

Los grandes agentes del retail en la construcción de la urbanidad metropolitana neoliberal El caso del shopping mall Parque Arauco en Santiago de Chile. 1982-2012

Aarón T. Napadensky Pastene
Depto. de Planificación y Diseño Urbano
Facultad de Arquitectura, Construcción y Diseño
Universidad del Bío-Bío

anapaden@ubiobio.cl

Mesa temática nº 3 Metropolización y regiones metropolitanas

Objetivos

Si existe un fenómeno urbano-arquitectónico que se asocia y utiliza como sinónimo de globalización, en su más amplia acepción, 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, dando pie a una era marcada por una nueva urbanidad, la urbanidad de los shopping malls. Sin embargo, es precisamente por este aparente consenso en establecerlo como un artefacto globalizante y estandarizado, que la presente investigación se propuso poner en evidencia que hasta el global shopping mall tiene una dimensión local que lo lugariza, dando pie a singulares transformaciones tanto de sus arquitecturas como de los territorios donde se emplazan, dando pie a una dialéctica y particular relación entre las lógicas emergentes actores territoriales vinculados al retail, la forma urbana y los estilos de vida de la urbe.

Con el fin de averiguar si existieron, como interactuaron y en que devinieron las variables locales en la introducción, apropiación y despliegue de la tipología shopping mall, es que la presente investigación pesquisa la concepción, construcción y devenir material del primer shopping mall construido en Santiago de Chile, que al tomarlo como caso de estudio, abarca con ello casi treinta años de historia del más antiguo y a la vez nuevo shopping mall de la ciudad, y como este ha pasado de ser un centro comercial a transformarse en un centro urbano, elemento basal y fundante del traspaso de la ciudad nuclear a la metrópolis policéntrica.

Enfoque metodológico y fuentes utilizadas

La investigación, en su afán de develar aquellas aristas locales de un fenómeno global, propuso una aproximación metodológica, simple y eficiente, la cual toma al caso de estudio en su condición de 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 o vivido (Lefebvre, 2008, 2009; Soja, 2008, 2009). De estos enfoques la investigación hace eco con mayor fuerza de los primeros dos, espacio concebido y espacio construido o percibido, por cuanto el tercero es producto del encuentro de los primeros dos y está siendo abordado desde los estudios culturales, tanto en lo internacional como latinoamericano y local.

Finalmente, ambos enfoques, concebido y percibido, tenderán puentes que permitirán ampliar la discusión sobre la transformación territorial y de estilos de vida que están detonando los shopping malls, dejando el espacio material como variable significativa, en la construcción de las vivencias y modificación del espacio social local. Abriendo con ello nuevos conocimientos que nutran con elementos locales, la amplia y global discusión que se está dando en torno a los impactos socio-territoriales que estaría provocando la proliferación de estos espacios comerciales sobre la morfología, imagen y estilos de vida de las urbes contemporáneas latinoamericanas.

Para acercarse al caso de estudio y el espacio social en el cual fue concebido, e iluminar las distintas aristas que propone la metodología, se recurrió a fuentes documentales como registros de prensa periódica y revisión bibliográfica. Una vez singularizado el espacio social, la investigación fue por la caracterización del espacio concebido, urbano y arquitectónico, revisando para ello, documentación normativa y de planimetría generada por el Estado, particularmente la producida por las instituciones públicas encargadas de la planificación urbana, tomando especial atención a aquellas que fueron concibiendo roles al predio donde finalmente se localizó el caso de estudio, dando luces sobre las circunstancias, interacciones y relaciones que posibilitaron y signaron su concepción urbana y arquitectónica. Toda la información recopilada se precipita en la generación de inéditas cartografía que permite su fundada interpretación y discusión.

Resultados de la investigación

El material recopilado y producido en la investigación permitió visibilizar una particular forma de comprender la complejidad de los espacios de consumo y su incidencia en la producción-trasformación de la ciudad y territorio, profundizando en el origen local de la tipología shopping mall y las condiciones excepcionales que rodearon su concepción espacial y devenir material, evidenciando los paralelismos que se dio entre esto y los cambios político-económicos iniciado en 1973, momento en que el Estado planificador, regulador y productor de ciudad, surgido a fines de la década del 20', se repliega de su rol proteccionista y participativo en la planificación y construcción de ciudad, iniciando en contrapartida una activa política empresarialista, creando nuevas condiciones para la asociatividad, el emprendimiento privado y la entrada de capitales extranjeros, dando los apoyos y espacios para la modernización de un tejido empresarial que estaba llamado a ser la principal fuerza productora de ciudad, readecuando las relaciones de poder entre el sector público y privado.

Las inéditas asociaciones internacionales que se dieron en el retail, introdujeron estrategias de organización, operación y distribución, iniciando un proceso de auto-organización sectorial, que como evidenció la investigación, también implantó entre los especialistas y operadores locales, una nueva forma de concebir los espacios de consumo, su distribución en la ciudad y a la propia ciudad; la lógica areal del comercio tradicional, de barrios y calles comerciales que congregaban a múltiples y pequeños operadores, es relevada por una nueva lógica reticular y nodal, donde fueron las autopistas intercomunales, los nuevos elementos ordenadores de grandes y centralizados operadores.

Las condiciones de auto-organización de los agentes económicos y al reordenamiento del poder que caracterizó a su espacio social, más las nuevas estrategias y concepciones sobre el comercio y sus espacios, adquirieron una dimensión material cuya primera expresión fue el surgimiento del Shopping Mall, el cual ha venido transformando a la ciudad y su estructura, constituyéndose en la evidencia física del relevo del proyecto cívico de ciudad por otro económico, pilar fundamental en el traspaso de ciudad a metrópolis.