

Concentraciones dispersas Plan de Transporte Urbano de Santiago y geografías de consumo

ARQ
38

Durante el siglo 20 muchos arquitectos se fascinaron con la llamada autoconstrucción: un proceso sin arquitectos del que se podían sacar varias lecciones. Pero cuando esos procedimientos se desplazan hacia otras escalas, como la urbana, ya no suscitan el mismo entusiasmo. Al contrario, tendemos a darle la espalda a una realidad manejada por inmobiliarias, operadores de suelo y los mismos clientes (o habitantes), que la determinan a través de sus demandas de intercambio y movilidad. Y esa realidad enorme es la que finalmente construye la forma de la ciudad: Bresciani nos alerta de esta mecánica compleja, dinámica y que ha funcionado hasta hoy sin la presencia de los profesionales de la arquitectura y el urbanismo.

Palabras clave: Urbanismo, accesibilidad, redes de transporte urbano, malls.

During the last century architects have been seduced by the so-called do it yourself procedures: works made without architects which can be very useful to architectural discipline. But these procedures seem no more interesting when they shift to major urban scales: on the contrary, we architects tend to avoid this reality where land operators, real estate agencies and clients meet. The fact is: the city is made out of this kind of stuff, and Bresciani warns us about this complex and dynamic situation that has been operating without architects and urbanists.

Keywords: Urbanism, accessibility, urban transportation networks, malls.



“Imagina el campo de fuerza alrededor de una línea de alta tensión, estallando en energía y presto a descargar 20.000 volts sobre cualquier punto de su recorrido... Sin previo aviso, un flash de energía hace corto circuito y se descarga sobre el terreno un shopping center, tan grande que necesita de tres a cinco millones de personas en su área de influencia para ser rentable. Tan pronto el polvo se ha disipado un parque empresarial surge de la nada, con torres de hasta 30 pisos, sobre un terreno que previamente había sido ocupado por un sembradío”. Deyan Sudjic¹

Ésta es la naturaleza de la ciudad contemporánea y la energía que se descarga sobre el territorio se llama movilidad. Sometidas a esta fuerza, las antiguas verdades de la geografía urbana se desvanecen y en su lugar surge una aparentemente amorfa y cambiante forma de nuevo asentamiento, diseñando nuevas lógicas urbanas, más dinámicas, poderosas y repentinas.

Aunque nos hemos acostumbrado a llamar “ciudad” a esta forma de dispersión urbana y desconcentración territorial propia de finales del siglo XX, se mantiene en el discurso arquitectónico tradicional un permanente estado de malestar con las tendencias y fuerzas que han dado forma a esta ciudad contemporánea. Por casi cincuenta años, sin mayor éxito, la arquitectura y el urbanismo han intentado dar con fórmulas que logren contrarrestar el dominio del automóvil, las tendencias de dispersión territorial de las urbes modernas y las arquitecturas surgidas del consumo

y la accesibilidad. Mientras el discurso público de los arquitectos le ha dado vuelta la espalda a este mundo real e indeseado, forzando una extraña combinación de arquitecturas ultravanguardistas con diseños urbanos neotradicionales que aspiran a una ciudad del siglo XIX, el paisaje urbano ha sido transformado, no por visionarios diseñadores, sino por las demandas y lógicas de consumo y movilidad de los habitantes.

Desde esta perspectiva, los habitantes de Santiago se enfrentan hoy a uno de los más radicales cambios experimentados por esta ciudad de casi cuatro siglos. El ambicioso plan de infraestructuras y redes de transporte llamado “Plan de Transporte Urbano de Santiago (PTUS),” modificará la geografía y percepciones cotidianas de lo que hoy llamamos Ciudad de Santiago. Aunque los signos de esta transformación se evidencian desde la década de los ‘80, derivados de los procesos de transformación y flexibilización económica que impulsaron el crecimiento del sector servicios y el mayor acceso a automóviles, será esta nueva geografía de redes del PTUS, la que terminará por delinear el surgimiento de los nuevos lugares centrales del siglo XXI, cristalizando urbanamente los cambios culturales y sociales experimentados en las últimas décadas. Aunque la magnitud de los cambios sobre las redes de movilidad de Santiago generará un sinfín de efectos sobre la forma urbana, por su alta capacidad de mutación ante estos procesos, me interesa especialmente la aparición de los

“Nuevos Centros Urbanos de Consumo,” un tipo de ciudad emergente que ha superado la noción del suburbio residencial dormitorio, del centro comercial o el distrito de servicios, configurando un tipo de lugar central creado por un nuevo set de reglas. Este tipo de nuevos centros de consumo está remplazando los lugares centrales tradicionales, colocando en los mapas y señales camineras una nueva geografía de destinos.

Concentraciones dispersas: lógicas de la movilidad

De manera súbita, la creación de nuevas infraestructuras de movilidad, la saturación o ampliación de ellas y los cambios en los modos de transporte, modifica la ubicación e importancia relativa de los lugares en el territorio.

A mayor rapidez de los medios y mejor interconexión metropolitana, deja de ser importante la ubicación o densidad del entorno a un centro, y sólo importa la calidad de su conexión a las redes, y con ello, a los mercados de consumidores y proveedores que circulan por ellas. Múltiples trozos de ciudad se acercan, comprimen y modifican su rol por efectos de los cambios en los tiempos de desplazamiento. Los antiguos cruces de caminos o zonas de paso pierden importancia, surgiendo una nueva constelación de intercambios y áreas de mayor accesibilidad. El antiguo centro histórico comienza progresivamente a adquirir un peso relativo en la distribución de los destinos de los

4 El Plan contempla la licitación privada de una línea de metro por América Vespucio entre Tobalaba, La Florida y Puente Alto, un metro ligero por Recoleta e Independencia, la ampliación de la línea 2 hacia Recoleta por el norte y hacia América Vespucio por el sur, la ampliación de línea 5 hacia Matucana y La Cisterna, y la licitación de un tren de cercanía entre Santiago y Melipilla, extensible en el futuro hacia Batuco.

5 Según el *Council of Shopping Centers*, un mall es "un grupo arquitectónicamente unificado de edificaciones construidas sobre un terreno bajo la gestión y propiedad de un solo dueño, que está planificado y provee una gran cantidad y diversidad de productos y servicios comerciales y no comerciales y dispone de una alta disponibilidad estacionamientos propios".

6 Beyard, Michael y O'Mara, W. Paul, *Shopping Center Development Handbook*, Urban Land Institute, Washington D.C., 1999

7 Gruen, Victor, *Shopping Towns USA*, Van Nostrand Reinhold Company, New York, 1960.

viajes de los habitantes, pasando a ser otra pieza más en este mapa estelar de *malls*, *bipermarcados* y *parques empresariales*.

Desde las lógicas individuales, las premisas básicas de la teoría de localización inmobiliaria nos dicen que las personas y las actividades buscan ahorrar en sus costos de emplazamiento mediante la adecuada combinación entre sus costos de acceso al suelo y los costos de desplazamiento², y que las áreas de mayor atractivo (precio) tenderán a ser las mejor localizadas con relación a sus atributos naturales y de accesibilidad a mercados, servicios o equipamientos. Desde este supuesto base, la creación de nuevas redes de movilidad afecta estas condiciones, bajando los costos de desplazamiento y la valoración que las personas y empresas hacen de cada lugar en la ciudad, al multiplicar los lugares con iguales o mejores condiciones de acceso que los existentes con anterioridad a los cambios.

En forma simultánea y contradictoria a lo que ocurre con la vivienda, donde al reducir los costos y los tiempos de desplazamiento, las distancias pierden valor y la densidad deja de ser un atributo, la mayor accesibilidad tiende por el contrario a crear fuertes fenómenos de aglomeración con las actividades de consumo. A mayor interconexión y rapidez, mayor será el área de mercado bajo control o influencia de una empresa, y con ello, mayor será el potencial de competir, crecer en tamaño y diversificarse en oferta de bienes y servicios. Estos modos más flexibles de acumulación de capital y orientación a los consumidores, han generado una forma de centralidad que bien podríamos llamar como de "concentración dispersa". Estas prácticas, denominadas por David Harvey³ como de "acumulación flexible" han creado un paisaje urbano post-industrial orientado a los servicios, donde lo relevante para los nuevos centros urbanos es la capacidad de innovación y adaptabilidad a los cambios en las demandas.

Así, la movilidad se traducirá urbanamente en campos de fuerza superpuestos, donde los territorios competirán entre ellos en una batalla por mantener la energía que los mantiene funcionando. En el flujo constante de capital, información, empleos, residentes, turistas o consumidores, los distintos territorios pueden ganar o perder en la batalla por retener o atraer actividad urbana, siendo vital para ellos la configuración de las redes de transporte.

PTUS: geografía de la movilidad

Al asumir su cargo de Coordinador General del Plan de Transporte Urbano de Santiago (PTUS),

Germán Correa planteó que este Plan nacía de "una nueva visión de las tendencias del desarrollo urbano, para establecer hacia dónde ha ido la ciudad de Santiago y hacia dónde se piensa que llegará en los próximos años." Por primera vez, la manera de abordar un plan de transporte se presenta como un instrumento de transformación urbana global y no como un tema limitado a la provisión parcial de infraestructuras y servicios de transporte. Se asume así, que lo que se modificará no será sólo las redes de transporte, sino la lógica misma del comportamiento de la forma urbana y los habitantes de la ciudad.

Aunque el PTUS ha sido publicitado por el paro de microbuses de agosto del 2002, detonado por el conflicto de las asociaciones de dueños de microbuses contra la licitación de recorridos del 2003, este proceso se caracteriza por una visión mucho más integral, incorporando de manera coordinada una amplia variedad de acciones. De estas acciones, destacan por su impacto y magnitud:

1. La integración de los sistemas de transporte público, en base a la creación de recorridos troncales alimentados por áreas de concesión, eliminado el caótico sistema de 334 líneas de recorrido. Esto implicará amplios sectores de Santiago organizados como sistemas de recorridos cortos y largos integrados y bajo un solo operador.

2. La concreción de la red total de autopistas urbanas pagadas de Santiago, lo que significa agregar más de 150 kilómetros de autopistas nuevas.

3. La ampliación de las redes de ferrocarriles urbanos y suburbanos, consistente en dos nuevas líneas de metro, ampliación de las existentes, creación de estaciones de intercambio modal y licitación de un tren suburbano Melipilla-Santiago⁴.

Este cambio estructural se grafica en la multiplicación por casi tres veces de la red de autopistas, pasando de los actuales 80 a más de 220 kilómetros y de 30 a más de 150 intersecciones a desnivel; en la duplicación de la red de metro con 40 nuevos kilómetros y 4 estaciones intermodales, todo en tan sólo 4 años. En esta red se distribuirán los actuales 12.000.000 de viajes en Santiago al día, 40% de ellos en transporte privado y 40% en la red de metro y sistemas de buses.

De la creación de esta nueva red de desplazamientos surgirá la nueva geografía urbana del Santiago del siglo XXI, siendo uno de los efectos más evidentes, la concentración de los flujos metropolitanos en las redes de alta capacidad. Esto significa que

gran parte de los viajes que hoy se distribuyen de manera dispersa a lo largo de la malla vial existente y de los recorridos de buses en Santiago, tenderá a concentrarse en las autopistas y las redes troncales de transporte urbano. Esta reorganización y concentración de flujos creará nuevos lugares centrales, fortalecerá a aquellos mejor conectados y debilitará definitivamente aquellos menos integrados, haciendo aún más evidente este proceso selectivo de "Concentración Dispersa."

Urbanamente, lo relevante no será entonces la factura física de cada nueva obra de infraestructura y su impacto en el paisaje inmediato, sino la masiva modificación que estas nuevas redes y desplazamientos ejercerán sobre la configuración arquitectónica y localización de las actividades urbanas.

Geografías de consumo

De estas formas de "concentración dispersa" y flujos de consumo, los más evidentes resultados físicos y arquitectónicos contemporáneos son los nuevos centros dominados por el arquetípico *mall*⁵ y sus actuales híbridos. Por su condición, este artefacto, única tipología arquitectónica creada por el siglo XX, se ha expandido y mutado rápidamente producto de los cambios en las comunicaciones, los hábitos de consumo y el desplazamiento de las personas.

Si las leyes de localización de este tipo de proyectos urbanos ya son absolutamente predecibles, su diseño tampoco es el resultado de la creatividad demoladora de sus arquitectos o promotores comerciales, sino de un set conocido y altamente refinado de estrategias de mercadotecnia y reglas de diseño inmobiliario⁶. El arquitecto creador del concepto, Víctor Gruen⁷, propuso un complejo sistema que generaba el diseño y programa ideal de un centro comercial, eliminando toda especulación, de manera de calcular detalladamente la potencial generación de dólares por m² para cada proyecto de diseño y su localización, garantizando arquitectónicamente el éxito del negocio. De esta ciencia surgen los tres máximos mecanismos de diseño y programación de un nuevo centro: área de consumo, accesibilidad y mix.

Área de consumo: Éste es el territorio desde el cual los consumidores serán atraídos por el nuevo centro y su amplitud no estará establecida en kilómetros o en límites físicos, sino que en una distancia máxima de atracción que no supere los 30 minutos de tiempo de viaje para un *mall* regional y 15 minutos para un centro comercial local. Esta geografía virtual se traducirá en una cartografía de óvalos delineados por la velocidad

de las redes de transporte donde se inserta el centro, áreas cambiantes durante las horas *peak* y *off-peak* del día y la semana. Será usual entonces que las áreas de influencia de los distintos tipos de centros se superpongan en la ciudad, creando nuevas deformaciones en estos campos de atracción y en las estrategias de diferenciación y competencia. Este nuevo tipo de desarrollo buscará entonces zonas urbanas que no han sido satisfechas, donde el vacío de un centro puede ser llenado, donde se puede colonizar un territorio en expansión o donde los comercios locales pueden ser fácilmente desplazados por sistemas de comercialización más agresivos y con mayor capacidad de financiamiento.

Accesibilidad: La base del éxito comercial será una localización muy accesible desde las principales redes de vialidad de su potencial área de consumo, con expeditos y visibles accesos y una alta disponibilidad de estacionamientos al interior del proyecto, que satisfagan las demandas comerciales y los impulsos de compra del tráfico de paso. La falta de visibilidad de las estructuras de estacionamientos o de los accesos será por lo tanto una de las más comunes causas del fracaso de un centro, al desincentivar la detención al paso. De lo anterior surge la común lógica de diseñar siempre los estacionamientos frente a los centros y de buscar localizaciones altamente visibles en autopistas.

El Mix: Cerca del 80% de los consumidores surgirán del área primaria de consumo y de su análisis demográfico y social surgirá el mix de tiendas, programas e imágenes a crear. El tamaño, el programa y la arquitectura de un *Mall* reflejarán entonces los umbrales de demanda, el tipo de consumidor o los estilos de vida presentes en sus potenciales consumidores, diseñando un confortable lugar que acoja actividades que estimulen la compra y la permanencia.

Respondiendo a las reglas anteriores, los nuevos centros asumen un permanente estado de ajuste programático y arquitectónico a los cambiantes hábitos de consumo y estilos de vida, asegurando la dominación comercial sobre sus territorios de influencia. Las preferencias por evitar los costos de desplazamiento mediante compras de una sola parada o *“one-stop-shopping”*, donde las compras serán solo una parte de la ecuación, impulsan la creación de centros urbanos multifuncionales, haciendo borroso las distinciones entre tipos de centros de comercio, hasta el punto donde se hace prácticamente imposible categorizarlos. Los *malls* se transforman en centros de entretenimiento, centros de salud o educación, y otros centros especializados como los hipermercados incorporan tiendas anclas, grandes

ferreterías, comercio tradicional y programas de comida. De esta imposibilidad de categorizarlos, ha surgido el vano intento por ponerles nombres como *Power Centers, Outlets, Carcenters, Strips, Towncenters, Off-Price Centers, Festival Market Places* o Centros de Entretenimiento Urbano, cada uno buscando identificarse con formas de consumo y movilidad específicas.

En Santiago, quizás el más claro ejemplo de este fenómeno de permanente ajuste sea el Mall Plaza Vespucio. Este, creado en 1990 en La Florida, una zona periférica de las áreas de altos ingresos de Santiago, partió con sólo dos tiendas anclas y una simple galería de un piso. En sólo doce años ha evolucionado hacia un complejo multifuncional de 17 hectáreas, duplicando su oferta comercial e incorporando año a año por primera vez programas hoy considerados como básicos para cualquier *mall*. El primer patio de comidas, el primer boulevard de servicios, el primer multicine con 11 salas, el primer Centro clínico y un centro de entretenimiento y cultura de más de 15.000 m². Adicionalmente, durante el año 2003 espera incorporar una maternidad, una sede de un instituto de educación superior para 3.000 alumnos y un centro de servicios automotriz. Casi como un discurso utopista, su gerente general, Marcello Corbo, plantea que: *“queremos que la comunidad de la zona suroeste de Santiago viva, estudie, trabaje y también nazca aquí. No tienen por que ir a otros lugares si podemos tenerlo todo”*⁸.

Estas han sido las lógicas de crecimiento, adaptación y absorción de demandas que han transformado este tipo de desarrollo urbano en la de más rápida expansión. Durante la década pasada, aunque la población de Santiago creció a un ritmo de 1,8% anual y el crecimiento del consumo per cápita fue en promedio de 4,8% anual, el crecimiento anual de las ventas de estos centros fue de 6,3%. La tendencia al dominio de estas formas de aglomeración de consumo en Santiago ha sido clara, pasando de un 5% del total de las ventas comerciales en 1993 a controlar el 21% en la actualidad, tendencia que en el mundo ha llevado esta cifra a sobrepasar el 50%. Lo anterior nos permite asumir, que así como este tipo de centros sumaba no más de 80.000 m² en todo Santiago a fines de los '80 y hoy esta cifra alcanza cerca de 1.000.000 de m², durante la próxima década veremos un crecimiento aún más dramático y una mayor diversificación de sus programas.

EXIT

Como un organismo vivo, la ciudad contemporánea es en gran medida un producto de las infraestructuras

de transportes, configurando redes de comunicaciones en las cuales el sistema económico de “acumulación flexible” se traduce en un medio urbano que privilegia la adaptabilidad y la constante reorganización interna, desintegrando el cuerpo urbano y esparciendo sobre el territorio una multiplicación de centralidades.

Dentro de las nuevas dinámicas de la movilidad física y de capital, los nuevos centros urbanos pasan a ser verdaderos mecanismos arquitectónicos y programáticos para capturar demandas y nuevos estilos de vida, donde la arquitectura decorativa de los *malls*, los edificios de bencineras, los *strips* de venta al paso y grandes cajas de comercio buscarán por sobre todo la gratificación del cliente, un cliente siempre ávido por lo nuevo y espectacular.

Aunque frente a este panorama, parece mucho más sensato aceptar los sistemas urbanos como organismos en permanente cambio, nos enfrentamos a debates arquitectónicos que no siempre reconocen este fenómeno. Nuestras revistas y premios de arquitectura resaltan el éxito estilístico individual, mientras nuestros debates teóricos, sólo marginalmente, se refieren a lo cotidiano y construido.

El extenso plan de infraestructuras y sistemas de transporte diseñado por el PTUS modificará definitivamente los patrones de funcionamiento y configuración urbana de Santiago, delineando desde las fuerzas de la movilidad el futuro de esta metrópolis. Aunque las tendencias de dispersión urbana producto de la mayor movilidad son evidentes, el plan presenta en el horizonte cercano una enorme oportunidad. La oportunidad recae en la posibilidad de manipular, como el judo, las fuerzas de la movilidad, el consumo y la información, para crear nuevas “concentraciones dispersas” o una constelación de aglomeraciones urbanas que rearticule la metrópolis regional del siglo XXI.

La pregunta será entonces, cómo la arquitectura y el diseño urbano pueden dar respuestas adecuadas a la cultura de lo móvil del presente, ya que mientras más ignoremos lo dominante y desconozcamos las fuerzas reales que construyen el paisaje ordinario y masivo de la ciudad contemporánea, más marginal será nuestro trabajo respecto a las fuerzas de la economía post-industrial que nos rodean. De la comprensión y manipulación de estas fuerzas por medio de diseños nuevos y articulaciones programáticas innovadoras, surgirán las arquitecturas y diseños urbanos que impacten la calidad de vida urbana, siendo capaces de crear tendencias y no sólo dejarse llevar por ellas. ARQ