

---

Ed /  
Octubre 2014

---

colección  
“...a conocer  
el hielo”

---

Edita  
**papel de  
colgadura**

---



---

# Objetos públicos, espacios privados.

Usuarios y relaciones  
sociales en tres  
centros comerciales de  
Santiago de Cali

---

Editor / Mauricio Guerrero Caicedo

---

**Objetos Públicos, espacios privados. Usuarios y relaciones sociales en tres centros comerciales de Santiago de Cali**

Cali / Universidad Icesi, 2014

158 pp, 14 x 20 cm

ISBN 978-958-8357-87-4

**Palabras claves:**

Sociología / Sociología del diseño /  
Santiago de Cali / Estudio Urbanos /  
Centros comerciales

**Sistema de Clasificación Dewey:**

306.47 – dc 21

---

© Universidad Icesi

Facultad de Derecho y Ciencias  
Sociales

Primera edición / Octubre de 2014

Colección "...a conocer el hielo"

Edita papel de colgadura

---

**Rector**

Francisco Piedrahita Plata

**Secretaría General**

Maria Cristina Navia  
Klemperer

**Director Académico**

José Hernando Bahamón Lozano

**Coordinación editorial**

Adrián Alzate

**Comité editorial**

Mauricio Guerrero Caicedo

Jorge Alberto Olarte

Alberto Ayala M.

Cesar Ibañez

Joaquín Llorca

**Diseño, diagramación e ilustración**

*Cactus Taller Gráfico*

Natalia Ayala Pacini

Juliana Jaramillo Buenaventura

[www.cactus.com.co](http://www.cactus.com.co)

---

Impreso en Cali - Colombia

A.A. 25608 Unicentro

Tel. 555 23 34 Ext. 404

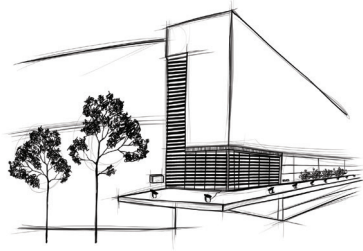
Fax: 555 17 06

E-mail: [publicaciones@icesi.edu.co](mailto:publicaciones@icesi.edu.co)

Cali, Colombia

ISBN 978-958-8357-87-4

---



---

# **El centro comercial como palimpsesto contemporáneo. Unicentro Cali:**

De lo local a lo global



*Un palimpsesto es a veces testigo –mudo, pero  
explícito– de sus muchos avatares históricos.*

**Ángel Escobar**

## **Codex rescriptus**

---

El siguiente texto es producto de las investigaciones realizadas, en el marco del Seminario Sociología del Diseño de la Universidad Icesi, sobre tres centros comerciales de la ciudad de Santiago de Cali: Unicentro, Cosmocentro y Supercentro La 14 de Calima. Este ejercicio de reflexión toma como punto de partida dos artículos publicados previamente, en los que se expone el producto de las indagaciones sobre las relaciones entre diseño y sociología que tuvieron lugar en dichos centros comerciales. Los títulos de estos estudios son: *Flexibilidad y maleabilidad de los objetos de diseño en tres centros comerciales de Cali*, publicado en la Revista de Arquitectura, vol 13 de 2011, y *Del flâneur al cibernauta. Transformación tipológica y cultural de los espacios comerciales*, publicado en la revista Kepes, vol. 7 de 2011.

Es necesario, en una primera aproximación a nuestro objeto, tener en cuenta que las continuas transformaciones físicas sufridas, en menos de dos décadas, por tres de los más emblemáticos centros comerciales de la ciudad de Cali son la manifestación de un fenómeno de cambio que, entre otras cosas, permite observar la manera en que el objeto arquitectónico redistribuye sus espacios en función de las variables dinámicas del consumo, el cual se asume aquí en el sentido amplio de la palabra.

Por otro lado, dichas mutaciones dejan trazas de las anteriores vidas del dispositivo arquitectónico, permitiendo una lectura que con el paso del tiempo admite una suerte de arqueología, en la que los nuevos materiales, la reconfiguración de espacios y la aparición de nuevas funciones “plantentan



una reflexión sobre la tensión que se presenta entre la idea de un edificio y su equipamiento diseñado para perdurar, y la necesidad de renovación” (Llorca e Ibáñez, 2001, p.54).

El compromiso estético de cada nueva transformación constituye, al mismo tiempo, un inconveniente y una oportunidad en relación con el reclamo, que recae sobre los espacios de consumo, de presentar regularmente una apariencia novedosa. De ahí que estructuras diseñadas dos o tres décadas atrás se muestren demasiado vetustas, con un aspecto local y provinciano, poco recomendado para un sector que exige fragmentos de un mundo globalizado y glamuroso.

Es por esto que, ante las dificultades que en nuestro medio conlleva demoler todo un edificio, los tres centros comerciales estudiados se han inclinado por construir ampliaciones añadidas a la estructura inicial. Complementariamente, se han emprendido trabajos de remodelación con el fin de renovar la apariencia de los edificios.

Las huellas de cada etapa permiten inferir un camino que se decanta por espacios cada vez más neutros, con una imagen que evade las referencias locales en pro de lo globalizado. La hipótesis hasta aquí expuesta es evidente en el desarrollo del centro comercial Unicentro, y se manifiesta en el itinerario de los cambios que ha sufrido desde su inauguración en 1981 hasta el presente (2012), momento en el que sufre una completa remodelación.

## La metáfora

---

Se conoce como *palimpsesto* al manuscrito antiguo que deja ver las huellas de una anterior escritura, la cual ha sido borrada con el fin de aprovechar el soporte. Este proceso de reciclaje se remonta al Antiguo Egipto, y su continuación se encuentra en Grecia a través de textos escritos sobre papiros que por diferentes causas fueron reutilizados.



Según Escobar (2006), la etimología griega del término nos remite al verbo ψάω, que significa “frotar”, “raspar”, y da cuenta del proceso de “limpieza” que antecede a la aparición del contenido nuevo.

La riqueza del palimpsesto reside en el rastro que subyace de una escritura pasada. No en vano la arqueología utiliza el término para denominar los objetos o vestigios que comparten un mismo espacio, pero que no necesariamente fueron creados al mismo tiempo. En este sentido, se podría hablar de yacimientos “contaminados”, que presentan mezclados sus estratos.

El legado del palimpsesto trasciende el texto escrito ya que, dada su relación con el tiempo, se convierte en documento vivo. A propósito de este carácter documental del palimpsesto, Escobar (2006) señala que “a veces el pergamino llegaba a reutilizarse incluso una segunda vez (*bis rescriptus* o *ter scriptus*), de modo que un mismo manuscrito nos transmite tres escrituras y tres textos de distinta cronología” (p.16).

Descubrir en un objeto huellas de “vidas pasadas” nos permite establecer lecturas desde el presente. Esta idea de usar el palimpsesto como metáfora tiene viejos antecedentes. A principios del siglo II d.C., Plutarco (s.f., citado por Escobar, 2006) se refería al tirano Dionisio de Siracusa de la siguiente manera:

Sin embargo, encontró a Dionisio como un libro palimpsesto, lleno ya de tachaduras e incapaz de expulsar el color de la tiranía, tan impregnado e indeleble en él por el paso del tiempo. Hay que estar todavía impolutos para poder acoger palabras de bien (p.15).

En nuestro caso, la utilización analítica de la metáfora del palimpsesto apunta hacia la comprensión de las dinámicas que subyacen a la continua transformación de una estructura que, nacida en unas determinadas condiciones culturales y socio-económicas, intenta amoldarse al paso del tiempo; lo que consigue “raspando” su dermis para reescribir su relato.

Esta *scriptio superior*, al igual que en la antigüedad, “responde en principio a la urgencia, más o menos perentoria, de transcribir una nueva obra”, (Escobar, 2006, p.25). Dicha urgencia, en el caso de las ciudades y la arquitectura, se



debe, en palabras de Sennett (2007), al capitalismo flexible caracterizado “por ser superficial, basado en relaciones de trabajo a corto plazo y en relaciones desapegadas hacia la ciudad” (p.21).

## **Espacio, velocidad y flexibilidad**

Un factor fundamental en el cambio en la manera en la que habitamos el espacio es el desapego a la ciudad. Para Choay (2006), éste es consecuencia de las nuevas relaciones que establecen los habitantes con el espacio físico, las cuales generan un divorcio entre el lugar y la ciudadanía, entre *urbs* y *civitas*:

La interacción de los individuos resulta desde entonces desmultiplicada y deslocalizada. La pertenencia a comunidades de intereses diversos deja de estar fundada en la proximidad o en la densidad demográfica local. Transportes y telecomunicaciones nos implican en relaciones cada vez más numerosas y variadas, miembros de colectividades abstractas o cuya implantaciones espaciales ya no coinciden ni presentan estabilidad a lo largo del tiempo (p.70).

El centro comercial articula necesidades y aspiraciones en una comunidad desterritorializada. En Cali, este dispositivo asume y capitaliza tal deslocalización en la medida en que, como sucedáneo de ciudad, concentra las actividades en una promesa de comodidad y seguridad, insertándose en una urbanística del fragmento que se beneficia por la falta de espacios públicos.

El vértigo de los acontecimientos supera entonces la histórica naturaleza de la arquitectura, consistente en la voluntad de perdurar. Actualmente, el espacio arquitectónico se suspende en un limbo entre presente y futuro para intentar salvarse de la indiferencia, que representa su muerte, concebida por Moles (1975) como depreciación cognoscitiva, la cual se concreta en el momento en que “el objeto abandona progresivamente el escenario de la conciencia.” (Moles, 1975, p.75). Esto lo consigue gracias a la flexibilidad de sus diseños.



Tal proceso tiene implicaciones socio-económicas, espaciales y estéticas, pues como señala Sennett al referirse al estilo de los edificios nacidos en la nueva economía, estos “se convierten en lo que la crítica norteamericana de arquitectura Ada Louise Huxtable denomina *arquitectura de piel*: donde la superficie de un edificio es diseñada detalladamente, sin embargo, sus interiores permanecen neutros, estandarizados y capaces de una transformación instantánea” (Sennett, 2007, p.22).

La idea de arquitectura “dérmica” es paralela a la estandarización del consumo, la cual encuentra su lugar en espacios neutros en los que se venden los mismos productos en cualquier ciudad del mundo. A este respecto, Sennett (2007) manifiesta que “es difícil sentir apego por una tienda particular de Gap o de Banana Republic y la estandarización produce indiferencia” (p.22).

La búsqueda de un espacio cada vez más neutro en los centros comerciales puede ser rastreada hasta los albores de la modernidad, específicamente en los pasajes comerciales parisinos a los que Benjamín prestó especial interés. La ambigua yuxtaposición del adentro y el afuera, resultado del ejercicio de cubrir una calle con vistosas estructuras de hierro y vidrio (práctica que coincidió con el auge del *art nouveau*), fue, según Buck-Morss, “el primer estilo internacional de la arquitectura moderna, y por tanto, parte de la experiencia vivida por una generación a escala mundial, metropolitana” (Buck-Morss, 1995, p.58).

Además de París se construyeron pasajes en otras ciudades: la Galería Príncipe en Nápoles, la Kaisergalerie en Berlín, o el GUM de Moscú, grandes cubiertas acristaladas que admitían el ingreso de luz y protegían el lugar de la intemperie. Este fue un avance tecnológico, impensable años atrás. La clarividencia de Benjamín en la identificación de las implicaciones de esta nueva arquitectura, a través de una reflexión en la que entran en diálogo el legado de Marx y el de Baudelaire, es elocuente:

Los pasajes, una nueva invención del lujo industrial, son pasos entechados con vidrio y revestidos de mármol a través de toda una masa de casas cuyos propietarios se han unido para tales especulaciones. A ambos lados de estos pasos, que reciben su luz de arriba, se suceden las tiendas más elegantes,





de modo que un pasaje es una ciudad, un mundo en pequeño (Benjamín, 1972, p.51).

Con el siglo XX nace una nueva concepción espacial, la cual trae consigo una paradójica relación entre lo privado y lo público, entre adentro y afuera, al interpretar la forma y el espacio desde una materialidad liviana y vectorizada. Esta nueva materialidad fue desarrollada por el llamado Movimiento Moderno en edificios livianos dotados de una primera planta libre, grandes ventanas horizontales y, en ocasiones, fachadas vidriadas y transparentes (muro cortina).

La tecnología del hormigón armado permitió estructuras esbeltas con pilares que no necesitan muros para soportar el edificio. Esto dio pie para que la primera planta de un edificio fuera abierta y dejara fluir el espacio exterior. El efecto se reforzaba con las grandes ventanas o los muros cortina, que cambiaron el concepto de la fachada como un cerramiento absoluto. En la actualidad, la interacción entre la sociedad y el espacio sigue estando afectada por el influjo de los recursos tecnológicos, principalmente en dos sentidos: lo material, que se torna liviano y efímero, pero en especial lo digital, que ha permitido una gestión de la información de un modo tal que está incidiendo en los espacios físicos y en la ciudad (Llorca, 2011, p.237).

Manuel Castells (1998) afirma que estamos viviendo un cambio estructural ligado a la transformación del tiempo y del espacio, el cual afecta a la identidad cultural. En el seno de nuestra sociedad informacional, la revolución de las tecnologías de la información (la cual actualmente se difunde a través del planeta en todos los ámbitos de actividad), ha inducido y acompañado un cambio profundo de los procesos y formas espaciales.

El mismo autor (Castells, 1998) añade que los flujos de información a través de la red constituyen un espacio dominante llamado “espacio de los flujos”, que entra en conflicto con los ciudadanos “desconectados” que quedan por fuera de ese espacio dominante en el que se está generando la cultura global. De esta manera, se marca una brecha entre lo que el autor denomina “el espacio de los lugares” y el “espacio de los flujos” (2005). En ese sentido, afirma Castells (1998) que:



La llegada del espacio de los flujos está opacando la relación entre la arquitectura y la sociedad. Puesto que la manifestación espacial de los intereses dominantes se efectúa por todo el mundo y en todas las culturas, el desarraigo de la experiencia, la historia y la cultura específica como trasfondo del significado está llevando a la generalización de una arquitectura ahistórica y acultural (p.452-453).

Desde una perspectiva crítica, Castells pone en entredicho el papel que, al presente, juegan el diseño y la arquitectura en la nueva sociedad. El autor afirma que si “el espacio de los flujos es verdaderamente la forma espacial dominante de la sociedad red, la arquitectura y el diseño urbano es probable que redefinan su forma, su función, proceso y valor en los años venideros” (Castells, 2005, p.496).<sup>1</sup>

Lo anterior invita a revisar las espacialidades que esta sociedad informatizada está produciendo. Montaner (1997) propone tres tipos de espacialidad, cuyo criterio de definición ya no es la forma, como tradicionalmente ocurría dentro del campo de la arquitectura: *espacios mediáticos*, *no lugares* y *el espacio virtual o ciberespacio*.

En los *espacios mediáticos* la arquitectura se ha convertido en un “contenedor neutro con sistemas de objetos, máquinas, imágenes y equipamientos que configuran unos interiores modificables y dinámicos” (Montaner, 1997, p.45). Esto ocurre, por ejemplo, en museos de ciencia y tecnología o museos infantiles, en los que la morfología espacial y la iluminación natural ya no son determinantes. Tales espacios “concentran la fascinación y atención en torno a los focos desmaterializados de luz artificial, información, experimentación e interacción” (Montaner, 1997, p.45). A ello se añade el hecho de que los límites físicos no se perciben en el interior del contenedor que privilegia “la experiencia perceptiva y fenomenológica en torno al ámbito de las imágenes, reproducciones, instalaciones” (Montaner, 1997, p.45).

El concepto de *No-lugares*, desarrollado por Marc Augé, caracteriza los espacios de la “sobremodernidad” y el anonimato. Para Auge (2000), “un espacio

---

1. Para ampliar las aproximaciones al concepto de espacio, ver Llorca (2012).



que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no lugar” (p.44).

Encontramos los no-lugares en las estaciones de transporte masivo y en los espacios de consumo. Este tipo de lugar se contrapone a los de una tradición cultural en la que existe una identidad entre cultura y lugar.

En lo que concierne a los centros comerciales, Montaner (1997) hace una oportuna anotación con respecto a su relación con los no-lugares cuando afirma que “el vacío de la plaza tradicional como lugar de comunicación es sustituido por el lleno de los objetos de consumo en el espacio de la competitividad y el anonimato” (p.46-47).

El tercer tipo es el *espacio virtual o ciberespacio*, configurado por los usuarios de las comunicaciones. Dicho espacio puede se asimilado al “espacio de los flujos” propuesto por Castells, aunque cabe anotar que el concepto de flujos es susceptible de abarcar un significado más amplio.

La investigación desarrollada en los centros comerciales de Cali arrojó que los edificios estudiados se encontraban atravesados, en unos casos, de modo intencionado y, en otros, inconsciente o de manera híbrida, ecléctica y compleja, por estas nuevas realidades espaciales que están transformando la relación entre los objetos y las personas.

En Cosmocentro, por ejemplo, “conviven en un patio numerosos juegos infantiles, quioscos de comidas y bebidas. La idea de patio es una anécdota, la relación *lleno-vacío* o *adentro-afuera* está absolutamente afectada por las actividades y los objetos que aparecen densificando el aparente vacío” (Llorca, 2011, p.245).

El espacio atrial se desnaturaliza por la caótica saturación sufrida, de modo que las diversas actividades no establecen diálogo con su continente. Por otra parte, en el Supercentro La 14 de Calima “organizaciones espaciales tradicionales como la nave (...) pierden todo vínculo con el original concepto tipológico” (Llorca, 2011, p. 244).



## Scriptio inferior

---

El caso de Unicentro reviste un especial interés, no sólo por cumplir 30 años y tener un peso específico dentro del desarrollo de la ciudad, sino porque es producto de una planeación más cuidadosa en su crecimiento, a diferencia de los otros dos centros estudiados. Unicentro permite hacer una clara distinción entre un *espacio de lugares* en la arquitectura original (*scriptio inferior*) y una renovación (*scriptio superior*) con características grandilocuentes que admite pensar en diversas reflexiones contemporáneas, entre las que cabe citar, en primer lugar, la siguiente, tomada de Virilio (1998):

Roma no está ya en Roma; la arquitectura no mora en la arquitectura sino en la geometría, en el espacio-tiempo de los vectores; (...) la estética de lo edificado se disimula en los efectos especiales de la máquina de comunicación, artefactos de transferencia o transmisión, el arte desaparece incesantemente bajo la intensa iluminación de los proyectores y propagadores. Después de la arquitectura-escultura comienza la era de la facticidad cinematográfica, tanto en sentido literal como figurado (p.73).

En un principio, Unicentro no renunció a la naturaleza. Aire y luz natural servían el espacio gracias a una organización rizomática en la que los árboles, la vegetación, y en ocasiones el agua, acompañaban todos los largos recorridos. Este dispositivo representó sin duda una apuesta fuerte por construir “lugar” con una arquitectura discreta y nada escultórica.

El diseño lineal ramificado organizó sus locales en un solo piso, privilegiando corredores siempre acompañados por espacio abierto, en el cual la vegetación y el cielo certificaban una preocupación ambiental. Tal arquitectura sólo podía estar en un clima cálido y aprovechaba la luz y la sombra.

La climatización de las áreas públicas se consiguió de forma natural. Los materiales tampoco eran indiferentes a lo regional. El ladrillo, la piedra y la cerámica formaban la piel del edificio, que junto a la vegetación integraba una imagen rica en texturas, descrita a continuación a partir de los datos que fueron obtenidos durante el trabajo de campo de la investigación:



Sus pisos son en tableta de gres, de 15 x 30 cms, texturizado con junta en concreto, dilatación en granito gris, y cenefas en granito gris. Materas en piedra blanca de enchape, a altura de 50 cms, con junta en argamasa, el espejo de agua está enmarcado con murete en granito gris, de 15 cms de altura, y 35 cms de ancho, existe una variada vegetación, con árboles de la región, y una información sobre las especies nativas, las fuentes o espejos de agua tienen un piso en piedra de enchape verdoso, con salidas decorativas de agua, el espejo de agua tiene 30 cms de altura. El mobiliario de los pasillos es en bancas tipo jardín, en hierro y madera, color rojo (Documento de recolección de datos: Unicentro).

El suelo y las cubiertas, con una franja de remate inferior a manera de cenefa en tejas planas de color arcilla, daban el toque familiar a aquel novedoso espacio para el ocio y el comercio. Así vio la luz Unicentro, el 7 de noviembre de 1981, en la alejada zona sur de la ciudad, que por aquel entonces se encontraba en vía de desarrollo y contaba con el Club Campestre y la nueva sede de la Universidad del Valle. Tras su apertura, el centro comercial, que abarcaba 10 hectáreas y 182 locales comerciales, se convirtió en impulso para un sector que hoy día está totalmente urbanizado e integrado a la ciudad (Acervo informativo Centro Comercial Unicentro).

En 1997 se construyó, en dos etapas, un nuevo pasillo. La primera añadió 50 nuevos locales y en el año 2003 se completó la adición con otros 50. De este modo, se incrementó la infraestructura en más del 50%. Es importante resaltar que esta remodelación conservó la estructura lineal de la primera etapa y se sumó a la construcción anterior como una ramificación más, organizando el nuevo pasillo junto a espacios abiertos y verdes, que conservaban la matriz del diseño inicial.

Aunque se introdujeron materiales nuevos, tales como una gran cubierta ligera de membrana que cubría un gran espacio para el expendio y consumo de comidas, el conjunto mantuvo su imagen con el color de la cerámica, del ladrillo y de la piedra, y con su organización de una sola planta.

No obstante, es importante señalar la aparición de ese espacio anodino que comenzaba a aparecer en todos los centros comerciales, donde se agrupa gran cantidad de mesas, llamado “plazoleta de comidas”. La aglomeración



de mesas, que sirven colectivamente a más de una veintena de pequeños locales en una gran área libre, se asemeja a las soluciones temporales de campamentos, kermeses o eventos feriales, pero que en este caso tiene un carácter permanente.

El tamaño del espacio (más de 500 mts<sup>2</sup>) y la cantidad de mesas que agrupa, impiden cualquier referencia que permita al comensal establecer una relación a escala humana con el espacio envolvente. Es por ello que el acto de comer se vuelve mecánico y más aún cuando acontece rodeado por más de doscientas personas que ocupan su lugar en una imaginaria retícula, dentro de la que el ruido es proporcional al área y la multitud.

En 2004 se realizó una convocatoria para “ampliar y modernizar el centro comercial”. La propuesta ganadora fue “El Oasis de Unicentro” (Acervo informativo Centro Comercial Unicentro), un edificio de siete pisos en forma cilíndrica, vacío en el medio, con una gran fuente central y locales comerciales en los dos primeros pisos.

El gigantesco espacio interior, adornado con palmeras, que fungen como estereotipada pincelada de “tropicalidad”, está coronado por una espectacular cubierta de membranas sujetas a un mástil central suspendido, el cual recuerda las estructuras ligeras de Frei Otto en el Estadio Olímpico de Múnich (1972).

No obstante, el edificio se cierra al exterior como una fortificación que, por decisiones arquitectónicas, debe hacer uso de luz artificial y está privada de cualquier relación con el exterior.

En este espacio las texturas son discretas y predomina el liso de materiales como el acero inoxidable y el vidrio así como también los suelos en mármol, que son significantes del lujo.

La escala del nuevo edificio apunta a lo monumental y la altura de los pasillos de recorrido puede llegar a los 8 metros, a diferencia de los 3,50 metros de la parte antigua. La vista exterior es la de un genérico edificio cilíndrico de anillos conformados por ventanas longitudinales, que se encierra como cápsula diseñada por la estética del mercado.



## Scriptio superior

Actualmente (2012), Unicentro Cali está “borrando” su imagen para “reescribirse”. “En la parte antigua se intervendrán las áreas comunes. Van a cambiar los pisos y el cielorraso con el fin de que la estructura se eleve un poco más. Las plazoletas serán sometidas a un proceso de remodelación, al igual que las fuentes”(El Tiempo, 2010). Según las imágenes presentadas a la opinión pública, la estructura inicial de planta única será cubierta y reformada.

En la actualidad, una vistosa estructura metálica blanca sobresale de las fachadas interiores para sostener un segundo piso comunicado por grandes escaleras eléctricas. Los antiguos pasillos de 4 metros de ancho por 3,50 metros de alto se estaban quedando cortos, en términos de proporción, con respecto a las magnitudes propias del espectáculo que el mundo contemporáneo demanda.

En el plan de remodelación de esta ala del centro comercial se puede apreciar un esquema en el que atractivas pantallas metálicas elevadas, con plantas enredadas y cubiertas de membranas colgadas de mástiles en los que los cables están a la vista del observador, contrastarán con las dinámicas líneas horizontales marcadas por vigas, cielos falsos y corredores. También se aprecia que uno de los bloques tiene su cubierta plana habilitada como estacionamiento.

De nuevo la tecnología afecta el espacio, esta vez de manera escenográfica con una *arquitectura de piel* que favorece la velocidad de cambio, tal como lo señalara Sennett.

En el campo del diseño y de sus relaciones con las prácticas sociales, la modernidad había propuesto, a partir de los albores de la contemporaneidad, una moral de la forma establecida a partir del entendimiento del material. Sin embargo, los materiales livianos usados actualmente, como el *superboard* o los paneles de yeso, ya no oponen la resistencia que era característica de la madera o los mampuestos. Estos nuevos materiales pueden cubrir los



espacios de manera más rápida, y con formas menos rígidas y más escultóricas si se quiere.

El lenguaje arquitectónico ya no está determinado por el entendimiento de la materia y sus propiedades formales. Se podría decir, al contemplar este panorama y analizar sus implicaciones, que la resistencia material:

Se ha desplazado al campo de la comunicación, de la información, que es donde realmente se modelan los espacios contemporáneos y donde los informáticos, los arquitectos y los diseñadores de la red intentan vencer nuevas resistencias inmateriales” (Llorca, 2012, p.XX).

La imagen de la “reescritura” de Unicentro confirma la idea de un tránsito de lo local a lo global, a través del cual se trata de borrar cualquier referencia del mundo exterior. Esto ocurre por medio del recurso a espacios abstractos y universales.

Vale la pena recordar, en este punto, que en 1862 Dostoievsky visitó el Crystal Palace de Londres. Al ingresar a esa gran estructura vidriada en la que se ofreció al público el mundo de fantasía de la primera Exposición Universal en 1851, Dostoievsky pudo contemplar, asombrado, el nuevo espacio de la cultura occidental, dentro del cual el confort representa la vida que nos gustaría vivir.

Sloterdijk (2004) equipara esta visión a la que presenta Benjamín a propósito de los pasajes parisinos, y resalta “el hecho de que tanto en uno como en otro caso se plantea una forma arquitectónica como clave de la situación del mundo bajo el capitalismo” (p.12).

En el caso de esta investigación, cuando se preguntó a los visitantes del centro comercial por los aspectos que más atraen de Unicentro, encontramos con frecuencia respuestas como la siguiente:

Sí, el diseño. Empezando por la fuente, las escaleras eléctricas. La pared de vidrio por donde chorrea agua me parece muy agradable a la vista. Me fijo en el diseño, el amueblamiento, el piso. Todo el suelo de Unicentro es de ladrillo. Pero éste es mármol; es más bonito, más brillante (Documento de recolección de datos: Unicentro).





La idea de confort como objetivo último apunta siempre hacia el futuro y, por tanto, adhiere a una imagen futurista que huye de la identidad y que usa la estética del aeropuerto como paradigma.

Los materiales relucientes, la iluminación y climatización artificial son “la evocación del *duty free* aeroportuario, espacio anodino por excelencia que precisamente busca suprimir cualquier seña de arraigo local para convertirse en el mayor *no-lugar*” (Llorca, 2012).

Retomando los aportes de Augé, es posible arriesgar la hipótesis de que los espacios del centro comercial rehúyen lo histórico e identitario, al tiempo que, por lo menos en lo que compete a su diseño, redefinen lo relacional. No obstante, se debe tener en cuenta que, aunque lo anterior fuera cierto, las maneras en que las personas se apropian de los espacios continúan siendo, en la totalidad de su estructura y sus dinámicas en tanto que prácticas, impredecibles.

También se debe considerar que la necesidad de reforma que se ha identificado como método de seducción comercial, y que recae en el diseño como su dispositivo fundamental, no es un fenómeno exclusivo de países caracterizados por presentar economías emergentes.

Un rápido vistazo a algunos de los más importantes *shopping malls* norteamericanos contemporáneos o anteriores a Unicentro permite identificar las dinámicas de transformación dictadas por el mercado. El Mall King of Prussia, en Filadelfia, fue abierto en 1963, y sufrió ampliaciones en 1981 y 1995<sup>2</sup>. El Mall South Coast Plaza abrió en California en 1967, y fue ampliado en 1973, en 1977 y, por último, en el año 2007<sup>3</sup>. Por su parte, el canadiense West Edmonton Mall First, que abrió en 1981, se expandió en cuatro fases: 1983, 1985 y 1999<sup>4</sup>. En estos tres casos impera el eclecticismo estético, que se manifiesta por medio de un espectro de múltiples referencias estilísticas, las cuales van

---

2. Ver: <http://www.simon.com/mall/landing/845/>

3. Ver: <http://www.southcoastplaza.com/>

4. Ver: <http://www.wem.ca/#>



del *art nouveau*, al *art deco*, y llegan hasta el *high-tech* en las intervenciones más recientes. Este fenómeno da cuenta de una indefinición estilística y formal que parece acomodarse a diversos criterios según el momento.

La globalización y neutralidad en la arquitectura tienen como contraparte el concepto de contextualización, por medio del cual se hace énfasis en la adecuación del edificio a rasgos locales. Dicha adecuación debe interpretarse no sólo en términos climáticos y topográficos, sino también en relación como aspectos de carácter tectónico y cultural.

De esta manera, se entiende el contexto como aquel entorno que participa en la construcción de sentido y da valor a la obra. Es lógico que tal arquitectura rechace lo escenográfico (que la asocia con significados deslocalizados) y lo visual (que la vincula con el consumo y el turismo de masas). Sin embargo, hay ideas contrarias a la arquitectura contextual que ven en la interpretación de la globalizada sociedad contemporánea una manera más coherente de afrontar el problema.

Peter Eisenman plantea una total ruptura con el lugar y la historia, es decir, con los mitos —ficciones según el autor— que han regido la arquitectura, de modo que lo arbitrario se imponga (Eisenman, 1999). Rem Koolhaas, por su parte, trabaja su arquitectura a partir del “ahora”, aceptando el desorden como forma de “organización urbana”, y entendiendo la realidad fragmentada y caótica de la metrópolis como fuente de creación (Montaner, 1997). Estos puntos de vista proponen una ruptura con respecto al discurso tradicional de la arquitectura. El sentido del espacio ya no está necesariamente encarnado en el lugar (contexto) y en la materialidad (modernidad).

## Ter scriptus

---

En 1978, por medio del decreto 1413, la ciudad de Cali constituyó el Comité de Ciudades Hermanas integrado por Cali y Miami. De esta manera se refrendó un convenio firmado dos años atrás. Este dato es importante en la medida en



que la imagen de aquella ciudad caribeña asoma como una luz que parece inspirar el gusto de la arquitectura comercial y que, al hacerlo, acredita esa tensión entre lo local y lo global en nuestra cultura.

Como se ha visto, la imagen se convierte en el lenguaje de la mercancía sublimada. Por tanto, no es extraño que las cualidades del lugar sean sustituidas por imágenes. Tal fenómeno se inserta en la ciudad y, al hacerlo, transforma radicalmente el significado de los espacios públicos, ahora ligados al consumo y al entretenimiento.

Tampoco asombra que la producción de espacios esté regida por lo genérico y universal y que esta tendencia tenga como resultado que la arquitectura haya pasado a actuar como un *contenedor* que, gracias a su potencia como imagen, también es *contenido*.

Decir que la arquitectura ha llegado a representar esa función dual implica que se ha convertido en un constructo y un discurso que es, simultáneamente, publicidad en sí misma, medio y mensaje. Benjamín señaló el comienzo de esta evolución en sus reflexiones a propósito de los pasajes parisinos. En ese entonces, el actor humano era un *flâneur* que, en la actualidad, ha extendido su deambular hacia el espacio virtual.

El espacio colectivo (no necesariamente público) se fue haciendo, a lo largo de las últimas décadas, cada vez más inseparable del consumo, hasta el punto de que él mismo se ha convertido en mercancía, de modo análogo a como ocurrió con la cultura.

Cali, como se ha expuesto hasta aquí, a través de la descripción y el análisis de los cambios arquitectónicos y de diseño que han atravesado la historia del centro comercial Unicentro, no escapa a estos procesos.

Espacios cotidianos como el centro comercial son de alta significación para los caleños. En ellos se albergan huellas cambiantes, que se acomodan a las nuevas exigencias de la sociedad de la información y nos permiten interpretarlas. En este sentido, el palimpsesto del centro comercial corresponde a las dinámicas generales del palimpsesto en la antigüedad:



A veces el pergamino llegaba a reutilizarse incluso una segunda vez (*bis rescriptus* o *ter scriptus*), de modo que un mismo manuscrito nos transmite tres escrituras y tres textos de distinta cronología” (Escobar, 2006, p. 16).

No obstante, en esta continúa reescritura, como afirma Escobar,

Suele sernos hoy de mayor interés la *scriptio inferior* de un palimpsesto que la *superior*, se trata de un texto más antiguo y, a menudo, de mayor rareza que el transcrito con posterioridad. Su singularidad llega a ser a veces extrema, cuando es el testigo único de un determinado texto (Escobar, 2006, p.28).

## Referencias bibliográficas

---

- AUGÉ, M. (2000). *Los No Lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona, España: Gedisa.
- BENJAMÍN, W. (1972). *Iluminaciones II*. Madrid, España: Taurus.
- BUCK-MORSS, S. (1995). *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamín y el proyecto de los Pasajes*. Madrid, España: La Balsa de la Medusa.
- CASTELLS, M. (1998). *Espacios públicos en la sociedad informacional*. Recuperado de: [http://www.cccb.org/es/edicio\\_digitalseleccion\\_de\\_textos\\_sobre\\_espacio\\_publico\\_y\\_ciudades\\_procedentes\\_del\\_fondo\\_documental\\_del\\_cccb-10392](http://www.cccb.org/es/edicio_digitalseleccion_de_textos_sobre_espacio_publico_y_ciudades_procedentes_del_fondo_documental_del_cccb-10392).
- \_\_\_\_\_ (2005). *La Era de la Información. Economía, sociedad y cultura. La Sociedad Red. Vol. 1*. México: Siglo XXI.
- CHOAY. (2006). *El reino de lo urbano y la muerte de la ciudad*, en: A.A.VV., *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona, España: Ediciones UPC.
- EISENMAN, P. (1999). *El fin de lo clásico*, en: A.A.VV., *Textos de arquitectura de la modernidad*. Madrid, España: Nerea.
- El Tiempo (2010, 21 de febrero). En línea. Bogotá, Colombia. Recuperado el 30 de junio de 2012 de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7295911>
- ESCOBAR, Á. (ed.), (2006). *El palimpsesto grecolatino como fenómeno librario y textual*. Zaragoza, España: Institución «Fernando el Católico».
- LLORCA, J. & Ibáñez, C. (2011). *Flexibilidad y maleabilidad de los objetos de diseño en tres centros comerciales de Cali*, *Revista de arquitectura*, 13, 46-54
- LLORCA, J. (2011). *Del flâneur al cibernauta. Transformación tipológica y cultural de los espacios comerciales*, *Revista Kepes*, 11, 229-256

---

MOLES, A. (1975). *Teoría de los objetos*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

MONTANER, J. M. (1997). *La Modernidad Superada. Arte, Arquitectura y Pensamiento del Siglo XX*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

SENNETT, R. (2007). *Una ciudad flexible de extraños*. Revista ARQ, 66, 19-23.

SLOTERDIJK, P. (2004). *El Palacio de Cristal, en: Traumas urbanos; La ciudad y los desastres*, Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona. Recuperado el 19 de octubre de 2011 de [http://www.cccb.org/rcs\\_gene/petersloterdijk.pdf](http://www.cccb.org/rcs_gene/petersloterdijk.pdf)

Conferencia pronunciada en el marco del debate “Traumas urbanos; La ciudad y los desastres”, Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona, CCCB. Recuperado el 19 de octubre de 2011 de [http://www.cccb.org/rcs\\_gene/petersloterdijk.pdf](http://www.cccb.org/rcs_gene/petersloterdijk.pdf)

Unicentro (s. f.). Acervo informativo Centro Comercial Unicentro.

VIRILIO, P. (1998). *Estética de la desaparición*. Barcelona, España: Anagrama.



## **Sobre los autores**

---

### **Mauricio Guerrero Caicedo**

Sociólogo egresado de la Universidad del Valle. Sus intereses académicos se ubican en el campo de la estética, el diseño, los estudios urbanos, y las representaciones artísticas. Se ha desempeñado como docente en la Universidad del Valle, la Pontificia Universidad Javeriana, y la Universidad Icesi. En esta última oficia en la actualidad como investigador y coordinador del Seminario de Sociología del Diseño.

### **Jorge Alberto Olarte**

Arquitecto diseñador egresado de la Universidad del Valle. Obtuvo su título de Maestría en Artes y en Arquitectura de Interiores en la Escuela Nacional Superior de Artes Decorativas de París, ENSAD, en el año 1989. También cuenta con una Maestría en Artes, en creación de muebles, obtenida en el año 1990 en la Escuela de Estudio y Creación de Muebles, ECM, ubicada en París. A su hoja de vida se suman, además diversos diplomados en arquitectura y diseño.

Es docente de las universidades Icesi y San Buenaventura en la ciudad de Cali. En estos centros de educación superior dicta materias relacionadas con el diseño de interiores y el diseño de muebles. Actualmente se desempeña como docente investigador del Seminario de Sociología del Diseño de la Universidad Icesi.

A lo largo de su carrera ha sido ganador de varios concursos de diseño de muebles y de interiores, tanto en Francia como en Colombia. En este último país ha realizado proyectos particulares en el área comercial, hotelera y de viviendas. Vive y trabaja en Cali.



## **Alberto Ayala M.**

Arquitecto. Magíster en Comunicación y Diseño Cultural, de la Universidad del Valle. Su ejercicio profesional se centra en la comunicación y el diseño —en arquitectura, artes escénicas y el campo editorial—. Ha formado parte del Seminario de Sociología del Diseño y del Seminario de Estética, de la Universidad Icesi. Su interés investigativo relaciona la ciudad, el arte y la educación. Entre sus publicaciones están el libro *Memorias para pensar la ciudad* [Ed.], del Instituto Departamental de Bellas Artes, y *Vulnerabilidad social y económica en la educación*, de próxima publicación en la Universidad Javeriana de Cali.

## **Cesar Ibañez**

Sociólogo de la Universidad del Valle, con experiencia investigativa en temas de Responsabilidad Social Empresarial e Intervención Social, estudios de impacto social, diseño y evaluación de proyectos de inversión pública, formulación de políticas públicas, y gerencia de proyectos bajo la metodología PMI®.

Durante cinco años estuvo vinculado a la Universidad Icesi por medio de su participación en diversos grupos de investigación, en los cuales se abordó el papel de las empresas en la construcción de las nacientes formas de solidaridad social, así como también el rol de la triada Estado-Empresa-Academia en las acciones de intervención social en la ciudad de Cali. A estos campos de estudio los complementa su interés por la articulación entre el diseño y la sociología.

## Joaquín Llorca

Arquitecto y músico, candidato a doctor en Teoría e Historia de la Arquitectura por la Universidad Politécnica de Cataluña. Entre sus áreas de investigación están: el diseño sonoro, el arte y el cine, campos de interés que aborda desde una perspectiva urbana. Es profesor de la Universidad Icesi, en la que hace parte del grupo de investigación Nexos y del Seminario de Estética del Departamento de Humanidades.

Entre sus publicaciones se encuentran los títulos *“Del flâneur al cibernauta. Transformación tipológica y cultural de los espacios comerciales”* publicado en Kepes 8, enero-diciembre de 2011, y *“Cine, ciudad y arquitectura, apuntes metodológicos. El caso de El grupo de Cali”*, publicado en CS 9, enero-junio de 2012.



---

Ed /  
Octubre 2014

---

colección  
“...a conocer  
el hielo”

---

Edita  
**papel de  
colgadura**

---

