

2006

El Mall en Chile

/ Impacto en la Ciudad

comercio **01** mall **02** ciudad **03** efectos **04**



alumna
Paulina Navarrete Briones

profesor
Jaime García Molina

Introducción

La ciudad, en los últimos años ha experimentado un acelerado crecimiento y por ende un proceso de transformación de la estructura y fisonomía de su expansión, provocando una nueva organización de las actividades urbanas en el espacio.

Estas transformaciones, han sido consecuencia del trabajo de diseñadores, demandas, lógicas de consumo, y la movilidad de los habitantes, y han provocado modificaciones importantes de fragmentos del paisaje urbano. Las que en alguna medida tienen relación con la instalación de grandes superficies comerciales como: el mall, hipermercados y centros comerciales especializados, que han llevado a cabo el posicionamiento y conquista de grandes extensiones de terreno, que de manera poco explicable atraen seductoramente la visita de gran cantidad de personas.

Estos espacios tienen el poder de satisfacer las expectativas del ciudadano que al parecer van más allá de la adquisición de productos y servicios, la compra. Sino que tiene que ver con la necesidad del encuentro de un Espacio en la ciudad, donde pueda hacerlo "casi todo" y además sentirse bien.

Entonces, surge la interrogante ¿Cómo reacciona la ciudad ante la llegada de estos artefactos urbanos? ¿Qué efectos provoca en la percepción de la ciudad, en cuanto a tiempos, movilidades, nuevas centralidades, etc.?

En este sentido sería indispensable el conocimiento y la comprensión del

concepto mall, como nace, la manera de como se integra en Latinoamérica y posteriormente en nuestro país y la evolución que experimentan sus instalaciones hasta hoy. Que por supuesto deben tener mucha relación con el cambio social y cultural de la sociedad chilena.

El estudio exploratorio de este fenómeno permitirá tener una visión mas completa de las consecuencias de estas nuevas infraestructuras del comercio, del como se posicionan y forman parte activa de la ciudad. Su definición conceptual, elementos que las componen, etc. Además del estudio de algunos casos de mall en algunas ciudades del país, interpretando la magnitud de sus efectos en la ciudad contemporánea. Los que se encuentran íntimamente relacionados con el fenómeno de la globalización y la adopción de nuevas formas de tecnologías de información y comunicación, de las cuales no estamos ajenos y que son propios de nuestros tiempos.

Esta investigación intenta exponer la trascendencia que genera en la urbe, la instalación de las macro estructuras comerciales, las que planificadas de una forma acertada puede provocar mejoras en la calidad de vida de los habitantes o por el contrario, desaciertos que ocasionarían problemas funcionales en la trama urbana de las ciudades. Todo lo anterior con el propósito de ampliar nuestro conocimiento y comprensión de la ciudad en que vivimos.

Metodología de la Investigación

La metodología de este seminario se realiza de la siguiente forma:



En primer momento se trabaja en la **Identificación del Tema** o problema a estudiar, generando el planteamiento del problema. En este caso: La concepción de la nueva infraestructura comercial: el Mall y su posible transformación e impacto en la fisonomía urbana actual.

Además de una real comprensión del tema que estructure y defina, a través de los **Objetivos Generales** y **Objetivos Específicos**, el alcance de la investigación. Que en este caso van orientados a entender el fenómeno mall en nuestro país.

También se deja en claro la **Justificación de la Investigación**, que tiene relación con la razón coherente del porque hacer esta investigación.



Luego se desarrollo la etapa de **Recolección de Antecedentes**, a través de la indagación sobre información principalmente bibliográfica sobre el tema en estudio y determinar la **Base Teórica y los Conceptos** a desarrollar, en los cuales se apoyara este estudio (revisión de opiniones y otros estudios sobre el tema). Se definió los límites de la Investigación y los criterios de Delimitación del Area de Estudio. En este caso, El concepto espacial, cultural y sociológico de mall será considerado como fenómeno nacional. Sin embargo, el conocimiento de casos puntuales, será según el tipo de emplazamiento en que el mall se encuentre: en el Centro Tradicional de la Ciudad y Fuera del Centro Tradicional de la ciudad.

