

# Presentación Obras y proyectos



1



2



3



4

- 1 Pabellón Nórdico en el Giardino de la Biennale, Venecia. Arquitecto Sverre Fehn
- 2 Cubiertas de la estación de servicio en Costanera Norte, Santiago. Arquitecto Juan Sabbagh
- 3 Relación con medianeros de predios colindantes, minicentro comercial en Vitacura, Santiago. Arquitectos Mas y Fernández
- 4 La continuidad de la esquina respecto a la propuesta del minicentro comercial. Arquitectos Mas y Fernández

*Las tensas, incómodas y también productivas relaciones entre arquitectura y consumo son las primeras claves de esta discusión. El espacio como bien de cambio y lugar comercial, el papel del arquitecto en el mercado y cómo estos elementos tienen áreas consideradas como propias de la disciplina son parte de la reflexión propuesta.*

Palabras clave: Arquitectura, espacios comerciales, pabellones, arquitectura efímera, tiendas, sociedad de consumo.

*The tense, awkward but productive relations between architecture and consumption are the first key to this discussion. Issues such as space as a consumer good and commercial place, the role of the architect in the marketplace and how these elements affect the discipline are a part of the proposed argument.*

Key words: Architecture, commercial buildings, pavilions, ephemeral architecture, stores, consumer society.

## Arquitectura para el consumo

Matbias Klotz

La arquitectura para el consumo es sin duda un fenómeno emergente en el mundo globalizado, que ha trastocado muchos de los dogmas de nuestra profesión. En primer lugar, se enmarca mejor en lo que se denomina comúnmente *arquitectura efímera* que en lo que entendemos (los arquitectos del siglo pasado) como *arquitectura*. Si bien el concepto de lo efímero va ligado generalmente a obras de presupuesto reducido, de estructura ligera, transitorias y con fines generalmente simbólicos, en el caso de la arquitectura para el consumo estos supuestos generalmente tienden a distorsionarse.

El desafío que plantean estos encargos es el de competir por llamar la atención en un medio inestable y en constante cambio.

La *arquitectura efímera* en general está ligada a un determinado acto, a una determinada conmemoración o a una determinada representación.

Los siglos XIX y XX estuvieron plagados de buenos ejemplos, provenientes de la arquitectura de pabellones. Fue en estos pabellones donde muchas veces se plantearon los nuevos manifiestos, donde se experimentó con nuevas tecnologías y donde se marcaron las grandes o sutiles diferencias. Sus mandantes fueron mayoritariamente órganos estatales, que veían en ellos eficaces herramientas de comunicación.

El paradigma de estos pabellones sin duda es el de Barcelona, hecho por Mies van der Rohe para la Exposición Universal de 1929 y desmontado meses después. Como sabemos, la propuesta de dicho pabellón era radical, pues en él no se exhibía nada que no fuera el pabellón mismo. Por otra parte, su influencia en la arquitectura ha sido de tal magnitud que, contraviniendo su esencia, a fines del pasado siglo fue construida una réplica en su ubicación original.

Como ejemplo cercano y en un contexto sociocultural más próximo, tenemos el pabellón de Chile en la Expo Sevilla de 1992, realizado por los arquitectos José Cruz Ovalle y Germán del Sol. Sin entrar en comparaciones arquitectónicas, pienso que el pabellón chileno en Sevilla (desde el punto de vista de la exposición) es un híbrido que refleja claramente el cambio y las contradicciones introducidas por la actual sociedad de consumo.

En lugar de un edificio que se muestra a sí mismo presentando a Chile como un país cálido, con una respetable cuota de tecnología y en medio de un entorno cargado de naturaleza, los *creativos* locales – provenientes de la cultura del consumo, de la imagen y de las apariencias – lo llenaron de cachivaches, transformándolo en un circo que llegó a tener

incluso un espectáculo central llamado *el iceberg*.

Recordemos que el *animal* tuvo que ser traído de vuelta a su lugar de origen por cuenta de la Armada de Chile, en lo que seguramente fue el último show de los creativos.

Pienso que estos dos ejemplos sirven para graficar las potencialidades y los peligros de este desarrollo, emergente y difícil de controlar. Por un lado estos encargos tienen la frescura de lo inmediato, esencial, efímero y simbólico, pero por otro tienen un mandante colectivo y abstracto, generalmente tosco, llamado consumidor. Aunque este consumidor en sí no representa un peligro, y más bien es la justificación del encargo, la mayoría de las veces (y desgraciadamente) está representado por los mismos *creativos* circenses del *iceberg*.

Otro elemento que aparece en este contexto, es la importancia de la *imagen*. Luego del éxito del museo Guggenheim de Bilbao, se ha desatado una fiebre alcaldicia por construir *la postal de la ciudad*. Ya no importa qué es, sino cómo se verá en la foto. No queda ciudad que se precie en el mundo que no tenga el correspondiente *punto de Calatrava* o al menos, *a lo Calatrava*, lo que ya no importa pues hasta él mismo se copia mal.

Es la primera vez en la historia en que la importancia del lugar, del espacio, de la materialidad y de la vivencia pasan a segundo plano, y en que lo importante es consumir arquitectura del mismo modo que gaseosas o seriales de TV.

Creo que la arquitectura para el consumo se realiza en un escenario hostil, donde todo cambia y donde lógicamente el consumidor es y debe ser considerado como el centro de atención; donde la moda y las tendencias definen los criterios, donde todo es efímero pero debe dar –al menos– la apariencia de permanente y donde muchas veces el contexto es una especie de frente de batalla donde luchan distintos *creativos*, compitiendo por gritar más fuerte que el vecino.

No hay que olvidar tampoco que su único fin es el lucro; por esto mismo la presión a la que se somete a los arquitectos que la desarrollan es a veces insostenible, y en general ellos no han sido entrenados para manejarla. El resultado, sumado a las incapacidades personales, salta a la vista y nuestras ciudades parecen estanterías de productos.

Con estos antecedentes pienso que encarar hoy en día un proyecto de esta naturaleza constituye un desafío nuevo, sobre el cual no tenemos aún experiencia acumulada suficiente y donde los buenos ejemplos son la excepción. Pienso también que aquí hay una oportunidad que debemos

aprovechar para no seguir cediendo espacio a profesionales de otras disciplinas que sí entienden cuáles son los códigos de estas operaciones.

Las obras que a continuación se presentan son sin duda trabajos de excepción que han logrado, con mayor o menor grado de acierto, resolver el problema recurriendo a distintas estrategias.

El proyecto de Smiljan Radic recurre a la tradición del pabellón. Se sitúa en un entorno privilegiado, a prudente distancia del edificio municipal, con el cual afortunadamente no tiene que relacionarse, y en medio de un hermoso parque diseñado por el arquitecto Teodoro Fernández.

El propio Radic cita a Sverre Fehn en su memoria de proyecto, respecto a cuya obra hay una interesante relación, especialmente con el pabellón de Venecia.

Los rasgos comunes que parten con la materialidad, se advierten incluso en la incorporación de elementos naturales (árboles en uno, rocas de granito en el otro), un parque municipal en ambos y evidentemente la propuesta de la cubierta, con un parentesco evidente. El proyecto de Radic se inscribe dentro de lo que podríamos llamar *escenario ideal*. Se construye en un parque, al costado del agua, con vistas privilegiadas sobre el cerro, y con un programa que pese a ser *de consumo*, está cargado de rito, de buenos olores y de una luz amable. A todo esto, Radic responde con su característica precisión, adaptándose sutilmente al entorno y potenciándolo con un nuevo elemento que mezcla lo natural con elementos arquitectónicos de cierto brutalismo. Esta obra será, sin duda, un aporte a una búsqueda que podemos advertir en el pabellón de Rafael Iglesia en Rosario o en algunas obras de la nueva generación de paraguayos como Solano Benítez. Por otro lado, tema de las gasolineras es sin duda un campo donde investigar; en la última década y en el ámbito internacional destaca la propuesta de Foster para *Repsol*, que consiste básicamente en tres techos piramidales invertidos con la incorporación de los colores corporativos. Respecto de la estación de servicio de Juan Sabbagh, ella se inscribe en una larga trayectoria personal al respecto, en la que el arquitecto, asombrosamente, no para de reinventarse una y otra vez.

Como es evidente, el tema central de la gasolinera es el de la cubierta, a la que desde algunos años se le han agregado pequeñas unidades de venta y servicios de comida rápida, que en algunos casos ya no son tan pequeñas. Si bien esta obra resuelve de un modo impecable e imaginativo la cubierta, en el tema del equipamiento de servicios la solución es más bien convencional. Respecto al primer punto, la incorporación de elementos gráficos de gran formato le dan a los soportes una escala nueva, que los independiza de la cubierta y los inserta en el paisaje en clara

referencia a la materialidad del lugar. Es tan fuerte el deseo de Sabbagh de independizar los elementos que incluso la base de las bombas se levanta del plano del pavimento, y se resuelve en forma separada. En el tema del revestimiento de la cubierta se opta por soluciones de tipo laminar, logrando un espesor mínimo; la incorporación de la iluminación embutida es un elemento cuidado que resalta la cualidad del elemento. Hay sin embargo unos techos independientes a un costado del volumen de servicios, que parecen ajenos a la propuesta, y que además incorporan elementos naturales como revestimiento. Estos techos son demasiado pequeños como para generar interés, y parecen un elemento híbrido tratado con cierta timidez. Tal vez esta notable gasolinera sería mejor sin estos elementos menores; su forma de referirse a la naturaleza por la vía de la gráfica es más interesante que cuando lo materializa en forma literal.

Respecto al *strip center* de los arquitectos Mas y Fernández, este programa constituye un nuevo campo de investigación donde tal vez la más interesante de las propuestas contemporáneas corresponda a la del arquitecto croata Hervoje Njiric. Su trabajo ha sido capaz de resolver incluso un *Mc Donald's*, entre otros proyectos en un campo plagado de normas corporativas.

Si bien estos *strip center* o minicentros comerciales no tienen gran escala, sin duda afectan el tejido urbano, contribuyendo a su desmembramiento. Respecto de esta obra en particular tengo tan sólo una reflexión al respecto: ¿cuál es el tema arquitectónico a resolver en este caso?. Debido a su ubicación en esquinas de barrios residenciales, estos centros debieran resolver la relación con los vecinos de manera civilizada sin desarticular las esquinas. El estacionamiento es un tema de especial responsabilidad, donde no basta únicamente con plantar árboles. Si este programa se resolviera tan sólo invirtiendo el volumen, reconfigurando la esquina y dándole continuidad a la vereda, cuidando la convivencia con el barrio a través de los medianeros, las cosas andarían por mejor camino.

El *shopping* Atica, de los arquitectos Bruna y Cerqueria, propone una interesante solución de la sección del edificio que orienta las relaciones que se establecen entre sus distintos programas; lamentablemente el proyecto está contaminado por un repertorio de elementos formales, propios de la imaginería de la arquitectura para el consumo más convencional.

Para concluir, celebro que, pese a la ya mencionada hostilidad presente en esta área de la arquitectura, aparezcan nuevas propuestas

capaces de proponer nuevos puntos de vista para este fenómeno comercial. Sin duda la experiencia de Sabbagh y el contexto que rodea a Radic son factores que hacen más interesantes sus propuestas, frente a las de Mas - Fernández y Bruna - Cerqueria, que responden con menos certeza ante un requerimiento evidentemente más complejo. ARQ

### Consumer architecture

Matthias Klotz

Consumer architecture is without any doubt an emerging phenomenon in the globalized world, which has shaken up many of the dogmas of our profession. In the first place, it fits in better with what we know as *ephemeral architecture* than what we, (the architects of the past) understand as *architecture*. Although the concept of ephemeral is generally linked to works of reduced budgets, light structures, transitory, and generally for symbolic purposes, in the case of consumer architecture, these suppositions often tend to become distorted.

The challenge in these commissions is to compete and stand out in an unstable and constantly changing medium.

*Ephemeral architecture* is generally linked to a specific act, a specific commemoration or a specific representation.

The 19<sup>th</sup> and 20<sup>th</sup> centuries were plagued with good examples, arising from pavilion architecture. It was in these pavilions that new manifestos were often put forward, where experiments with new technology were performed, and where large or subtle differences were defined. Their principals were mostly state agencies that saw them as efficient communications tools.

The masterpiece of these pavilions was without any doubt the one in Barcelona, designed by Mies van der Rohe for the Universal Exhibition in 1929, and dismantled some months later. As we know, the purpose of that pavilion was radical, in that nothing was displayed in it other than the pavilion itself. On the other hand, its influence on architecture has been so enormous that, denying its essence, a replica was built on its original site at the end of last century.

As a recent example and in a closer socio-cultural context, we have the Chilean pavilion in the 1992 Expo Sevilla, designed by the architects José Cruz Ovalle and Germán del Sol. Without entering into architectural comparisons, I think that the Chilean pavilion in Sevilla (from

the point of view of the show) is a hybrid that clearly reflects the changes and contradictions introduced by present day consumer society.

Instead of a building showing itself as representing Chile as a hospitable country, with a respectable degree of technology and in the midst of an environment charged with nature, the local creative talents –born of the consumer culture, image and appearances– filled it with knick knacks, turning it into a circus that even had a main performance called *the iceberg*.

Remember that the *animal* had to be brought back to its place of origin by the Chilean navy in which most probably was the last performance of the creative talents.

I think that these two examples serve to illustrate the potential and the dangers of this, emerging, and hard to control development. On the one hand these commissions have the freshness of the immediate, essential, ephemeral and symbolic, but on the other they have a collective and abstract principal, generally uncouth, called the consumer. Although this consumer by himself does not present a threat, but rather is the justification of the commission, most of the time (unfortunately), he is represented by the same circus *creative* talents of *the iceberg*.

Another element that appears in this context is the importance of *image*. After the success of the Guggenheim museum in Bilbao, a mayoral fever for building the picture *post card of the city* has been set loose. It no longer matters what it is, but how it will look in the photograph. There is no self respecting city in the world that does not have the corresponding *Calatrava bridge*, or at least “*a la Calatrava*” which no longer really matters, as even the original is badly copied.

This is the first time in history that the importance of location, of space, of materials and personal experience, have been moved to a second plane, and in which the important thing is to consume architecture in the same way as cool drinks or TV serials.

I believe that consumer architecture takes place in a hostile environment, where everything changes, and where obviously the consumer is, and must be, considered as the center of attention; where fashion and tendencies define criteria, where everything is ephemeral but must give –at the very least– the appearance of permanence, and where the context is often a sort of battlefield where different *creative* talents struggle, striving to shout louder than their neighbors.

One must also not forget that its only purpose is profit; for this very reason the pressure that

the architects that practice it are subjected to is often unbearable, and in general they have not been trained to handle it. The result, added to personal incompetence, is self evident, and our cities look like product display stands.

With this background experience, I believe that taking on a project of this nature today constitutes a new challenge, for which we still do not have sufficient accumulated experience, and where good examples are the exception to the rule. I also believe that herein lies an opportunity that we must grasp in order not to continue to cede positions to professionals of other disciplines that do understand what the codes of these operations are.

The buildings that are presented below are without doubt exceptional works that have managed to resolve the problem, to a greater or lesser extent, recurring to different strategies.

Smiljan Radic's project resorts to the pavilion tradition. It is set in privileged surroundings, at a reasonable distance from the municipal building, with which it fortunately does not have to relate, and in the middle of a beautiful park designed by the architect Teodoro Fernandez.

In the description of his project, Radic himself quotes Sverre Fehn, with whose work there is an interesting relationship, especially with the Venice pavilion. The similar features, that begin with the materials, are noticeable even in the inclusion of natural elements (trees in one, granite rocks in another), a municipal park in both, and evidently the roofing solution, with a clear relationship. Radic's project falls into what we might call the *ideal scenario*. It is built in a park, next to water, with privileged views onto the mountains and with a program that, despite being one of *consumerism*, is laden with ritual, sweet smell and pleasing light. Radic replies to all this with his characteristic precision, subtly adapting to the surroundings and empowering them with a new element that blends the natural with architectural elements of certain primitiveness. This project will undoubtedly be a contribution to the quest we can recognize in the Rosario Pavilion by Rafael Iglesia or in some of the projects of the new generation of Paraguayans, such as Solano Benítez.

The subject of gas stations is undoubtedly an area to research; in the last decade and in the international arena, Foster's proposal for *Repsol*, which basically consists of three inverted pyramidal roofs with the inclusion of the company's colors, stands out. With regard to Juan Sabbagh's gas station, it is part of a long personal trajectory in this area, in which the

architect, amazingly, continuously reinvents himself over and over again.

As is evident, the central theme of the gas station is the canopy, to which, for some years now, small fast foods sales and service units have been added, which in some cases are not so small. Although this project resolves the dilemma of the roof impeccably and imaginatively, the solution is more conventional with regard to the equipping of the services. Referring back to the first point, the inclusion of large size graphic elements give the supports a new scale, which makes them independent of the canopy and inserts them in the background with clear reference to the materiality of the place. Sabbagh's desire to make elements independent is so strong, that even the base of the pumps is lifted off the flat level of the pavement and is resolved separately. In the cladding of the canopy he opts for laminated-type solutions, achieving a minimum thickness; the inclusion of built-in light fittings has been given careful thought, which highlights the quality of the element. There are however some independent roofs off to one side of the volume of services, that appear to be dissociated from the project and that furthermore include natural cladding elements. Those roofs are too small to generate much interest and appear to be a hybrid element handled with a certain degree of timidity. Maybe this remarkable gas station would be better without smaller elements; its manner of referring to nature by way of graphics is more interesting than when it materializes it so literally.

With regard to the strip center by the architects Mas and Fernandez, this program constitutes a new field of research where perhaps the most interesting of contemporary propositions come from the Croatian architect Hervoje Njiric. His work has been able to resolve even a *Mc Donald's*, among other projects plagued by corporate norms.

Even though these strip centers, or mini shopping centers, are not large scale, they undoubtedly affect the urban mesh, contributing to its dismemberment. I only have one question regarding this project: what is the architectural dilemma to be resolved in this case? Due to their location on the corners of residential boroughs, these centers should resolve the relationship with the neighbors in a civilized way without destroying the corner. Parking is a subject of special responsibility, where simply planting trees is not good enough. If this program could be resolved by just inverting the volume, reshaping the corner and giving continuity to

the sidewalk, paying attention to the coexistence with the borough by way of the neighbors, things would be on a better footing.

The Atica shopping center by the architects Bruna and Cerqueria, puts forward an interesting solution of the section of the building which orientates the relationships established between its different programs; unfortunately the project is contaminated by a repertory of formal elements, typical of the most conventional imagery of consumer architecture.

Finally, I applaud the fact that new propositions are appearing, capable of putting forward new points of view regarding this commercial phenomenon, despite the previously mentioned hostility prevailing in this area of architecture. Undoubtedly, Sabbagh's experience and the context surrounding Radic are factors that make their solutions more interesting, compared to those of Mas-Fernandez and Bruna-Cerqueria, which reply to an obviously more complex requirement with less self-assurance. ARQ