

X SEMINARIO DE INVESTIGACION URBANA Y REGIONAL

Pontificia Universidad Javeriana, la Facultad de Arquitectura y Diseño * el Instituto Javeriano de Vivienda y urbanismo
la Asociación Colombiana de Investigadores Urbano Regionales - ACIUR



– Mesa 11 –

FRAGMENTACIÓN, APROPIACIÓN Y REGULACIÓN DEL ESPACIO URBANO

Tema Espacio público, malls y cerramientos



ESPACIOS GENÉRICOS Y APROPIACIONES SOCIALES EN CENTROS COMERCIALES
El caso del Mall Plaza del Trébol en el Área Metropolitana de Concepción, 1994-2012
Aarón Napadensky / Felipe Rivera

DEPARTAMENTO DE PLANIFICACION Y DISEÑO URBANO
Faculta de Arquitectura, Construcción y Diseño
UNIVERSIDAD DEL BIO-BIO



Si existe un fenómeno urbano-arquitectónico que se asocia y utiliza como sinónimo de globalización, son los shopping malls, que desde su aparición en las periferias suburbanas norteamericanas a mediados del siglo XX, no han dejado de expandirse, colonizando todos los continentes, transformando los estilos de vida y estructuras de las ciudades que los alojan. Sin embargo, junto con este aparente consenso en establecerlos como artefactos globalizantes, la narrativa intelectual, tanto a nivel global como latinoamericano, expone su proliferación como parte de una emergente y genérica ciudad neoliberal (Koolhaas, 2006); enclaves elitistas, no-lugares (Auhe, 2006) socialmente homogéneos y privatizadores de un espacio público al cual ha puesto en crisis y extinción, burbujas de consumo hedonista y conspicuo, estériles en la producción y contención de lo urbano.

PROBLEMA



La investigación se propuso falsear la hipótesis subyacente a esta crítica, profundizando en las transformaciones urbano-arquitectónicas de un caso de estudio y los potenciales procesos de apropiación social que puedan estar aconteciendo en este espacio.

Bajo los procesos de apropiación y transformación morfológico-programático, los centros comerciales de nuevo cuño no siempre son estériles en lo urbano, ni imposibilitados para la creación y soporte de nuevas relaciones sociales, sino por el contrario, se están conformando en lugares de apropiación social por parte de emergentes y trans-espaciales comunidades de intereses.

OBJETIVO



... espacio producido, que como tal, y en su expresión combinada de forma y proceso, puede ser estudiado al menos de tres modos distintos, es decir, como espacio concebido, percibido y vivido (Lefebvre, 2000, 2008a, 2008b,2008c ; Soja, 2000, 2008).

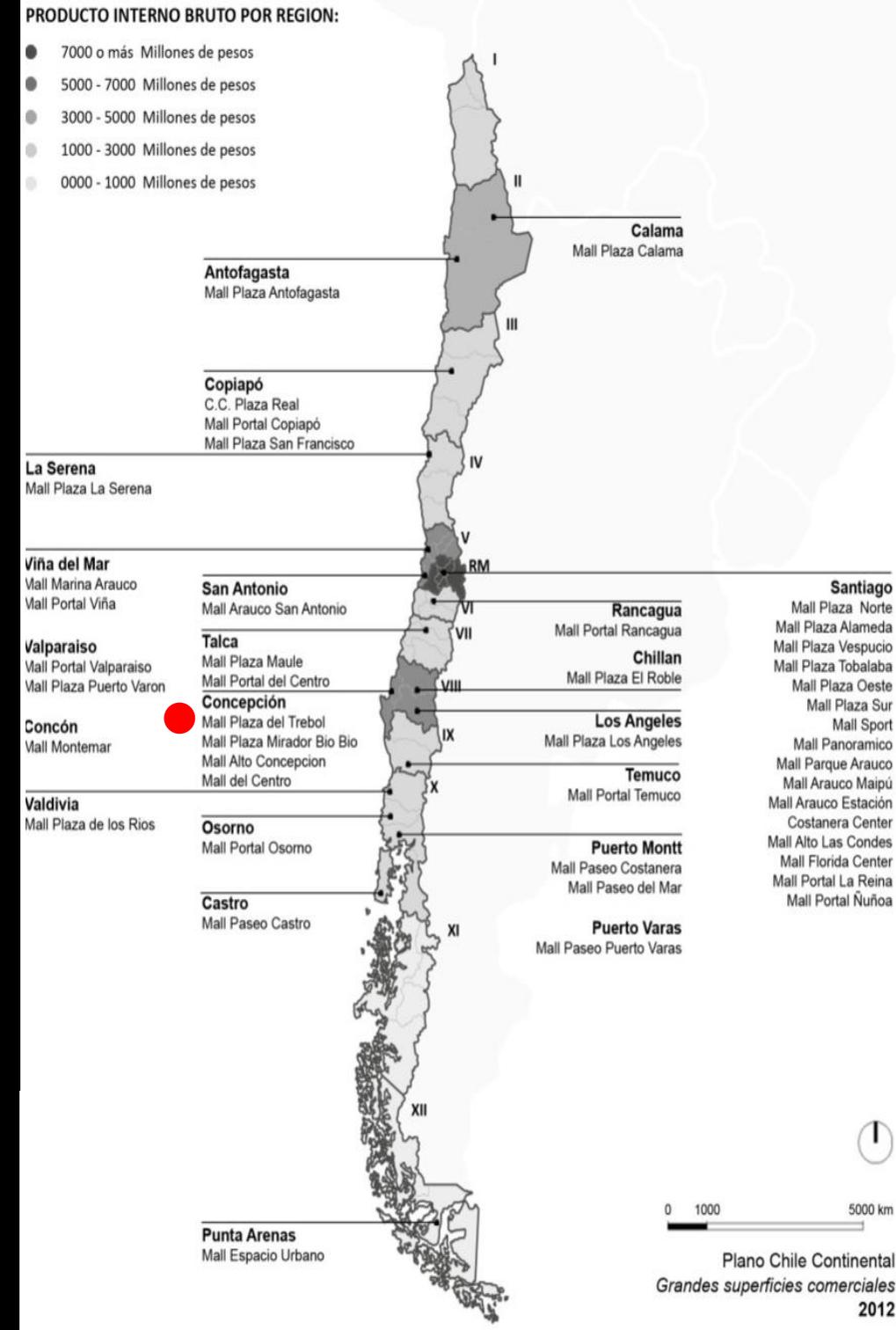
La presente investigación pesquisa el devenir material (espacio percibido) y ocupación social (espacio vivido) del primer shopping mall de la ciudad de Concepción, Chile, segunda aglomeración urbana del país, abarcando con ello dieciocho años de historia (1994-2012) del más antiguo y a la vez nuevo shopping mall de la ciudad, y como este ha pasado de ser un centro comercial, hermético, consagrado a la venta de bienes y con espacios comunes mínimos, a transformarse en un centro urbano, abierto, con un notable mix de servicios y de grandes espacios comunes.

METODOLOGIA



“según decía la derecha radical, la planificación había distorsionado e inhibido el funcionamiento de las leyes de mercado, obligando a los empresarios a elegir lugares que no eran los óptimos e incluso había ahogado el espíritu empresarial” (Hall, 1996).

... Instan a la acción pero no a la interacción, no habría nada de comunitarios en ellos (Lipovetsky, 2007; Mongin, 2006; Bauman, 2000). Síntomas de una emergente pseudo-ciudad, cuya principal característica es la disolución de lo urbano (Delgado, 2007), no serían espacios públicos sino publicitados (Staehele y Mitchell, 2006), en ellos se recrea una alegoría de lo público pero en un ambiente regulado, de débil calidad como sustituto de las calles y plazas públicas tradicionales (Borja, 2003), afectando la interacción entre los individuos, al propiciar un emergente individualismo de masas (Inroy, 2000; Harvey, 2004; Alonso, 2005; Bauman, 2007),



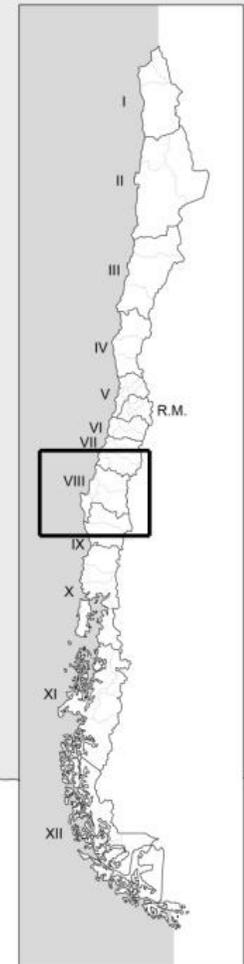
EL CASO DE ESTUDIO



AREA PROVINCIA DE CONCEPCION

DIVISIONES COMUNALES (2012)

El caso de estudio. El shopping mall Plaza del Trébol, Provincia Concepción



Plano Chile Continental



VIII Region del Bio Bio

OCEANO PACIFICO



POB. REGIONAL 2.061.544

POB. PROVINCIA CONCEPCION 1.027.167

● SHOPPING MALL PLAZA DEL TREBOL

0 5000 25000 km



Fuente: Arch. I. Municipalidad de Hualpen

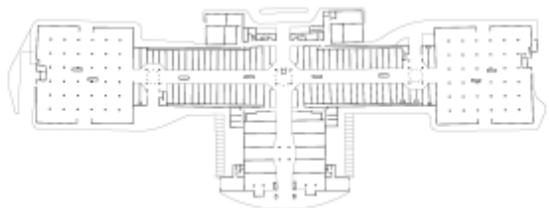


**ESPACIO PERCIBIDO
DE LA ARQUITECTURA DE GRAN FORMATO A LA CIUDAD DE PEQUEÑA ESCALA**



1994

Christian de Groot & Asoc.
Proyecto Primitivo



2000

Patricio Silva Barros
Boulevard + Terrazas



2005

Patricio Silva Barros
Aires



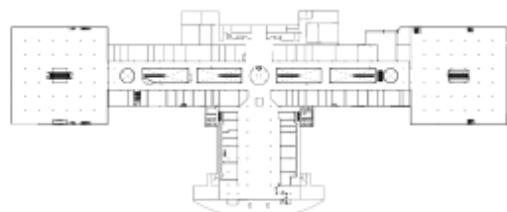
2012

Patricio Silva Barros
Sport Town



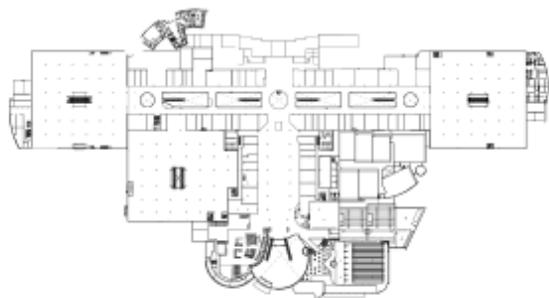
1994

Christian de Groot & Asoc.
2° nivel



2000

Patricio Silva Barros
2° nivel



2005

Patricio Silva Barros
2° nivel

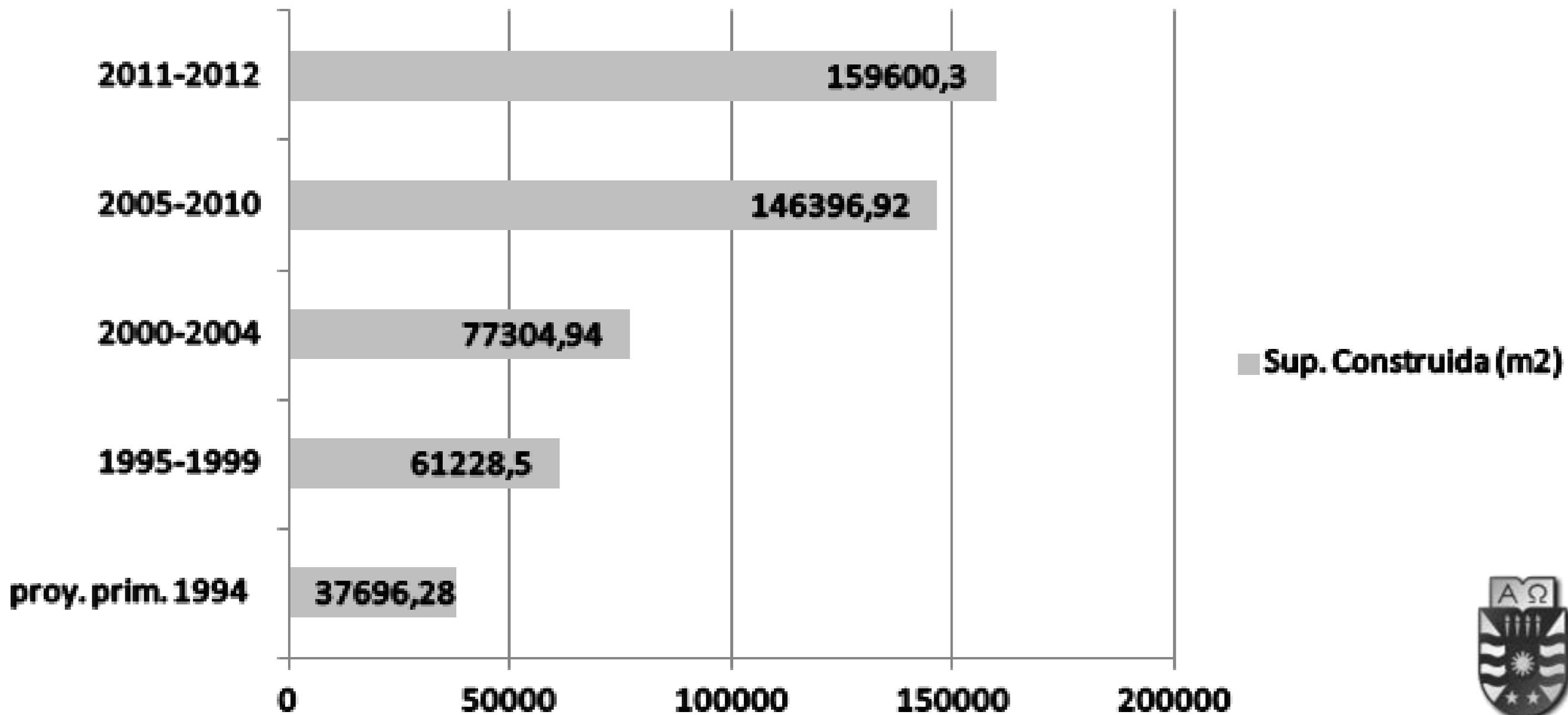


2012

Patricio Silva Barros
2° nivel

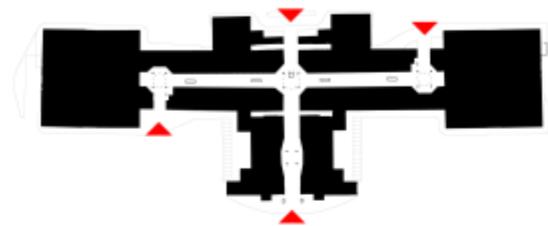


Grafico evolucion superfide construida por periodos - Mall Plaza del Trebol



1994

Christian de Groot & Asoc.
Proyecto Primitivo



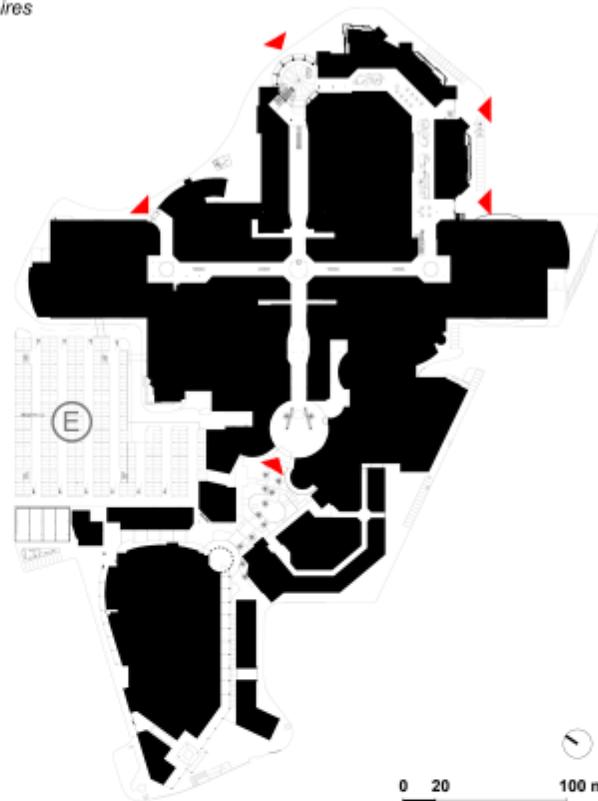
2000

Patricio Silva Barros
Boulevard + Terrazas



2005

Patricio Silva Barros
Aires



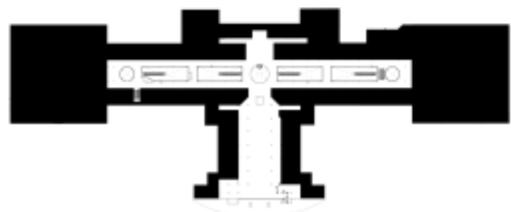
2012

Patricio Silva Barros
Sport Town



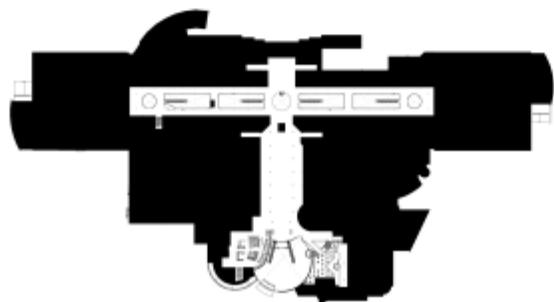
1994

Christian de Groot & Asoc.
2° nivel



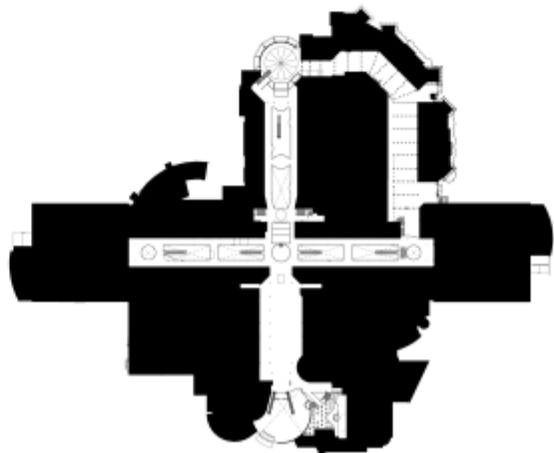
2000

Patricio Silva Barros
2° nivel



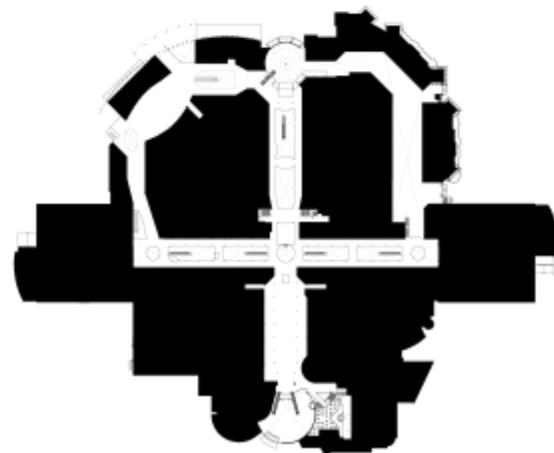
2005

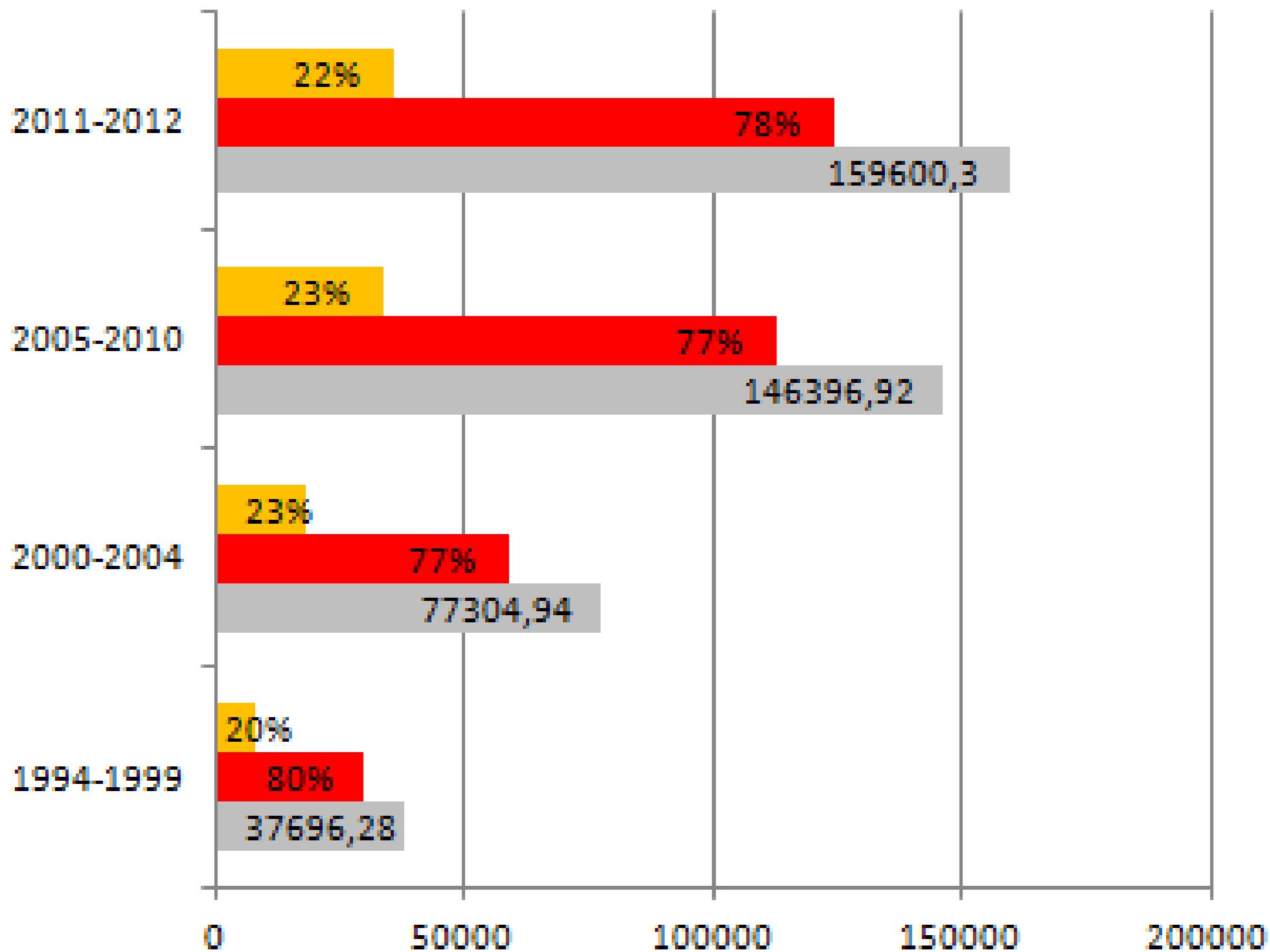
Patricio Silva Barros
2° nivel



2012

Patricio Silva Barros
2° nivel



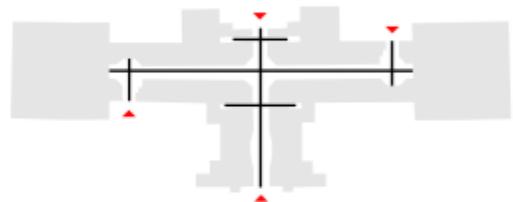


■ sup. no arrendable (%)
■ sup. Arrendable (%)
■ sup. Total (m2)



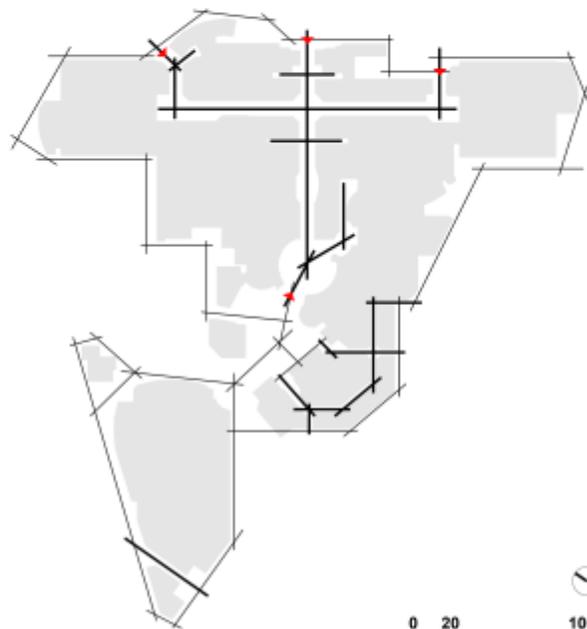
1994

Christian de Groot & Asoc.
Proyecto Primitivo



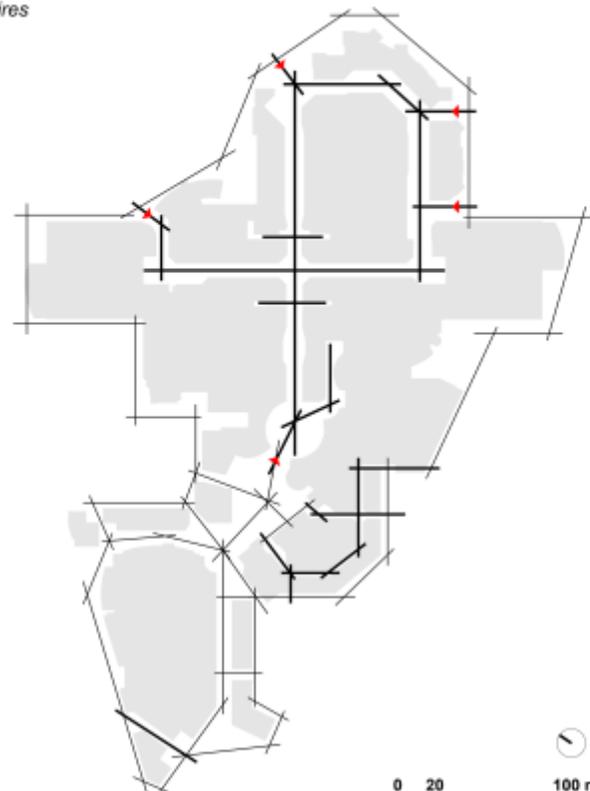
2000

Patricio Silva Barros
Boulevard + Terrazas



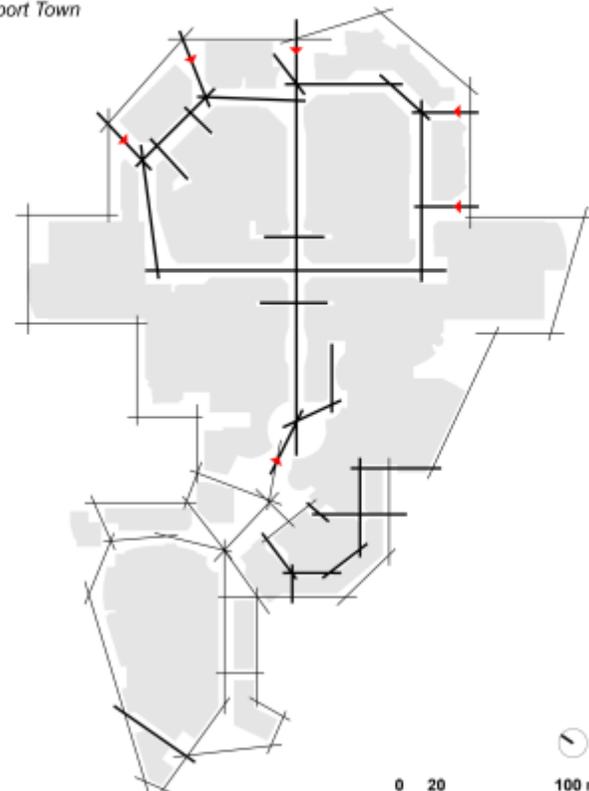
2005

Patricio Silva Barros
Aires



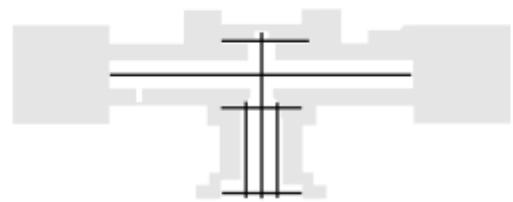
2012

Patricio Silva Barros
Sport Town



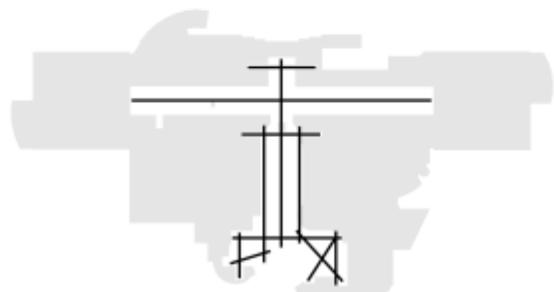
1994

Christian de Groot & Asoc.
2° nivel



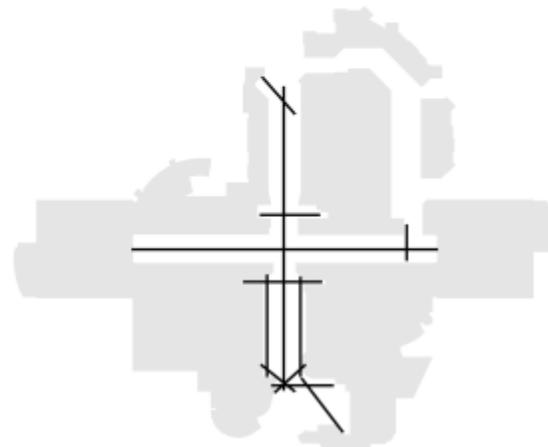
2000

Patricio Silva Barros
2° nivel



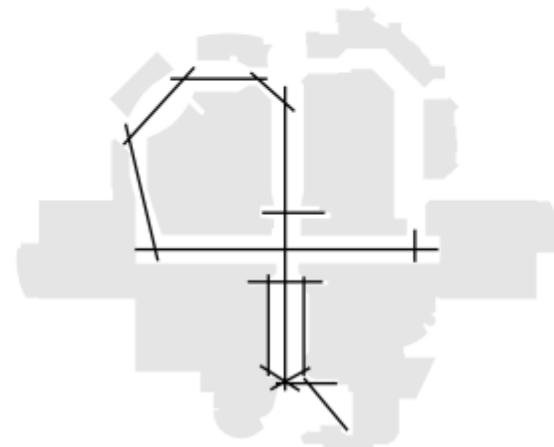
2005

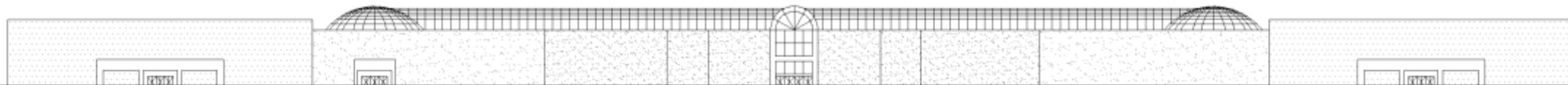
Patricio Silva Barros
2° nivel



2012

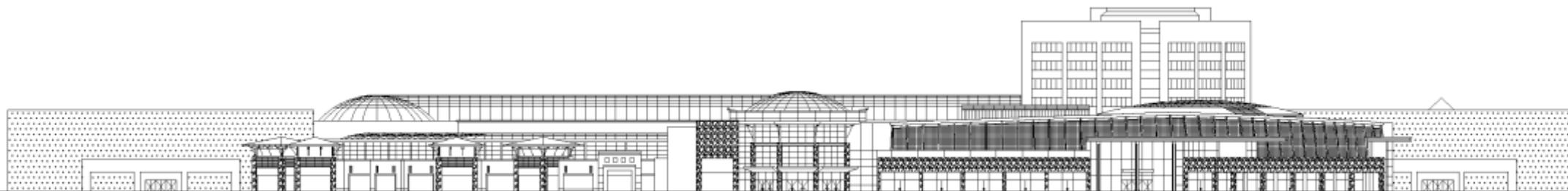
Patricio Silva Barros
2° nivel





Elevacion fachada oriente

proyecto primitivo - 1995



Elevacion fachada oriente

estado actual - 2012



Elevacion fachada norte

estado actual - 2012 - *vista desde Sodimac*



ESPACIO VIVIDO

¿ESTERIL EN LA PRODUCCION DE LO URBANO? DE LA TRANSPOSICION A LA PRODUCCION



PLANO PROCEDENCIA VISITANTES MALL PLAZA TREBOL

AREA PROVINCIAL CONCEPCION

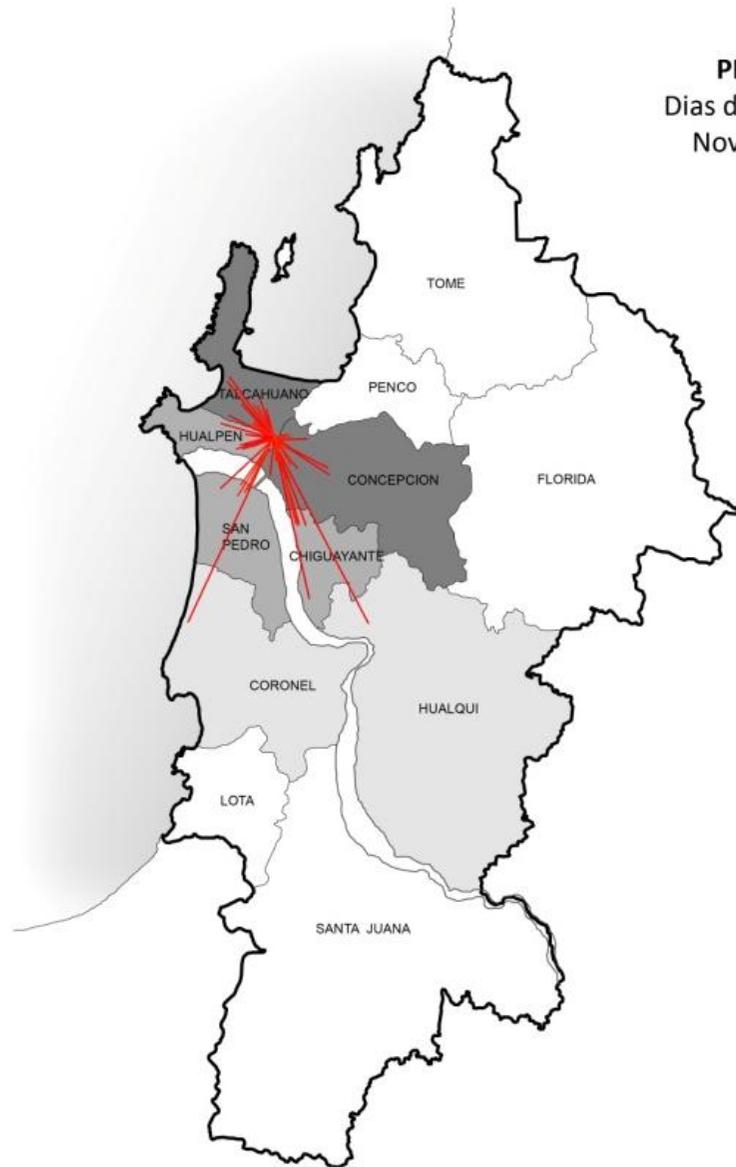


Plano Chile Continental

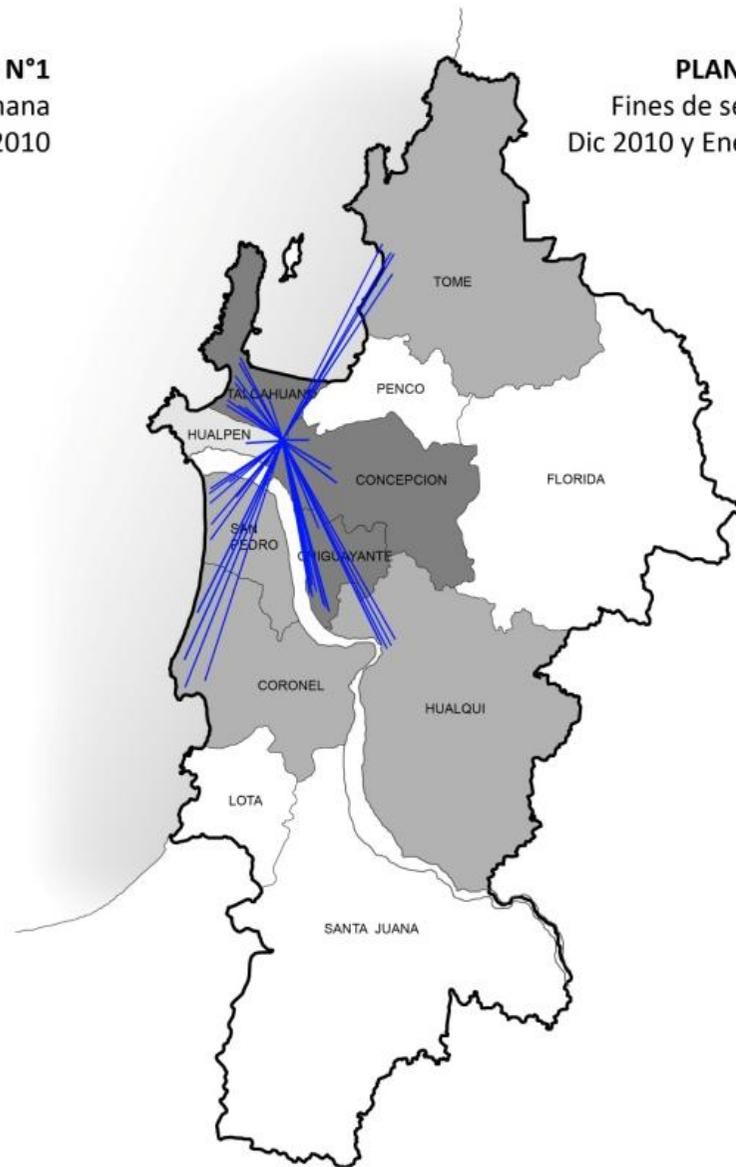


VIII Region del Bio Bio

PLANO N°1
Dias de semana
Nov-Dic 2010



PLANO N°2
Fines de semana
Dic 2010 y Ene 2011



PROCEDENCIA

- 1 o 2 persona
- 3 a 7 personas
- 8 personas o más

- Dia de semana
- Fin de semana

0 5000 25000 km





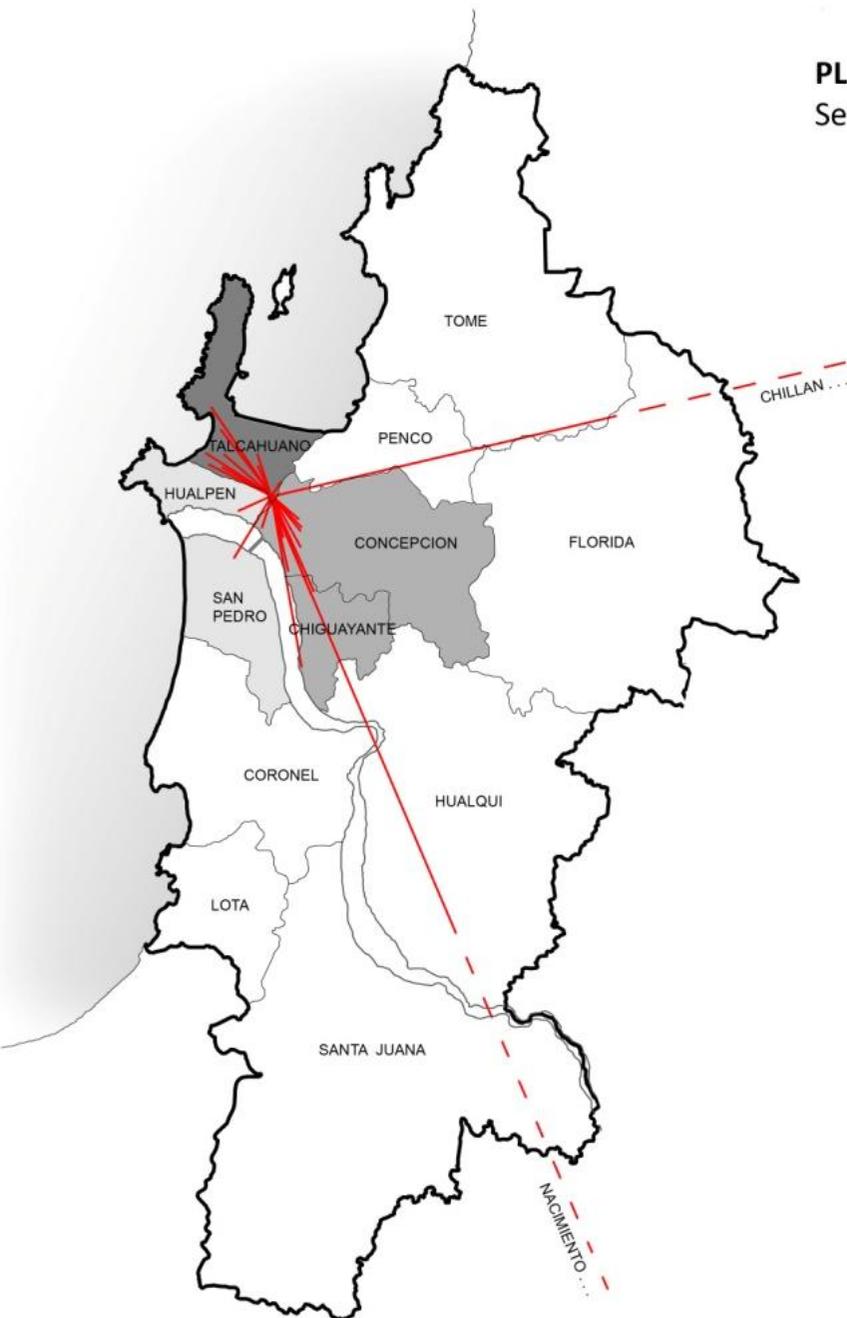
PLANO PROCEDENCIA COMUNIDAD JUGADORES DE CARTAS

AREA PROVINCIAL CONCEPCION - Mall Plaza Trebol

PLANO N°3
Septiembre del 2011

PROCEDENCIA

- 1 o 2 persona
- 3 a 7 personas
- 8 personas o más
- Linea de procedencia



0 5000 25000 km



PERCIBIDO + VIVIDO



CONSIDERACIONES FINALES



1.- Aunque es generalizada la idea de una urbe donde la equidad es un objetivo al cual se opondrían las lógicas de mercado y de los grandes agentes privados que hoy operan en ella., esta cuestión es necesario relativizar caso a caso.

2.- Las modernas dicotomías entre lo público y lo privado, la ciudad y lo rural, lo domestico y lo urbano, son poco operativas para analizar la urbe contemporánea, siendo necesario su revisión, al igual que otros términos heredados de la ciudad (pre) moderna, como por ejemplo, la definición de barrio o creer que la proximidad física es un requisito indispensable para la construcción de la relaciones sociales.

3.- La liberalización económica y desregulación urbana, han generado un proceso de auto-organización del espacio urbano y sus funciones, pero también de los estilos de vida , inaugurando un nuevo estadio de urbanidad

4.- Existen muchos apocalípticos que critican al shopping mall como parte de una privatización del espacio público, causantes de su extinción, no obstante, esta critica está construida sobre dos errores fundamentales; (i) creer que estos espacios deben ser público en los términos habermasianos; y (ii) seguir pesando y midiendo la metrópolis actual, a partir de la ciudad (pre)moderna y la idealización de l espacio público pasado



5.- Según recientes trabajos, en los shopping malls, es posible apreciar una transposición de prácticas socio-espaciales provenientes de otros espacios públicos tradicionales (Stillerman y Salcedo, 2010; Pérez, Salcedo, y Cáceres, 2012; Salcedo, 2002, 2003), sin embargo, para el caso en cuestión, no solamente es posible apreciar dicha cuestión, sino que se pudo visibilizar un espacio con capacidad para la creación y soporte de nuevas comunidades para las cuales, la influencia e importancia de la distancia y lugar geográfico están en declive, dando cuenta de una organización social cuya génesis no necesariamente coincide con la proximidad espacial, organizándose en comunidades de intereses

6.- El shopping mall es un espacios que es producto pero también productor de su entorno socio-material, articulando una compleja dialéctica, entre los sistemas político-económico y sociales, con las formas de urbanización y vida colectiva de la ciudad, dando origen a una nueva urbanidad.

7.- Finalmente es posible decir que no todos los shopping mall son espacios genéricos, y que no todos son estériles en lo social ni inhiben lo urbano, dando paso a procesos de apropiación social, oportunidad de sociabilización y encuentro colectivo, lugares de alteridad e identificación.

8.- Cuanto más se digitaliza todo más relevancia toma lo no digitalizable, y eso lo operadores del retail lo saben





Grabados de Frederic Sorrieu, fines siglo XIX, comienzos del XX



anapaden@ubiobio.cl

DEPARTAMENTO DE PLANIFICACION Y DISEÑO URBANO
Faculta de Arquitectura, Construcción y Diseño
UNIVERSIDAD DEL BIO-BIO

