

**\_ARTÍCULO**

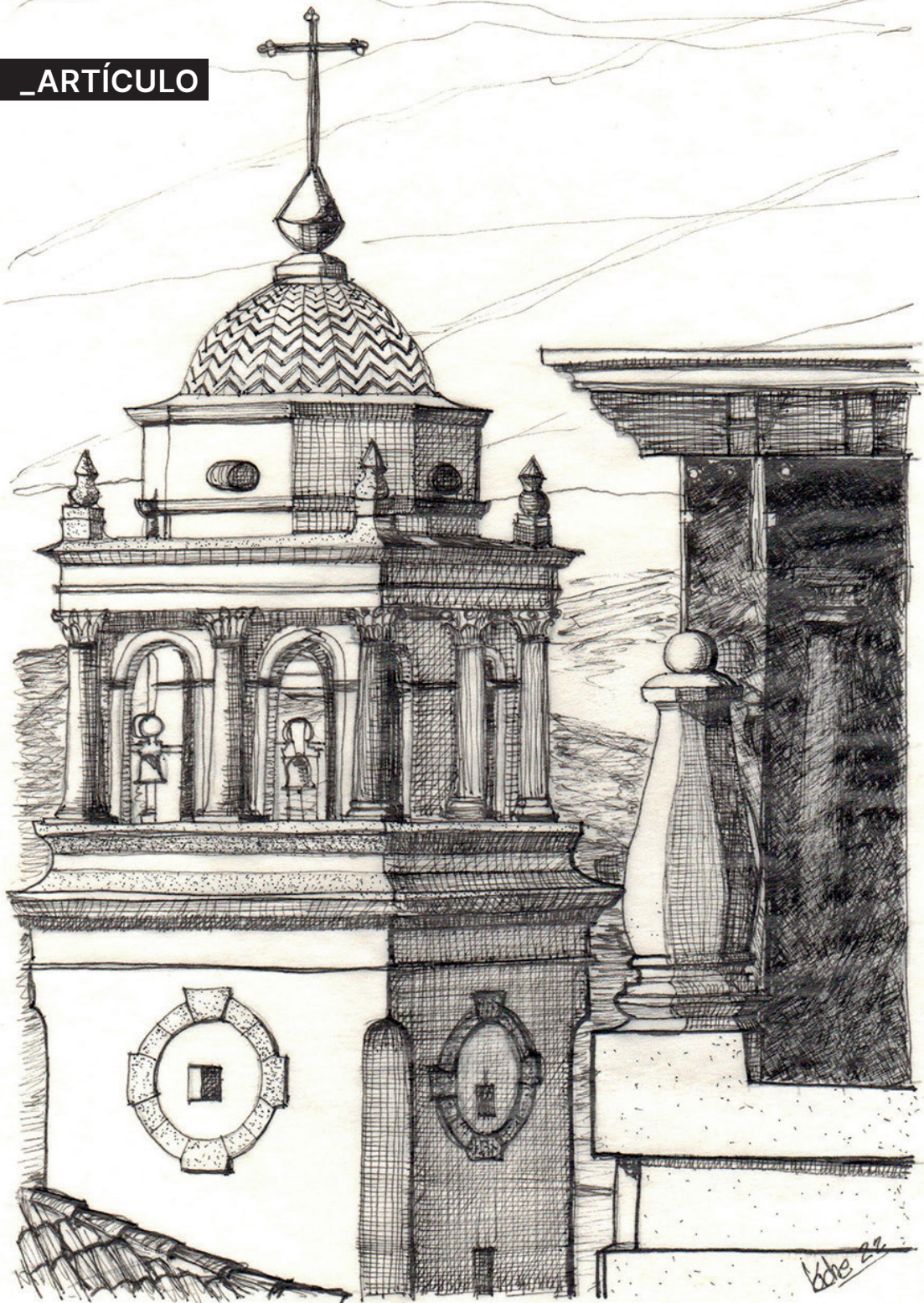


Ilustración por: Karim Chew, Detalle de uno de los edificios de Cayala, ciudad de Guatemala, dibujo a tinta, 2022, reproducido con permiso de la autora.

# UNA EXPLORACIÓN GEOHISTÓRICA DE TIPOLOGÍAS COMERCIALES Y SU RELACIÓN CON LA MINICIUDAD CAYALÁ (GUATEMALA)

*A GEOHISTORICAL EXPLORATION OF SOME  
COMMERCIAL TIPOLOGIES AND THEIR  
RELATIONSHIP WITH CAYALÁ MINI-CITY (GUATEMALA)*

Sabrine Acosta Schnell\*  
Escuela de Geografía  
Universidad de Costa Rica (UCR)

Fecha de recepción: 10 de septiembre del 2021  
Fecha de aceptación: 13 de marzo del 2022  
sabrine.acostaschnell@ucr.ac.cr

## Resumen

La exploración geohistórica de tipologías comerciales (provenientes de diversos momentos históricos y espacios geográficos) permitieron identificar una relación de precedencia con los proyectos inmobiliarios privados de uso mixto conocidos como miniciudades. Se tomó como caso de estudio específicamente el sector comercial de Ciudad Cayalá (Guatemala). Los espacios comerciales y sus dinámicas transmiten una ambigüedad semántica y se crean ilusiones, deseos y más combinaciones espaciales que, más allá de vender un producto, se vende también una experiencia, un momento o un recuerdo que genera arraigo. Se realizó una revisión bibliográfica condensada y crítica a partir de la investigación doctoral de Acosta,<sup>1</sup> la cual se complementó con diversos trabajos de campo donde se recopiló información por medio de entrevistas y un acervo fotográfico. Se concluyó que la relación de precedencia no pretende hacer una revolución de las prácticas de consumo, sino que opta por recordar y resignificar las dinámicas y espacios pasados para vender la experiencia y el arraigo como estrategia de mercadeo en el marco de nuevos patrones de consumo y necesidades que acarrea la ciudad contemporánea. Es un tema amplio que no se cerrará en conclusiones excluyentes, sino que es un punto de partida para impulsar futuras pesquisas sobre el tema urbano, no solo desde la geografía sino de la arquitectura también.

## Palabras clave:

Zocos, pasajes cubiertos europeos, mall, centros comerciales, mercados.

\* Doctora en Geografía y ordenamiento territorial por la Université Sorbonne Nouvelle, Paris 3; Instituto de Altos Estudios de América Latina (IHEAL), Centre de Recherche et de Documentation des Amériques (CREDA), Francia. Maestra en Geografía con énfasis en Redes, Organización Territorial y Políticas Públicas, Universidad Federal de Santa Catarina, Brasil. Docente e Investigadora tiempo completo en la Universidad de Costa Rica. Temas de interés: miniciudades, uso mixto, geografía urbana e histórica, mercado inmobiliario, espacios comerciales, parques urbanos, espacios públicos, verticalización residencial y resiliencia urbana postCOVID-19.

<sup>1</sup> Sabrine Acosta. «Miniciudades: ¿Nuevas formas urbanas en San José (Costa Rica) y Ciudad de Guatemala (Guatemala)?» (tesis doctoral, Université Sorbonne Nouvelle Paris 3, 2020).<sup>1</sup>

## **Abstract**

*The geo-historical exploration of commercial typologies (from different historical moments and geographical spaces) allowed to identify a relationship of precedence with the private mixed-use real estate projects known as mini-cities. The commercial sector of Ciudad Cayalá (Guatemala) was specifically taken as a case study. Commercial spaces and their dynamics transmit semantic ambiguity and create illusions, desires and more spatial combinations that, beyond selling a product, also sell an experience, a moment or a memory that generates rootedness. A condensed and critical bibliographical review was carried out based on Acosta's doctoral research, which was complemented with various field works where information was collected through interviews and a photographic collection. It was concluded that the relationship of precedence does not seek to revolutionise consumer practices, but rather to recall and re-signify past dynamics and spaces in order to sell experience and rootedness as a marketing strategy within the framework of new consumption patterns and needs of the contemporary city. It is a broad theme that will not close in exclusive conclusions, but is a starting point to promote future research on the urban theme, not only from the perspective of geography but also of architecture.*

### **Keywords:**

*Souks, European covered passages, mall, commercial centres, markets.*

## Introducción

El problema de investigación tomó en cuenta que el fenómeno urbano es diverso y cambiante. La creciente incertidumbre que rodea la ciudad postmoderna alimenta la necesidad urgente de investigar los flujos, dinámicas y mutabilidad de las nuevas estructuras que surgen y se hibridan en el actual sistema urbano.<sup>2</sup> El objetivo principal fue realizar una exploración histórica y geográfica de diversas tipologías de comercio y su relación con la ciudad con la intención de enriquecer la discusión de los proyectos de uso mixto conocidos como miniciudades.

La categoría de “miniciudades” no ha sido previamente analizada en las investigaciones de geografía centroamericana. Se aborda por primera vez desde la geografía urbana regional en la tesis doctoral de la geógrafa Acosta<sup>3</sup> titulada: “Miniciudades: ¿Nuevas formas urbanas en San José (Costa Rica) y ciudad de Guatemala (Guatemala)?”. El término es propuesto y utilizado por la población, la prensa y los mismos desarrolladores, específicamente en Costa Rica, para identificar de las nuevas propuestas inmobiliarias de uso mixto y de inversión privada<sup>4</sup> motivo por lo cual se aclara que no tiene un precedente en la producción científica.

En otras áreas del saber, se destaca la investigación de Claudia Abalde Irigaray,<sup>5</sup> tesis de maestría en Estudios Culturales Latinoamericanos, y que discute la miniciudad guatemalteca Cayalá en el marco de una nueva propuesta de entretenimiento nuevo urbanista con un enfoque de apropiación simbólica del espacio urbano. Sin embargo, la autora no propone el concepto de miniciudad y mantiene la categoría de centro comercial, lo cual se cuestionó y se discutió en el marco de la presente investigación.

En este contexto, se justificó, para el presente artículo, la utilización del referencial teórico propuesto por Acosta<sup>6</sup> quién propuso, de forma pionera, una definición y caracterización de miniciudades como “proyectos urbanos de iniciativa privada que integran los usos mixtos propios de una ciudad, creando un territorio polifuncional, materializado en un paisaje y en una morfología determinada por elementos estructuradores, que aparentan apelar a algunos principios arquitectónicos del Nuevo Urbanismo”.<sup>7</sup> Así se parte del supuesto de que en estos proyectos convergen al me-

<sup>2</sup> Lee Stickells, «Flow urbanism: the heterotopia of flows». En *Heterotopia and the city. Public space in a postcivil society*, ed. Michiel Dehaene y Livien De Cauter (Nueva York: Routledge, 2008), 247–57.

<sup>3</sup> Acosta, «Miniciudades: ¿Nuevas formas urbanas en San José (Costa Rica) y Ciudad de Guatemala (Guatemala)?»

<sup>4</sup> Ana Cristina Camacho, «Cuatro miniciudades comerciales emergen en el oeste de la capital». *El Financiero*. 2013. <https://www.elfinancierocr.com/negocios/cuatro-miniciudades-comerciales-emergen-en-el-oeste-de-la-capital/IR4PIIKFGNGIJKSUSH3M6NKL74/story/>; Daniel Chacón y Antonio Ordóñez, «Centros comerciales mejoran la faceta de la ciudad en Guatemala», *Revista Inversión Inmobiliaria*. 2018, acceso 22 de marzo 2022. <https://www.inversioninmobiliariacr.com/es/mercado-inmobiliario/comercial/item/1580-centros-comerciales-mejoran-la-faceta-de-la-ciudad-en-guatemala> y Daniel Chacón, «Nueva generación se vuelca a conveniencia y mini ciudades», *Revista Inversión Inmobiliaria*. (2016), acceso 2 de marzo 2022. <https://www.inversioninmobiliariacr.com/es/noticias/noticias-nacionales/item/584-nueva-generacion-se-vuelca-a-conveniencia-y-mini-ciudades>.

<sup>5</sup> Claudia Silvia Abalde Irigaray. «El Paseo Cayalá. Una aproximación semiológica a una propuesta urbanística». Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), sede Guatemala, 2015.

<sup>6</sup> Sabine Acosta, «Revisión epistemológica de nuevas tipologías urbanas para la identificación de miniciudades en América Central», *Revista Arquis* 6, no. 2 (2017): 28–41; Sabine Acosta, «Análisis espacial de Ciudad Cayalá (Guatemala) y Avenida Escazú (Costa Rica): Más allá del binarismo clásico», *Revista Análisis de La Realidad Nacional* 7, no. 144 (2018): 25–44; Sabine Acosta, «Propuestas para el análisis espacial de miniciudades en Centroamérica: más allá del espacio visible». *Revistarquis* 9, núm. 2 (2020): 78–91 y Sabine Acosta, «Miniciudades: ¿Nuevas formas urbanas en San José (Costa Rica) y Ciudad de Guatemala (Guatemala)?».

<sup>7</sup> Acosta, «Miniciudades: ¿Nuevas formas urbanas en San José (Costa Rica) y Ciudad de Guatemala (Guatemala)? », 11.

nos tres usos urbanos: el residencial, comercial y lúdico. Para cumplir el objetivo de esta investigación se tomó sólo el uso comercial y se realizó una revisión de cómo diferentes tipologías asociadas a este uso (y provenientes de diversos momentos históricos y espacios geográficos) tienen una relación de “precedencia” con las miniciudades.

No se pretendió abrazar ni denostar la tipología como tal sino describirla y contribuir a discusiones desde la arquitectura y la geografía urbana para entender temáticas, que quedan fuera del alcance de esta investigación; por ejemplo, cómo en Centroamérica los nuevos modelos de consumo pueden promover una nueva organización del espacio urbano (lo cual también se podría enmarcar en una producción post-COVID 19). Es un aporte para discutir lo que motiva, da razón de ser o genera necesidades en diferentes momentos históricos y espaciales y que se plasma en diseños arquitectónicos de proyectos de uso mixto.<sup>8</sup>

Como propuesta metodológica, en esta investigación comparativa, se realizó trabajo de campo en pasajes europeos, bazares y zocos a lo largo de tres años<sup>9</sup> con diversas visitas a los mercados de Tetuán, Yamaa el Fnaa y Tánger en Marruecos y Cairo y Hurgada en Egipto con el fin de comparar, mediante la observación y registro fotográfico, formas arquitectónicas, diversas técnicas de mercadeo, variadas dinámicas entre actores y diferentes formas de apropiación del territorio. También, en cada uno de estos espacios, se aplicaron quince entrevistas no estructuradas a diversos actores (comerciantes, arquitectos y encargados de mercadeo) donde se conversó, de forma encubierta, sobre sus percepciones de estos espacios. Este acervo permitió discutir y establecer uniones funcionales y simbólicas entre las diversas tipologías.

La búsqueda bibliográfica fue condensada a partir de teóricos sobre la historicidad de las tipologías, sobre la tematización en los nuevos espacios de entretenimiento y el nuevo comercio de experiencias. Así mismo se incluyó una búsqueda hemerográfica en revistas inmobiliarias y artículos periodísticos de los últimos diez años para captar el discurso sobre las miniciudades en algunos de los titulares.

El recorrido histórico de este artículo se dividió en cuatro tipologías. Inició con una selección de una pequeña muestra crítica de las amplias narrativas académicas sobre los zocos, luego se pasó por los pasajes cubiertos europeos, las grandes tiendas por departamento y se finalizó con el *mall* (proponiendo para éste último mirarlo más allá de sus recurrentes discusiones como si fuera un simple producto de la globalización). Se discutió cómo cada tipología comercial, a partir de su función, experiencia, cultura, ciudad y, principalmente, de su momento histórico, se integra e interactúa de forma particular con los actores en la ciudad. A través de este ejercicio de historizar dichas articulaciones, se identificaron cuáles se heredaron y convergen en las actuales miniciudades centroamericanas que se venden como supuestos productos “novedosos”.

<sup>8</sup> René-Paul Desse y Sophie Lestrade, *Mutations de l'espace marchand* (Rennes: Presses Universitaires de Rennes, 2016); Michael Janoschka, «El nuevo modelo de la ciudad latinoamericana: fragmentación y privatización» *Eure* 28, no. 85 (2002): 11–29, <https://doi.org/10.4067/s0250-71612002008500002> y Michael Janoschka, «Geografías urbanas en la era del neoliberalismo. Una conceptualización de la resistencia local a través de la participación y la ciudadanía urbana», *Investigaciones Geográficas* 76 (2011): 118–32, <https://doi.org/10.14350/ig.29879>.

<sup>9</sup> Se utilizarán los datos recopilados de estos años aprovechando los trabajos de campo realizados pre pandemia mundial COVID-19.

El caso guatemalteco seleccionado para comparar con las diversas tipologías comerciales es la miniciudad con mayor cantidad de años en operación en la región centroamericana: Ciudad Cayalá (Ciudad de Guatemala, Guatemala)<sup>10</sup> (véase figura 1).

### Ciudad Cayalá: miniciudad pionera en Guatemala

Ciudad Cayalá se ubica en zona 16 en Ciudad de Guatemala (Guatemala) y su plan maestro cuenta con más de quince años de existencia. Se ha desarrollado en etapas que incluyen comercio, entretenimiento, oficinas, exposiciones de arte, restaurantes y áreas abiertas para esparcimiento y ferias temporales (véase figura 1). Según Claudia Abalde, especialista en historia del arte, es “una mezcla de centro comercial, inversión inmobiliaria, propuesta urbanística y atracción turística”.<sup>11</sup>



**Figura 1** Vista de Ciudad Cayalá con sus calles serpenteando entre las áreas residenciales, comerciales y lúdicas. Fuente: acervo de la persona autora (febrero, 2018).

El objetivo de su plan maestro fue seguir los principios de diseño de la Carta del Nuevo Urbanismo que apela a lo “tradicional”, según el discurso publicitario en su página web.<sup>12</sup> Reunieron a más de 25 arquitectos, a cargo de Leon Krier, destacado urbanista luxemburgués, representante del movimiento arquitectónico. La página web del Congreso del Nuevo Urbanismo publicó el 17 de mayo de 2021, en su revista en línea, el titular: “*The Cayalá effect in Guatemala City* [El efecto Cayalá en Ciudad de Guatemala]” anunciando que Estudio Urbano y Léon Krier ganaron el Premio Carta Congreso del Nuevo Urbanismo (CNU) 2021 en la categoría de barrio, distrito y corredor. Según Geoff Dyer, presidente del jurado y diseñador urbano de B&A Planning Group “*Cayalá sets a model for Central America and other places like it* [Cayalá es un modelo para Centroamérica y otros lugares similares]”, en un contexto, donde el tema de seguridad urbana caracteriza la ciudad por su exceso de verjas y barrios cerrados.<sup>13</sup>

A partir de 1913 se adquirió la primera finca y en 1982 se fundó Grupo Cayalá . Diversas etapas residenciales y se construyeron en las primeras décadas, sin embargo el inicio de Ciudad Cayalá como miniciudad se puede marcar en el año 2003 con la inclusión de diferentes secciones comerciales; de forma paralela otras secciones residenciales con diversas tipologías habitacionales se erigieron.

<sup>10</sup> «Paseo Cayalá, la ciudad privada para los ricos en Guatemala». *El Colombiano*, 2013, [https://www.elcolombiano.com/historico/paseo\\_cayala\\_la\\_ciudad\\_privada\\_para\\_los\\_ricos\\_en\\_guatemala-GDec\\_223885](https://www.elcolombiano.com/historico/paseo_cayala_la_ciudad_privada_para_los_ricos_en_guatemala-GDec_223885); María Bird, «La otra mitad de Ciudad de Guatemala», International Council of Shopping Centers, 2018. Acceso el 7 de marzo de 2022, <https://www.icsc.com/news-and-views/sct-iberoamerica/la-otra-mitad-de-ciudad-de-guatemala>; Abalde Irigaray, «El Paseo Cayalá. Una aproximación semiológica a una propuesta urbanística»; «Construyen una ciudad privada para los ricos en Guatemala», *La Prensa*, 2013. Acceso el 2 de marzo 2022, <https://www.laprensa.hn/mundo/construyen-una-ciudad-privada-para-los-ricos-en-guatemala-FBLP355356> y Chacón, «Nueva generación se vuelca a conveniencia y mini ciudades ».

<sup>11</sup> Claudia Silvia Abalde Irigaray, «Ese lugar llamado Paseo Cayalá», *Revista Análisis de la Realidad Nacional* 5, núm. 89 (2015).

<sup>12</sup> Cayalá, «La cronología del desarrollo». Acceso el 2 de Marzo de 2022. <https://cayala.com.gt/nosotros/historia/>.

<sup>13</sup> Robert Steuterville, «The Cayalá effect in Guatemala City». Acceso el 2 de Marzo de 2022. <https://www.cnu.org/publicsquare/2021/05/17/cayala-effect-guatemala-city>.

Casi treinta años después, se inauguró la primera fase de Paseo Cayalá,<sup>14</sup> el área comercial de la miniciudad, objeto de estudio específico de esta investigación. Se fue ampliando la oferta comercial en una segunda etapa incluyendo espacios de oficinas.<sup>15</sup> Actualmente, el plan maestro tiene una amplia oferta de tipologías residenciales y según estos representantes del movimiento arquitectónico del Nuevo Urbanismo, esta diversidad de formas pretende simbolizar la creación de “comunidades funcionales” e “integrales aptas para la recreación y el buen vivir de las personas en un entorno favorable para el desarrollo del hábitat humano”, según el discurso de la desarrolladora.<sup>16</sup>

Paseo Cayalá se podría considerar como el núcleo comercial del proyecto donde existen ofertas de tiendas, cafés y restaurantes en su directorio comercial. En la oferta comercial destaca la sección Distrito Moda que ha sido tematizada aludiendo a los paseos parisinos y se analizará más adelante en detalle. Asimismo, sumado a la mixtura comercial, Paseo Cayalá ofrece lofts para alquilar en los pisos superiores, vendiendo la idea de *live and work* [vivir y trabajar]. Conforme han pasado los años, la oferta comercial se ha expandido e incluye servicios de salud, espacios para recreación y deportes e incluso un hotel.<sup>17</sup> Actualmente el proyecto es catalogado como una *new town* [nueva ciudad], según el (CNU) y ofrece 350 espacios comerciales y 650 residencias en un contexto donde “*Many developments in Guatemala City, Guatemala, are gated, and the New Town of Cayalá sets a different example* [Muchas urbanizaciones de Ciudad de Guatemala (Guatemala) son cerradas, y la Nueva Ciudad de Cayalá es un ejemplo diferente]”.<sup>18</sup>

Esta investigación realizó una exploración geohistórica específicamente de tipologías comerciales y sus relaciones de precedencia con el área comercial de Ciudad Cayalá. Los resultados y discusiones aquí presentados permitirán, en investigaciones futuras, continuar con los estudios comparativos a nivel centroamericano que podrían incluir, por ejemplo casos como los de las miniciudades Avenida Escazú (Costa Rica) y Panamá Pacífico (Panamá).

## Zocos de Oriente: espacios polifuncionales

Se inicia el recorrido geohistórico desde la perspectiva de los zocos y bazares de oriente. Se parte de la representación de éstos como espacios poliuncionales para establecer una relación simbólica y funcional con Cayalá y otros espacios comerciales en la historia. Desde la perspectiva funcional, los bazares orientales son una tipología que resulta compleja en su dinámica interna. Parecen una ciudad dentro de la ciudad,<sup>19</sup> debido a la complejidad de funciones y actividades que se brindan en su interior; parecieran tener vida propia. Es justamente esta comparación la que se puede acercar a la forma de las miniciudades como Cayalá, que son proyectos urbanos que pretenden tener su propia dinámica interna para diferenciarse de las articulaciones

---

<sup>14</sup> Cayalá, «La Cronología del desarrollo».

<sup>15</sup> Cayalá, «La Cronología del desarrollo».

<sup>16</sup> Cayalá, «La Cronología del desarrollo».

<sup>17</sup> Cayalá, «La Cronología del desarrollo».

<sup>18</sup> Steuteville, «The Cayalá effect in Guatemala City», 2

<sup>19</sup> Patrice De Moncan, *Les passages couvertes en Europe* (Paris: Éditions du Mécène, 2003).

externas en la gran metrópolis. Desde la visión de las heterotopías foucaultianas, Cayalá también podría ser vista como una diversidad de espacios que tienen la intención de ofrecer experiencias opuestas al mundo exterior.<sup>20</sup>

Al realizar el ejercicio de identificar características en común y diferencias la miniciudad y los mercados musulmanes, lo que primero salta a la mente es la aparente disposición laberíntica desordenada de los zocos y medinas. Sin embargo, las entrevistas a los comerciantes revelaron que ellos sí identifican un orden lógico. Explicaron que existe una estructura interna funcional con una jerarquía de calles y espacios que responden a funciones sociales; las diversas calles conectan puertas, zocos, centros religiosos y espacios residenciales privados. Las personas entrevistadas indicaron que están familiarizadas con las direcciones y no lo perciben como un laberinto. Aunque las calles no sean rectas, su ramificación responde a una relación directa con los usos y el flujo poblacional.<sup>21</sup> Esa misma incertidumbre del querer saber qué hay más allá de la esquina o la curva, como si se tratara de una medina laberíntica, fue la sensación que el arquitecto Juan Pablo Tinoco Rosales y su equipo liderado por el urbanista luxemburgués Léon Krier, trataron de evocar en el diseño de las vías de Ciudad Cayalá. Según Krier, las manzanas o cuadras de diversos tamaños y formas que contribuyen a un patrón denso alrededor de una plaza central o *high Street* es lo que ayuda a dar este efecto orgánico (véase figura 2). Es una forma de alejarse de la rigidez de la linealidad evocada en el *mall*. Es un diseño, cuyos testimonios en las entrevistas concluyen que es más agradable para “pasear”, “uno se siente más libre”, “es una experiencia muy diferente a un *mall*”, “puede uno caminar al aire libre, tranquilo y al mismo tiempo comprar”, “se siente uno en un pueblito aunque con todo más ordenado y limpio”, “las calles son tranquilas y seguras”, “no se siente uno encerrado”, “hay diferentes lugares dónde sentarse a ver la gente pasear”. Esta propuesta más orgánica de diseño podría ser analizada como una forma de “suavizar” la planificación privada con tendencia a la rigidez y así proponer una sensación más asociada a la espontaneidad y a la sorpresa.



**Figura 2** Vista aérea de Ciudad Cayalá.

Fuente: Grupo Cayalá, 2022.

<sup>20</sup> Rubén Dávila, *El mall, del mundo al paraíso* (San Juan: Ediciones Callejón, 2005); Rodrigo Salcedo y Liliana De Simone, «Una crítica estática para un espacio en constante renovación: El caso del mall en Chile», *Atenea* 507, no. 507 (2013): 117–32, <https://doi.org/10.4067/s0718-04622013000100008>; Michiel Dehaene y Livien De Cauter, «The Space of Play. Towards a general theory of heterotopia». En *Heterotopia and the City. Public space in a postcivil society* (Routledge, 2008), 87–102; Kathleen Kern, «Heterotopia of the theme park». En *Heterotopia and the city. public space in a postcivil society*. En Michiel Dehaene y Livien De Cauter (Nueva York: Routledge, 2016), 105–6; Scott Lukas, *The immersive worlds handbook. Designing theme parks and consumer places*. (Londres: Focal Press, 2013) y Peter Johnson, «Heterotopian studies Michel Foucault's ideas on heterotopia», acceso el 2 de marzo de 2022. <https://www.heterotopiastudies.com/>.

<sup>21</sup> Rafael López Guzmán et al., *Arquitectura y carpintería mudéjar en Nueva España* (México D.F.: Grupo Azabache, 1992).



En los mercados musulmanes, detrás de un aparente supuesto desorden visual, las mercaderías están organizadas y dependiendo de los productos o las prácticas, estas se sectorizan, según los testimonios recabados. Por ejemplo, los zocos que rodean la Plaza Yamaa el Fnaa en Marrakech, están agrupados según sus mercancías o usos. Al pedir una dirección, se indica que hay sectores diversos: está el sector de especias, de bisutería, de textiles, de comidas y de adornos en general.

Si se realiza la comparación con la miniciudad Cayalá, también se concentran o sectorizan las ofertas. Por un lado están los restaurantes y comercios a lo largo de las vías principales para disfrutar de las terrazas (véase figura 3), como si se tratara de una típica calle europea con los cafetines contiguos al bullicio de la calle. Incluso se creó Distrito Moda, para concentrar las tiendas de ropa, lo que se analizará más adelante.



*Figura 3 Terrazas para restauración emulando las calles europeas, Cayalá, Guatemala. Fuente: acervo de la persona autora (febrero, 2018).*

El elemento de las plazas es un espacio polifuncional que alude al retorno a las ciudades tradicionales y también se identifica en la comparativa entre la trama islámica y Ciudad cayalá. Tal como la Yamaa el Fnaa (Marrakech) (véase figura 4), estas cumplen una función de ensanche de calles o espacios libres en las puestas de las ciudades, pero su función no es solo comercial para vender productos, sino que también son espacios comunes, espacios para festividades y de representación, al igual que ocurre en la miniciudad guatemalteca (véase figura 5).



*Figura 4 Puestos comerciales Yamaa el Fnaa, Marruecos. Fuente: acervo de la persona autora (febrero, 2018).*



*Figura 5* Eventos en las plazas de la miniciudad Cayalá, Guatemala. Fuente: acervo de la persona autora (febrero, 2018).

Desde otra perspectiva, Weis y Westermann<sup>22</sup> analizan la propuesta del geógrafo alemán Eugen Wirth, especialista en la geografía del Medio Oriente, quien se aventuró a comparar los grandes bazares orientales con los business centres contemporáneos o malls de occidente. Analizan la comparación como posiblemente atrevida; sin embargo, rescatan que las analogías fundamentales recaen sobre las estructuras y funciones, como en el caso de esta investigación. En ambas tipologías se encuentran espacios de descanso, restaurantes y hasta bancos. Tanto los zocos como los pasajes cubiertos parisinos, las arcadas londinenses y *shopping malls* contemporáneos incluyen “calles” comerciales cubiertas y protegidas de la intemperie. Una gran diferencia con Ciudad Cayalá, es que esta incluye la posibilidad de residir u hospedarse en el mismo lugar.

Desde la perspectiva de estrategias comerciales, en los bazares basta con adentrarse por cuenta propia para percibir que no hay publicidades ni precios escritos, al contrario de lo observado en la miniciudad. Esta experiencia se comprobó con diversas visitas a los mercados de Tetuán, Yamaa el Fnaa y Tánger en Marruecos, y luego en Cairo y Hurgada en Egipto. Se constató que las dinámicas comerciales dependen de nuestra relación con la persona vendedora, en otras palabras predomina el regateo o pugna para modificar el precio a favor de alguna de las partes. Al entrevistar a las personas comerciantes, todas indicaron que es común dialogar ampliamente con los visitantes para que la experiencia se vuelva más íntima y agradable. Es un sistema arcaico de intercambio oral de informaciones. El vendedor analiza el perfil de comprador, su ropa, su acento y hasta su procedencia para proponer un precio inicial. Se percibió que los gestos son discretos y disimulados en un teatro que también puede incluir historias falsas y engaños. Así mismo, partir de los diálogos y entrevistas se notó un fuerte contenido religioso. El diálogo también incluyó la mención de parentescos llamándose de hermanos, tíos o hasta madre para sugerir una trata más familiar o cálida en la experiencia de compra. La idea es crear una atmósfera de confianza y comenzar la relación de resistencias para convenir un precio.

<sup>22</sup> Walter Weis y Kurt-Michael Westermann. *Souks et bazars d'Orient*. (Austria: Arthaud, 1996).

En estos intercambios comerciales las especificidades del producto y su calidad son desconocidas y solo resta establecer esa relación de confianza con la persona vendedora. En el caso de los productos básicos y de alimentación, se venden a un precio fijo sin regateo. Ninguno de este tipo de intercambios ocurre en las transacciones de Cayalá, pero el punto comparativo en común es que la “experiencia” es una la arista de conexión funcional y simbólica entre ambos tipos de espacios comerciales estableciendo un fuerte poder de convencimiento y el intercambio de mensajes y sensaciones entre la persona vendedora y compradora. Es la economía de la experiencia dónde “*work is theatre & business a stage*” [el trabajo es un teatro y el negocio es un escenario], según el título del libro de Pine y Gilmore.<sup>23</sup>

El intercambio de información comercial alude a las sensaciones y a las emociones como una forma de transmitir información sugerente con el principal objetivo de vender/comprar de forma placentera en un espacio agradable. A partir de las perspectivas del doctor en antropología, Scott A. Lukas,<sup>24</sup> especialista en la tematización de espacios, se puede sugerir que el objetivo, tanto del intercambio en los zocos y bazares, como la experiencia en la miniciudad, es fomentar que la persona consumidora se quede en el lugar, no quiera irse y ojalá, quiera volver para consumir más. Es crear un mundo de inmersión dónde “*visitors immerse themselves in the extraordinary civic spaces and design* [Los visitantes se sumergen en los extraordinarios espacios cívicos y el diseño]”, en palabras del CNU, como representante del movimiento y el lenguaje arquitectural empleado en el plan maestro.

Los zocos evidencian esta relación de precedencia con Cayalá ya que ambos son espacios de inmersión con sus mares de sensaciones, olores, músicas y movimientos. Weis y Westermann<sup>25</sup> describen las sensaciones experimentadas en estas tipologías como envolventes en un laberinto donde uno no se cansa de ver mercaderías seductoras. Esto mismo puede ocurrir en Ciudad Cayalá, dónde nos hipnotizamos mirando las vitrinas o nos antojamos de algún sabor al ver los carritos que venden golosinas (véase figura 6). No es necesario comprar algo tangible; siempre se consumen las emociones y memorias evocadas. En el caso de los zocos, aunque el usuario no se decida por comprar nada, siempre será retenido por las conversaciones tentadoras o las historias personales y familiares del vendedor. Es un flujo de sensaciones que puede llegar a ser abrumador pero que encanta y fascina.<sup>26</sup>

<sup>23</sup> Joseph Pine y James Gilmore. *The experience economy. Work is theatre & business a stage* (Boston: Harvard Business School Press, 1999).

<sup>24</sup> Lukas. *The immersive worlds handbook. Desinging theme parks and consumer places* (Londres: Focal Press, 2013).

<sup>25</sup> Weis y Westermann, *Souks et bazars d'Orient*.

<sup>26</sup> Weis y Westermann, *Souks et bazars d'Orient*.



Figura 6 Carrito de golosinas tematizado, Cayalá, Guatemala.  
Fuente: acervo de la persona autora (febrero, 2018).

La comparación entre espacios comerciales, miniciudades, zocos y bazares resulta enriquecedora en términos de morfologías, actividades, economías y dinámicas internas. Otra tipología que ha sido más ampliamente retomada y comparada es la línea evolutiva de los pasajes europeos. Si bien es cierto diversos textos se han dedicado a su estudio, la comparación con Ciudad Cayalá y otras miniciudades centroamericanas resulta novedosa, especialmente porque las estrategias de tematización emulan explícitamente muchas características y funciones de los pasajes históricos europeos. Según Abalde,<sup>27</sup> “el lugar parece un parque temático, una escenografía al servicio del mercado que busca cautivar al visitante”

Los pasajes parisinos han sido una tipología, que al igual que Ciudad Cayalá, ha ido respondiendo a una situación económica, social y política del momento. Según el escritor e historiador de París, Patrice De Moncan,<sup>28</sup> los pasajes son como un ágora en tiempos modernos, pues es como estar en una ciudad con una diversidad funcional que alberga actividades económicas, culturales y de encuentro, modificando así las lógicas de ocupación y consumo del espacio urbano en su época. En el caso de Cayalá, esta tiene como objetivo ofrecer oportunidades comerciales y relaciones urbanas diferentes, a la moda, novedosas, más limpias y seguras que la ciudad externa. En palabras de Abalde,<sup>29</sup> esta procura recrear “paisajes europeos, en apariencia, amigables con el ambiente” y “simboliza el estilo de vida que impera en la posmodernidad globalizada.”

Al entrar a un pasaje se recrea la sensación de entrar a otro mundo, olvidando el externo. Esto es lo que las miniciudades pretenden al crear espacios de inmersión, que la persona usuaria olvide el “afuera” y se sienta envuelta en otro espacio y tiempo.<sup>30</sup> Es una manera de vender una nueva lógica de consumir el espacio urbano en ciudades que habían heredado tradiciones hispánicas y que ahora se pretenden modificar, limpiar o cambiar.

<sup>27</sup> Abalde Irigaray, «Ese lugar llamado Paseo Cayalá», 60.

<sup>28</sup> De Moncan, *Les passages couverts en Europe*.

<sup>29</sup> Abalde Irigaray, «Ese lugar llamado Paseo Cayalá», 60.

<sup>30</sup> Lukas, *The immersive worlds handbook. Designing theme parks and consumer places*; Scott Lukas, *Theme park* (London: Reaktion Books, 2008); Scott Lukas, *The themed space. Locating culture, nation and self*. Editado por Lukas Scott. Plymouth: Lexington Books, 2007 y Kern, «Heterotopia of the theme park».

Con base en los recuentos de viajeros en París en el siglo XIX y a partir de los trabajos de campo en los pasajes parisinos, se pueden identificar ciertas características de precedencia que comparten con la miniciudad; por ejemplo, los pasajes priorizan al peatón, están rodeados de boutiques, tienen un par de calles animadas, cuentan con una cubierta que proteja de la intemperie, al mismo tiempo dejando pasar la luz y con iluminación artificial por la noche<sup>31</sup> (véase figura 7).



Figura 7 Galería Champs Elysées, París, Francia.

Fuente: acervo de la persona autora (noviembre, 2016).

Pueden existir sin techo o cubiertos por un techo de vidrio, ya que en su inicio, hace dos siglos, tenían la función de abrigar al peatón y servirle de atajo entre calles. Además, su éxito estaba asociado a su localización cercana a un eje urbano importante, como los Grandes Bulevares en París, o la calle Picadilly en Londres. Su proximidad a un lugar de espectáculo también atraía usuarios, como el caso de la *Galleria Vittorio Emanuele* (contiguo al Scala) y el *Passage Panoramas* (al lado del Teatro Variedades), o Ciudad Cayalá contiguo a la Explanada Cardales de Cayalá para realizar conciertos y actividades al aire libre.

Los pasajes vivieron cambios en la estructura económica cuando los intercambios comerciales comenzaron a incluir diversos productos y servicios para incluir diferentes estratos sociales. Las dinámicas sociales respondieron a estas propuestas económicas y los pasajes fueron las tipologías urbanas que lo evidenciaron. La tipología evolucionó para ofrecer espacios y productos de lujo, lo cual se puede asociar a la oferta refinada de Cayalá. La *Galerie Vivienne*, Colbert y Véro-Dodat, en París, se caracterizaron por arquitecturas y decoraciones que aportaban más lujo, con detalles decorativos y novedades como las rotondas, que brindaban soluciones estéticas a los cambios de dirección en la movilidad.

La tematización en Ciudad Cayalá emula este éxito y el lujo de ciudades históricamente asociadas con la moda: París o Milán, por ejemplo. Se trata de Pasaje Estilo que es un sector de venta de ropa en el Distrito Moda. Imita “los roles simbólicos y territoriales de los espacios de consumo”<sup>32</sup> característicos en la historia comercial europea (véase figura 8).

<sup>31</sup> De Moncan, *Les passages couverts en europe*.

<sup>32</sup> Rosa Liliana De Simone, «La ciudad del consumo: nuevos roles simbólicos y territoriales de los espacios de consumo en la ciudad Latinoamericana». VII ENEC - Encuentro Latinoamericano de Estudios Del Consumo, no. Consumo, inclusión social y nuevas configuraciones subjetivas (2014).



**Figura 8** Pasaje Estilo, Ciudad Cayalá, Guatemala.  
Fuente: acervo de la persona autora (marzo, 2018).

Pasaje Estilo invita a la persona usuaria a un desplazamiento espacial y temporal que pretende invitarla a viajar fuera de Guatemala. Es la “estrategia de la ilusión” como lo indica el título del historiador, novelista y filósofo Umberto Eco.<sup>33</sup> Imita la funcionalidad y simbolismo de los pasajes en un espacio donde los usuarios pueden entrar y salir de un mundo, siempre estando dentro de la seguridad y confort de Ciudad Cayalá. Al entrar se tiene toda la libertad de comprar, socializar, pasar el tiempo, sin preocuparse por los problemas urbanos que puedan estar aconteciendo en el mundo externo o real.<sup>34</sup> Sin optar por un discurso analítico a favor o en contra de esta técnicas de diseño, se pretendió aquí más bien describir el diseño y su relación de precedencia simbólica y funcional. Según las personas comerciantes, dicen que es una “novedad para venir a comprar”, “se ve más lujoso que un centro comercial”, “lo trataron de hacer ver elegante pero siempre al aire libre”, “la gente puede circular y ver vitrinas sin el sol o la lluvia”.

Históricamente los pasajes parisinos fueron espacios de uso mixto, cuyo objetivo era brindar a la población un espacio donde se pudiera disfrutar de los placeres de la vida después de los años de penurias y miedos asociados a la revolución y las guerras napoleónicas o, en este caso, a la inseguridad de la gran ciudad afuera. Estos espacios incluían todos los aspectos de la “comedia urbana” y albergaban diversos sectores de la población, incluidos los populares. Había restaurantes, salas de juegos, bailes, teatros, bailarinas, carnavales, teatros, librerías, salones de lectura y una diversidad de servicios y ventas. También asistía la burguesía, aristócratas, grandes damas, prostitutas hombres de negocios y jugadores.<sup>35</sup> Pero toda esta riqueza histórica asociada a los pasajes europeos, es quizás deshistorizada para ponerla al servicio de la arquitectura y del discurso publicitario. Según Abalde,<sup>36</sup>

<sup>33</sup> Umberto Eco, *La estrategia de la ilusión* (Barcelona: DeBolsillo, 2016).

<sup>34</sup> Dehaene y De Cauter, «The space of play. Towards a general theory of heterotopia»; Dávila, *El mall, del mundo al paraíso*. Lukas, *The immersive worlds handbook. desinging theme parks and consumer places*. Lukas, *Theme park*; Lukas, *The themed space. Locating culture, nation and self*; Manuel Avendaño, «Comercio evoluciona a la venta de entretenimiento al detalle», *Revista Inversión Inmobiliaria*. Acceso el 2 de marzo de 2022. [<sup>35</sup> De Moncan, \*Les passages couverts en Europe\*; Patrice De Moncan, \*The arcades of Paris\* \(Paris: Éditions du Mécène, 2012\).](https://www.inversioninmobiliariacr.com/es/mercado-inmobiliario/comercial/item/1588-comercio-evolucion-a-la-venta-de-entretenimiento-al-detalle-y-Chacón-y-Ordóñez, «Centros comerciales mejoran la faceta de la ciudad en Guatemala».</a></p></div><div data-bbox=)

<sup>36</sup> Abalde Irigaray, «Ese lugar llamado Paseo Cayalá», 66.

“la historia es despojada de su valor como referente cultural e identitario, como testimonio y memoria y pasa a convertirse en un elemento trivial al servicio de la arquitectura para estimular la fantasía”. Esa función estética es lo que se utiliza en la tematización para transportar a las personas usuarias y sumergirlas en este mundo europeizado y evadir la realidad externa.<sup>37</sup>

En el marco de este contexto de evasión de la realidad, la prensa guatemalteca<sup>38</sup> y latinoamericana ha evidenciado que el proyecto se asocia más a los segmentos más pudientes, con titulares como “Construyen una ciudad privada para los ricos en Guatemala”<sup>39</sup> del diario La Prensa, en Honduras o el diario El Colombiano de Colombia que publicó “Paseo Cayalá, la ciudad privada para los ricos en Guatemala”.<sup>40</sup> Lo que cabe resaltar es esa arista comparativa desde lo simbólico y funcional que parece fomentar una relación de compensación con una iniciativa del sector privado versus la oferta urbana existente.

### Las grandes tiendas por departamento revelan cambios en las dinámicas de consumo

Otra tipología comercial que no puede ser omitida en este trayecto histórico son las grandes tiendas por departamento. Estas dan pistas de los cambios en las dinámicas comerciales, sociales y económicas de la época, que fungen como herramientas para interpretar y “leer” estas las actuales ofertas comerciales de Cayalá.

Hacia mitad del siglo XIX surgieron estas tipologías comerciales como respuesta a una época de cambios económicos con la introducción del capitalismo y los empresarios individuales. Vendían modas en un momento que la revolución industrial impulsó la producción en masa. Estas tiendas son una forma de ver especializados los cambios en los patrones de consumo que se plasmaron en nuevas tipologías urbanas. Según Benjamin,<sup>41</sup> la aparición de las tiendas de novedades fue la precursora de las grandes tiendas por departamento: *Le Bon Marché*, el *Louvre* y la *Belle Jardinière*. Estas establecen un precedente como productos de la reestructuración económica que repercute en la sociedad y en la trama urbana.<sup>42</sup>

Las tiendas por departamento incluyeron cambios en las dinámicas de consumo al hacer uso de las economías de las experiencias. Esto marcó un punto importante en la evolución del comercio y, actualmente, se retoma con el diseño de la miniciudad. Tomando en cuenta la investigación de Pine y Gilmore,<sup>43</sup> normalmente se identifican tres ofertas económicas en las transacciones comerciales: la mercancía, el bien ya procesado y el servicio. Sin embargo, como se ha analizado desde los zocos, es la experiencia la que incrementa el valor de lo que consumimos y esta, por supuesto que se cobra en el precio final del producto tangible consumido. Se disfrutaban eventos,

<sup>37</sup> Jean Baudrillard, *El sistema de los objetos* (París: Gallimard, 1968).

<sup>38</sup> Chacón y Ordóñez, «Centros comerciales mejoran la faceta de la ciudad en Guatemala»; Chacón, «Nueva generación se vuelca a conveniencia y mini ciudades». Bird, «La otra mitad de Ciudad de Guatemala».

<sup>39</sup> La Prensa, «Construyen una ciudad privada para los ricos en Guatemala».

<sup>40</sup> El Colombiano, «Paseo Cayalá, la ciudad privada para los ricos en Guatemala».

<sup>41</sup> Walter Benjamin. *The arcades project*. Editado por Rolf Tiedemann y Hermann Schweppenhauer. Frankfurt: Suhrkamp, 1989.

<sup>42</sup> Desse y Lestrade, *Mutations de l'espace marchand*.

<sup>43</sup> Pine y Gilmore, *The experience economy. Work is theatre & business a stage*.

momentos o lugares que las empresas diseñan y tematizan para consumir el espacio y en el espacio (véase Figura 9). Se disfruta un atardecer, un concierto o la posibilidad de sentarse al aire libre. Según Pine y Gilmore<sup>44</sup> esto es el acto de “*experientialize*” [experiencia-lizar] los productos, y hace parte primordial de la articulación comercial y social de las miniciudades como Cayalá. Como dice el titular de la Revista Inversión Inmobiliaria, es una forma de ver cómo el: “Comercio evoluciona a la venta de entretenimiento al detalle”.<sup>45</sup>



**Figura 9** Food Truck (carro de comidas) tematizado al estilo bus londinense, Cayalá, Guatemala. Fuente: acervo de la persona autora (marzo 2018).

Las grandes tiendas por departamento, como nuevos espacios urbanos, ofrecían la oportunidad para que los usuarios estuvieran en contacto con la mercadería, sin necesariamente estar separados por una vitrina. Se permitía observar las más novedosas tendencias en un espacio donde se podía circular con plena libertad, sin necesidad de comprar algo. Cada sector era tematizado y decorado según la mercancía ofrecida. Es una forma de ver la mercadería como un fetiche, la cual es adorada por los consumidores o paseantes.

En Cayalá también se adora y consume la seguridad, la paz, la calma, la limpieza y el orden en sus espacios controlados y servidos por el sector privado. Posiblemente es una forma de adorar lo que la ciudad actual heredada del siglo XX no ha podido ofrecer a la población. Según las entrevistas, algunos testimonios mencionaron que: “Cayalá es un espacio tranquilo dónde no le roban a uno”, “no se encuentra otro espacio así en Ciudad de Guatemala”, “se camina sin preocupaciones”, “ahhh es otra cosa”. Sin embargo, también hubo respuestas que mostraron el aspecto más excluyente del proyecto: “Aquí uno viene, pero no todos pueden venir”, “esto es solo para los que pueden pagar”, “aquí es como un centro comercial para ricos”, “se viene a caminar y pasear un rato pero no se puede comprar nada porque es bien caro, fíjate”. Los testimonios de percepción indicaron que quizás no es un espacio con una mixtura comercial inclusiva pero que definitivamente se ofrece una experiencia diferente al de caminar en la ciudad. Diferenciarse del entorno con una oferta que inspire barrios aldeaños, parece ser el objetivo, según el munícipe Ricardo Ordóñez quien, en su entrevista al CNU,

<sup>44</sup> Pine y Gilmore, *The experience economy. Work is theatre & business a stage*.

<sup>45</sup> Avendaño, «Comercio evoluciona a la venta de entretenimiento al detalle».



asegura que se puede “implementar el efecto Cayalá” como una lección para revitalizar las zonas conflictivas de la ciudad y para crear barrios más peatonales donde predomine una mezcla de usos que contribuya a generar nuevas economías locales.<sup>46</sup>

## El mall y el “efecto Gruen” en las miniciudades actuales

Al igual que los bazares, zocos, pasajes y grandes tiendas por departamento, el *mall* también marca una relación de precedencia en los cambios tipológicos de los espacios comerciales, a partir del cual podemos continuar obteniendo herramientas para leer las dinámicas actuales de la miniciudad.

Esta investigación va más allá del clásico discurso académico que ha constantemente difamado el *mall*, lo cual ha orientado la producción científica hacia una incompreensión de la tipología como tal. Esta investigación tampoco pretendió abrazar ni denostar la tipología como producto desvirtuado de la globalización. Por eso, más allá de repetir una vacía cronología del surgimiento de los shopping *malls*, se quiso mostrar cómo éste respondió a cambios en los sistemas económicos y sociales y cómo ha tenido efectos en los patrones de consumo<sup>47</sup> que podemos identificar en las miniciudades como Cayalá.

Es ampliamente conocido que el *mall* surgió en el contexto de la suburbanización de los años 50 en Estados Unidos, como tipología urbana característica del período del fordismo símbolo de producción y cultura de masas como reproducción sociocultural.<sup>48</sup> El *mall* es una tipología a la cual también se le atribuye haber respondido, y a la vez modificado, las dinámicas y estereotipo de vacío cultural asociado a los suburbios, con base en la idea de que el ambiente comercial podría entretener más que un show, exhibición o actuación. El legado de Víctor Gruen, considerado el “inventor del mall” es haber cambiado el *modus operandi* de la venta al detalle (*retail*) y volver el mall el pasatiempo favorito de muchas personas, como respuesta a las problemáticas urbanas de mitad de siglo XX.

A partir de estas ideas discutidas surge la cuestión si Ciudad Cayalá, retomando estas relaciones de precedencia, está actuando como una oferta inmobiliaria que responde y genera cambios en modelos de producción y consumo de la ciudad actual. Por un lado el CNU afirma que “*Cayalá has pioneered the local use of shared space in thoroughfares* [Cayalá ha sido pionera en el uso local del espacio compartido en las vías públicas]”.<sup>49</sup> Pudiendo ser una visión sesgada al tratarse de los mismos representantes del movimiento arquitectural, se sugiere discutirlo desde la perspectiva de los cambios, novedades y precedencias. Por ejemplo, al contrario del estudio de Abalde Irigaray<sup>50</sup> sobre Cayalá, quien la describe conservando el concepto de simple “centro

---

<sup>46</sup> Steuteville, «The cayalá effect in Guatemala City».

<sup>47</sup> Dávila, *El mall, del mundo al paraíso*. Dehaene y De Cauter, «The Space of play. Towards a general theory of heterotopia». René-Paul Desse y Sophie Lestrade, «De la difficulté à appréhender les mutations commerciales et leurs impacts sur l'espace marchand». En *Mutations de l'espace marchand* (Rennes: Presses Universitaires de Rennes, 2016), 7-27.

<sup>48</sup> Salcedo y De Simone, «Una crítica estática para un espacio en constante renovación: el caso del mall en Chile».

<sup>49</sup> Steuteville, «The cayalá effect in Guatemala City», 10

<sup>50</sup> Abalde, «El Paseo Cayalá. Una aproximación semiológica a una propuesta urbanística».

comercial”, Acosta<sup>51</sup> sugiere repensar sus usos y funciones en el contexto de un constante proceso de urbanización y cambios en los patrones de consumo. Así propone la categoría de miniciudades y abre un abanico de propuestas investigativas para evitar categorizarlas bajo los mismos supuestos de las tendencias del siglo pasado. De esta forma se abre la mente geográfica para incluir otros *modus operandi* en la ecuación de análisis urbanos.

Desde la perspectiva de novedades, a nivel estructural y morfológico, la propuesta del *mall* fue alejarse de los típicos espacios comerciales abiertos y orientarse a un diseño orientado hacia el interior, de la misma forma que ocurrió con el surgimiento de los pasajes europeos o las grandes tiendas por departamento. Se apostó por el monumentalismo, enfatizando sus ventajas para el retail (venta al detalle) y el alto grado de influencia sobre el diseño de las ciudades.<sup>52</sup>

La influencia del arquitecto austriaco, Víctor Gruen, pionero en el diseño de los *shopping malls*, fue mucho más amplia que una simple sugerencia para crear nuevas experiencias de consumo. Él quiso modificar la forma en que funcionaba el sistema urbano y pretendió crear comunidad. Su objetivo era traer más vida y movimiento a los suburbios aunque paradójicamente logró el efecto contrario al recibir críticas por haber creado una forma urbana que deteriorara las relaciones sociales propias de los pueblos aledaños. El favorecer la presencia del automóvil para acceder a estos centros de comercio, también es un efecto muy reprochado por la crítica académica hasta la fecha.

En este contexto histórico, se identificó una relación de precedencia entre el mall y Cayalá, y otras miniciudades centramericanas. Se sugiere que el efecto del *mall* puede orientar nuevos debates para cuestionar la influencia del diseño de supuestas novedosas formas urbanas en los patrones de consumo o en los sentimientos de arraigo e identidad comunitaria, por ejemplo. Los testimonios de las personas entrevistadas indicaron que Ciudad Cayalá parece un “pequeño pueblo” y que es “muchísimo más agradable que ir a meterse a un *mall*”, “es más bonito caminar así sin carros como en los tiempos de antes”, sin embargo hay quienes opinan al contrario: “es un mall más”, “ni siquiera es un espacio todos todos pueden consumir”, “es elitista y ¿Quién va a ir ahí? Solo los ricos”. Existen diversas voces antagónicas desde aquellas que lo alaban y otras que lo tiñen de “elitista y discriminador”.<sup>53</sup>

Las entrevistas no estructuradas a diversos actores (comerciantes, arquitectos y encargados de mercadeo), sobre las más recientes tendencias de diseño, también mostraron que el sector privado pretende “crear comunidad”, en palabras de ellos. Esto lo quieren lograr con las características, facilidades, amenidades y mobiliario que consideren llamativas para atraer personas usuarias, consumidoras y hasta residentes a disfrutar de las “novedosas” propuestas. Esto indica que Ciudad Cayalá, al igual que el *mall*, son iniciativas que tienen el potencial para responder a vacíos y se

<sup>51</sup> Acosta, «Miniciudades: ¿Nuevas formas urbanas en San José (Costa Rica) y Ciudad de Guatemala (Guatemala)?»

<sup>52</sup> Lukas, *The themed space. Locating culture, nation and self*.

<sup>53</sup> Abalde Irigaray, «Ese lugar llamado Paseo Cayalá», 61.

justifican ante el mercado y la planificación urbana, a modo de solución a retos urbanos. Quizás la visión de Gruen<sup>54</sup> sobre el tema de crear *clusters* es la que fundamenta la idea de “miniciudades” al concentrar en un espacio, una serie de actividades y servicios para volver a la ciudad más humana y caminable (según los principios de la tendencia arquitectural del Nuevo Urbanismo).

Gruen enfrentó diversos retos y críticas con sus análisis y propuestas del *mall* de los cuales Ciudad Cayalá tampoco está exenta. Los escépticos estaban reacios a aceptar las versiones de una calle comercial encerrada y hasta climatizada, pero el “efecto Gruen” tuvo un éxito puesto que ha logrado perdurar hasta la actualidad. Esto no significa que esta investigación esté sugiriendo que Cayalá o las miniciudades sean catalogadas como una nueva tipología urbana. Por lo contrario, se ha constatado que más bien retoman morfologías y dinámicas tradicionales y muy conocidas previamente. Aún es muy pronto para tal afirmación pero se puede sugerir la existencia de una relación de precedencia, tanto en su arquitectura, como en las experiencias socioeconómicas evocadas y vendidas.

## Conclusiones y reflexiones finales

En este artículo se realizó una exploración geohistórica para verificar que las diferentes tipologías comerciales (provenientes de diversos momentos históricos y espacios geográficos) guardan una relación de “precedencia” con Ciudad Cayalá (Ciudad de Guatemala, Guatemala), la cual es un ejemplo de los diversos proyectos inmobiliarios privados de uso mixto conocidos como miniciudades en Centroamérica y cuyo nicho de estudio apenas se abre en la geografía urbana o la arquitectura local.

Los resultados, a partir del ejemplo de Ciudad Cayalá, muestran cómo al utilizar la exploración geohistórica comparativa se pueden abrir diversos debates con el intuito de enriquecer la discusión de estas tipologías centroamericanas en ambas disciplinas mencionadas. Además, el recorte histórico dio pistas de los cambios en las dinámicas comerciales, sociales y económicas de la época, que han fungido como herramientas para interpretar y “leer” la oferta de miniciudades como respuestas y reacciones a la situación urbana actual.

Los espacios comerciales y sus dinámicas transmiten una ambigüedad semántica y se crean ilusiones, deseos y más combinaciones espaciales que, más allá de vender un producto, se vende también una experiencia, un momento o un recuerdo que genera arraigo. Esto es lo que la geógrafa Acosta<sup>55</sup> llamó de crear mundos de inmersión en las miniciudades.

A partir de las diversas relaciones de precedencia identificadas, no se pretendió concluir una visión evolucionista lineal que asemeje una jerarquización entre las tipologías. Se propuso, más bien, indicar que existe un proceso de acumulación de diseños arquitectónicos y funcionales de manera híbrida y que no pretenden invisibilizar las diversas prácticas y características históricas, como lo sería en un

---

<sup>54</sup> Victor Gruen. *Shopping towns USA. The planning of shopping centers.* (Nueva York: Reinhold Publishing Corporation, 1960).

<sup>55</sup> Acosta, «Miniciudades: ¿Nuevas formas urbanas en San José (Costa Rica) y Ciudad de Guatemala (Guatemala)?»

“palimpsesto” tipológico. De esta forma se concluye que se trata de una relación de precedencia la cual muy probablemente tampoco pretenda hacer una revolución de las prácticas de consumo, sino que opte por rememorar y resignificar las dinámicas y espacios pasados para vender la experiencia y el arraigo como estrategia de mercadeo. Esto es lo que llegó a crear un “nuevo concepto de centro comercial con arquitectura posmoderna”, en palabras de Abalde;<sup>56</sup> o por qué no, una miniciudad, según Acosta.<sup>57</sup>

Es un tema amplio que no se cerrará en conclusiones excluyentes, sino que es un punto de partida para impulsar futuras pesquisas sobre el tema urbano, no solo desde la geografía sino de la arquitectura también. Se justifica la necesidad de estudiar este tipo de propuestas inmobiliarias privadas centroamericanas cuyo nicho resulta un tema transvesal para diversas disciplinas.

Otro derrotero de investigación es verificar cómo las miniciudades tipo Cayalá, pueden asumir un papel compensatorio frente a las necesidades insatisfechas de la población en la realidad urbana. Son investigaciones para, por ejemplo, intentar superar el estigma asociado a formas globalizantes heredadas del proceso de globalización del siglo XX y para encaminar las discusiones académicas contemporáneas hacia el fomento de una resiliencia urbana. Por ejemplo, en un contexto pandémico y post-COVID19, las personas urbanitas se están comenzando a apropiar otra vez de la ciudad mostrando quizás nuevos patrones de consumo, entretenimiento y movilidad. Se requiere una mejor comprensión de usos fácticos y simbólicos de los espacios. No se trata solo de diseñar complejos edilicios, sino de “hacer ciudad y comunidad”.

---

<sup>56</sup> Abalde Irigaray, «Ese lugar llamado Paseo Cayalá».

<sup>57</sup> Acosta, «Miniciudades: ¿Nuevas formas urbanas en San José (Costa Rica) y Ciudad de Guatemala (Guatemala)?»; Acosta, «Análisis espacial de ciudad Cayalá (Guatemala) y avenida Escazú (Costa Rica): más allá del binarismo clásico».

## Referencias

- Abalde Irigaray, Claudia Silvia. «El Paseo Cayalá. Una aproximación semiológica a una propuesta urbanística». Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), sede Guatemala, 2015.
- . «Ese lugar llamado Paseo Cayalá». *Revista Análisis de la Realidad Nacional* 5, núm. 89 (2015).
- Acosta, Sabine. «Análise teórica para desvendar o lento aceite da recente verticalização residencial em San José, Costa Rica». *Revista Brasileira de Gestão Urbana URBE* 10, núm. 3 (2018): 677–94. <https://doi.org/10.1590/2175-3369.010.003.ao14>.
- . «Análisis espacial de ciudad Cayalá (Guatemala) y avenida Escazú (Costa Rica): más allá del binarismo clásico». *Revista Análisis de la Realidad Nacional* 7, núm. 144 (2018): 25–44.
- . «El excepcionalismo verde y el nuevo urbanismo en el mercado de las miniciudades costarricenses». *Anuario del Centro de Investigación y Estudios Políticos*, núm. 12 (2021): 1–33. <https://doi.org/10.15517/aciep.v0i12.43196>.
- . «Miniciudades: ¿Nuevas formas urbanas en San José (Costa Rica) y Ciudad de Guatemala (Guatemala)? » Université Sorbonne Nouvelle Paris 3, 2020.
- . «Propuestas para el análisis espacial de miniciudades en Centroamérica: más allá del espacio visible». *Revistarquis* 9, núm. 2 (2020b): 78–91. <https://doi.org/10.15517/ra.v9i2.42611>.
- . «Revisión epistemológica de nuevas tipologías urbanas para la identificación de miniciudades en América Central». *RevistArquis* 6, núm. 2 (2017): 28–41.
- Avendaño, Manuel. «Comercio evoluciona a la venta de entretenimiento al detalle». *Revista Inversión Inmobiliaria*. San José, 2018. <https://www.inversioninmobiliariacr.com/es/mercado-inmobiliario/comercial/item/1588-comercio-evolucion-a-la-venta-de-entretenimiento-al-detalle>.
- Baudrillard, Jean. *El sistema de los objetos*. París: Gallimard, 1968.

Benjamin, Walter. *The arcades project*. Editado por Rolf Tiedemann y Hermann Schweppenhauser. Frankfurt: Suhrkamp, 1989.

Bird, María. «La otra mitad de Ciudad de Guatemala». International Council of Shopping Centers, 2018. <https://www.icsc.com/news-and-views/sct-iberoamerica/la-otra-mitad-de-ciudad-de-guatemala>.

Camacho, Ana Cristina. «Cuatro miniciudades comerciales emergen en el oeste de la capital». *El Financiero*. 2013. <https://www.elfinancierocr.com/negocios/cuatro-miniciudades-comerciales-emergen-en-el-oeste-de-la-capital/IR4PIIKFGNGIJKSUSH3M6NKL74/story/>.

Cayalá. «La cronología del desarrollo», 2018. <https://cayala.com.gt/nosotros/historia/>.

Chacón, Daniel. «Nueva generación se vuelca a conveniencia y mini ciudades». *Revista Inversión Inmobiliaria*. San José, 2016. <https://www.inversioninmobiliariacr.com/es/noticias/noticias-nacionales/item/584-nueva-generacion-se-vuelca-a-conveniencia-y-mini-ciudades>.

Chacón, Daniel y Antonio Ordóñez. «Centros comerciales mejoran la faceta de la ciudad en Guatemala». *Revista Inversión Inmobiliaria*. San José, 2018. <https://www.inversioninmobiliariacr.com/es/mercado-inmobiliario/comercial/item/1580-centros-comerciales-mejoran-la-faceta-de-la-ciudad-en-guatemala>.

«Construyen una ciudad privada para los ricos en Guatemala». *La Prensa*, 2013. <https://www.laprensa.hn/mundo/construyen-una-ciudad-privada-para-los-ricos-en-guatemala-FBLP355356>.

Dávila, Rubén. *El mall, del mundo al paraíso*. San Juan: Ediciones Callejón, 2005.

Dehaene, Michiel y Livien De Cauter. «The space of play. Towards a general theory of heterotopia». En *Heterotopia and the City. Public space in a postcivil society*, 87–102. Routledge, 2008.

Desse, René-Paul y Sophie Lestrade. «De la difficulté à appréhender les mutations commerciales et leurs impacts sur l'espace marchand». En *Mutations de l'espace marchand*, 7–27. Rennes: Presses Universitaires de Rennes, 2016.

———. *Mutations de l'espace marchand*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes, 2016.

Eco, Umberto. *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: DeBolsillo, 2016.

Grupo Cayalá. Acceso el 9 de marzo de 2022. <https://www.linkedin.com/company/grupocayala>

Janoschka, Michael. «El nuevo modelo de la ciudad latinoamericana: fragmentación y privatización». *Eure* 28, núm. 85 (2002): 11–29. <https://doi.org/10.4067/s0250-71612002008500002>.

———. «Geografías urbanas en la era del neoliberalismo. Una conceptualización de la resistencia local a través de la participación y la ciudadanía urbana». *Investigaciones Geograficas* 76 (2011): 118–32. <https://doi.org/10.14350/rig.29879>.

Johnson, Peter. «Heterotopian studies Michel Foucault's ideas on heterotopia», 2021. <https://www.heterotopiastudies.com/>.

Kern, Kathleen. «Heterotopia of the theme park». En *Heterotopia and the city. Public space in a postcivil society*, editado por Michiel Dehaene y Livien De Caeter, 105–6. Nueva York: Routledge, 2016.

López Guzmán, Rafael, Lázaro Gila Medina, Ignacio Henares Cuéllar, y Guillermo Tovar de Teresa. *Arquitectura y carpintería mudéjar en Nueva España*. México D.F.: Grupo Azabache, 1992.

Lukas, Scott. The immersive worlds handbook. *Desinging theme parks and consumer places*. Londres: Focal Press, 2013.

- . The themed space. *Locating culture, nation and self*. Editado por Lukas Scott. Plymouth: Lexington Books, 2007.
- . *Theme park*. London: Reaktion Books, 2008.
- Moncan, Patrice De. *Les passages couvertes en Europe*. Paris: Éditions du Mécène, 2003.
- . *The arcades of paris*. Paris: Éditions du Mécène, 2012.
- «Paseo Cayalá, la ciudad privada para los ricos en Guatemala». *El Colombiano*, 2013. [https://www.elcolombiano.com/historico/paseo\\_cayala\\_la\\_ciudad\\_privada\\_para\\_los\\_ricos\\_en\\_guatemala-GDec\\_223885](https://www.elcolombiano.com/historico/paseo_cayala_la_ciudad_privada_para_los_ricos_en_guatemala-GDec_223885).
- Pine, Joseph y James Gilmore. *The experience economy. Work is theatre & business a stage*. Boston: Harvard Business School Press, 1999.
- Salcedo, Rodrigo y Liliana De Simone. «Una crítica estática para un espacio en constante renovación: El caso del mall en Chile». *Atenea 507*, núm. 507 (2013): 117–32. <https://doi.org/10.4067/s0718-04622013000100008>.
- Simone, Rosa Liliana De. «La Ciudad del consumo: nuevos roles simbólicos y territoriales de los espacios de consumo en la ciudad latinoamericana». *VII ENEC - Encuentro Latinoamericano de Estudios del Consumo*, núm. Consumo, inclusión social y nuevas configuraciones subjetivas (2014).
- Steuteville, Robert. «The Cayalá effect in Guatemala City». CNU, 2021. <https://www.cnu.org/publicsquare/2021/05/17/cayalá-effect-guatemala-city>.
- Stickells, Lee. «Flow urbanism: the heterotopia of flows». En *Heterotopia and the city. Public space in a postcivil society*, 247–57. Nueva York: Routledge, 2008.
- Weis, Walter y Kurt-Michael Westermann. *Souks et bazars d'Orient*. Austria: Arthaud, 1996.