

SOCIEDAD

# Enamorarse frente a un aparador

De los parques y plazas tradicionales las personas pasaron a los centros comerciales casi de manera imperceptible. Con clara influencia al *mall* estadounidense, estos nuevos espacio de socialización también arrastran las divisiones de clase

MARTHA EVA LOERA  
mmata@redudg.udg.mx

Las plazas comerciales son considerados espacios de esparcimiento. La gente se sumerge en un mundo mágico para olvidarse de sus problemas, pero en esos lugares también se evidencian las diferencias entre clases, afirmó Olga Becerra, investigadora del Departamento de Estudios Sociourbanos, del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades.

Hay centros comerciales que tienen más sabor a barrio. Por ejemplo, las personas que acuden a Plaza Lomas no frecuentan los centros comerciales ubicados en zonas de estrato económico medio alto y alto.



▲ Palacio de Hierro en la plaza Andares.

Foto: José María Martínez

▼ Vista aérea de Plaza del Sol.

Foto: Abel Hernández

Los elementos que influyen en las preferencias de las personas son de corte social.

Una persona que vive en una zona de estrato económico medio bajo se siente incómoda en una plaza a donde acuden personas de un nivel alto y medio alto. En caso contrario, si una persona de un estrato socioeconómico alto acude a una plaza donde asisten personas de nivel medio bajo pues las segundas ven a las primeras como extrañas.

Hay una tendencia en este comportamiento. A la gente no le gusta convivir con personas que no sean

de su mismo estrato social. Clase media y alta aceptan alternar, pero los de baja y alta no congenian.

Las plazas comerciales permanecerán. Tal vez cambiarán de estructura y se transformarán, pero seguirán. Guadalajara es ciudad con vocación comercial, atrás dejó el modelo de ciudad que contemplaba que cada barrio tenía que tener su espacio central. Esto ha propiciado el *boom* y la permanencia de las plazas comerciales en esta urbe. Incluso hay una sobreoferta de centros comerciales.

## El boom de las plazas comerciales

Una de las características de Guadalajara y su zona metropolitana son la proliferación de centros comerciales de todos tamaños, desde los compuestos por 10 locales hasta más de 100. La novedad a partir de los años 90 son las plazas que tienen opciones de ocio y entretenimiento: cines, discotecas, casinos, bares, cafeterías. Las principales son Centro Magno, La Gran Plaza, Galerías, Pabellón y Andares. Los *tapatíos* los consideran paseos y lugares de esparcimiento. La estructura de la mayoría de las plazas invitan a ello: son lugares cerrados donde se crea un mundo diferente a la realidad diaria, un mundo de fantasía. A la gente le llama la atención recorrerlos, ver las vitrinas, los anuncios, a otra gente. Hay algunos que llegan a permanecer en ellos hasta cinco horas.

Una plaza con un diseño diferente es Andares. Recupera la idea de un centro histórico, de pasear y que las tiendas estén en la calle. La propuesta y el modelo viene de Estados Unidos y gusta a muchas personas, y mientras no prohíban la entrada si no se compra habrá gente que acuda a recorrerla por el simple gusto de hacerlo.

Los centros comerciales modernos tienen un concepto muy diferente. Antes se pensaba que para que un centro de este tipo tuviera éxito debía contar como tienda "ancla", como un supermercado. "Actualmente hay otros elementos que cumplen las funciones de tienda ancla como los multicinemas, el casino, la disco, entre otros".

Además, hay una gran gama de plazas. Así, La Gran Plaza es considerada un centro comercial de la moda. No necesita de un supermercado para que las personas acudan.

## Mirar y después ir al tianguis

Las plazas son lugares limpios y seguros que crean para la gente un ambiente muy cómodo. Los jóvenes consideran a las plazas como lugares públicos donde van a interactuar con otros, van a "echar novio" o a conseguirlo. Plaza Galerías es un centro de reunión para los *chavos*. Los que ahí asisten se identifican con la plaza, la consideran parte del territorio donde se desenvuelven. Esto tiene que ver con la cultura y la manera de ser del *tapatío*. Tiende a encontrarse con otros en espacios que considera públicos para convivir e intercambiar impresiones. En realidad, las plazas comerciales son espacios privados de uso colectivo. Tienen como objetivo que la gente compre o gaste en un servicio, aunque muchos acuden sin ese objetivo.

Hay personas que van sólo a enterarse de la ropa, zapatos y bolsos que están de moda para después buscar similares en los *tianguis* de esta ciudad. Esto es frecuente sobre todo en las clases medias y medias bajas.

Las plazas comerciales crean nuevas necesidades, no cubren las que la gente tiene. "Somos vecinos de Estados Unidos, un país donde constantemente se renueva todo. Nuestra cultura no desprecia la imitación, copiamos modelos de otros, por eso consideramos que también lo tenemos que tener todo". \*

