

Peatonalizar es revitalizar. EDITORIAL

miércoles, 15 de octubre de 2008

Modificado el lunes, 10 de noviembre de 2008

HTML clipboard

EDITORIAL

PEATONALIZAR ES REVITALIZAR

A día de hoy, del grupo de los cascos históricos más notables de Canarias, el conjunto histórico artístico de Guía es señalado como el espacio urbano que ofrece menos metros de recorrido exclusivamente peatonal de todo el archipiélago. Rolf Monheim, un clásico del estudio de las zonas peatonales urbanas dijo al respecto: «una ciudad sin áreas peatonales representativas parece ahora desesperadamente anticuada».

EDITORIAL

PEATONALIZAR ES REVITALIZARA día de hoy, del grupo de los cascos históricos más notables de Canarias, el conjunto histórico artístico de Guía es señalado como el espacio urbano que ofrece menos metros de recorrido exclusivamente peatonal de todo el archipiélago. Rolf Monheim, un clásico del estudio de las zonas peatonales urbanas dijo al respecto: «una ciudad sin áreas peatonales representativas parece ahora desesperadamente anticuada». El objetivo principal de las peatonalizaciones suele ser el de resolver la contradicción entre un viario no pensado para el automóvil y un tráfico masivo de éstos. Aunque no se explicita, se trata de resolver un problema de congestión circulatoria cuyas causas muchas veces se achacan paradójicamente a quienes resultan más perjudicados, los peatones; hay demasiados peatones para que quepan los coches o para expulsarles sin reparos. En ocasiones, el objetivo principal circulatorio se completa con otros de tipo ambiental (disminución de la contaminación y el ruido) o de seguridad (disminución de la accidentalidad). Y frente a las clásicas reticencias de algunos sectores del comercio, también existe el modelo (con irrefutables muestras de éxito) cuyo objetivo esencial es de tipo comercial, es decir, la configuración de un espacio propicio al comercio, capaz incluso de competir con las grandes superficies comerciales periféricas. En este sentido, una de las políticas más exitosas llevadas a cabo para rehabilitar los centros históricos, en aras de recuperar su interés comercial, ha sido, sin duda alguna, la peatonalización estratégica de una proporción alta de sus calles. Son menos y más recientes los ejemplos de peatonalizaciones cuyo objetivo, más allá de las declaraciones, es contribuir a devolver la ciudad al peatón, formando por tanto parte de un paquete amplio de medidas urbanísticas y de tráfico orientadas a tal fin. Debemos aceptar la sensación de que la ciudad vive bajo la tiranía del automóvil, llegando a veces a sentirse el peatón como un estorbo. Los ciudadanos guineses no deben tener dudas del éxito urbanístico, ambiental y comercial que supondría la peatonalización de la vertiente de nacimiento de la calle Marqués del Muni. Entre los aspectos positivos de la proyectada peatonalización de la calle mencionada se encuentran la disminución del ruido, la contaminación y la accidentabilidad local, el reforzamiento de ciertas actividades comerciales o turísticas y, sobre todo, la revitalización del centro y su recuperación para los peatones como elemento clave de la identidad urbana. Sin duda alguna, una de las vías para proyectar con éxito nuestro pasado en el futuro inminente pasa inexcusablemente por peatonalizar. Peatonalizar es revitalizar.