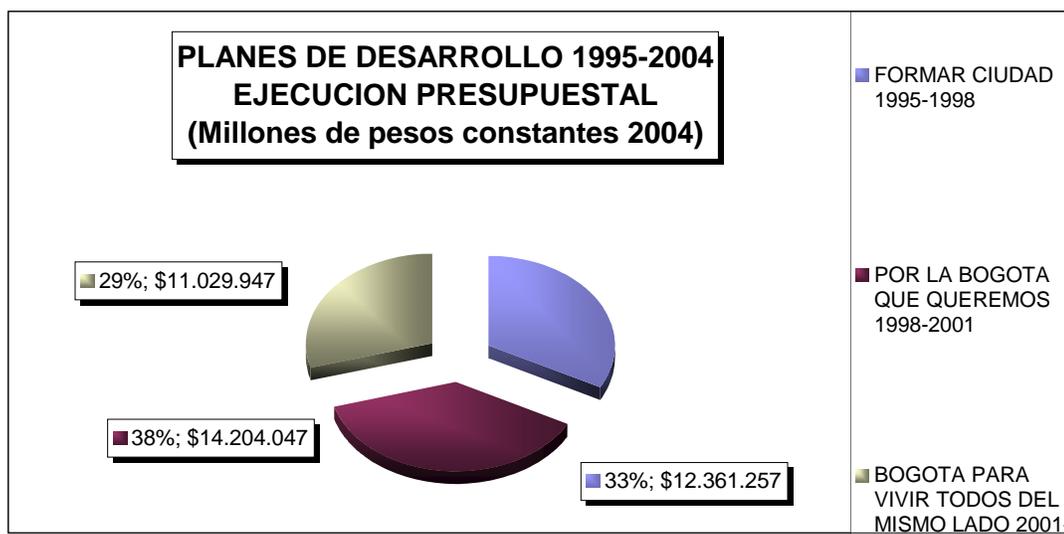
Proceso de socialización y apropiación que generó un inconciente colectivo y a su vez críticas positivas y negativas, pero que en todo caso marcó un hito que no se rescataba desde el ya revaluado y un poco olvidado "*Bogotá: La Atenas Suramericana*".

En estos momentos estamos viviendo este proceso de aniquilamiento de un posible proceso de identidad a través del olvido, olvido generado por la falta de consistencia en el establecimiento de estados de conciencia en el interior de cada ciudadano. Las pérdidas por este concepto son incalculables, porque no se limitan al costo de una campaña publicitaria, sino a una de las estrategias de generación de una identidad que, atada a otros factores, es

fuentes de ingresos por la apropiación misma del concepto de ciudad, sus bondades, beneficios y razón de ser. La falta de continuidad en el proceso conlleva a la pérdida de unos recursos importantes para la ciudad, generando además, confusión en el habitante de Bogotá, el turista y en las nuevas generaciones; traducidos entre otros aspectos, en una menor dinámica turística y una pérdida de bienestar para los bogotanos.

Durante el desarrollo de dicho Plan, “*Por la Bogotá que Queremos*”, no se logró consolidar el proceso de identidad; aunque los recursos con que dispuso esta administración en su plan de desarrollo fueron más significativos en comparación a otros gobiernos distritales, como se evidencia en el subsiguiente gráfico, faltó una mayor efectividad en las inversiones sociales realizadas para que las personas de más bajos ingresos fueran parte en las transformaciones y modernización de la ciudad siendo participantes vinculantes en el proceso de identidad.

GRAFICO 8



Fuente: Departamento Administrativo de Planeación Distrital (DAPD)
Cálculos: Contraloría de Bogotá.

4.3 BOGOTA SIN INDIFERENCIA

Dentro del Plan de Desarrollo “Bogotá Sin Indiferencia”, el denominado eje social recoge las intenciones más importantes en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes más pobres; en este estudio se trata la temática social de esta administración no por que este sea uno de los objetivos de este trabajo sino porque las malas condiciones económicas y sociales de un representativo porcentaje de la población tiende a desvincular a los ciudadanos de sus instituciones, afectando en forma negativa el sentido

de pertenencia e identidad con la ciudad, consecuentemente la imagen de la ciudad se ve deteriorada y la caracterización de la misma se hace más en relación a la problemática social que a las cualidades y virtudes.

Debido a que los resultados de esta gestión están disponibles a 31 de diciembre de 2004, lo que representa solo seis meses de gestión dentro del desarrollo del Plan, no resultaría adecuado establecer a priori si la estrategia y actividades adelantadas con relación a la problemática social están resultando efectivas para mejorar las condiciones económicas de los habitantes de menores ingresos con un efecto vinculante sobre las condiciones de imagen y sentido de pertenencia. Por lo anterior, a continuación sólo se describe y analiza lo que podría generar una identidad para la ciudad.

El eje social contó con una asignación de \$1.022.641 millones a diciembre 31 de 2004, en el se establece una estrategia basada principalmente en lograr el mejoramiento de las condiciones de las personas más pobres y vulnerables con una atención dirigida especialmente a los frentes alimentario, educativo, salud, derechos e inclusión social.

Durante todo el periodo constitucional del Plan de Desarrollo, los componentes de derechos e inclusión social están dirigidos a brindar la atención a las poblaciones cuyos recursos no les permite autosuficiencia en materia de educación, salud, vivienda y alimentación.

Existe un compromiso de institucionalidad de terminar proyectos de alta envergadura para la ciudad, como la ampliación de cobertura del Sistema Transmilenio, construcción de ciclorrutas y normas de control para la convivencia pacífica y de mutuo respeto de los conciudadanos.

Existen dudas sobre las estrategias y manejo que le serán dados a temas como espacio público y comercio informal, debido a las acciones y/u omisiones realizadas hasta el momento por la administración distrital.

En todo caso, fuera del sugestivo nombre del Plan de Desarrollo y su incidente orientación en el gasto público en materia social, es evidente que en materia de identidad como ciudad, la presente administración dejará un nuevo componente a la ya amalgamada identidad del Distrito Capital: *“Bogotá Sin Indiferencia. Un Compromiso Social contra la Pobreza y la Exclusión”*, la inclusión social y sus componentes; un factor que es internacionalmente identificado y que se debe erradicar, como algo inherente a cada administración de cada ciudad o país, pero no como un rótulo de identificación que genere identidad, pertenencia y compromiso con la ciudad.

Es notorio que en el actual plan de desarrollo no se de la importancia y el realce a la necesidad de iniciar un proceso de identidad para Bogotá, con lo cual se podrían alcanzar importantes logros que beneficiaran a la ciudad en todos los ámbitos económicos, sociales y culturales.

En el área económica los beneficios se traducirían, en más recursos para la administración vía ingresos por actividades turísticas y el comercio relacionados; mejor y mayores posibilidades de empleo para las personas de menores recursos y un mayor crecimiento de la economía en todo su conjunto por un incremento en la demanda de bienes y servicios, originada por la entrada de visitantes a la ciudad.

Entre los beneficios sociales cabe mencionar no sólo la repercusión de unos mejores ingresos sobre los diferentes estratos sociales sino además el hecho particular de lograr el reforzamiento del segmentado y fragmentado tejido social de Bogotá. Los procesos de identidad tienen la particularidad de generar una mayor unidad un encuentro en un lugar común en el cual el referente de diferenciación no es el estrato social o los ingresos percibidos sino el lugar un grupo social departe y genera diferenciación de esta región con las demás.

En el aspecto cultural es indiscutible que los procesos de identidad facilitan la convivencia ciudadana, generan cambios de comportamiento, compromiso y solidaridad entre los ciudadanos, viéndose todos y cada uno de los integrantes de la sociedad bogotana más comprometidos con la ciudad y su imagen, debido a que en ellos se comparte un mismo sentimiento de identidad sobre una cualidad compartida que transmite un sentimiento de orgullo.

En este sentido, se observa que el esfuerzo de la actual administración no tiene el alcance necesario para que en Bogotá se inicie el proceso de identidad necesario y se comience a construir en la ciudad un mismo sentimiento de unidad e identidad, en torno a una o varias de sus múltiples características.

5. BOGOTA PARA TODOS Y TODAS

Como quiera que la ciudad está conformada por un sinnúmero de habitantes de todas las regiones, lo que la caracteriza como una ciudad multiétnica y policultural, los procesos de identificación e imagen de la ciudad en torno a alguna particularidad étnica o a un conjunto de hábitos culturales de alguna región específica, no resultan difíciles ya que de alguna manera se estarían destacando los aspectos más característicos de una sola región en detrimento de las demás.

Esta heterogeneidad de grupos sociales conformada por inmigrantes de diferentes partes del país que llegan a la ciudad principalmente en busca de un futuro económico mejor y que han encontrado una forma de subsistencia más benéfica que en sus lugares de origen, ha venido incrementándose paulatinamente hasta conformar lo que es hoy el grueso de la población bogotana.

Acompañando la tendencia del fenómeno anterior, el prototipo cachaco o rolo ha venido paulatinamente disminuyendo, siendo sus expresiones y dialectos, cada vez más escasos.

Llegar a Bogotá y adentrarse en ella, es encontrarse con las populares expresiones antioqueñas, con el acento del dialecto costeño o con los costumbrismos boyacenses, quedando muy poco de las expresiones originales de la ciudad.

La diversidad también está presente en la música. Es posible en Bogotá escuchar los ritmos y mejores expresiones de todas las regiones del país y aún del exterior; desde la música folclórica que representan el sentimiento de todos los pueblos del país, hasta presentaciones de opera y zarzuela, que representan la cultura de élite o clásica, pasando por los festivales de rock, champeta y toda la diversidad de la música producto de la modernidad. Aquí no hay canciones o ritmos que particularicen la ciudad en torno a un ritmo específico, las expresiones musicales abordan no sólo los sentimientos de los pueblos del país, sino que además incluyen todas las expresiones existentes en el ámbito internacional.

Al igual que con la música la comida es también sinónimo de pluralismo, heterogeneidad, multiplicidad y variedad. En este caso no faltan los platos más exquisitos con que las abuelas colombianas preparaban y preparan los mejores platos, pasando por el pusandao chocoano, la carne a la llanera, la exótica bandeja paisa, hasta la comida internacional, japonesa, árabe, brasileña e italiana están en las mesas de gourmets y comensales.

En todo este festival de expresiones hay más ventajas que desventajas, en una perspectiva económica, la variedad genera bienestar. Un agente económico, con los mismos recursos que otro, si tiene mayor posibilidad de elección entre dos o más canastas de bienes, goza de una asignación superior al que tiene menor alternatividad de selección, ya que puede atender en forma más eficiente sus preferencias.

Siendo esta una ventaja, una virtud y una característica más que una debilidad, el énfasis en el reconocimiento y percepción de la ciudad debería, destacar de manera favorable estos rasgos y generar procesos de identidad entorno a la heterogeneidad y coexistencia de las culturas, esto conlleva procesos de tolerancia, respeto y reconocimiento por el otro, un proceso social muy postmoderno y colombiano en el que nada es deleznable y en donde la ciudad acoge con los brazos abiertos a sus visitantes que encuentran en sus colonias sus viejas tradiciones y una metamorfosis simbiótica cultural en la que coexisten las demás expresiones culturales. Un cundiboyacense que escucha vallenato, un llanero que degusta un ajiaco santafereño, hacen parte de estos personajes que deben estar representados en los planes institucionales no en forma tangencial sino como un objetivo central en el cual trabajen diversas administraciones bajo un mismo enfoque y un único rótulo que quede plasmado en el inconsciente colectivo.

En esta forma las lecciones de cultura ciudadana, serán más entendibles para los habitantes que acogerán las normas de este gran hogar de todos los Colombianos, propenderán más por el respeto de su hábitat, de su espacio público y estarán más cerca del estado entendiéndolo en una dimensión más amplia y facilitando lo que en la moderna literatura económica se distingue como economía institucional con un encuentro ecléctico de antropología y economía.

6. CONCLUSIONES

Los altos niveles de inversión de que goza el Distrito Capital, gracias a su buen posicionamiento y calificación económica y financiera, han permitido a Bogotá generar programas culturales, deportivos, cívicos, de infraestructura, entre otros; que apuntan a generar una imagen de la ciudad, pero que cambia con cada concepción particular que tiene de la misma el alcalde de turno y lo que puedan el nombre de su Plan de Desarrollo y los planes, programas y proyectos que contiene puedan reflejar en la ciudadanía.

Lo anterior llama la atención sobre la necesidad de articular las políticas en el largo plazo, buscando una orientación unificada en la cual la principal ciudad del país sea rememorada e identificada por un distintivo alusivo que permita sintetizar una característica loable de la ciudad en torno a la capacidad de sus habitantes, sus ventajas económicas, de ubicación, o cualquiera otro rasgo favorable; con lo cual se pretende que en la era de la información Bogotá mejore su imagen, mitigue los efectos de las problemáticas socioeconómicas y se destaque en el ámbito nacional e internacional por sus cualidades positivas más que por las negativas.

El conjunto de efectos que se generó con la aplicación del objetivo cultura ciudadana no produjo un impacto definitivo en el proceso de identidad de la Capital, como se puede observar, las estadísticas presentadas evidencian resultados poco favorables de la gestión realizada, la oferta de servicios constituida en el monitoreo y control de las actividades urbanas de los habitantes, campañas publicitarias, programas en los diferentes medios de comunicación, capacitación, formación, información a través de medios escritos; no se reflejaron en un mejoramiento significativo de la calidad de vida de los bogotanos y no se presentaron cambios positivos continuados en el mejoramiento de la imagen de la ciudad consecuentes con una diferenciación o caracterización de la misma, en torno a una cualidad positiva; el balance costo beneficio en este sentido deja como resultado concreto un gasto de recursos por valor de \$791.720 millones. Dentro del marco publicitario de venta de imagen y tratando de generar un proceso de identidad, se encuentran eslogan más atados al nombre del Plan de Desarrollo que a un sello, una marca y/o identificación del Distrito.

El aporte a la identidad de Bogotá generado por el Plan de Desarrollo "*Por la Bogotá que Queremos*" y la ejecución de los planes, programas y proyectos consignados en el mismos, acompañado de acciones particulares y de una campaña publicitaria con el eslogan "*Bogotá: 2.600 Metros Más Cerca De Las Estrellas*", generaron un nuevo concepto que impregnó el inconciente colectivo de un conjunto de características de la ciudad con los cambios en materia de infraestructura, ornato, estética y organización en general, concepto que aún queda en el pensamiento de los bogotanos, pero que sin

continuidad y permanente enlace y conexión con el devenir de la ciudad, quedará en el recuerdo de algunos soñadores como aquella sublime del alto concepto cultural: “*Bogotá: La Atenas Suramericana*”.

Las malas condiciones sociales de un representativo porcentaje de la población tiende a desvincular a los ciudadanos de sus instituciones, afectando en forma negativa el sentido de pertenencia y amor hacia la ciudad con lo cual la imagen de la ciudad se ve deteriorada y la caracterización de la misma se hace más en relación a la problemática social que a las cualidades y virtudes.

Sobre este último particular está planteado y basado el actual Plan de Desarrollo “*Bogotá Sin Indiferencia*”, que, dada la premisa anterior, coadyuvaría a eliminar una barrera en el proceso de identidad de la ciudad, pero que bajo ningún factor está construyéndola a través de un proyecto o acción específica.

Llevados a valores constantes de 2004, las inversiones que podrían haberse soportado para generar un proceso de identidad superan los \$5 billones de pesos y no fueron debidamente capitalizados en este aspecto, perdiendo una oportunidad histórica de conciencia ciudadana con una concepción amable y humana, pero a la vez moderna y cosmopolita de Bogotá para que esta sea memorable y distinguida; y no como una selva de cemento o la ciudad X .

Es notorio que en el actual plan de desarrollo no se de la importancia y el realce a la necesidad de iniciar un proceso de identidad para Bogotá, con lo cual se podrían alcanzar importantes logros que beneficiaran a la ciudad en todos los ámbitos económicos, sociales y culturales.

En el área económica los beneficios se traducirían, en más recursos para la administración vía ingresos por actividades turísticas y sus efectos relacionados; mejor y mayores posibilidades de empleo para las personas de menores recursos, en las cuales el turismo es intensivo, y un mayor crecimiento de la economía en todo su conjunto por un incremento en la demanda originada por la entrada de visitantes a la ciudad.

Entre los beneficios sociales cabe mencionar no solo la repercusión de unos mejores ingresos sobre los diferentes estratos sociales sino además el hecho particular de lograr el reforzamiento del segmentado y fragmentado tejido social de Bogotá. Los procesos de identidad tienen la particularidad de generar una mayor unidad un encuentro en un lugar común en el cual el referente de diferenciación no es el estrato social o los ingresos percibidos sino el lugar de origen en el que se contrae de manera inherente la particularidad que diferencia al grupo social de esta región de las demás.

En el aspecto cultural es indiscutible que los procesos de identidad facilitan la convivencia ciudadana, generan cambios de comportamiento, compromiso y solidaridad entre los ciudadanos, viéndose todos y cada uno de los integrantes de la sociedad bogotana más comprometidos con la ciudad y su imagen, debido a que en ellos se comparte un mismo sentimiento de identidad sobre una cualidad compartida que transmite un sentimiento de orgullo.

Durante la última década, lo escasos esfuerzos de generar una identidad para Bogotá no contaron con la articulación adecuada entre las diferentes entidades del Distrito, labor que debe ser realizada por la totalidad de dichas entidades. De la misma manera, la fractura se presenta de administración a administración, creando confusión de identidad ya que el mayor acercamiento a ella es a través del nombre de cada Plan de Desarrollo impreso en los overoles de los trabajadores de obra de los contratistas o en las chaquetas de los muchachos y muchachas que coordinan los domingos las ciclovías, nombre que cambia en cada periodo constitucional.