

# MIRADAS CRÍTICAS SOBRE COSTA RICA

Nuevas voces estudiantiles en Ciencias Sociales (2012-2014)



Adriana Sánchez Lovell • Gloriana Martínez Sánchez  
**Editoras**



  
EDITORIAL  
UCR

# MIRADAS CRÍTICAS SOBRE COSTA RICA

Nuevas voces estudiantiles en Ciencias Sociales (2012-2014)

Adriana Sánchez Lovell • Gloriana Martínez Sánchez  
**Editoras**



*Instituto de Investigaciones Sociales*

300.972.86

M671m Miradas críticas sobre Costa Rica: nuevas voces estudiantiles en Ciencias Sociales (2012-2014) / Adriana Sánchez L., Gloriana Martínez S., editoras. -1. edición- Costa Rica: Editorial UCR, 2019.

xx, 161 páginas: ilustraciones en blanco y negro, mapas en blanco y negro. - (Instituto de Investigaciones Sociales)

ISBN 978-9968-46-741-4

I. CIENCIAS SOCIALES - COSTA RICA. I. Sánchez L., Adriana, editora. II. Martínez S., Gloriana, editora.

CIP/3303  
CC/SIBDI.UCR

Edición aprobada por la Comisión Editorial de la Universidad de Costa Rica.  
Primera edición: 2019.

Editorial UCR es miembro del Sistema de Editoriales Universitarias de Centroamérica (SEDUCA), perteneciente al Consejo Superior Universitario Centroamericano (CSUCA).

Corrección filológica: *David Pérez R.* • Revisión de pruebas: *María Villalobos Ch.*

Diseño de contenido: *Abraham Ugarte S.* • Diagramación: *Daniela Hernández C.* • Diseño de portada: *Andrés Artavia T.*  
Ilustraciones de portada y contenido: *Andrés Artavia T.* • Control de calidad: *Raquel Fernández C.*

© Editorial de la Universidad de Costa Rica, Ciudad Universitaria Rodrigo Facio, Costa Rica.

Apdo.: 11501-2060 • Tel.: 2511 5310 • Fax: 2511 5257 • [administracion.siedin@ucr.ac.cr](mailto:administracion.siedin@ucr.ac.cr) • [www.editorial.ucr.ac.cr](http://www.editorial.ucr.ac.cr)  
Prohibida la reproducción total o parcial. Todos los derechos reservados. Hecho el depósito de ley.

Impreso bajo demanda en la Sección de Impresión del SIEDIN. Fecha de aparición: marzo, 2019.  
Universidad de Costa Rica. Ciudad Universitaria Rodrigo Facio.

# CONTENIDO

<b>PRESENTACIÓN</b> .....	xi
<b>PALABRAS DE LAS PERSONAS PARTICIPANTES DEL ENCUENTRO NUEVAS VOCES EN CIENCIAS SOCIALES 2014</b> .....	xix

## **SECCIÓN I**

### **EL ESPACIO PERCIBIDO:**

<b>UNA MIRADA DESDE QUIEN LO HABITA</b> .....	1
---	---

Los <i>malls</i> en Costa Rica como espacios “geo (ego)céntricos”: una mirada desde la Geografía Andrés Jiménez Corrales .....	3
--	---

Las fracturas de un país “sin ingredientes artificiales”: algunos factores geopolíticos y psicosociales del turismo actual en Costa Rica Santiago Navarro Cerdas .....	27
---	----

El amargo sabor de la piña: movimiento social en el Caribe norte costarricense Diana Aguilar Chaves • Raiza Arroyo Argüello .....	49
---	----

La moral pentecostal contra la homosexualidad: la arena política costarricense vista desde la vida cotidiana de las mujeres pentecostales Ariel Calderón González.....	71
---	----

## **SECCIÓN II**

<b>REFLEXIONES METODOLÓGICAS SOBRE EL QUEHACER EN LAS CIENCIAS SOCIALES .....</b>	<b>91</b>
---	-----------

Tejiendo redes con la comunidad de Los Pinos, Tejarcillos de Alajuelita Esteban Camacho Thompson • Carol Fernández Herrera Valeria Montoya Tabash .....	93
--	----

Reflexiones preliminares: sistematización de la lucha por la tierra en El Triunfo de Los Chiles de Alajuela José Pablo Hernández González • Dylanna Rodríguez-Muñoz.....	109
---	-----

Reflexiones tras el análisis de la comunicación de una red de colaboración científica Caterina Elizondo Lucci .....	127
---	-----

Reflexiones del Trabajo Comunal Universitario (547) “Apoyo a la Población Penal Juvenil” María José Masís Méndez.....	145
---	-----

<b>ACERCA DE LAS EDITORAS .....</b>	<b>161</b>
-------------------------------------	------------

# SECCIÓN I

## EL ESPACIO PERCIBIDO: UNA MIRADA DESDE QUIEN LO HABITA





## LOS MALLS EN COSTA RICA COMO ESPACIOS “GEO (EGO)CÉNTRICOS”: UNA MIRADA DESDE LA GEOGRAFÍA

Andrés Jiménez Corrales<sup>1</sup>

El *mall* Multiplaza Escazú se inauguró en noviembre del año 1993, se localiza en San Rafael de Escazú en San José (Figura 1). Una zona donde, hasta entonces, había un escaso desarrollo de infraestructura comercial y una dinámica de uso de la tierra caracterizada por lo residencial y lo agrícola (Instituto Geográfico Nacional de Costa Rica, 1991). Este fue el primer *mall* en Costa Rica, y con este se dio inicio a otra forma de hacer comercio en la ciudad, al reinventar las formas anteriores y dar lugar a otras

---

1 Geografía, Universidad de Costa Rica. Correo electrónico: aiimenez2812@gmail.com. Ponencia presentada en el IX *Encuentro Nuevas Voces en Ciencias Sociales* 2014, Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad de Costa Rica, 22 y 23 de abril de 2014.

construcciones de centros comerciales en el país, tanto dentro como fuera de la Gran Área Metropolitana (GAM) (Figura 1). Así, con el *mall* devino una forma particular de construir territorio desde las relaciones de poder vinculadas al comercio. Este tipo de infraestructura comercial marcó un precedente, creando un prototipo de ciudad privatizada e individualista (Salcedo, 2003; Finol, 2005 y De Simone, 2013), la cual va perfilando una nueva geografía.

En un contexto geográfico más amplio, el 8 de diciembre de ese mismo año se ratificó, en el Senado de México, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) (Secretaría de Economía, s. f.); y el 1.º de octubre salió al aire el canal MTV Latinoamérica. Se refieren a estos hechos en tanto son representativos de un cambio fundamental en América Latina: la consolidación de una cultura de consumo de masas que ostenta al capital como eje central en la construcción de las realidades sociales, económicas, políticas, ambientales y culturales de las sociedades.



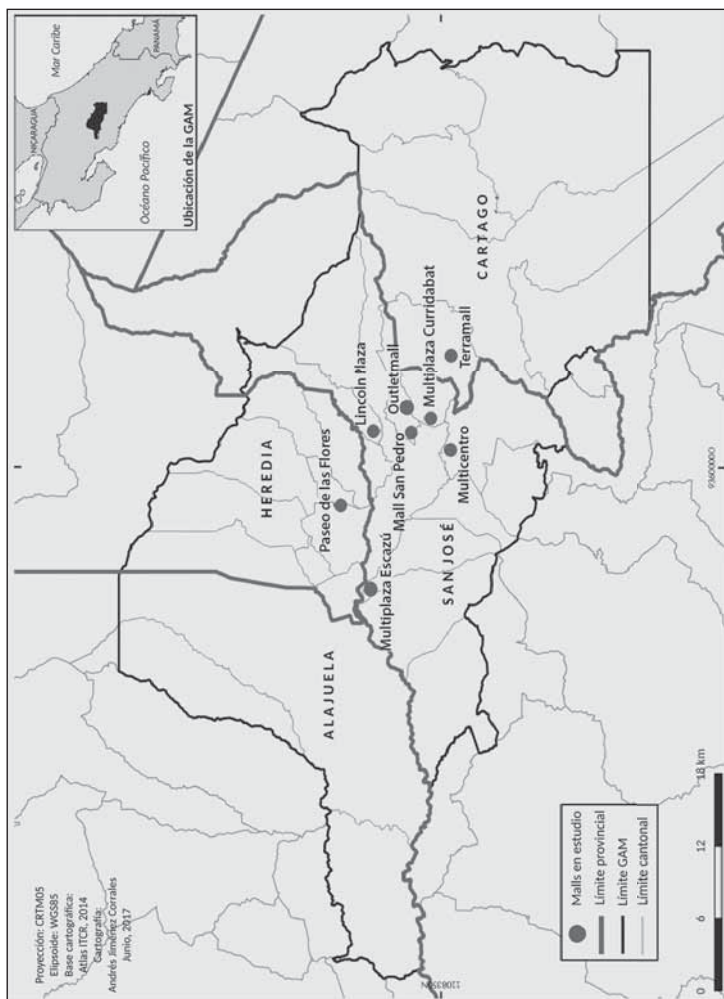


Figura 1. Casos de estudio: *malls* en la Gran Área Metropolitana de Costa Rica al año 2017  
Fuente: elaboración propia.

Ahora bien, los *malls* son entendidos en el presente trabajo como edificios construidos con capital privado. Se caracterizan por desarrollar toda su actividad en el adentro, utiliza todo el día luz artificial en su interior (o gran parte del día), contar con distintos mecanismos de vigilancia, tener una zona de parqueo a su alrededor o dentro del edificio y mostrar una combinación de oferta comercial, de entretenimiento y de alimentación variada. A partir de esta realidad, se construye la hipótesis de que los *malls* representan espacios geo(ego) céntricos por su lógica de implementación territorial. Se entiende como geocentrismo la teoría Ptolomeica que afirma que el planeta Tierra es el centro del Universo, mientras que se concibe al egocentrismo como el enaltecimiento de la propia personalidad.<sup>2</sup>

El objetivo del presente texto es brindar un panorama general de la situación de los *malls* en Costa Rica a partir de un análisis espacial y territorial, que contribuirá a confirmar o a rechazar la hipótesis planteada. La reflexión se abordará a partir de seis “miradas”, tres de las cuales estarán basadas en un análisis espacial (al espacio de lo “igualítico”,<sup>3</sup> al espacio de lo diferente y al espacio de la utopía); mientras que las otras tres miradas se basan en un análisis de las relaciones de poder (al territorio del ajeno, al territorio del que está y al territorio del que está y no está). El trabajo de campo consistió en observación participante, además de un análisis de imágenes satelitales y de noticias periodísticas, principalmente del periódico

---

2 El Diccionario de la Lengua Española (DLE) define ambos términos de la siguiente manera: a) Geocentrismo: “Teoría astronómica sostenida fundamentalmente por Ptolomeo, astrónomo y matemático griego del siglo II, que consideraba la Tierra como centro del universo”; y b) Egocentrismo: “Exagerada exaltación de la propia personalidad, hasta considerarla como centro de la atención y actividad generales” (DLE, 2014).

3 “Igualítico” es una palabra utilizada en el presente documento como una forma de denotar lo igual y homogéneo en el espacio. Allí se combinan las palabras ‘igual’ (que hace referencia a similitud) y ‘tico’ (denominación que hace referencia de una manera popular y coloquial al costarricense, la cual se basa en una construcción identitaria del ser costarricense).

*La Nación*, diario que cuenta con una difusión extendida entre la población urbana, sobre todo de la GAM.<sup>4</sup>

## Mirada al espacio de lo “igualitico” y de lo diferente

Las miradas a lo igualitico y a lo diferente se basan en un análisis espacial de los *malls*. Estas miradas denotan espacios diferenciales que delimitan, construyen e instauran, por medio de relaciones de poder, divisiones entre personas y territorios. Esto provoca un tipo de segregación socio-espacial que acrecienta los problemas urbanos, los cuales fragmentan y dividen la ciudad.

El espacio de lo igualitico será entendido a partir del concepto de isotopía de Lefebvre (1972), el cual permite comprender a los *malls* como espacios que comparten características entre sí y que se definen por lo que los rodea. Por otra parte, el espacio de lo diferente se comprende a partir del concepto de heterotopía de Lefebvre. Este denota la diferencia, la alteridad, el espacio otro, teniendo como referencia a un espacio isotópico.<sup>5</sup>

---

4 Además de este periódico, se utilizaron noticias del diario *El Financiero*, que al igual que *La Nación*, pertenecen al Grupo Nación. Estos periódicos fueron utilizados como fuentes principales debido a que presentan mayor cantidad de noticias sobre el tema.

5 Lefebvre (1972) utiliza los términos isotopía y heterotopía como una forma de definir las propiedades del espacio diferencial: “llamamos isotopía a un lugar (topos) y aquello que lo rodea (vecindad, alrededores más inmediatos); es decir, lo que constituye un mismo lugar. Si en otra parte existe un lugar homólogo o análogo, dicho lugar pertenece a la isotopía. Sin embargo, junto al *lugar mismo* se da el lugar otro o el otro lugar. ¿Qué es lo que provoca su carácter de alteridad? Una diferencia que le marca, al situarlo (y situándose) con respecto al lugar considerado inicialmente. Se trata de la heterotopía” (p. 45).

En este trabajo, se toma como objeto de estudio al *mall*, por lo que se va a observar la isotopía y la heterotopía a partir de su realidad, aunque cabe indicar que estas dos se pueden observar de forma inversa. Estos espacios hacen referencia a dos realidades distintas, las cuales muchas veces se niegan entre sí en el discurso y en la práctica.

A nivel general, se pueden considerar los conjuntos comerciales masivos que han ido apareciendo en la ciudad, por sus condiciones de infraestructura y promoción de estilos de vida, como espacios de lo igualitico en su realidad interna y externa. Esto debido a que generan “burbujas” urbanas porosas, porque, si bien producen una separación con el afuera, van a incorporar, para su beneficio, elementos de una identidad local o nacional que utilizan para atraer consumidores. Como ejemplo de estos espacios, se puede citar a las plazas comerciales, grandes supermercados y *malls*, lugares que han sido producidos, principalmente, para el consumo masivo. Estos espacios son desarrollados por inversores privados que forman parte de consorcios de capital transnacional o nacional, presentan zonas de parqueo, tienen vigilancia privada e incentivan prácticas de consumo individuales y, a su vez, masificadas de productos importados.

Los *malls*, en específico, han sido interpretados como espacios postpúblicos, los cuales aparecen ante un deterioro del espacio público urbano (Salcedo, 2003, p. 104). Dicha arquitectura fundamenta su producción de espacio en un proceso de concentración que reúne tres actividades: a) intercambio comercial; b) diversión y c) recreación (Finol, 2005, p. 50). El *mall* tiende a generar un espacio englobante de la actividad social, que permite a las personas desarrollar en este lugar parte de su tiempo libre, por lo que construyen una experiencia espacial basada en un acceso o restricción al consumo.

Ante esta situación, el afuera de estos espacios se convierte en lo diferente,<sup>6</sup> ya que se sale de la lógica del *mall* como lugar de consumo.

---

6 Cuando se habla del afuera, se hace referencia a la heterotopía. Hay que tener presente que los *malls* presentan límites físicos que en parte son porosos,

De esta manera, la ciudad se presenta en su diversidad, donde el control de la actividad social se da en menor medida que en esos espacios isotópicos. Entre ambos espacios, se da una diferenciación basada en las desigualdades sociales, ya que para acceder a lo igualitario se necesita, en principio, dinero para obtener los productos que se ofrecen. A la vez, los *malls* son espacios que generan empleo de una mínima cualificación y de bajos ingresos, ubicados en los dos quintiles inferiores, dirigido a una población de bajo nivel educativo que produce ingresos y mantiene al *mall* en sus condiciones de “pulcritud”, construyendo así una realidad paradójica.<sup>7</sup> Estos procesos, en parte, desencadenan una segregación socio-espacial en la ciudad que, para las ciudades latinoamericanas, se caracteriza por darse sin una expulsión total de los sectores marginados, lo que genera espacios segmentados territorialmente.

Así bien, en cuanto a la localización de los *malls*, una de las razones utilizadas por los inversores para elegir la ubicación de sus infraestructuras es la disponibilidad de rutas de acceso, especialmente carreteras, y el precio de la tierra (Sabatini y Brain, 2008), por lo que se invierte a partir de las ventajas que pueda brindar la localización. A raíz de esto, se desarrollan núcleos de inversión (economías de aglomeración) que producen una dinámica que lleva al aumento en el precio de la tierra y del alquiler de locales, lo que condiciona el tipo de comercios que se establecen en un lugar.

Por otra parte, entre los *malls* y el espacio público existe una diferenciación que delimita dos espacios distintos. En una dirección, los *malls* pueden ser considerados como espacios isotópicos entre sí,

---

por lo que por sus condiciones de infraestructura no se pueden considerar del todo como “burbujas” aisladas. Cuando se habla del adentro, se hace referencia a los espacios de isotopía.

7 Según la tabla emitida por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, los salarios actuales de un conserje ascienden a los 293 000,00 colones y los de una persona dependiente de tienda se estiman en 10 000,00 colones diarios, para este último puesto se puede exigir estudios de bachillerato, es decir, haber finalizado la educación secundaria.

ya que presentan una misma lógica de implementación, de paisaje, de estructura, de consumo, de equipamiento, de material en sus pasillos, de estética. Así, si se compara un *mall* en Costa Rica con uno en México o Chile, se encuentran pocas diferencias en su conformación y estética, por lo que se puede decir que representan espacios globalizados. Por tanto, el espacio de la diferencia, el afuera, presenta un supuesto “desorden”: distintos materiales en sus pisos, un equipamiento urbano disímil, espacios destinados a distintos usos, como estar, pasar y socializar y consumir.

De esta manera, los *malls* constituyen entre sí espacios de lo “igualitario”, que llegan a ofrecer una lógica banal del espacio urbano, como si todo fuese estilizado<sup>8</sup> y como si no existieran las profundas desigualdades sociales propiciadas y potenciadas por el mismo sistema en el que se está inmerso. Todo lo que se niega, y que el *mall* presenta como una “nueva realidad”, puede ser encontrado en el espacio público, por lo que este representa un espacio de la diferencia. Y, como tal, se percibe como un espacio ajeno, lo que limita procesos de apropiación que dirijan a la construcción de un proyecto de ciudad desde las bases.

Entrar a los *malls* es ingresar a una “burbuja” de concreto que promueve un extrañamiento espacial, ya que construye una infraestructura que aísla de su entorno (Finol, 2005, p. 55) y, a la vez, de la historia de los lugares. Por ejemplo, antes del año 2014, dentro del *mall* Multiplaza del Este se podía observar parte de la infraestructura de la empresa tabacalera que se ubicaba allí (British American Tobacco), junto a fotos históricas de las zonas de producción de tabaco en el país; pero, a partir del año 2012, este *mall* vivió un proceso de remodelación de sus instalaciones que borró estos vestigios. Por ello, es importante generar estudios que permitan comprender la forma cómo las personas construyen su experiencia espacial en el *mall* y cómo perciben el entorno fuera de estos lugares.

---

8 Representa una visión estética de la ciudad surgida desde una hegemonía: la moderna capitalista neoliberal.

En general, estas arquitecturas pueden considerarse como espacios de lo “igualítico”, ya que se posicionan construyendo una diferenciación con lo que los rodea. Además, sus diseños están hechos para posicionarse como un “centro”, exaltar un geo(ego)centrismo. Al entrar por sus puertas principales, como puede ser el caso de los centros comerciales: Paseo de las Flores (Heredia) y de Multiplaza del Este (San José), solo se observa su infraestructura; desde adentro el contacto con el exterior es mínimo.

Por estas razones, los *malls*, como espacios geo(ego)céntricos, representan lugares que niegan e invisibilizan por medio de barreras concretas, como por ejemplo la infraestructura, su contexto territorial. Esto permite que la persona, muchas veces ajena a las realidades donde se encuentra emplazado el inmueble, ingrese a este sin que se percate de lo que se encuentra en el “atrás”. Estos son actos que tienden a suprimir las diferencias (Sennett citado por Pérez, 2010) a partir de una segmentación espacial.

En el caso del *mall* Paseo de las Flores (Heredia), a sus “espaldas”, se ubica un barrio urbano segregado conocido popularmente como Guararí.<sup>9</sup> Dicha localidad empieza apenas termina el espacio del centro comercial y “llegó primero al territorio”, por lo que este vino a construir otro tipo de dinámica. Un muro es lo que separa estas dos realidades contradictorias que el *mall* ágilmente logra ocultar, haciendo parecer que no existen, lo que lleva a hacer de su espacio el centro de atención para los consumidores.

Al igual forma, a las “espaldas” de Multiplaza del Este se localiza una localidad urbano segregada llamada Barrio Nuevo de Zapote, la cual se encuentra separada del establecimiento por el río María Aguilar. Antes del año 2013, desde el parqueo ubicado atrás del *mall* se podía observar dicha localidad; pero, luego de construir un parqueo de varios niveles y bajo techo, los administradores del lugar en cuestión lograron ocultar e invisibilizar hábilmente dicha

---

9 Se dice a sus espaldas porque se localiza al lado opuesto de las entradas principales.

realidad, ya que ahora desde este espacio no se puede observar al Barrio Nuevo de Zapote. Es importante aclarar, como en el caso anterior, que este barrio se emplaza en el territorio mucho antes de la llegada del *mall*, por lo que el centro comercial se convierte en un actor de poder territorial que condiciona las formas de percepción geográfica de sus visitantes.

## Mirada al espacio de la utopía

La tercera mirada que se quiere explorar es al espacio de la utopía,<sup>10</sup> según como fue planteada por Lefebvre (1972). Estos son espacios emergentes o latentes que buscan un lugar en el territorio, los cuales tienen como característica la monumentalidad. A través de las relaciones de poder, se busca centralizar a estos espacios y, a la vez, generar una masificación en su presencia territorial.

Al seguir la línea presentada en párrafos anteriores, se señala que los *malls* se posicionan en sí como utopías, dado que buscan lugar en las realidades urbanas. Representan espacios virtuales que, con el tiempo, se han construido y extendido en el territorio. Además, los *malls* representan esta utopía en el hecho de que quieren reflejar un tipo de vida urbana distante a la que se vive en la cotidianidad, lo cual invisibiliza los problemas sociales que aquejan las sociedades actuales. Son utopías sistémicas que ocultan las desigualdades sociales y las disparidades territoriales que provocan.

A su vez, se exalta una visión de lo que debería ser la ciudad desde la mirada de los inversionistas y promotores de estos lugares, que carga, en parte, con los deseos de las personas que habitan la ciudad.

---

10 Lefebvre (1972) entiende lo utópico de la siguiente forma: “Pero tenemos también lo de fuera, el no lugar, que no tiene lugar y, sin embargo, busca su lugar (...) lo utópico no tiene nada en común con lo imaginario abstracto. Se trata de algo real y se halla en el seno de una realidad como lo es la urbana” (p. 45).



Sus espacios están lejos de ser gratuitos, su aparición conlleva un gran gasto de recursos; además, se encuentran nutridos con ciertas ambiciones de los ciudadanos, a quienes se les ha vendido la idea de que, con más control del espacio, estarán más “seguros”,<sup>11</sup> pues pueden dejar por fuera a los “indeseados” de una sociedad (por ejemplo, se puede observar en la entrada principal del Lincoln Plaza un rótulo que dice “Nos reservamos el derecho de admisión”; caso similar ocurre en otros *malls*).

Entonces ¿qué sucede con el “afuera”? Se niega, se utiliza cada vez menos, se cree inseguro; se deteriora, se insulta, se desprecia. Esto va haciendo que el *mall* se posicione como una monumentalidad, como una “catedral” del consumo. Es un espacio que niega sus contextos y que crea su propia naturaleza, la incorpora en sus interiores a su gusto. Por esto, los *malls* presentan un “exceso” de vigilancia y control por parte de mecanismos institucionalizados de seguridad: cámaras de vigilancia y oficiales de seguridad privados. Esto llega a suprimir, en parte, la paranoia que existe en la ciudad con la seguridad, mucho de lo cual se localiza en el espacio público, por ejemplo: “uno de los factores que históricamente se le achacó como negativo al bulevar de la Avenida Central es el de la seguridad” (Arias y Salas, 2012).

Ante todo esto, ¿qué significa que el *mall* se posicione como un espacio utópico? Representa, en parte, una materialización simbólica de un proyecto de ciudad, la cual crea el deseo de que estos lugares proliferen en el espacio urbano, construyendo, de esta manera, microciudades. Estas son islas urbanas interconectadas por calles, pero donde la actividad social se encierra en espacios delimitados, bajo techo, cerrados, los cuales son propiedad de inversionistas.

---

11 A esto se suma el hecho de que la percepción de inseguridad ciudadana en Costa Rica ha aumentado, tomando como referencia los tres años anteriores a la Encuesta Actualidades (2012) de la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica, donde un 59,7 % considera el hecho del incremento de la inseguridad (SeEVERS, 2013).

Esto deja fuera la diversidad, niega la totalidad de la ciudad: a los oprimidos, a los pobres, a los vendedores ambulantes, a la naturaleza. Además, provoca que se descuide aún más el espacio público; provoca que se haga ciudad a partir de los intereses del capital, moldeando así el espacio geográfico desde sus relaciones de poder.

## Mirada al territorio del ajeno

La cuarta mirada que se expone es al territorio del ajeno, la cual se centra en el accionar de los inversionistas de los *malls*. Estos actores son ajenos a las realidades donde se construyen e imponen los centros comerciales, por lo que se hace esencial observar sus prácticas territoriales. A pesar de que son actores foráneos, estos impactan considerablemente las dinámicas territoriales de la zona a la que llegan debido a una posesión de capital, lo que les permite ser escuchados y lograr concretar sus deseos territoriales sin muchas barreras institucionales o normativas. Así fue el caso del *mall* Lincoln Plaza, que logró promover un cambio en el Plan Regulador del Cantón Moravia, para lograr su construcción (ver caso en Jiménez, 2016).

Cuando se construye un *mall*, el espacio circundante cambia en sus dinámicas territoriales, sociales, económicas y ambientales. El capital que poseen estos inversionistas los convierte en actores con poder simbólico y material en el territorio. Esto desemboca en una modificación del mismo acorde a sus proyectos, por tanto, existe una relación de poder que los favorece. El territorio, al ser producido a partir de las relaciones de poder, hace que los agentes dominantes puedan imponer y construir a favor de sus ganancias o de sus intereses. Por esto, importa poco lo que se encuentra en el territorio, pues ellos posicionan su espacio como el único e ignoran las otras territorialidades, las cuales pueden tener intereses distintos y hasta contradictorios. Este hecho demuestra la característica geo(ego) céntrica de los *malls*, donde lo principal es su realidad.

Este accionar genera procesos de desterritorialización y reterritorialización, que afectan a la población para beneficio o perjuicio de sus formas de vida. Los *malls* tienen la capacidad de activar procesos de desterritorialización que modifican por completo las actividades desarrolladas en un lugar. Por tanto, ejercen un proceso de reterritorialización basado en intereses individuales, con el cual oprimen las territorialidades precedentes de las personas que habitan el territorio. Mansilla afirma que “la globalización capitalista, posee un carácter profundamente desterritorializador de las relaciones políticas, económicas, culturales y ambientales”; lo que complementa diciendo que el éxito del proyecto capitalista está basado en la acumulación por despojo, basado en la desposesión de los medios de producción y del territorio de las comunidades (2013, p. 65).

Los inversionistas de los *malls* buscan desarrollar su actividad en una localización estratégica para atraer personas (consumidores) a sus realidades, y con esto llevar a cabo el cometido de incentivar el consumo, pero, a la vez, constituirse en una centralidad. Con esto, se observa cómo sale a relucir ese principio geo(ego)céntrico, en el cual se antepone su territorio y sus dinámicas sobre cualquier otro elemento: lo que prevalecen son sus realidades sobre las de otros, es decir, se genera un espacio de comercio, recreación y diversión para potenciar el consumo y, con ello, sus ganancias.

Para dar un ejemplo del territorio del ajeno, se tiene el caso emblemático del Grupo Roble, que inició operaciones en El Salvador en el año 1962 (Grupo Roble [1], 2014). Este es un consorcio multinacional que tiene inversiones en seis países de América Central y en Colombia y que, a su vez, pertenece al Grupo Poma, un conglomerado empresarial. Grupo Roble desarrolla centros comerciales, centros corporativos y proyectos habitacionales. Con respecto a los *malls*, aproximadamente cuenta con 19, distribuidos en Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá. En su página web se observa la visión del Grupo Empresarial hacia el papel que tienen sus *malls*:

Grupo Roble ha creado cuatro marcas, cada una dirigida a sectores específicos del mercado, segmentado al público no solo demográfica sino también geográficamente (...). Los centros comerciales operan bajo estrictas normas de seguridad, y se encuentran ubicados en las zonas comerciales de mayor flujo en cada país, llegando cada vez más a consumidores en la región (Grupo Roble [2], 2014).

Lo anterior demuestra el papel que desempeñan estos inversionistas en las realidades territoriales de los países donde se establecen y tienen un carácter multinacional. Ello se logra gracias a que disponen de capital, lo que les permite utilizar la geografía para el aumento de sus ganancias. Son un grupo empresarial ajeno a las realidades de los pueblos, por lo que llegan e imponen sus arquitecturas. Además, como se evidenció en la anterior cita, Grupo Roble utiliza la geografía para obtener mayores beneficios, pero, a la vez, hace que la población vaya hacia ciertos espacios de acuerdo con sus condiciones socioeconómicas, incentivando la producción de segregación socio-espacial.

Para el caso de Costa Rica, el Grupo Roble cobra relevancia debido a que fueron los primeros en inaugurar un *mall* en el país. En la actualidad, cuentan con dos: Multiplaza de Escazú (1993) y Multiplaza del Este (2003). Estos espacios están localizados en lugares opuestos de la ciudad (Escazú al oeste y Curridabat al este, respectivamente),<sup>12</sup> lo que les permite ofrecer un producto (el *mall*) al alcance de la población de dos sectores del área metropolitana de San José.

Una frase que refleja perfectamente cómo estos inversionistas observan el territorio circundante y, por ende, a las personas, y que se relaciona con la apertura del *mall* Terramall al este de la ciudad

---

12 Estos cantones se ubican dentro de los primeros veinte cantones del Índice de Desarrollo Humano (IDH) para el año 2011: Escazú está en el puesto cuatro; y Curridabat está en el puesto catorce (PNUD y UCR, 2012). A pesar del distanciamiento que el autor tiene con este tipo de índices que simplifican la realidad, los datos sirven de parámetro para acercarse un poco a la comprensión del accionar del capital.

(cantón La Unión), es: “eso puede considerarse normal en una zona donde apenas se está ‘enseñando’ al consumidor este tipo de servicio y donde los *malls* no han llegado a su etapa de consolidación” (Barquero, 2004); expresión ofrecida por la administradora de dicho *mall*. Se observa cómo se posiciona un argumento que indica una acción, casi salvadora, por parte de los inversionistas de este *mall*, quienes asumen la misión de enseñar a las personas lo que a ellos les sirve y que, al final, impacta en la construcción de ciudad.

Por otra parte, el administrador del *mall* Lincoln Plaza señaló que este “se perfila como un punto de encuentro para actividades artísticas, culturales, de entretenimiento y eventos especiales que fortalezcan la cultura propia de los moravianos” (Agüero, 2007). Así se ratifica el geo(ego)centrismo que caracteriza a estos espacios, donde se posiciona al *mall* como ese espacio donde deben converger las actividades sociales y culturales de una población.

Para concluir, se observa cómo los inversionistas utilizan la geografía para localizarse en espacios estratégicos que puedan propiciar mayores ganancias y, de esta forma, modificar esas geografías en su beneficio. Por tanto, van construyendo un territorio propio, de acuerdo con sus visiones e intereses económico-políticos, propiciando la aparición de otras infraestructuras comerciales a su alrededor, transformando el territorio que le antecedió.

## Mirada al territorio del que está

La quinta mirada hace referencia al territorio del que está, la cual se relaciona con las personas que se encuentran en el lugar antes de la llegada del *mall* (las que lo viven y las que lo experimentan); aquello que Yi Fu Tuan (2007) conceptualizó como topofilia. Estas personas, en mayor o menor medida, viven un despojo simbólico y material de un territorio ante la construcción de un *mall*, ya que estos elementos

entran a sus realidades e imponen dinámicas distintas a las antecedentes, las cuales se gestan desde los intereses de los inversionistas.<sup>13</sup> La imposición de los *malls* en los territorios genera cambios en las dinámicas locales y regionales, por ejemplo, el desplazamiento de personas. Estos cambios se dan de forma diferencial entre casos específicos de *malls*, debido a que el territorio no es homogéneo y muestra especificidades.

Cuando se construyen proyectos inmobiliarios en el territorio pocas veces se efectúan consultas a las personas de las localidades. Esto por parte de los gobiernos locales, entes encargados de la planificación territorial de manera institucionalizada, dando así pocas opciones a la población para decidir lo que quieren en su territorio,<sup>14</sup> primando los intereses privados y la tenencia de la tierra, lo cual tiene como móvil al capital. Así, Lefebvre (1972, p. 193) expresa que “al usuario tan solo se le evoca, se le invoca pero casi nunca se le convoca”, por lo que existe una construcción del territorio desde la hegemonía, que acapara las realidades de los subordinados, por tanto, limita en parte su capacidad de acción.

Ante esta situación, han existido casos donde la construcción del *mall* es visto con rechazo por parte de las personas que tienen alguna relación con el territorio involucrado. Por ejemplo, cuando se construyó el *mall* San Pedro las personas mostraron descontento, especialmente cuando la obra ya estaba terminada, posicionaron su reclamo hacia la congestión vehicular que se provocó luego de su inauguración. A eso se refirió un columnista de *La Nación*:

- 
- 13 Es importante cuestionarse qué tipo de cultura se quiere promover y enaltecer, contraponiéndose a una diversidad cultural. Es de esperarse que la cultura que se quiere ‘promover’ es una homogenizada, enaltecida por la globalización neoliberal en la que estamos inmersos.
- 14 Cuando se lleva a cabo la consulta, se brindan opciones premeditadas por los actores municipales, lo que hace que la capacidad de elección basada en la creatividad de las personas se cohíba.

Con la misma impericia y negligencia con que una vez autorizaron la construcción del Mall San Pedro, sin tomar las previsiones viales del caso, el MOPT pretende ahora resolver lo que empieza a verse como el mayor caos de la circulación de vehículos en el país (Espinoza, 1995).

No considerar la opinión de los habitantes de los territorios hace que se gesten procesos aislados de resistencia y de indignación, los cuales muchas veces se realizan de forma focalizada y hacia aspectos precisos. En el caso del *mall* San Pedro, se logró comprobar, a través de la revisión de prensa escrita, que el proceso de resistencia y de indignación se concentró en temas particulares (congestión vehicular y contaminación, principalmente). No obstante, esto ha imposibilitado comprobar si existe una resistencia al *mall* como espacio urbano.

Lo anterior es propiciado porque el *mall* es visto pocas veces como una “amenaza”; por el contrario, se concibe como un elemento positivo para los territorios. Esto porque permite el acceso a diversos productos en un solo lugar, además de que, en parte, representa espacios de sociabilidad (Pérez, 2010) que las personas no encuentran en otros lugares (el espacio público), por desconocimiento o por sus malas condiciones. Dichos elementos incentivan a que las personas que estuvieron opuestas a la construcción del *mall* se adapten a este para convertirlo, en distintos grados, en lugares de visita regular o esporádica.

Otro ejemplo que causó resistencia por parte de vecinos fue la construcción del American Outlet *mall*, en San Pedro, el cual fue desarrollado por los mismos inversores del *mall* San Pedro. Ante este caso, fue el Comité Vecinal de Los Yoses quien se opuso a la construcción del American Outlet, por dos aspectos: a) el aumento de la congestión vehicular en la zona y b) el drenaje de las aguas pluviales que, en época lluviosa, podría ocasionar inundaciones (Loaiza, 1998).

## Mirada al territorio del que está y no está

La sexta mirada es al territorio del que está y no está. Esta hace referencia a los dos elementos que tienen injerencia en los territorios: los gobiernos locales y la institucionalidad pública. El primero se hace presente en los territorios por medio de trabajos que realizan en la localidad o por el cobro de impuestos territoriales (por ejemplo); sin embargo, en algunas ocasiones pareciera como si estuvieran ausentes, lo que da lugar a cuestionarse el accionar municipal.

Por su parte, la institucionalidad se percibe como un ente que todos conocen, pero que pocos saben cómo trabaja, debido, en parte, a las formas en que se da la participación ciudadana. Según Gabriela Mata, investigadora del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), en Costa Rica existe poco involucramiento de las personas en grupos organizados y en la toma de decisiones institucionales, lo cual se debe a que se ha instaurado, históricamente, una “democracia delegativa” (Muñoz, 2013).

El territorio es concebido por parte de la institucionalidad como su espacio de injerencia y de potestad, siendo una visión centralizada y reduccionista de todo lo que significa el territorio como espacio construido a través de las relaciones sociales y de poder. Por esta razón, desde la mirada del gobierno local, se percibe a estos empréstitos como potenciadores del “desarrollo” de “su” territorio, lo que a nivel práctico se traduce en mayores ingresos por razón de impuestos. Ante esta situación, habría que preguntarse ¿en qué se invierte este dinero y qué posibilidad real existe para que las personas del municipio definan su destino?

En el caso de la construcción del *mall* Multicentro en Desamparados, las autoridades municipales, particularmente la exalcaldesa Maureen Fallas, período 2006-2010, se encontraban preocupadas por la construcción. Por ejemplo, Fallas centraba su reclamo hacia la afluencia de más vehículos a la zona, lo que podría traducirse



en congestión vial (Delgado, 2008). No obstante, parece que la exalcaldesa Fallas, pese a alzar la voz en medios de comunicación para denunciar la posible problemática del congestiónamiento, tradujo poco su reclamo en acciones o políticas concretas para afrontar esta situación, al delegar una responsabilidad de acción al Ministerio de Obras Públicas y Transporte (MOPT) (Delgado, 2008).

Otro ejemplo es la construcción del *mall* Lincoln Plaza en Moravia. En este caso, el municipio suspendió momentáneamente su construcción debido a que el Plan Regulador del Cantón ordenaba el uso de la tierra en dicho terreno como educacional, por lo que era incompatible con el uso de la tierra que se iba a imponer con la construcción del *mall*. Ante esta situación, el exalcalde Edgar Vargas presentó dos salidas al problema: a) crear una comisión integrada por funcionarios de la Municipalidad y del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo (que a la fecha de la noticia ya estaba creada y se encontraba analizando la viabilidad de cambiar el Reglamento del Plan Regulador del cantón Moravia) y b) convocar a un cabildo abierto para que los vecinos tomaran la decisión (Agüero, 2007). Prevalció la primera opción y, sin tomar en cuenta la opinión de los vecinos, se pudo realizar el cambio de uso de la tierra, complaciendo a los inversionistas.

También el exalcalde Vargas opinó sobre los perjuicios que podría generar en el territorio la construcción del *mall*. Sin embargo, lo hizo de una forma simplificada y hacia un tema que tiene prestigio social, como es el ambiente, posicionándose en contra de posibles contaminaciones, pero dejando fuera todo el aspecto social y cultural que puede llegar a afectar la construcción de un *mall*. Así dijo: “desde la visión de la Municipalidad, el proyecto es importante porque podría entrar mucho dinero, pero, si nos van a poner un ‘cascarón’ contaminante, no lo vamos a aceptar” (Agüero, 2007).

Por último, las autoridades públicas se perciben como ajenas a las realidades locales. Muestra de ello, es lo que expresa el señor Espinoza en un artículo de opinión publicado en el periódico *La Nación*:

Pero eso no es nada: si los señores del MOPT, encargados de esos cambios, se dieran una vueltecita por La Subaru y vieran lo que está sucediendo con esa fila de vehículos que sale del Mall, se darían cuenta de su improvisación y falta de profesionalismo (Espinoza, 1995).

Lo apuntado en este apartado señala que en el país prevalece un enfoque de gestión del territorio centralizado, es decir, la toma de decisiones recae en las autoridades institucionales. En el devenir se incorporan a las personas del lugar, pero de una manera sesgada, ya que, en la mayoría de las ocasiones, se introducen para validar una decisión ya tomada (ver caso del proceso constructivo del *mall* Lincoln Plaza, en Jiménez, 2016).

## Reflexiones finales

A lo largo del artículo se pudo observar cómo la figura del *mall* impacta y se relaciona con los espacios contextuales en los que se desenvuelve. También se observó cómo los distintos actores y las distintas perspectivas hacia estos objetos arquitectónicos hacen que se vayan gestando realidades particulares, cargadas de prácticas sociales estimuladas por el consumo y el capital. Muchas de las condiciones que se erigen son contradictorias, mientras que otras se complementan, construyendo un panorama complejo y diverso que es necesario explorar para ver sus detalles.

En síntesis, los *malls* se pueden definir como lugares que representan espacios de capital y de consumo. Esto por su naturaleza y porque su fin es la circulación de capitales. Son arquitecturas impuestas en distintos territorios, siendo el capital un elemento que los posiciona arriba en las relaciones de poder, que los lleva a construir la ciudad a su placer, reconfigurando espacios.

Por último, es importante destacar y reafirmar por qué se considera a los *malls* como espacios geo(ego)céntricos, tal como se ha venido

planteando a lo largo del texto con base en casos concretos. Se parte del hecho de que los *malls*, de distintas maneras, posicionan su territorio como centro de toda actividad, donde el exterior se ve nada más como un espacio que conduce a su infraestructura. Así, presenta poca relación con la localidad donde se encuentran emplazados, solo preocupados por tratar de hacer que la actividad social se dirija a su “tierra prometida”.

Por lo anterior, cuando se construyen dejan atrás cualquier tipo de realidad local para posicionar su “tierra”, para colocarla en el centro de atención de la zona. A su vez, el *mall* posiciona su “personalidad” al exaltar, ayudado en parte por la publicidad, un tipo preciso de formas de convivir en la ciudad, de generar comercio, paisaje urbano y estética; mucho de lo cual se puede presentar como superficial y banal a los ojos de algunos, dado que está lejos de encontrarse acorde a las realidades que se tejen en sus contextos locales, regionales o nacionales.

## Bibliografía

- Agüero, M. (18 de setiembre de 2017). Plan Regulador Municipal frena construcción de *mall* en Moravia. *La Nación*. Recuperado de [http://www.nacion.com/ln\\_ee/2007/septiembre/18/economia1243976.html](http://www.nacion.com/ln_ee/2007/septiembre/18/economia1243976.html)
- Arias, G. y Salas, D. (14 de octubre de 2012). El gran *mall* de San José. *El Financiero*. Recuperado de [http://www.elfinancierocr.com/negocios/gran-mall-san-jose\\_0\\_170982907.html](http://www.elfinancierocr.com/negocios/gran-mall-san-jose_0_170982907.html)
- Barquero, M. (19 de abril de 2004). El este de San José aguanta crecimiento. *La Nación*. Recuperado de [http://www.nacion.com/ln\\_ee/2004/abril/19/economia1.html](http://www.nacion.com/ln_ee/2004/abril/19/economia1.html)
- Brenes, L. (19 de abril de 2004). Acabó bonanza comercial del oeste, mas... en el este hay fe. *La Nación*. Recuperado de [http://www.nacion.com/ln\\_ee/2004/abril/19/economia1.html](http://www.nacion.com/ln_ee/2004/abril/19/economia1.html)

- Delgado, D. (18 de agosto de 1998). Desamparadeños temen colapso vial por 'mall'. *La Nación*. Recuperado de [http://www.nacion.com/ln\\_ee/2008/agosto/18/pais1662615.html](http://www.nacion.com/ln_ee/2008/agosto/18/pais1662615.html)
- Espinoza, E. (17 de agosto de 1995). Al Grano. *La Nación*. Recuperado de [http://www.nacion.com/ln\\_ee/1995/agosto/17/opinion2.html](http://www.nacion.com/ln_ee/1995/agosto/17/opinion2.html)
- Finol, José. (2005). Globalización, espacio y ritualización: de la plaza pública al mall. *Revista Espacio Abierto*, 14(4), 573-588. Universidad de Zulia, Venezuela.
- Grupo Roble. (2014). [1]. *Somos Roble*. Recuperado de <http://www.gruporoble.com/somos-roble>
- Grupo Roble. (2014). [2]. *Centros Comerciales*. Recuperado de <http://www.gruporoble.com/malls/>
- Instituto Geográfico Nacional. (1991). *Hoja topográfica Real de Pereira 1:10.000*. Costa Rica.
- Jiménez, A. (2016). *Cartografía de la territorialización del mall Lincoln Plaza. Moravia, Costa Rica. 2005-2016* (Tesis de licenciatura en Geografía). Universidad de Costa Rica.
- Lefebvre, H. (1972). *La Revolución Urbana*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Loaiza, V. (22 de septiembre de 1998). San Pedro teme más caos vial. *La Nación*. Recuperado de [http://www.nacion.com/ln\\_ee/1998/septiembre/22/pais5.html](http://www.nacion.com/ln_ee/1998/septiembre/22/pais5.html)
- Mansilla, P. (2013). Para una lectura espacialmente situada del anarquismo en el contexto de la desterritorialización. *Revista de Pensamiento Anarquista Erosión*, 3(II), 57-70. Chile.
- Muñoz, N. (28 de octubre de 2013). El país con menor participación ciudadana de América Latina. *BBC Mundo*. Recuperado de

[http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/10/131025\\_america\\_latina\\_costa\\_rica\\_politica](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/10/131025_america_latina_costa_rica_politica)

Pérez, M. (2010). *Cuando los indeseados se congregan en el mall: prácticas socioespaciales de adolescentes en un espacio semi-público* (Tesis de maestría en Desarrollo Urbano). Pontificia Universidad Católica de Chile.

Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y Universidad de Costa Rica. (2012). *Atlas de Desarrollo Humano Cantonal de Costa Rica*. Recuperado de <http://www.pnud.or.cr/mapa-cantonal/index.html>

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de <http://www.rae.es/>

Sabatini, F. y Brain, I. (2008). La segregación, los guetos y la integración social urbana: mitos y claves. *Revista Eure*, XXXIV(103), 5-26.

Sandoval, C. y Fonseca, K. (2006). *Medios de comunicación e (in) seguridad ciudadana en Costa Rica*. Cuadernos de Desarrollo Humano N.º 3, Informe Nacional de Desarrollo Humano, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo sede Costa Rica. Recuperado de <http://www.pnud.or.cr/images/stories/downloads/pdf/Cuaderno03.pdf>

Salcedo, R. (2003). Lo local, lo global y el mall: la lógica de la exclusión y la interdependencia. *Revista de Geografía, Norte Grande*, (30), 103-115. Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile.

Salcedo, R. y De Simone, L. (2012). *Los malls en Chile. 30 años*. Cámara Chilena de Centros Comerciales. Santiago de Chile.

Secretaría de Economía. (s. f.). *Acuerdos y tratados comerciales suscritos por México. Estados Unidos Mexicanos*. Recuperado de [http://www.economia.gob.mx/files/comunidad\\_negocios/comercio\\_exterior/acuer%09dos\\_y\\_tratados\\_comerciales\\_de\\_Mexico.pdf](http://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/comercio_exterior/acuer%09dos_y_tratados_comerciales_de_Mexico.pdf)

Seevers, M. (2013). *Alta percepción de inseguridad en el país*. Oficina de Divulgación e Información, Universidad de Costa Rica. Recuperado de <http://www.ucr.ac.cr/noticias/2013/01/30/alta-percepcion-de-inseguridad-en-el-pais.html>

Tuan, Y. (2007). *Topofilia un estudio de las percepciones, actitudes y valores sobre el entorno*. España: Editorial Melusina.

## ACERCA DE LAS EDITORAS

### **Adriana Sánchez Lovell**

Psicóloga e historiadora, labora en la Escuela de Historia y el Instituto de Investigaciones Sociales. Temas de interés: historia desde abajo, desigualdades sociales y violencia. Ha investigado la locura, la violencia vial y la historia del trabajo: las leyes contra la vagancia y la UFCO-Northern Railway Co.

### **Gloriana Martínez Sánchez**

Docente de la Escuela de Ciencias Políticas e investigadora del Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad de Costa Rica. Ha desarrollado, desde la investigación y la acción social, temas relacionados con movimientos sociales, género, memoria histórica, campesinado y conflicto agrario y rural.

Esta es una  
muestra del libro  
en la que se despliega  
un número limitado de páginas.

Adquiera el libro completo en la  
**Librería UCR Virtual.**

LIBRERÍA  
UCR  
  
VIRTUAL



El presente libro se origina de los *Encuentros Nuevas Voces en Ciencias Sociales* efectuados en los años 2012 y 2014, en los cuales estudiantes y jóvenes investigadores de distintas áreas de las ciencias sociales presentaron reflexiones con respecto a sus procesos de investigación académica. Estos encuentros consisten en una serie de jornadas estudiantiles de investigación, facilitadas por el Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad de Costa Rica.

La iniciativa de esta publicación subyace en brindar un insumo reflexivo sobre el quehacer de la investigación desde las miradas de jóvenes investigadores, así como reconocer las distintas lecturas transdisciplinarias realizadas por las nuevas generaciones de cientistas sociales. Además, en el marco del X aniversario del encuentro, se reconoció la importancia del debate para el desarrollo de unas ciencias sociales críticas y humanistas. El compromiso mostrado en las investigaciones incluidas en este texto evidencia la variedad de preocupaciones, análisis, reflexiones y retos que enfrentan las ciencias sociales en el contexto actual. Lo anterior plantea la importancia de vincular la investigación, la acción social y las relaciones entre docentes y estudiantes, entendidos estos como los pilares sobre los cuales se sostienen la Universidad y el quehacer de las ciencias sociales.



ISBN 978-9968-46-741-4



9 789968 467414

  
EDITORIAL  
UCR

Instituto de  
*Investigaciones Sociales*