



ARQ

ISSN: 0716-0852

revista.arq@gmail.com

Pontificia Universidad Católica de Chile  
Chile

Bresciani L., Luis Eduardo

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

ARQ, núm. 52, diciembre, 2002, pp. 38-40

Pontificia Universidad Católica de Chile

Santiago, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=37505215>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en [redalyc.org](http://redalyc.org)

 redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

## 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 (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 Sudjic<sup>1</sup>*

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 repentinamente. 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



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.

*“Nuevos Centros Urbanos de Consumo”* de ciudad emergente que ha supuesto la transformación del suburbio residencial dormitorio en un centro comercial o el distrito de servicios, un tipo de lugar central creado sin un set de reglas. Este tipo de nuevas geografías de consumo está remplazando los lugares tradicionales, colocando en los espacios camineras una nueva geografía de consumo.

### Concentraciones dispersas: movilidad

De manera súbita, la creación de infraestructuras de movilidad, la ampliación de ellas y los cambios en el transporte, modifica la ubicación y la accesibilidad relativa de los lugares en el territorio. A mayor rapidez de los medios de interconexión metropolitana, más importante la ubicación o densidad de un centro, y sólo importa la accesibilidad a las redes, y con ello la cercanía de consumidores y proveedores que las utilizan. Múltiples trozos de ciudad se comprimen y modifican su relación entre sí, los cambios en los tiempos de desplazamiento. Los antiguos cruces de caminos y

<sup>1</sup> Sudjic, Deyan. *Architecture in the Age of Information*. Harcourt, 1996.

<sup>2</sup> DiPasquale, William C. *Planning the Real Estate Environment*. Cambridge, 1990.

<sup>3</sup> Harvey, David. *Postmodernism, the Logic of Late Capitalism*. Cambridge, 1990.

4 El Plan contempla la licitación privada de una línea de metro por Américo 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 Américo 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, extendible 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 Bayard, 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*, *hipermercados* 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 desplazamiento<sup>2</sup>, 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 Harvey<sup>3</sup> 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

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, eliminando 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-Santiago<sup>4</sup>.

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.

gran parte de los viajes que hoy se realizan de manera dispersa a lo largo de la ciudad y de los recorridos de buses e intercambios se concentrarse en las autopistas de transporte urbano. Esta concentración de flujos crea una red centralizada, fortalecerá a aquellas zonas que hoy son más selectivas y debilitará definitivamente las zonas periféricas integrados, haciendo aún más selectivo de “Concentración Industrializada”. Urbanamente, lo relevante es la transformación física de cada nueva obra y su impacto en el paisaje urbano, la masiva modificación que estos desplazamientos ejercerán sobre la arquitectónica y localización de las zonas urbanas.

## Geografías de consumo

De estas formas de “concentración dispersa” de los flujos de consumo, los más intensos y arquitectónicos como los nuevos centros dominados por los *malls*<sup>5</sup> y sus actuales híbridos, que este artefacto, única tipología urbana creada por el siglo XX, se ha convertido rápidamente producto de las tecnologías de las comunicaciones, los hábitos de consumo y el desplazamiento de las personas. Si las leyes de localización de las zonas residenciales y los proyectos urbanos ya son más predecibles, su diseño tampoco es más previsible, de la creatividad demolidora de los arquitectos o promotores comerciales, que es conocido y altamente refinado en la mercadotecnia y reglas de diseño.

El arquitecto creador del *Shopping Town* Victor Gruen<sup>7</sup>, propuso un concepto que generaba el diseño y programación de un centro comercial, eliminando todo lo que no era necesario: la maniera de calcular detallada la demanda, la generación de dólares por millón de metros cuadrados de diseño y su localización, la arquitectónica y el diseño interior. De esta ciencia surgen los tres tipos principales de diseño y programación de un centro de consumo: accesibilidad, área de consumo, accesibilidad y diseño. El Área de consumo: Éste es el espacio que rodea al centro comercial, en el cual los consumidores se desplazan a través de un nuevo centro y su amplitud es de entre 100 y 200 metros o en límites de 1000 metros.

<sup>8</sup> Diario La Segunda, Viernes 6 de Septiembre del 2002

<sup>9</sup> Harvey, *op.cit.*

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 expedidos 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

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 m<sup>2</sup>. 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<sup>8</sup>”.

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 ha controlar el 21% en la actualidad, tendencia que en el mundo ha llevado esta cifra ha sobrepasar el 50%. Lo anterior nos permite asumir, que así como este tipo de centros sumaba no más de 80.000 m<sup>2</sup> en todo Santiago a fines de los '80 y hoy esta cifra alcanza cerca de 1.000.000 de m<sup>2</sup>, durante la próxima década veremos un crecimiento aún más dramático y una mayor

de transportes, configurando relocalizaciones en las cuales el sistema de “acumulación flexible” se instala en el medio urbano que privilegia la afluencia constante reorganización interna, el cuerpo urbano y esparciendo su efecto en una multiplicación de centralidades. Dentro de las nuevas dinámicas de la física y de capital, los nuevos *mall*s pasan a ser verdaderos mecanismos arquitectónicos y programáticos para captar y nuevos estilos de vida, donde la decorativa de los *mall*s, los edificios y los *strips* de venta al paso y el comercio buscarán por sobre todo la atención del cliente, un cliente siempre ávido y espectacular.

Aunque frente a este panorama es más sensato aceptar los sistemas y organismos en permanente cambio, que somos a debates arquitectónicos que reconocen este fenómeno. Nuestros premios de arquitectura resaltan la individualidad, mientras nuestros edificios, sólo marginalmente, se refieren a lo construido.

El extenso plan de infraestructura y de transporte diseñado por el Plan Director, establece definitivamente los patrones de desarrollo y configuración urbana de Santiago, desde las fuerzas de la movilidad y la metrópolis. Aunque las tendencias urbanas producto de la mayor población son evidentes, el plan presenta en el horizonte una enorme oportunidad. La oportunidad en la posibilidad de manipular las fuerzas de la movilidad, la información, para crear nuevas “ciudades dispersas” o una constelación de ciudades urbanas que rearticule la metrópolis del siglo XXI.

La pregunta será entonces, cómo el diseño urbano pueden dar respuesta a la cultura de lo móvil de la ciudad, que mientras más ignoremos y desconozcamos las fuerzas reales, más nos alejaremos del paisaje ordinario y masivo, contemporánea, más marginal y trabajador respecto a las fuerzas de la ciudad industrial que nos rodean. De la manipulación de estas fuerzas