· SHOPPING CENTER ·

{*Cultura del Consumo en Valdebebas*}

|Catalina Vázquez Alarcón|
JUNIO 2015 ETSAM UPM

El centro comercial llegó a Europa en la década de los 80, instalándose en la periferia de las ciudades. La rápida transformación experimentada por la periferia metropolitana con el crecimiento urbanístico, ha favorecido la aparición de nuevas fragmentaciones y nuevos espacios en un contexto de fuerte crecimiento del consumismo. Esto no es más que una respuesta a la transformación sociocultural traducida en cambios de vida, de vivienda, de urbanismo y en especial en nuevas conductas en el empleo de tiempo libre. El Centro Comercial, propiamente dicho, ha dejado de ser espacio de consumo para pasar a ser centro de encuentro y vida social. ¿No debería la arquitectura del Shopping estar, entonces, mucho más ligada a la humanidad?

Cuando uno está en este tipo de centros no puede encontrar elementos diferenciales. Se trata de un fenómeno global donde la gran mayoría de centros comerciales están creados bajo el mismo patrón: en los extremos grandes motores (parking o supermercado), retícula estructural de 8x8 m, pasillos en planta baja entre 10 y 12 m, pasillos en planta +1 de 14 m como máximo, ensanchamientos cada 60-80 m con una zona de descanso, y lo más importante: el loop, un circuito único y cerrado que consigue que todos los visitantes vean todo cuanto compone el centro comercial y una vez completado el loop vuelvan al origen de su recorrido.

Esta tipología arquitectónica no ha experimentado cambios en 40 años. Frente a esta problemática, nace el proyecto: la búsqueda de espacialidad, de conformación de espacios como adición de piezas tal y como ocurre en la naturaleza: partiendo de células, que van creciendo una vez entran en contacto y fundiéndose, entonces, unas con otras. Si lo más valorado, en cuanto a la actividad comercial, es el escaparate y, en cuanto a la actividad social, la relación y encuentro de personas, ¿Por qué no crear una superficie transparente que permita dar multiplicidad de función a todos los espacios? Imaginemos una de estas células, y ahora extruyámosla hasta crear un "cilindro transparente", ¿No es entonces mucho más interesante la relación que se crea entre interior y exterior? ¿Por qué no buscar que el atractivo de cada local no sea solo la parte que uno le quiera dedicar al escaparate sino también ver cómo interactúan las personas en cada local? Se pretende así buscar una máxima transparencia perdiendo las separaciones físicas y haciendo que exterior sea también interior y viceversa.

Las tiendas se agrupan en grupos de 3, 4 ó 5 "burbujas" que, con una gran superficie expositiva, pasan a tener sus espacios servidores en los puntos interiores y de tangencia. Estos espacios se convierten en estructura portante de cada agrupación de locales y albergan caja, probadores o pequeño almacén. Serán los "huesos", el esqueleto de la planta. Cada local tendrá asociado, además, un espacio de almacén mayor en los locales de la planta -1 situados en la "espina dorsal" del proyecto. En esta espina, que una vez más es un muro habitado de dimensiones mucho mayores y de la que nacen los locales de mayor tamaño, es donde se realiza la carga y descarga, donde se albergan los servicios generales del centro comercial y donde se accede cuando uno viene del parking.

Esta geometría, tan arriesgada y novedosa, responde a su vez a los dos condicionantes más importantes del Centro Comercial: la estructura y las instalaciones. Será la estructura la que consiga crear una ley que ordene la planta: a partir de la combinación de los ángulos de 90º y 135º se generan los "huesos" de hormigón, de los que surgen unas vigas de canto dobles con apoyos puntuales que unen unas agrupaciones con otras. La estructura responde por lo tanto a la espacialidad buscada, pero no deja de lado las instalaciones, que tan importantes son en un centro comercial. Gracias a su gran canto, las vigas contendrán los conductos de climatización, y las UTAs, con toma y salida de aire en cubierta estarán situadas, sobre los espacios auxiliares (donde se encuentran probadores, cajas, almacenes). Los cuartos técnicos estarán en el punto de unión de estos huesos, liberando de este modo el espacio.

Será así como, desde un nuevo planteamiento, se consiga la inclusión de los usuarios en el diseño de los edificios que cada persona va a utilizar, respetando lo que funciona y añadiendo todo lo que no, hasta crear una nueva atmósfera que dote de singularidad y espacialidad a todos y cada uno de estos "no lugares"[1], olvidando que hasta ahora han sido considerados "espacios basura"[2].

[1] "Los *no lugares* no existían en el pasado. Son espacios propiamente contemporáneos de confluencia anónimos, donde personas en tránsito deben instalarse durante algún tiempo de espera [...]" AUGÉ, Marc. Los no lugares. Espacios del anonimato, 1992.

[2] "El *espacio basura* es la suma total de nuestro éxito actual; hemos construido más que todas las generaciones anteriores juntas, pero en cierto modo no se nos recordará a esa misma escala. [...]La arquitectura desapareció en el siglo XX." KOOLHAAS, Rem. El espacio basura, 2008.