

¿PLAZA O MALL?

La discusión de los académicos de la Universidad Finis Terrae (transcripción).

Participan:

M.A.P.: Marco Antonio de la Parra, escritor, dramaturgo y arquitecto.

E.S.M.: Eduardo San Martín, arquitecto.

H.E.: Humberto Eliash, arquitecto.

C.F.: Cristóbal Fernández, arquitecto.

C.M.: Cristian Montero, diseñador.

J.M.: Jorge Morales, arquitecto, director de la Escuela de Arquitectura UFT.

F.D.G.: Francesco Di Girólamo, diseñador, director de la Escuela de Diseño UFT.

- **M.A.P.:** Soy Marco Antonio de la Parra. Siquiatra, dramaturgo, fascinado por el comportamiento del consumidor...
- **C.F.:** Yo soy Cristóbal Fernández, ex alumno de la Universidad Finis Terrae, y estoy acá porque en nuestra oficina tenemos algo de experiencia en el tema comercial, específicamente en el tema retail. Podemos ser un aporte porque nos llama mucho la atención el tema del museo (como el Museo de la Memoria), y también el tema de las plazas.
- **C.M.:** Mi nombre es Cristián Montero y soy diseñador de la U. Católica. Soy profesor y tengo hace bastante tiempo una oficina de proyectos. Me dedico principalmente a lo que es equipamiento mobiliario, muebles. Dentro del ámbito docente los temas míos son el retail, espacios de venta y cambios de imagen. Tengo una mirada bastante crítica, desde hace muchos años, de estos espacios públicos, tanto como negativa como positivamente, por lo que también puedo ser un aporte.
- **E.S.M.:** Mi nombre es Eduardo San Martín. Soy arquitecto y estoy haciendo un mall en este momento. Hice el Mall Panorámico, en Providencia, y he diseñado parques. Lo otro

importante en esta tema me parece es la comunicación y difusión de la arquitectura. (...)
El año pasado hice la parte arquitectura de los reportajes que hacía ARTV.

- **H.E.:** Soy Humberto Eliash, arquitecto, titulado en la U. de Chile. Doy clases aquí. Me interesa el tema del mall porque representa uno de los puntos más característicos de la evolución de las ciudades contemporánea, en especial nuestra ciudad, con esta gran influencia norteamericana.

- **J.M.:** Mi nombre es Jorge Morales y soy director de la escuela de arquitectura. Bueno, aparte de estar aquí convocado por la organización de este debate, me interesa mucho el tema, y tiene que ver con el doctorado que estoy haciendo, y que tiene que ver con la relación entre la sociedad y la arquitectura. Es decir, la hipótesis de toda la línea de trabajo en la que estoy es que la arquitectura es producto de la sociedad, pero también es un motor de transformación. Por lo tanto no es un producto estático, sino aunque sigan construidos, los edificios interactúan y el espacio físico es consecuencia de un pensamiento social, y a su vez, es provocador del pensamiento social.

- **F.D.G.:** Francesco di Girólamo, director de la escuela de diseño. Me encanta el espacio público. Yo encuentro que la ciudad existe y aparece en un espacio público. Además la disciplina del diseño tiene que ver con todos los elementos que van de intermediario entre lo construido y lo no construido (...)

- **E.S.M.** A ver, yo tengo hace dos años un taller de proyecto de título y su tema es la arquitectura como acontecimiento urbano. Con respecto al tema del mall, yo o no sé si la pregunta está bien hecha, pero sí a mí me parece que hay un tema de diferencias de escala: aquí no se trata la plaza con un mall. Tendría que haber una comparación más real, por ejemplo un parque con un mall.

Antes se podría comparar. Yo podría comparar una plaza con una Galería Lafayet, por escala. Pero hoy día me parece que los malls son bastante más complejos y que la dimensión del programa tiene más que ver, en términos de espacio público, con el parque. Un segundo punto que me interesa es la evolución cultural. A mí, cuando me dicen plaza y mall pienso en la plaza de antiguamente, cuando uno salía a jugar a las bolitas, a la payaya y al emboque. Sin embargo hoy día esos juegos no se dan, porque la cultura ha cambiado. La gente joven está en Internet y otras cosas. Antes era un gran punto de encuentro para los viejos y los jóvenes, en los cuales se iniciaban los pololeos. Yo creo que ese fenómeno se ha trasladado al mall, pues la plaza ha perdido esa connotación que tenía originalmente.

Hoy ha cambiado la sociedad, ha aumentado el ingreso y somos un país con un PIB más alto. Por lo tanto el tema del shopping es importante.

Un tercer punto que a mí me parece sustantivo es que un cambio de sociedad tan rápido como el que ha ocurrido en Chile, desde los ochenta hasta ahora, produce ciudades que son diferentes y produce problemas que son diferentes. Entonces, uno se pregunta por qué los malls tienen más proyección hoy día que la plaza. Esto se da, en parte, por las políticas municipales y porque el Estado tiene pocos recursos. Yo diría que en los últimos ochenta años se han hecho unas 10 o 15 plazas en Chile, no más que eso. Y las plazas que se han hecho son de municipios que tienen recursos.

Por otra parte, tampoco se ha resuelto otro problema que es importante, como el tema de la protección y la delincuencia.

Al ir a un mall voy a estar más protegido que en una plaza. Por ello hay que pensar el problema de otra manera, pensar en otra escala. Si observamos que hoy a una plaza va muy poca gente, lo razonable sería, a futuro, que en lugar de hacer plazas se construyeran grandes parques como en Nueva York. Eso significa un sistema de protección.

- **C.M.:** Interesante tu punto de vista, pero de todas maneras hay algo que tiene que ver con la persona, el ser, con saber qué es lo que queremos, adónde vamos, qué es lo que exigimos, dónde nos queremos juntar, cómo queremos comprar, cómo queremos refugiarnos. Hay inmobiliarias que recogen esto equivocadamente o acertadamente y construyen lo que supuestamente lo que el ser humano quiere, las famosas 'cajitas'. Entonces yo les pregunto: ¿de dónde parte esta cajita, que empieza a transformar exitosamente el mundo? ¿Por qué hay ciertas partes en el mundo que luchan contra esas cajitas y no las incorporan? ¿Por qué nosotros sí?
- **E.S.M.:** Ello se produce cuando Estados Unidos y Europa entran a la economía global después de la guerra. Al elevarse el nivel de ingresos, las grandes empresas empiezan a armar cadenas; menos los franceses que son más tradicionales.
- **C.M.:** Los argentinos lucharon contra las cajitas, hasta que llegaron los chilenos. Ellos tenían otro concepto, distinto a la cosa americana de cadenas, de imagen corporativa, de cadenas de farmacias o de bombas de bencina... Si tú vas a París tampoco ves todas estas cajitas. Mi pregunta es qué es lo que sentimos nosotros que nos gustan tanto las cajitas. Este es un tema que yo constantemente lo vivo, lo siento. Si voy a una cajita, se me produce un problema psicológico, un ruido subliminal. Hay un clima, que es esta cosa encerrada, que me termina por agotar, respirando de las vibraciones de las otras personas que no siempre son buenas.
- **J.M.:** Es sorprendente esta cosa de la identidad y la repetición. O sea, un restaurante que te vende el sándwich en Recoleta es exactamente igual al del Alto Las Condes. Hay gente que lo entiende como protección. Digamos que hay gente que busca lo igual.
- **C.M.:** Ahí entramos al tema de la persona. ¿Yo voy al mall a qué? Porque si en el fondo vamos a construir malls y cajitas es porque colocamos en un lugar todo lo que quieren las personas. Ir a comprar al mall es un acto social, de compartir, de autoestima. Es decir, tengo plata para ir a un mall y gastar. Entonces, uno a veces explota las condiciones del ser humano y se les hace estos teatros o escenarios, para que se desenvuelvan mal o bien.
- **M.A.P.:** Yo creo que hay una relación con el comportamiento del cliente. El ir de compras es un concepto que aparece a fines del siglo XIX en París, cuando la gente empieza a ir de compras a las primeras galerías. Después se produce este fenómeno del mall, que en Estados Unidos y Canadá tenían sentido porque tienen que ver con trabajar con climas sumamente inhóspitos. En ese sentido la copia es absolutamente absurda.

El mall cerrado se convierte en hijo de una ciudad que sigue en un auto hacia su forma de urbanizarse. El paseo se produce entonces en una especie de fortaleza, donde el dinero está protegido, rodeada de autos y un gran subterráneo.

El consumo produce una interacción personal, interacción de valores, ya no sólo económico, sino valores de estándar de vida, de encuentro familiar. El cliente ya no compra el objeto, sino una experiencia emocional.

El diseño, entonces, entra de una manera muy fuerte al mall a fines del siglo XX, porque es la experiencia vital lo que la persona está comprando. Y ahora cada vez empieza a parecerse más el supermercado contemporáneo al mall al aeropuerto.

Y también se van produciendo distintos modelos. En algunos casos se incorpora la transparencia, se incorpora lo exterior. Así, mientras el Alto las Condes es una obra faraónica, el Parque Arauco hace una opción mutante y copia a San Damián. Éste combina un espacio de ocio con restaurantes de los '50 y establece esta cosa rara, donde uno no sabe si está dentro o afuera. El modelo del Parque Arauco incorpora tiendas súper sofisticadas y tiendas muy pequeñas, donde tú puedes optar por la calle abierta, la calle cerrada, el cine, la librería abierta, los restaurantes. La otra vez escuchaba: 'vamos al Parque Arauco, si no cierra'. Es el mall 24 horas.

- **E.S.M.:** Yo tengo una opinión muy personal. Yo creo debido a la concentración económica en grandes empresas, el poder ellas que tienen en la ciudad es muy potente. Mientras no haya una reforma del Estado, en el que éste pueda hacer acciones públicas concretas, con recursos y los mejores arquitectos, no habrá un cambio en lo que hablamos.
- **H.E.:** Yo tengo otra hipótesis. Para mí, aceptando la disyuntiva plaza-mall, la plaza es un componente de la ciudad, un elemento más. En cambio el mall es la ciudad completa. Como sociedad necesitamos poder manejar algo, y ese algo es el mall. Para mí el mall es eso: una representación de la ciudad. Si tiene hasta clima propio. Y no sólo cuenta con tiendas, sino que también tiene teatro, museo, policía propia, clínica. Yo creo que el siguiente paso va a ser comprar viviendas. Es lo único que le falta. Oficinas ya tienen. Yo voy mucho a Buenos Aires y hay muchas galerías. ¿Por qué? Porque esas ciudades son más ideales, entre comillas, que las ciudades donde el mall surge. Estados Unidos aumentó su número de malls porque ha fracasado su política de hacer ciudades buenas... salvo Manhattan, San Francisco, Boston, qué sé yo, el resto son fragmentos de ciudad. Entonces surge el mall como alternativa a esto.
- **C.M.:** Entonces, ¿qué hace que se diseñen estas mil ciudades que son como Disney, que nos dan seguridad, nos dan una fantasía? Ellas nos transportan en un tiempo preciso a una cosa que no es nuestro lugar habitual: nuestras carencias, nuestras angustias, nuestras ansiedades, todo esto se vuelca en la necesidad de consumir. Pero hay algo que a mí me confunde. Yo he ido harto a Buenos Aires, me encanta como ciudad, y con el transcurso de los años he ido viendo cómo va evolucionando y cómo lo ha hecho Santiago y lo lento que ha evolucionado Buenos Aires. O sea, durante una decena de años no veíamos ni una grúa, ni un edificio nuevo. Pero se supone que es una ciudad, visto de la óptica mía, particular, mucho más amable, con una escala más humana. Tú hablas con un porteño, actual, y es un tipo que a lo mejor tiene mucha más ansiedad, más estrés que un santiaguino, porque es una ciudad rápida, difícil. Entonces ves que estas tiendecitas y estos cafecitos tampoco dan la felicidad a un porteño, así como a nosotros los malls tampoco nos dan felicidad.
- **C.F.:** Yo creo que el auge económico ha sido más rápido que la reflexión sobre los espacios arquitectónicos. O sea, yo soy de otra generación, pero alcancé a vivir toda mi infancia en torno a una plaza al lado del Colegio Manquehue y de ahí me tocó ir viendo durante mi infancia toda la evolución de Vitacura. Yo me he dedicado a hacer varios strip centers en la oficina y lo hago con el máximo cariño del mundo. Entonces yo digo,

soy de esta generación y vivo en esta época y tengo que enfrentar el problema. He vuelto a la discusión y lo hemos debatido con muy buenos arquitectos jóvenes y siempre está en discusión que el auto lo ponen adelante, que por qué no lo ponen atrás, qué sé yo. Yo veo que todos, y nosotros también como arquitectos, tenemos que dar, enfrentar, dar soluciones.

- **C.F.:** Volviendo a las plazas, siento que hoy existen varios tipos de ellas. Varias están iguales y por ella pasean a los niños y es súper bonito. Después está la plaza contemporánea, que es la plaza cultural valiosa y después está la plaza del mall que está robándonos el avance económico. Es que nos están robando los términos: espacio urbano, plazas.
- **J.M.:** Hemos hablado, y está claro que el mall nace producto económico, del consumo de una realidad y hay un cierto criterio valórico de cómo esa realidad se tiene que adaptar e incorporar a los espacios públicos. Pero es difícil pensar en la plaza hoy en día cuando uno tiene un televisor. Antes no había televisor y uno se podía ir a dar una vuelta a la plaza. Hoy hay televisor, hay Internet, hay cable. Yo creo que el diagnóstico está claro y ahora les planteo la pregunta de dónde creen ustedes que va esto. ¿Son irremediablemente malos, son perversos intrínsecamente? ¿Podríamos nosotros tener un camino para decir que hay ciertos valores de la plaza, ciertos valores de la calle, ciertos valores del mall?
- **M.A.P.:** Yo siento que la evolución va a seguir. A estas cajas mutantes les va a pasar lo mismo que a los caracoles. En algún momento vamos a ir a un mall de La Dehesa y va a haber un instituto de corte y confección. Es que esta ciudad tiene una tendencia al deterioro. Pero no nos podemos deshacer del hecho de ir de compras, porque ir de compras está conteniendo muchas realizaciones simbólicas del usuario contemporáneo. Yo creo que se va a ir hacia la neoplaza que va a unir elementos que tenía la plaza antigua que ya no existen. Ya nadie va a la plaza, sólo sirve para que vayan los niños y los perros. La experiencia de paseo no es ya sólo verse caras, digamos. Yo sospecho que la neoplaza va a cruzar los espacios verdes, van haber tiendas de ropa usada y esto va detonar la aparición de otro fenómeno, que queda pendiente, que es el lugar donde uno hace los servicios: la pequeña ferretería, el arreglo de ropa.
- **H.E.:** Se dijo que el fenómeno del mall está asociado a la economía de alto ingreso. Yo creo que no. Yo me resisto a creer que es inexorable esta pauta de consumo. Para mí es un fenómeno cultural, un modelo cultural que hemos adoptado como sociedad. Afirmo esto porque también España tiene un crecimiento económico y no tiene el modelo del mall tan metido en su sociedad como nosotros. Barcelona, Madrid tienen todavía una vida del espacio público que aquí se mide como deterioro.
- **M.A.P.:** Nosotros entramos rápido... y eso crea esta cosa genial de la arquitectura mutante... las costumbres entran y salen. El comportamiento del consumidor crea una arquitectura mutante y hay que estar alerta, pues ésta va a cambiar cuando el cliente cambie. La tienda ya no diseña al cliente, sino el cliente diseña a la tienda. Yo creo que aquí hay un tremendo desafío para los arquitectos y éste apunta fundamentalmente a lo siguiente: el arquitecto debe ser capaz de poder ver qué es lo que está pasando en otros mundos, porque podría llegar a pasar acá. Lo que tiene que hacer es un acto creativo para resolver el problema que tú estás planteando del cliente mutante,

pero al mismo tiempo de un edificio que se tiene que emplazar en un lugar, que es lo que corresponde a una propuesta arquitectónica propiamente tal.