

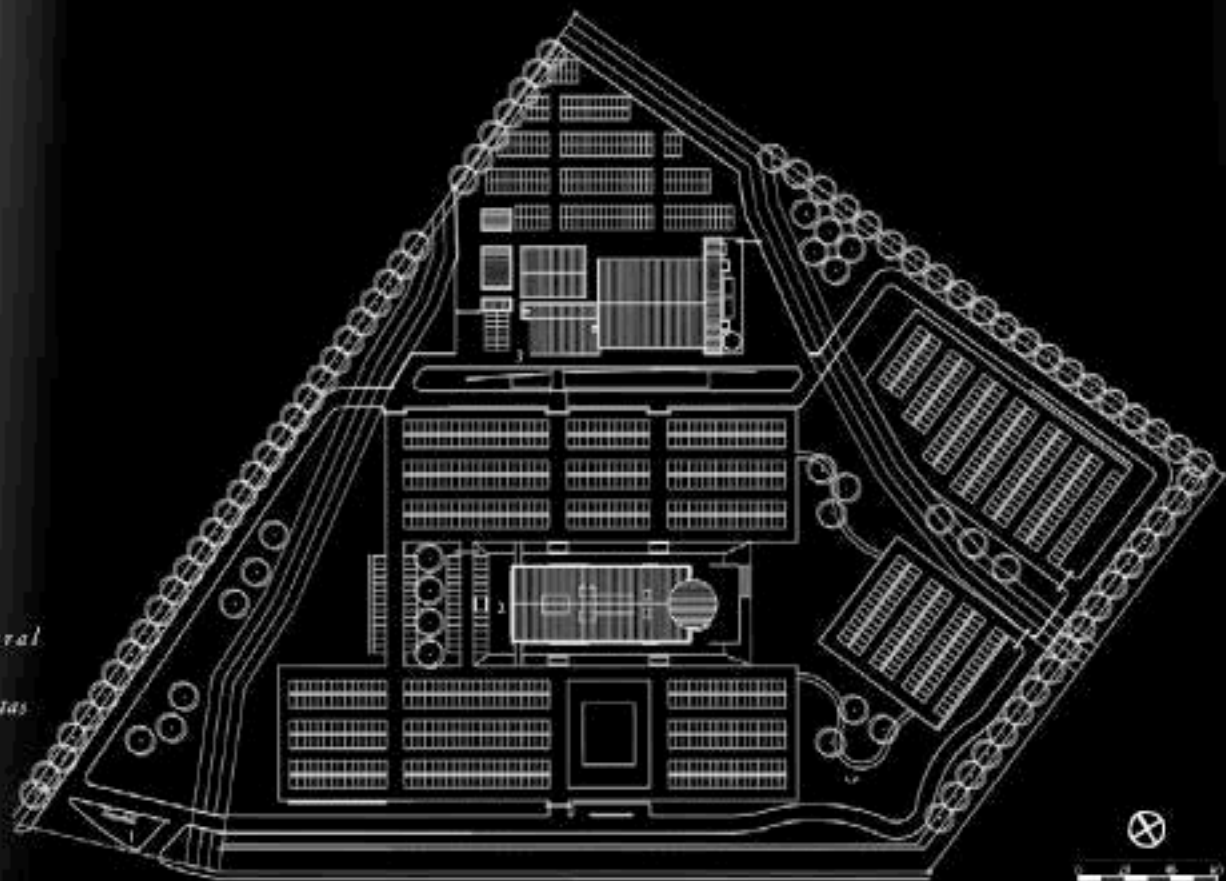
CAR ONE Y OTROS MEGA-SHOWROOMS
REPORTAJE A VAN BERKEL
SPINETTO CELEBRA LAS ARTES
LAMPARAS ENCENDIDAS

MARTIN SOLOMON RETRATADO
OTRA MIRADA: ARQUITECTURA CORPORATIVA
IR DE BARES



Planta general

1. Acceso
2. Salón de ventas
3. Talleres



CAR ONE: DIGNIFICANDO EL USADO

 Alfonso Corona Martínez

Aprendí hace muchos años que compran auto los que tienen auto, por eso las concesionarias de autos se ponen a la vista de los que pisan en auto. Concesionaria es el lugar donde se venden autos nuevos.

El Usado es otra cosa. Estacionado frente a la puerta, con un recipiente sobre el techo, es un descarte y no un objeto de admiración.

El programa de "Car One" es novedoso; busca la dignificación del usado, convirtiéndolo en deseable, no en el objeto de una resignación representada por la frase "No llegamos al Nuevo".

Hay un fidejateo internacional contra el usado. Su vendedor nos engaña. Un argumento contra Niala en cierta remota campaña electoral era "Would you buy a used car from this man?" ("¿Le compraría usted un auto usado a este hombre?")

Esta presentación es necesaria para comprender por qué esta nueva instalación rebosa prestigio; tiene que prestárselo al Usado. Y tiene que ser una imagen de Responsabilidad Técnica. Aquí no se vende cualquier usado, sino Usados controlados, garantizados.

Como si fueran Nuevos.

En el programa está, por lo tanto, un cierto vanguardismo; el edificio debe prestar a los Usados el brillo de su propia tecnología. Esto creo, es el programa "de imagen" elaborado por el Arq. Recondo con Federico Alvarez Castillo de UUM como "asesor de imagen" del nuevo emprendimiento de Manuel Antelo.

Esto es necesario porque como objeto en exposición, el Usado difiere enteramente del nuevo en razón de que no tiene novedad, no emociona con solo verlo. Es un modelo que ya he visto muchas veces. No me sorprende, como puede y debe hacerlo el Nuevo.

Pero puede adquirir alguna magia, y la Arquitectura puede prestársela.

LOCALIZACIÓN...

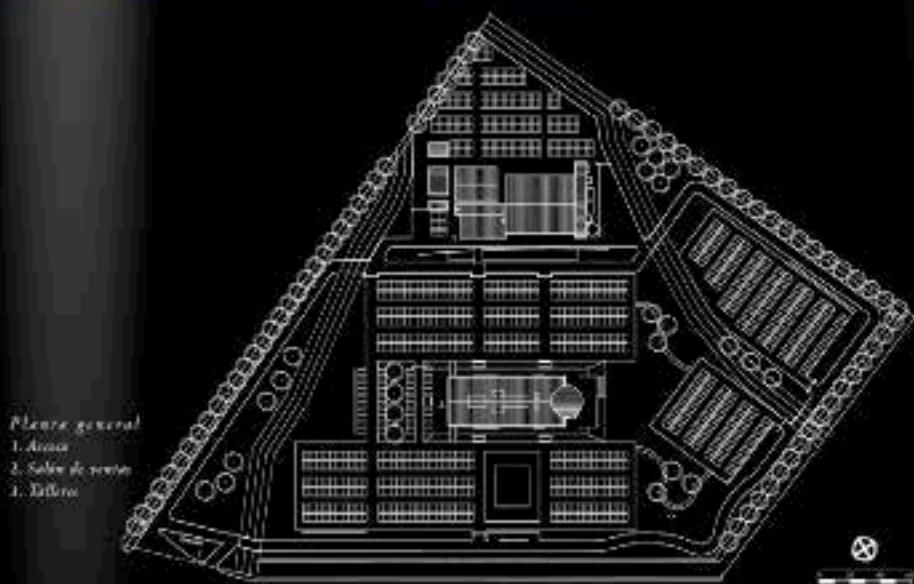
...es una palabra muy fría para mencionar el sitio donde se levanta Car One. ¿Por dónde pisan los autos? Por la Autopista. ¿Y cuál? La que tiene más caudal: Camino de Pilar, el nuevo y ya legendario polo de desarrollo del Área Metropolitana. El camino a Pilar y sus condominios cerrados es el eje urbano del Modo de Vida Norteamericano. Tuvímoslo en un tiempo Buenos Aires como París, ahora buscamos Buenos Aires como (Houston? Miami? LA?) y esa mítica ciudad norteamericana se hace camino de Pilar, o de Zárate. Y allí, cerca de la bifurcación de estas dos ramas fundamentales del nuevo Buenos Aires, estará este nuevo programa.

Un anexo de la Autopista. Las cosas que enfrentan las autopistas, o que son servidas por ellas, pueden ser adyacentes entre sí pero nunca se comunican por otra cosa que las autopistas mismas. A diferencia de la ciudad tradicional, en la que está el lido de íntera interacción, aquí es solamente dato geográfico; se nombra dónde quedan las cosas por proximidad con otras preexistentes. La ruta está jalada por los primeros edificios que la flanquean, y éstos sirven de referencia a los que les siguen. Así se describen las localizaciones en la autopista. Esto sucede porque no hay patrones, quienes relacionaban de manera no deliberada unas cosas con otras. Y las correlacionaban en profundidad, había cosas a la vuelta de la esquina de otras, por ejemplo. El espacio en la autopista es unidimensional, o sea, no es espacio. Es una serie lineal definida por el movimiento del automóvil.

Me nuevo con delicadeza en este terreno para evitar plagiar "Aprendiendo de Las Vegas". Pero entre el strip de Las Vegas y el mundo lineal de la autopista hay una diferencia sustancial. En Las Vegas se alinean instalaciones sustancialmente similares, hoteles/casinos, de modo que se puede elegir entre variantes de lo mismo. Bien mirado es un zoning implacable que debiera haber gustado a los urbanistas modernos.

En cambio en la Autopista hay sucesión de todo lo necesario para una ciudad y nada de lo innovatorio que hace que eso sea precisamente una ciudad.

Se presentan en sucesión librerías, shopping, cementerios parque y barrios cerrados, entre otras cosas.



Planta general

1. Acceso
2. Salón de ventas
3. Estéreo

Rodolfo Recondo, arq.
Complejo Car One.
Proyecto: UUM Producciones.
Localización: Tucumán Gagn.
Javier de Arkeyson, Santiago Albic
Ferre, arqs., Alkeria Amigo, Ing.
Ubicación: Panamericana, canal Pilar.
Superficie del suelo: 110.500m².
Superficie cubierta: 7000 m². Año: 1998.
Acreditado en sección Acreditado



Se nos muestran escenas significativas: representan por metáfora lo que hay allí (como los carteles gigantes de Las Vegas) o de manera pretenciosa como los Portales de los Croisés que anuncian/ocultan las delicias insordables de esos paraísos residenciales. Atrás, del otro lado del alambrado del country, puede haber un cementerio paqueño o una "villa". Esto no importa, porque el espacio profundo no existe, y por lo tanto lo que está más allá del límite es "remoto".

La ruta no tiene magia, tiene "haja de ruta", versión moderna de los "portulanos" en los que los antiguos navegantes registraban minuciosamente las costas de continentes enteros cuya profundidad ignoraban por completo. La autopista es el mar de los autos, y en su costa están estos nuevos puertos.

LLEGAMOS A "CAR ONE"

El edificio se presenta en la distancia como un templo sobre su podio, sobreelevado en medio de playas de estacionamiento. Por delante, frente a la autopista, los vehículos usados en venta; detrás del edificio, otros autos menos presentables de los clientes que acuden a ver si lo cambian. Por cierto que el edificio está paralelo a la autopista. Es la protagonista del tema: una corriente de los autos que aquí tienen un puerto. El templo es casi peripiteo: un alero sostenido por columnas muy esbeltas que lo rodea totalmente, pero en uno de sus extremos -el este, naturalmente- se ve abismado por un abside de toda la altura, que contiene en planta baja un McDonald's y en planta alta grandes oficinas jerárquicas; todo ello de vidrios oscuros, protegidos por unas fajas horizontales que le prestan dinamismo y resultan ser paravoles. Las demás aberturas son transparentes; hay dos accesos a la nave principal desde cada uno de los estacionamientos, atravesando las galerías. Estas parecen dimensionadas como para hacer frente a los grandes volúmenes de los estacionamientos, con espacios monumentales, que prestan dignidad al tema. No hay que dejar de lado la altura del

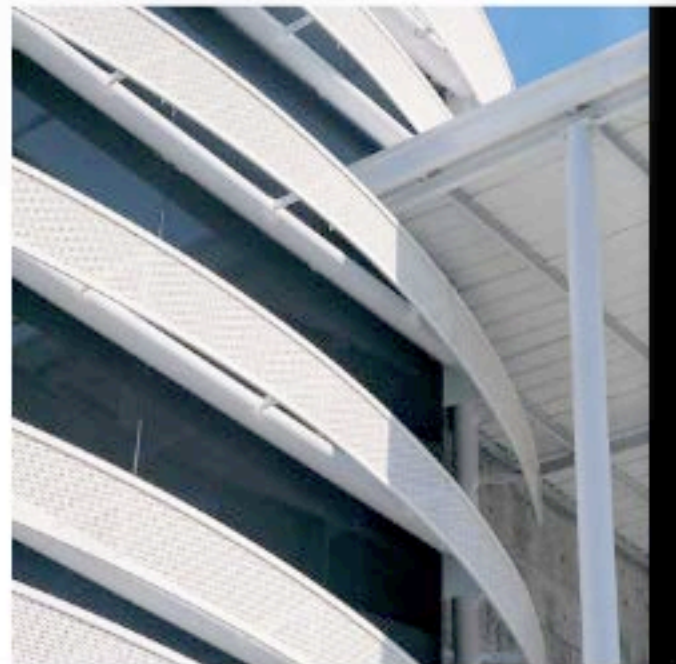
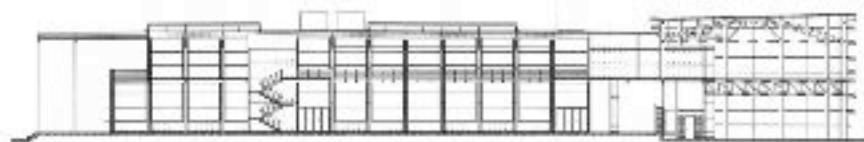


Foto: Gustavo Ruiz Pavelli

podio, que ofrece dominio sobre los autos estacionados, perspectiva que sugiere una equivalencia entre dominar y elegir.

El espacio principal, fuertemente simétrico, es por lo tanto transversal respecto de los ejes de entradas. Tiene sobre los lados entrepisos livianos en los que se localizan las oficinas administrativas. Es un interior proporcionado, una nave central con dos laterales más bajas. En planta baja, todo es para el público; y éste se atiende en principio por sí mismo. Varios puestos con pantallas interactivas permiten acceder a la información del stock en venta según diferentes variables (tipo, precio...)

Esto hace retroceder a un rol de apoyo pasivo al sujeto protagonista de la venta de usados: el Vendedor Agresivo - a cuya mala fama internacional nos referíamos arriba. El resto de la planta baja contiene una guardería de niños y un banco, que es el financiador de las operaciones. La sala principal muestra con firmeza los ritmos estructurales y declara los despices; se hace comprensible la estructura en todos sus elementos ▶



Edificio de ventas. Corte longitudinal



► y las instalaciones están incorporadas de manera didáctica, sin ser *high-tech* sugiere la racionalidad y la eficiencia.

Estas últimas reinan en los talleres en que los autos se recondicionan, del otro lado del estacionamiento de público, pero la visión de estas instalaciones les está vedada. La calidad y tamaño de los talleres es tal que parece como si estuviéramos en una planta de armado de autos, antes que en un taller de reparaciones.

El edificio principal impone su imagen y en cierto modo sintetiza una paradoja; en el interior de la sala principal no hay autos, solamente sus registros informáticos, los autos mismos, que están afuera, aparecen en las pantallas y quedan para la meditación del cliente en una hoja de impresora. Los clientes parecen estar jugando con computadoras, aunque la solemnidad monocromática del interior evoque una moderna sucursal de Banco. Tenemos casi un nuevo programa de arquitectura, el edificio de Car One dará seguramente su imagen de precisión a este paso indispensable para el consumo de un ídolo de nuestro siglo, el automóvil.

El arquitecto Alfonso Carona Martínez es profesor en la Universidad de Bolzano y autor del libro "Encaya sobre el proyecto".



Arco: Carona José Pineda



*Edificio de ventas
Cortes transversales*

