

TIPOLOGIA DE CENTROS COMERCIALES EN LAS CONDES

En la Comuna de Las Condes, se ha concentrado gran parte de la inversión inmobiliaria de los últimos años. Esto se refleja especialmente en el auge de la construcción de vivienda en altura y de centros comerciales. De éstos, AUCA muestra en este número tres ejemplos que en alguna medida informan de diversos criterios para enfrentar este tema arquitectónico y de cómo plantearse frente al entorno urbano y al automóvil, dando lugar a variadas formas de organización del comercio ya sea en soluciones concentradas en torno a espacios interiores, lineales que incorporan la calle o introduciéndolo a espacios abiertos tipo plazas.

CENTRO COMERCIAL LO CASTILLO



UNA TRILOGIA DE CENTROS COMERCIALES

Siempre fuimos contrarios a lo que se entiende como Edificios Caracoles pero, una vez enfrentados a la necesidad de proyectar uno de ellos, tratamos de hacerlo resolviendo el problema urbano que producen en el lugar donde se emplazan.

El caracol tradicional tiene una concepción unilateral al integrarse sólo hacia el interior, olvidando lo que pasa afuera. Con esto quien se deteriora es la ciudad y es el usuario de ella quien lo sufre.

En nuestros edificios superpusimos al caracol interior un doble portal exterior, con esto, mantuvimos el interés del interior y damos una respuesta hacia la ciudad con el exterior.

Estos pórticos exteriores en uno u dos pisos no son nuevos; es una solución usada tradicionalmente en los edificios comerciales de Santiago desde hace 200 años. También en el gran hall central iluminado cenitalmente (cubierta del caracol) es tomada de la arquitectura Santiaguina de principios de siglo.

Desde el punto de vista arquitectónico, pretendemos retomar la herramienta exclusiva de nuestra profesión cual es el manejo de la forma. Para ello planteamos una recuperación de un repertorio de ellas, algunas tomadas de la Arquitectura Clásica, otras de influencia oriental, pero todas ya usadas en nuestra arquitectura tradicional.

Volvemos a recuperar el color, tradicionalmente en Chile le hemos tenido miedo, el tratamiento del brillo en los materiales, mezclando vidrios o elementos brillantes con cerámicas opacas y por último el retomar el ornamento como elemento importante dentro de nuestros edificios. Con estos elementos la Arquitectura vuelve a ser comprendida y apreciada por la mayoría de la gente. El modernismo en la Arquitectura fue sólo entendido por los Arquitectos.

A pesar de esto hemos incorporado tecnología contemporánea a nuestros edificios, el no hacerlo, sería negar la época en que vivimos. La climatización, los ascensores panorámicos, montacargas y montavehículos hacen más funcional el uso de estos centros.

Arquitectos: BOZA LUHRS MUZARD Y ASOCIADOS

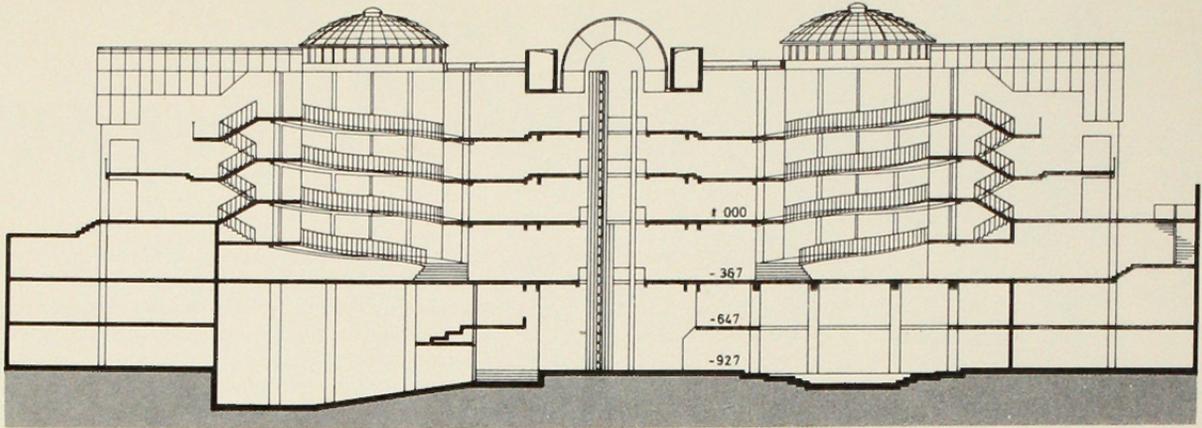
**Superficie construida: 14.100 m²
Estacionamientos:**

Por último, tratamos que la obra de Arquitectura tenga la fuerza necesaria para no ser modificada como tal. Los edificios comerciales se ven generalmente transformados cuando aparecen los letreros, los avisos luminosos, los toldos, y todos los elementos de la propaganda. Quisimos en nuestra trilogía de centros comerciales, que la incorporación de todos estos elementos inherentes al comercio, complementen la arquitectura planteada y no la modifiquen.

TRES EDIFICIOS COMERCIALES

Esta trilogía de centros comerciales, pretende dar una solución tipológica, a estas unidades de comercio sobre la base de crear un espacio que acoja esta actividad social, que reconozca la escala humana y que proponga un recorrido ameno, interesante e identificable.

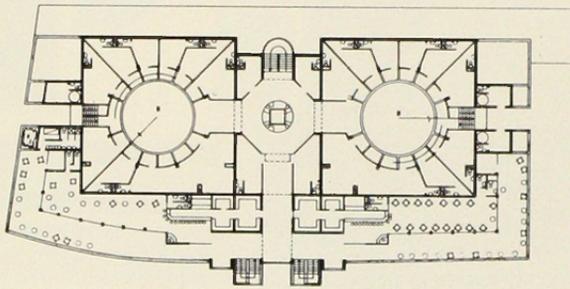
En los tres edificios el amplio programa de m² de comercio ha sido resuelto con la idea de una rampa en caracol que recorre los diferentes niveles comerciales en forma continua. Asimismo en los tres proyectos se pretende responder al barrio con una solución de pórticos, solución usada tradicionalmente en los edificios comerciales de Santiago, desde hace 2 siglos, y un gran hall central iluminado cenitalmente.



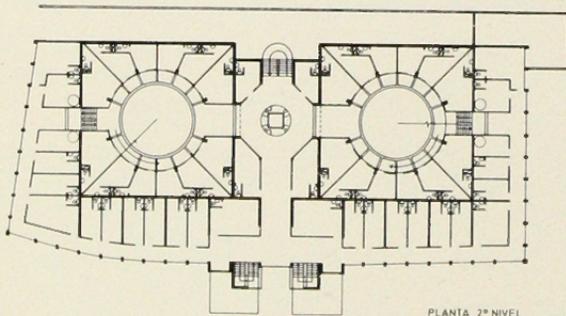
CORTE A-A

NOMENCLATURA

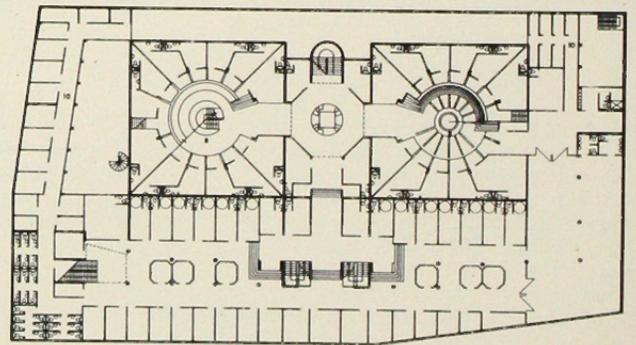
- | | |
|-----------------------------|---------------------------|
| 1. Plaza ingreso | 6. Bajada estacionamiento |
| 2. Estacionamiento clientes | 7. Hall |
| 3. Bajada Drugstore | 8. Caracol |
| 4. Portal | 9. Restaurante |
| 5. Bajada subterráneo | 10. Bodegas |



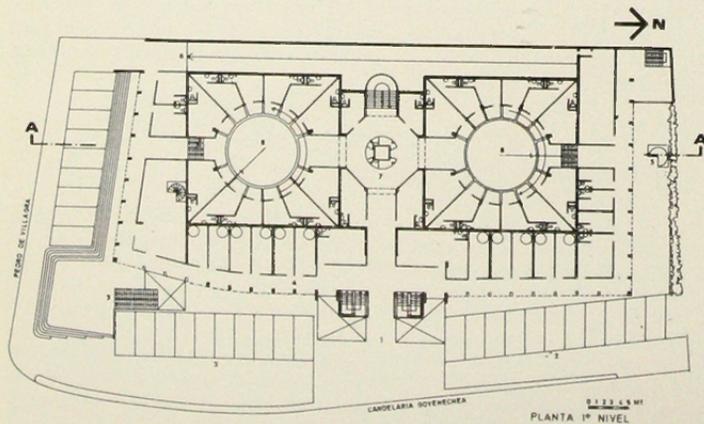
PLANTA 3º NIVEL



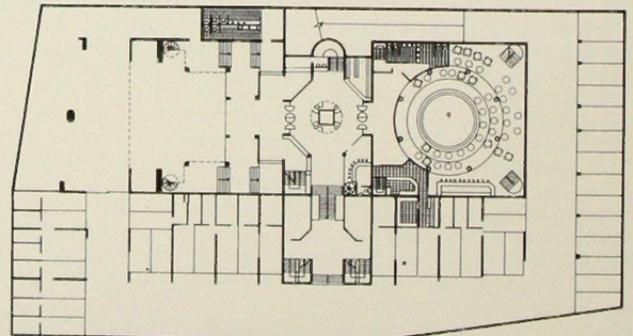
PLANTA 2º NIVEL



NIVEL 1º SUBTERRANEO



PLANTA 1º NIVEL

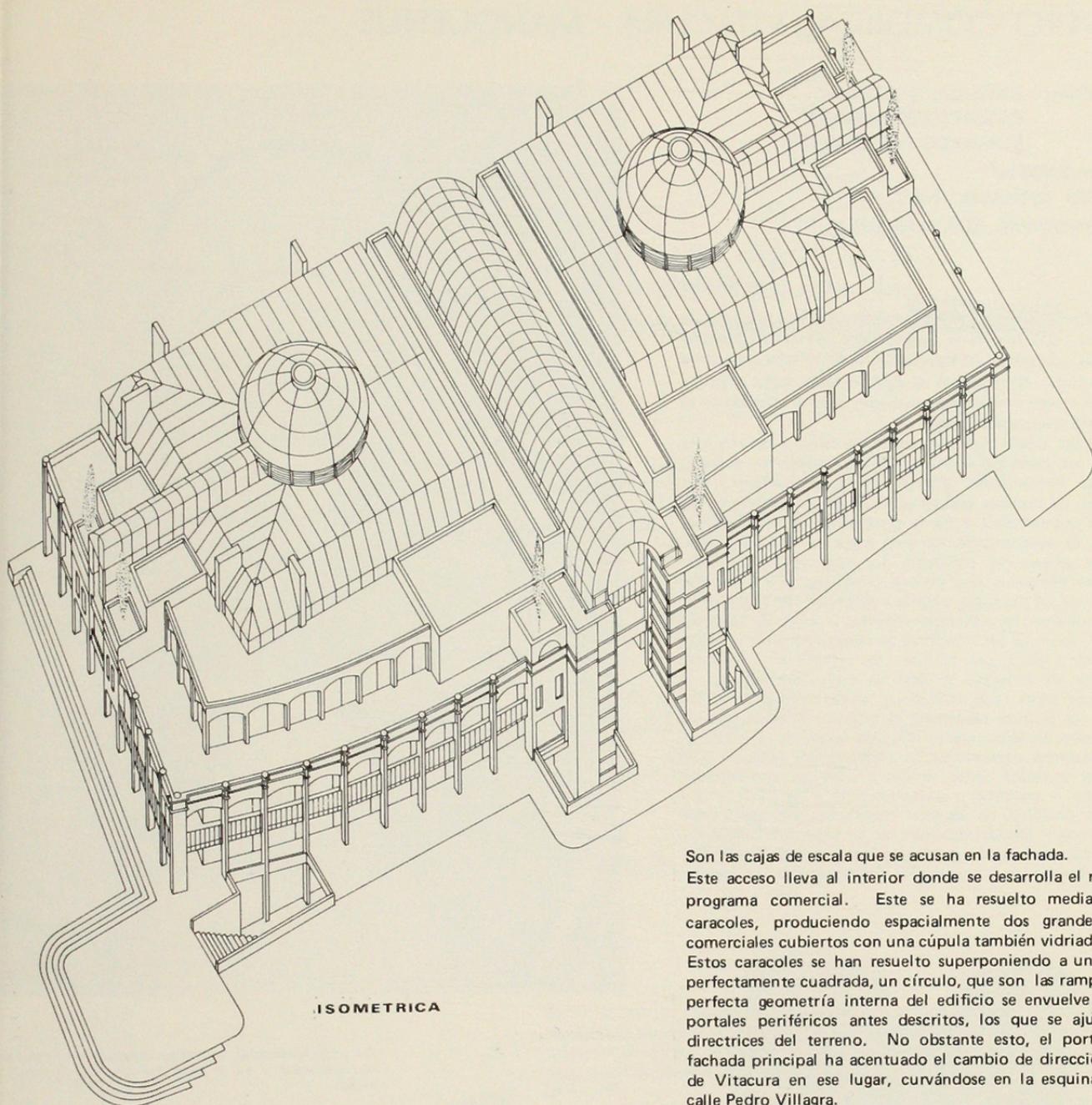


PLANTA 3º SUBTERRANEO

El Centro Comercial Lo Castillo plantea varios aspectos arquitectónicos para resolver.

En primer lugar se planteó la problemática urbana. Se trata de un edificio comercial frente a una plaza, bastante significativa en la Comuna y justo a eje de la bajada de la Avda. Vitacura.

Haciendo un análisis urbano de la situación y preocupados por recuperar ciertos valores de la arquitectura premodernista, recibimos una fuerte influencia del antiguo Portal Sierra Bella. Se trataba éste de un edificio aporcionado ubicado frente a la plaza de Armas. Los arcos, de una proporción casi monumental acogían la actividad comercial del sector, a la vez que respondían dignamente a la plaza. Este elemental concepto ha sido recogido por el Centro Comercial Lo Castillo. Es por eso que frente la plaza se plantea en una extensión mayor a los 80 mts. con pórtico de doble altura, aún cuando por condiciones de programa existan dos niveles. A eje de esta fachada se produce el acceso al interior del edificio. Este acceso que es una gran bóveda vidriada en frente justamente el eje de Vitacura. La bóveda de vidrio se soporta sobre dos elementos de fuerte verticalidad y de gran monumentalidad.



ISOMETRICA

Son las cajas de escala que se acusan en la fachada.

Este acceso lleva al interior donde se desarrolla el resto del programa comercial. Este se ha resuelto mediante dos caracoles, produciendo espacialmente dos grandes halles comerciales cubiertos con una cúpula también vidriada.

Estos caracoles se han resuelto superponiendo a una planta perfectamente cuadrada, un círculo, que son las rampas. Esta perfecta geometría interna del edificio se envuelve con los portales periféricos antes descritos, los que se ajustan las directrices del terreno. No obstante esto, el portal de la fachada principal ha acentuado el cambio de direccionalidad de Vitacura en ese lugar, curvándose en la esquina con la calle Pedro Villagra.

Si hicieramos una síntesis de los espacios que este centro ofrece tendríamos:

1. Portal en 1er. piso.
2. Portal en 2º piso.
3. Galería vidriada.
4. Caracoles con cúpula traslúcida.
5. Sistema de circulaciones horizontales, verticales e inclinadas (rampas).
6. Drugstore semi cubierto.
7. Gran Salón público para espectáculos con capacidad para 1.000 personas (patinaje, exposiciones, etc.).
8. Foyer de doble altura con ascensor de émbolo en 2º subterráneo.

Todas estas diferentes tipologías de espacio se localizan y relacionan jerárquicamente en el edificio, permitiendo en todo momento que el usuario tenga un punto de referencia e identifique espacialmente los lugares en que se encuentra. Podríamos decir que es un edificio absolutamente recorrible, ameno en su trayectoria y dotado de una espacialidad a la escala del peatón diferente y variada.

Otro de los temas, que desde el punto de vista arquitectónico este edificio plantea, es el de la decoración. Creemos vehementemente que la arquitectura debe volver a esta problemática. Por eso es que ha habido especial preocupación en los elementos de fachada del edificio, vale decir cornisas, revestimientos, barandas, iluminación, pavimentos, color, etc. en un afán de humanizar y hacer más grato e identificable el paso del usuario.

