



RESUMEN DE LA TESIS DOCTORAL

“EL PAPEL DE LOS CENTROS COMERCIALES Y DE OCIO URBANOS EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA CIUDAD COMPACTA CONTEMPORÁNEA. LOS CASOS DE LISBOA Y BARCELONA.”

Autor: Pedro José dos Santos Ferreira da Fonseca Bento

Director: Estanislao Roca i Blanch

Codirector: Miquel Martí Casanovas

Fecha y lugar de Defensa: 7 de abril de 2015 / ETSAB

Resumen (600 palabras español)

La tesis doctoral que el candidato presenta rescata el tema de los mal amados y muchas veces ignorados centros comerciales y de ocio, aparecidos recientemente en la generalidad de las ciudades europeas. Sirviéndose de Lisboa y Barcelona como observatorios privilegiados de estudio, el autor explica cómo algunos de estos artefactos no solamente crean nuevos espacios y lugares colectivos en la ciudad, con grados de libertad y formas de apropiación distintos, sino que traza una explicación de cómo sus entornos se van transformando y modificando por acción directa o indirecta de los mismos. Lo más sorprendente de estos análisis es descubrir que esas transformaciones resultaron en su mayoría más positivas que negativas, contrariando así el discurso quizás más mediatizado de que los centros comerciales son siempre objetos disruptivos y amenazadores de los contextos en los que se insieren. Así esta reflexión tiene dos objetivos fundamentales: enriquecer el conocimiento sobre los espacios colectivos que se producen en la ciudad compacta. Y el segundo, evaluar las oportunidades y amenazas que puedan representar para la construcción de la ciudad y para la calificación de sus espacios colectivos.

Constituyen el trabajo ocho capítulos: El primero, la Introducción, presenta de forma sumaria el tema, el objeto, objetivos, hipótesis fundamental y estructura general de la investigación; El segundo, el Marco Teórico, es el lugar donde se profundiza en el concepto de espacio colectivo; se desarrolla un trabajo sobre el fenómeno de los artefactos colectivos del ocio y consumo y se hace una investigación sobre los centros comerciales urbanos; El tercer capítulo, la Metodología, es el lugar donde se define con detalle el objeto de estudio - presentando los casos de estudio y los criterios de selección - y donde se precisan las hipótesis de investigación y criterios de análisis para el desarrollo de las mismas; El cuarto capítulo es el lugar donde

se debate la primera hipótesis de investigación - El Centro Comercial Urbano como artefacto capaz de generar importantes espacios colectivos - apoyándose en los criterios Tipos de Espacio Colectivos; Grados de Libertad y Formas de Apropiación; El quinto capítulo es el lugar donde se debate la segunda hipótesis de investigación - El Centro Comercial Urbano como instrumento que permite ampliar el espacio público - soportándose en los criterios Permeabilidades Visuales; Espacios de Transición / Cruces / Accesos y Continuidades Físicas versus Rupturas; El sexto capítulo, es donde se debate la tercera y última hipótesis de investigación - El Centro Comercial Urbano como motor del desarrollo y de la transformación urbanística - basándose en los criterios Dinámica Edificatoria; Urbanización/Espacio Público y Actividad Económica; El séptimo capítulo es el lugar donde se presentan y sintetizan las conclusiones finales del trabajo y, por último; El octavo capítulo, la Bibliografía.

Finalmente, cabe decir que el trabajo se desarrolló insertado en una línea de investigación en espacio público y proyecto urbano del Grup de Recerca en Urbanisme de la Universitat Politècnica de Catalunya; que ha sido realizado gracias a una beca de doctorado de la Fundação para a Ciência e a Tecnologia del Ministério da Ciência de Portugal, y que fue finalmente aprobado con la máxima calificación, Excelente Cum Laude con Menció Internacional. Mientras tanto, la reflexión generada por la presente tesis ha dado lugar a otras investigaciones con ella directamente relacionadas: primeramente, a través de un Proyecto de Investigación Pos-Doctoral financiado por una beca de Pos-Doctorado otorgada por la misma institución ampliando el área de estudio a las zonas más periféricas de la ciudad y recientemente a través de la atribución de un contrato de trabajo de investigación para seis años que prevé su extensión al estudio de Londres.

2. Índice de la Tesis

Agradecimientos	1
Traducciones Agradecimientos.....	1
1. Introducción	11
1.1 Tema: Los Espacios Colectivos.....	11
1.1.1. El debate sobre la dimensión colectiva de la arquitectura.....	11
1.1.2. Sobre los fenómenos relacionados con los espacios colectivos que afectan la ciudad contemporánea y el espacio público.....	13
1.1.3. La explosión de objetos. El universo europeo.....	15
1.2 Objeto de Estudio	19
1.3 Objetivos.....	19
1.4 Hipótesis Fundamental.....	19
1.5 Estructura del trabajo.....	21
Traducciones Introducción.....	23
2 Marco Teórico	47
- <i>1ª Parte del Álbum cronológico de algunos de los artefactos comerciales más importantes a lo largo de la historia</i>	48
2.1. Sobre el concepto de espacio colectivo.....	49
2.1.1. Primeras Reflexiones. Pensamiento aún muy centrado en el espacio público – Años 70 / 80.....	49
2.1.2. El momento de cambio. El énfasis en los artefactos colectivos interiores privados – Final de los 80 / Inicio de los 90.....	61
2.1.3. Aportaciones Recientes. Divergencia de opiniones. Los espacios colectivos son todos los espacios donde se produce la vida colectiva independientemente de que sean interiores o exteriores, públicos o privados – Años 2000 hasta la actualidad.....	65
2.1.4. Conclusión.....	71
- <i>Entrevista a Manuel de Solà Morales</i>	75
2.2. Sobre el fenómeno de los centros comerciales y demás artefactos colectivos del ocio.....	87
2.2.1. Introducción.....	87
2.2.2. ¿La actividad colectiva y la esfera pública se están intensificando y consolidando o por el contrario se están enflaqueciendo y fragmentando?.....	87
2.2.3. Los Debates.....	93
2.2.3.a) ¿Los artefactos de ocio y consumo pueden generar espacios colectivos interesantes, beneficiando la ciudad?.....	95
2.2.3.b) ¿Los artefactos de ocio y consumo establecen relaciones con el espacio público en su entorno o son elementos autistas que no se mezclan con el contexto?.....	99
- <i>Entrevista a Marçal Tarragó</i>	107
2.3. Sobre los Centros Comerciales Urbanos.....	131
2.3.1. Introducción.....	131
2.3.2. Contextualización Histórica.....	131
2.3.3. El debate sobre el impacto de los Centros Comerciales en la ciudad, consideraciones generales y nuevas tendencias.....	143
Resúmenes del Capítulo 2.....	155
3 Metodología	163
3.1. Objeto de Estudio.....	165
3.1.1. Los Centros Comerciales Urbanos de la ciudad compacta.....	166
3.1.2. Criterios de Selección de los casos representativos.....	166
3.1.3. Casos de Estudio/ Elementos de Análisis.....	167

3.2. Hipótesis de Investigación y Criterios de Análisis.....	205
3.2.1. Hipótesis 1. El Centro Comercial Urbano como artefacto capaz de generar importantes espacios colectivos.....	210
3.2.2. Hipótesis 2. El Centro Comercial Urbano como instrumento que permite ampliar el espacio público.....	229
3.2.3. Hipótesis 3. El Centro Comercial Urbano como motor del desarrollo y de la transformación urbanística.....	239
Resúmenes del Capítulo 3.....	277
4 Hipótesis 1. El Centro Comercial Urbano como artefacto capaz de generar importantes espacios colectivos.....	285
4.1. Criterio 1. Tipos de Espacio Colectivos	287
4.2. Criterio 2. Grados de Libertad.....	363
4.3. Criterio 3. Formas de Apropiación.....	387
Resúmenes del Capítulo 4.....	419
5 Hipótesis 2. El Centro Comercial Urbano como instrumento que permite ampliar el espacio público.....	423
5.1. Criterio 4. Permeabilidades Visuales.....	425
5.2. Criterio 5. Espacios de Transición / Cruces / Accesos.....	449
5.3. Criterio 6. Continuidades Físicas vs Rupturas.....	475
Resúmenes del Capítulo 5.....	527
6 Hipótesis 3. El Centro Comercial Urbano como motor del desarrollo y de la transformación urbanística.....	535
6.1. Criterio 7. Dinámica Edificatoria.....	537
6.2. Criterio 8. Urbanización y Espacio Público.....	577
6.3. Criterio 9. Actividad Económica.....	649
Resúmenes del Capítulo 6.....	689
7 Conclusiones Finales.....	697
Traducciones de las Conclusiones Finales.....	703
8 Bibliografía.....	715
8.1. General.....	717
8.2. Otras bibliografías.....	725
8.3. Conferencias / Seminarios.....	726
9 Anexos.....	727
Anexo 1. Entrevistas.....	729
Anexo 2. 2ª Parte del Álbum cronológico de algunos de los artefactos comerciales más importantes a lo largo de la historia.....	731
Anexo 3. Inventario, de elaboración propia, de los principales Centros Comerciales y de Ocio Urbanos de las ciudades compactas de Lisboa y Barcelona.....	839
Anexo 4. Atlas.....	859

3. Informe sobre la adecuación de la tesis a la línea editorial (300 palabras)

“La piedra que los constructores desecharon es ahora piedra angular”

La tesis presentada desarrolla una reflexión profunda sobre una tipología que ha sido especialmente mal amada e ignorada por la generalidad de la crítica arquitectónica y urbanística en los últimos años pero que sorprendentemente parece responder a las necesidades más elementales de los ciudadanos y demás “city users” de la ciudad contemporánea, propiciando los tradicionales espacios para el encuentro físico, superando las barreras del espacio digital y dando los primeros pasos hacia la construcción de nuevas espacialidades híbridas.

Por otro lado, la presente tesis reflexiona sobre las claves proyectuales que deberían respetar nuevas propuestas arquitectónicas y propicia los criterios elementales que deberían figurar en posibles guías o recomendaciones que las autoridades municipales y supramunicipales deberán utilizar para lidiar con procesos de nueva implantación o reformulación de otros artefactos de ocio y consumo existentes. Y, así, espera contribuir a un desarrollo más estructurado y sostenible de la metrópoli contemporánea, colaborando en su positiva transformación.

Simultáneamente, se trata de una investigación que pretende dar respuesta de una forma muy precisa a por lo menos dos de los 17 objetivos de desarrollo sostenible fijados en la agenda de las naciones unidas para 2030, concretamente - (11º objetivo) de hacer que las ciudades y los asentamientos humanos inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles y (12º objetivo) sobre asegurar patrones de producción y de consumo también ellos sostenibles.

Como la línea editorial de la fundación Arquia tiene un carácter eminentemente social (de difusión arquitectónica, tratando temas de actualidad o de demanda social), pero también la ambición de proyección internacional por el extraordinario interés que los propios trabajos suscitan, creemos que la tesis que aquí se presenta sería la que mejor respuesta daría a todas y cada una de esas preocupaciones.

4. Nota biográfica (100 palabras) con foto del autor

Pedro Bento es arquitecto por la Faculdade de Arquitectura – Universidade de Lisboa (FA-UL), Doctor en Urbanismo por el Departament d'Urbanisme i Ordenació del Territori – Universitat Politècnica de Catalunya (DUOT-UPC) y desarrolló durante más de dos años investigación posdoctoral en la universidad donde se graduó. Actualmente es Investigador Júnior y Miembro Efectivo del Centro de Investigaçã em Arquitectura, Urbanismo e Design (CIAUD) de FA-UL, realiza practicas docentes en los laboratorios de Proyecto IV y V del Master Integrado en Arquitectura de la misma facultad y participa del Comité Científico de los Seminarios Internacionales de Investigación en Urbanismo impulsados por el DUOT-UPC.

