

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Arquitectura y Diseño Interior

Centrum: Un espacio anónimo internacional

Roque Mateo Barberis Barcia

Arquitectura

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Arquitecto

Quito, 16 de diciembre de 2022

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Arquitectura y Diseño Interior

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Centrum: Un espacio anónimo internacional

Roque Mateo Barberis Barcia

Nombre del profesor, Título académico

Mauricio Luzuriaga, PhD, MCP, Arq.

Quito, 16 de diciembre de 2022

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Roque Mateo Barberis Barcia

Código: 00208275

Cédula de identidad: 1312126673

Lugar y fecha: Quito, 16 de diciembre del 2022

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETheses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETheses>.

RESUMEN

El proyecto busca la conceptualización del Mundaneum de Otlet como un espacio anónimo e internacional. El anonimato y la internacionalización llevan al “Centro Comercial” considerado como un producto que se puede implantar globalmente. El programa parte del comercio y su potencial como intercambio de información manifestada en el producto. De esta manera, se mezclan dos nociones, el mercado romano del *Castrum* y el *mall* moderno con su estructura cerrada, anónima. La propuesta exige que el edificio explore la reinterpretación de esa actividad que genera ciudad, mientras se convierte en un centro de conocimiento a través de los símbolos y el inconsciente del colectivo humano. El prototipo aplicado a Beirut después de la explosión busca reactivar la zona en la que se implanta.

Palabras clave: Mundaneum, anónimo, internacional, Castrum, Beirut, comercio, Centro comercial, símbolo, prototipo.

ABSTRACT

The project looks into the conceptualization of Otlet's Mundaneum like an anonymous and international space. The anonymity and internationality brings the "Shopping Center" as a product that it can be placed globally. The program starts from commerce and its potential as exchange manifested in the product. That's how, two notions are mixed up, the market from the Roman *Castrum*, and the anonymous modern *mall* with its rigid structure. The proposal demands that the building explores the reinterpretation from this activity that generates city, while it becomes a center of knowledge through the symbols and the unconscious of the human mind. The prototype is applied in Beirut after the explosion looking forward to reactivate the zone where it is placed.

Key words: Mundaneum, anonymous, international, castrum, Beirut, commerce, Mall, symbol, prototype.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	9
Desarrollo del Tema.....	10
Propuesta.....	17
Conclusiones.....	25
Referencias Bibliográficas	26

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Visión de Otlet para el Mundaneum.....	9
Figura 2: Relación símbolo-edificio. Elaboración Propia.....	10
Figura 3: Collage atmósfera del concepto. Elaboración Propia.....	11
Figura 4: Propaganda de la cadena Centrum. Elaboración Propia.....	12
Figura 5: Diagrama relación mercado- ciudad. Elaboración Propia.....	13
Figura 6: Aproximaciones SITE de la cadena BEST.....	Error! Bookmark not defined.
Figura 7: Diagrama programa. Elaboración Propia.	Error! Bookmark not defined.
Figura 8: Plan "I \$% @# Beirut". Elaboración Grupal.....	15
Figura 9: Collage contraste atmósfera-realidad. Elaboración Propia..	15
Figura 10: Diagrama sitio-ejes. Elaboración Propia.	16
Figura 11: Diagrama Partido. Elaboración Propia.....	17
Figura 12: Diagrama Programa. Elaboración Propia.	17
Figura 13: Implantación con contexto. Elaboración Propia.....	18
Figura 14: Planta de Ingreso N +0.00. Elaboración Propia.	19
Figura 15: Planta de N+4.00 y N+8.00. Elaboración Propia.	19
Figura 16: Planta N+12.00 y N+16.00. Elaboración Propia.....	20
Figura 17: Planta N+22.00 y N-4.00. Elaboración Propia.....	20
Figura 18: Alzados. Elaboración Propia.	21
Figura 19: Corte Axonométrico Espacio Central. Elaboración Propia.....	21
Figura 20: Secciones. Elaboración Propia.	22
Figura 21: Vista Edificio Contexto. Elaboración Propia.	22
Figura 22: Axonometrías. Elaboración Propia.....	23
Figura 23: Vista Plaza Elevada: Elaboración Propia.	23
Figura 24: Vista Ingreso Norte y Espacio Central. Elaboración Propia.	24
Figura 25: Vista Ingreso Norte. Elaboración Propia.....	24

INTRODUCCIÓN

El proyecto parte del estudio de la idea de Paul Otlet en 1910 para un centro internacional que albergaría todo el conocimiento, el Mundaneum. La materialización del proyecto nunca se llevó a cabo y con el pasar de los años, la llegada del internet y la saturación de información se ha tornado utópico pensar en un solo lugar que albergue todos los documentos producidos por la humanidad. De la propuesta de Otlet se rescata la noción del símbolo, la globalización y cómo el edificio puede volverse un espacio anónimo, un producto.

Así, se explora el programa del centro comercial que tiene su origen en Roma con el Mercado de Trajano y que se retoma en los años sesenta del siglo pasado con el arquitecto Victor Gruen. Por tanto, la edificación se vuelve una reinterpretación de estas dos condiciones: El mercado alrededor del foro dentro de un *castrum*, colonia romana, que genera ciudad y el *mall* moderno que traduce sus productos y actividades como información que se intercambia.

El 4 de agosto del 2020 se produjo una explosión en el puerto de Beirut. Ante la devastación de la zona se dio la oportunidad de repensar el centro de la capital de Líbano. Al ser el foco de atención del mundo y con la necesidad de reconstrucción se ve oportuno implantar el edificio allí.

DESARROLLO DEL TEMA

Mundaneum.

La visión de Otlet en 1929 para el Mundaneum planteaba un lugar donde todo el conocimiento del mundo pudiese ser almacenado. Esto dado a que él pensaba que un mundo organizado debía contar con un sistema que potencie el progreso de la humanidad. Si en la atmósfera de progreso que se vivía en aquella época el proyecto ya se pintaba como utópico, en el mundo contemporáneo ello es un imposible. Vivimos en la época de la información, de la desinformación, la saturación, las imágenes, los símbolos. El Mundaneum está en la palma de nuestras manos. Hoy por hoy el exceso de información y el libre acceso y edición de ella es lo que ha hecho que se haya perdido la credibilidad de esta. El progreso de la tecnología ha obliterado la distancia de la humanidad. La globalización es una realidad. Plantear un edificio como el imaginado por Le Corbusier quedaría en una aproximación centralista y de una infraestructura limitada. Así se concibe al Mundaneum como un espacio internacional, que no le pertenece a nadie (anónimo) y que está en todos lados.

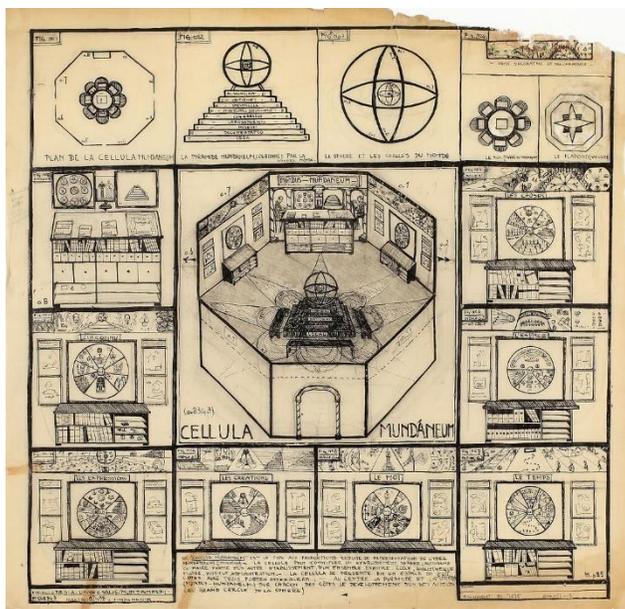


Figura 1: Visión de Otlet para el Mundaneum.

Espacio internacional.



Figura 2: Relación símbolo-edificio. Elaboración Propia.

En la actualidad vivimos rodeados por símbolos, muchas veces traducidos en publicidad y propaganda. Así nace el interés en las marcas y cómo estas se han extendido por el globo terráqueo. Se puede beber una Coca-Cola en casi cada rincón del planeta y ya se ha vuelto un símbolo arraigado en el inconsciente humano. Lo antedicho es un fenómeno que se repite con varias



Figura 3: Collage atmósfera del concepto. Elaboración Propia.

grandes marcas que solo con su logotipo son capaces de crear una imagen de familiaridad en la mente. Detrás de las cadenas hay productos que en una imagen más amplia terminan siendo información. ¿Si el edificio es un producto, se vuelve el edificio un rótulo como lo ve Robert Venturi? En una sociedad de consumo los productos son información y estos necesitan un lugar para ser exhibidos.

Eso se entendió desde el inicio de la industrialización y la era moderna con el *Crystal Palace* de Joseph Paxton en 1851, que sirvió como recipiente para exhibir los avances tecnológicos y productos internacionales de la época. En la actualidad lo más cercano a un *Crystal Palace*, en términos programáticos, es el Centro Comercial. Es un programa catalogado por Koolhaas en su ensayo *Junkspace* como “el museo de todas las cosas que están mal en la sociedad americana y que te separa de la realidad.” Aquí podemos decir que en una técnica de anti diseño el *mall* se vuelve un espacio internacional que al tiempo de separarte de lo real te separa de su contexto. El Mundaneum se puede volver un dispositivo de desinformación que depure la saturación que vivimos hoy en día. El mall del mundo está al acceso de todos. Centrum es la solución.



Figura 4: Propaganda de la cadena Centrum. Elaboración Propia.

Antecedentes

El antecedente del Centro Comercial es el Mercado, siendo este el de Trajano en el año 107 y 110 D.C. el primero del que se tiene registro. En la antigüedad el comercio era una de las principales técnicas de traspaso de información, y su ubicación era estratégica. Se establecía en el *castrum* que era una fortificación romana y lo que daría inicio a un nuevo asentamiento. Siempre se empezaba trazando el *Cardo* y *Decumanus* y en la intersección de sus dos vías principales se establecían el foro, que se vuelve la plaza de la ciudad. En muchos casos el mercado se ubicaba alrededor del foro. En el caso de Trajano es así y genera ciudad al acompañar esta plaza con el comercio.



Figura 5: Diagrama relación mercado- ciudad. Elaboración Propia.

El mercado fue evolucionando con distintas aproximaciones mayoritariamente condiciones establecidas en la ciudad como el zoco que habitaba la calle. En la era moderna el que estableció las bases del prototipo fue Victor Gruen que lanzó un artículo en la revista *Progressive Architecture* dando el prototipo de lo que sería el *mall* americano. El centro comercial entonces perdió

relevancia por su estructura rígida. Esto cambio en el posmodernismo con grupos como SITE (*Sculpture in the Enviroment*) que reflexionaron sobre como esta tipología puede tener un carácter simbólico y artístico realizando varias intervenciones en la cadena de supermercados BEST. El



Figura 6: Aproximaciones SITE de la cadena BEST.

proyecto busca reinterpretar y usar estas dos dicotomías. Se reinterpreta el Centro Comercial como una estructura rígida que es interrumpida por su antecesor—el mercado.

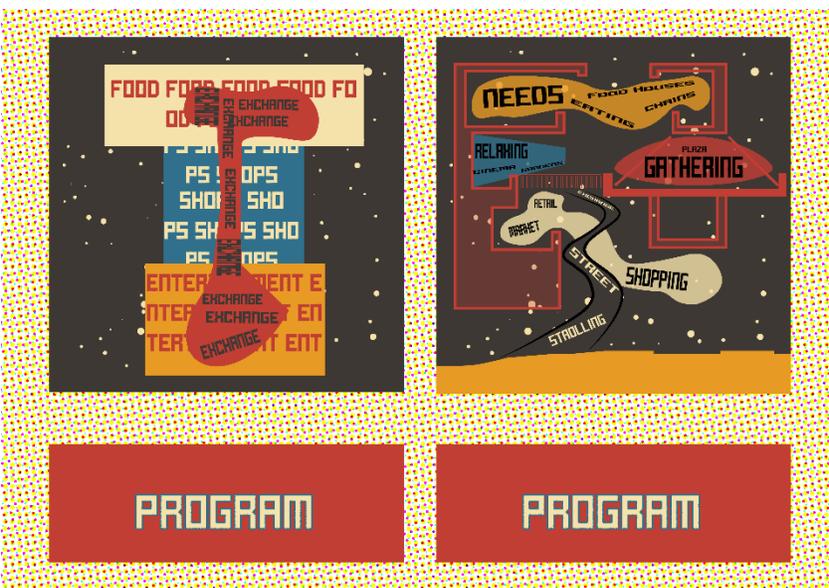


Figura 7: Diagrama programa. Elaboración Propia.

Lugar-Beirut-Implantación



Figura 8: Plan "I \$%#@# Beirut". Elaboración Grupal.

Una vez establecido el programa se procede a la implantación de este en un lugar en específico. El proyecto busca un sitio para implantarse en la zona diseñada para la rehabilitación del puerto de Beirut después de la explosión del 2020. La Bahía de St. George quedó devastada y



Figura 9: Collage contraste atmósfera-realidad. Elaboración Propia.

en el proyecto “I \$%#@# Beirut” se diseñó a través de la ausencia. La idea fue aislar el silo que quedó como hito de la explosión y generar dos caras, una que sirva como memorial y otra que rehabilite la zona desplazando la zona industrial a un eje más eficiente para la ciudad. La intervención propone una condición neutra donde cada espectador le daría su significado propio.

En este contexto se trazan los ejes más importantes de la ciudad y se analiza la condición de avenidas principales como la Av. Charles Helou que se ha vuelto una calle con una estructura rígida poco amigable para el que transita la ciudad. Así se propone un sitio que es la intersección de dos ejes principales del plan como si se tratase de un *cardo* y *decumanos* y que explora la posibilidad de contradecir lo que sucede en su entorno.

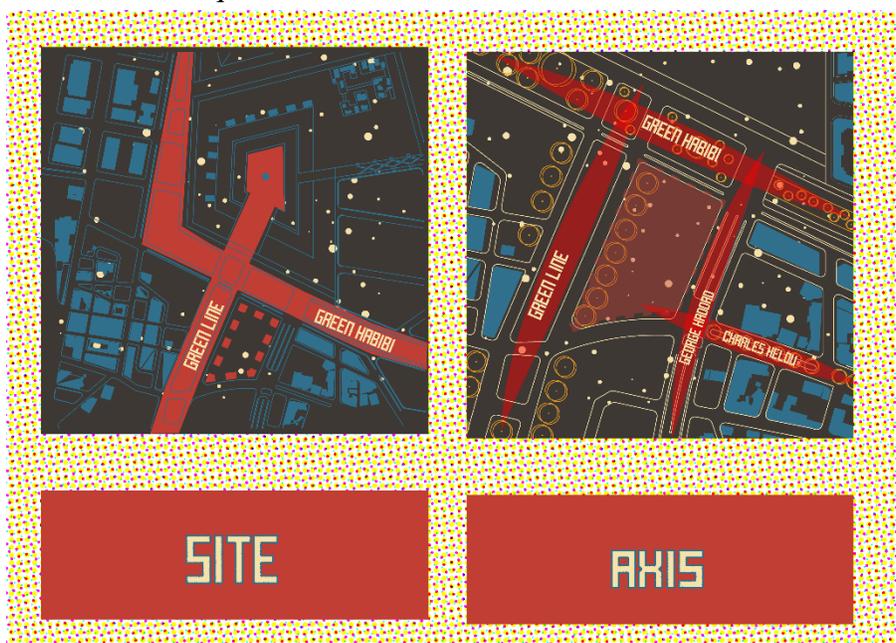


Figura 10: Diagrama sitio-ejes. Elaboración Propia.

PROPUESTA

A partir de la idea conceptual del *Mall del Mundo* se reinterpreta la tipología de Centro Comercial para que se vuelva un medio de desinformación que genere un espacio anónimo e internacional. Dado el programa se toma como partido el uso de dos barras programáticas que den lugar al espacio intermedio donde está la vida del proyecto. Se disponen las dos barras elevadas en planta libre orientadas exactamente en dirección norte-sur y se introduce la plaza elevada acompañada de su calle que rompe la estructura rígida de la tipología. El producto se adapta a sus condiciones y da la pauta para que se generen este tipo de conexiones en su entorno urbano.

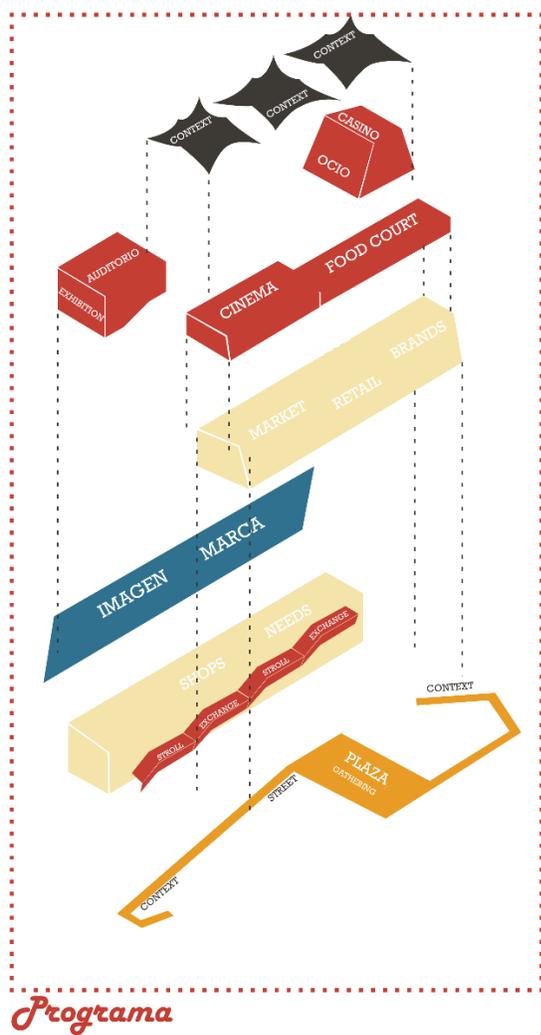


Figura 11: Diagrama Partido. Elaboración Propia.

Figura 12: Diagrama Programa. Elaboración Propia.

Planimetría.

En relación al tema planteado, se observa como el estudio del producto arquitectónico como elemento de desinformación se implanta en un lugar en específico, pero al mismo tiempo manifiesta la posibilidad de un no-lugar. Se toman decisiones específicas como dar la vuelta al edificio, un perfecto norte y un lugar central abierto parcialmente cubierto por motivos ambientales que refuerzan el concepto.

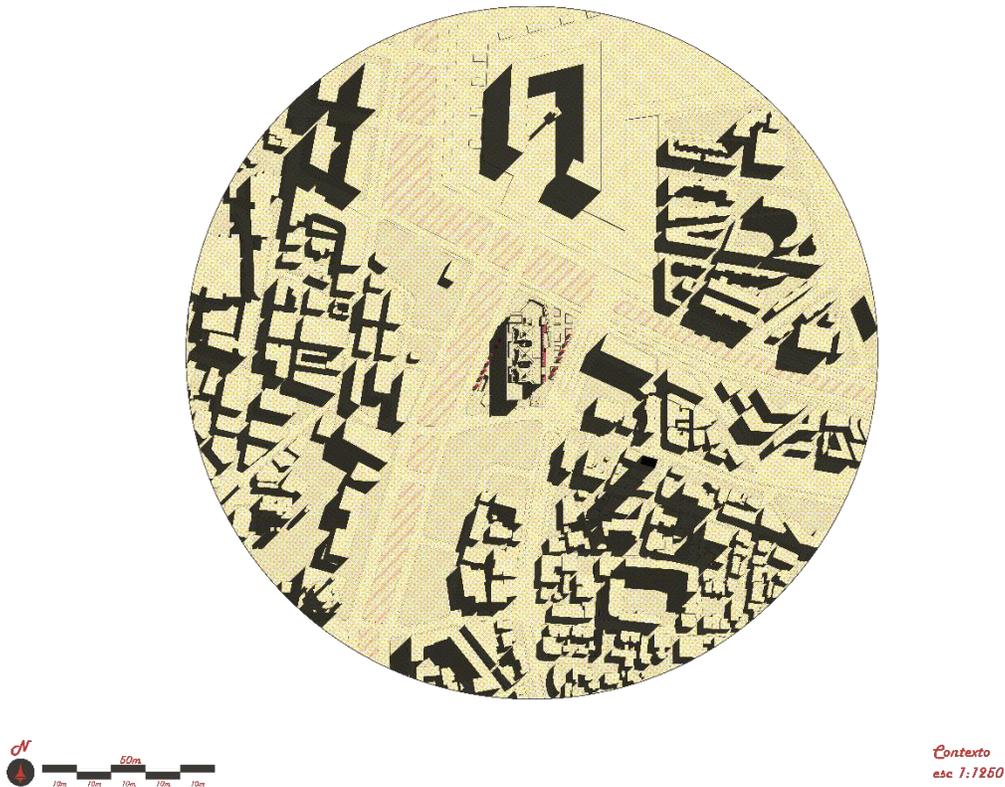


Figura 13: Implantación con contexto. Elaboración Propia.

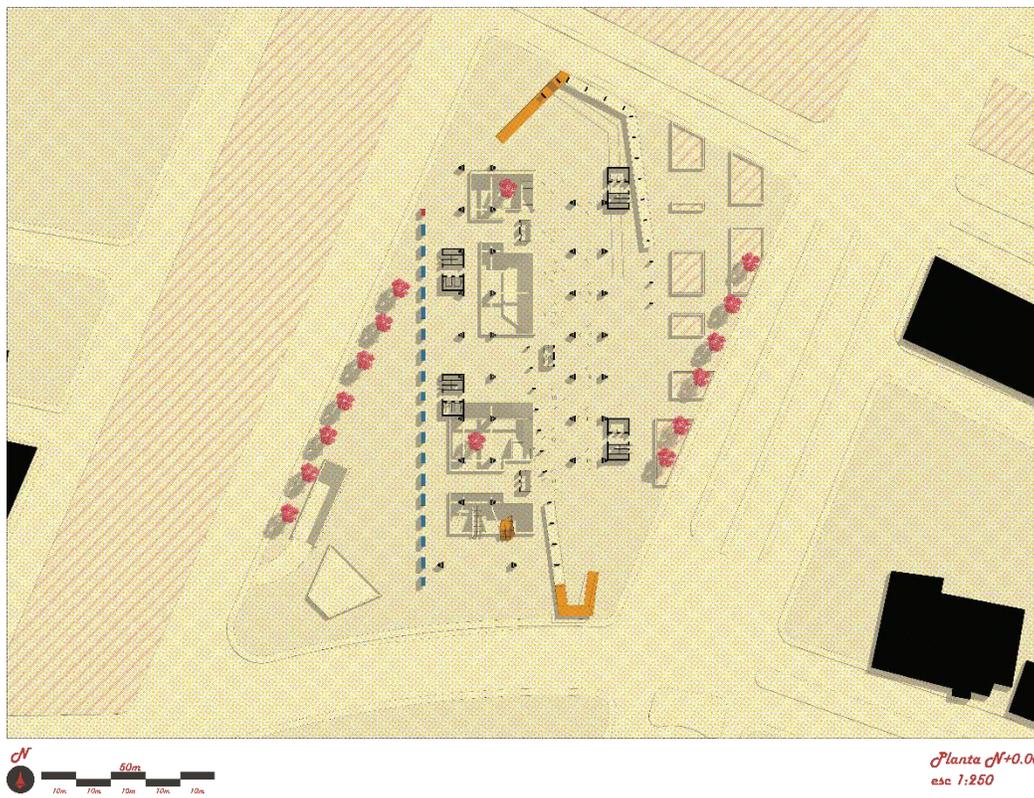


Figura 14: Planta de Ingreso N +0.00. Elaboración Propia.

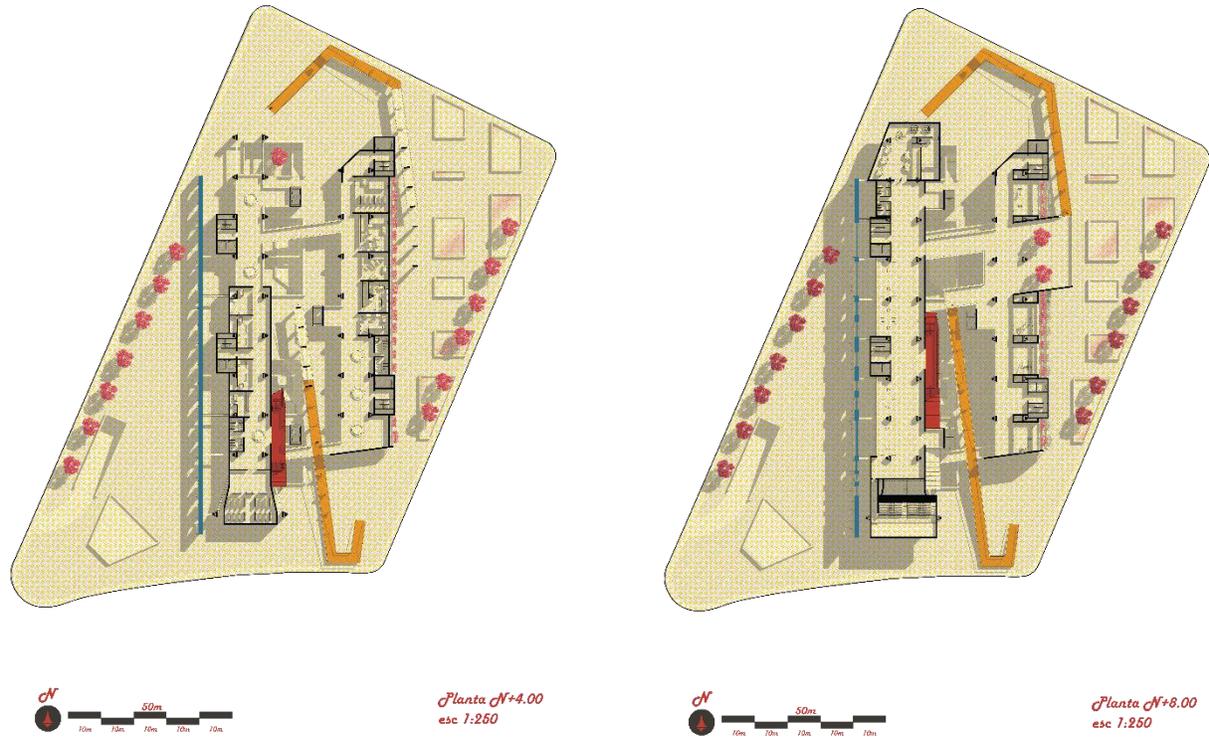


Figura 15: Planta de N+4.00 y N+8.00. Elaboración Propia.

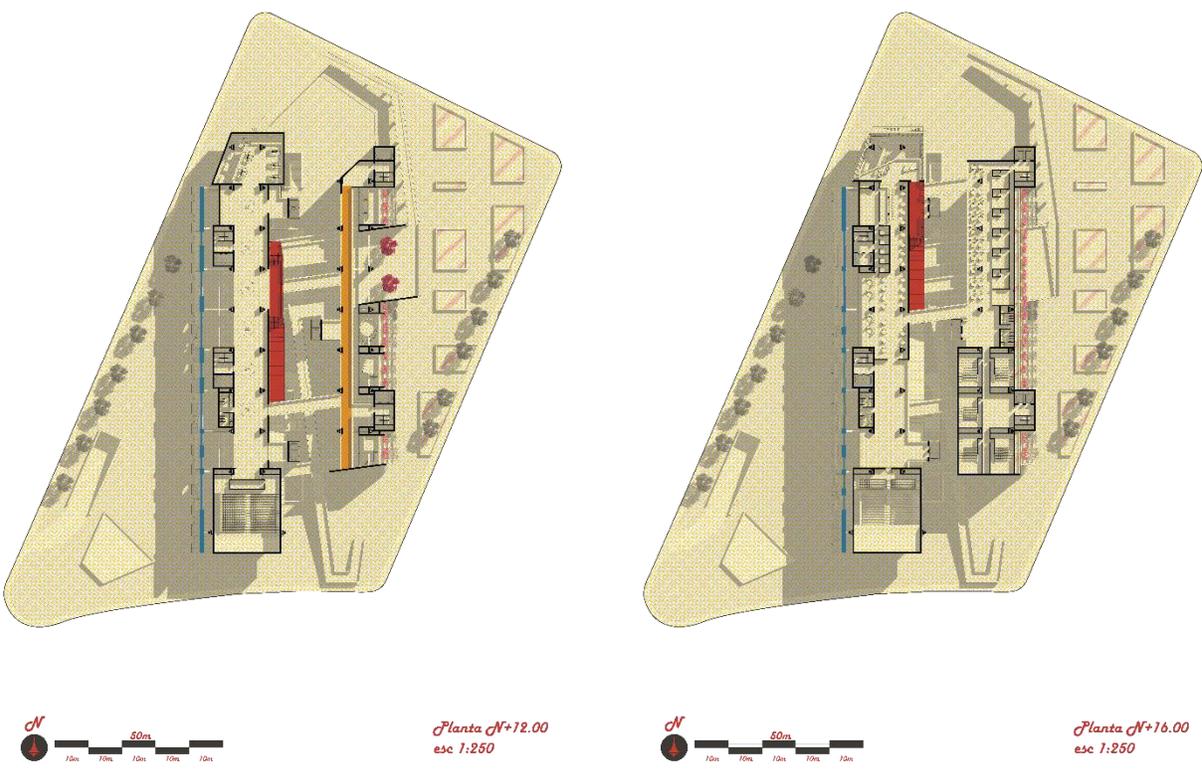


Figura 16: Planta N+12.00 y N+16.00. Elaboración Propia.

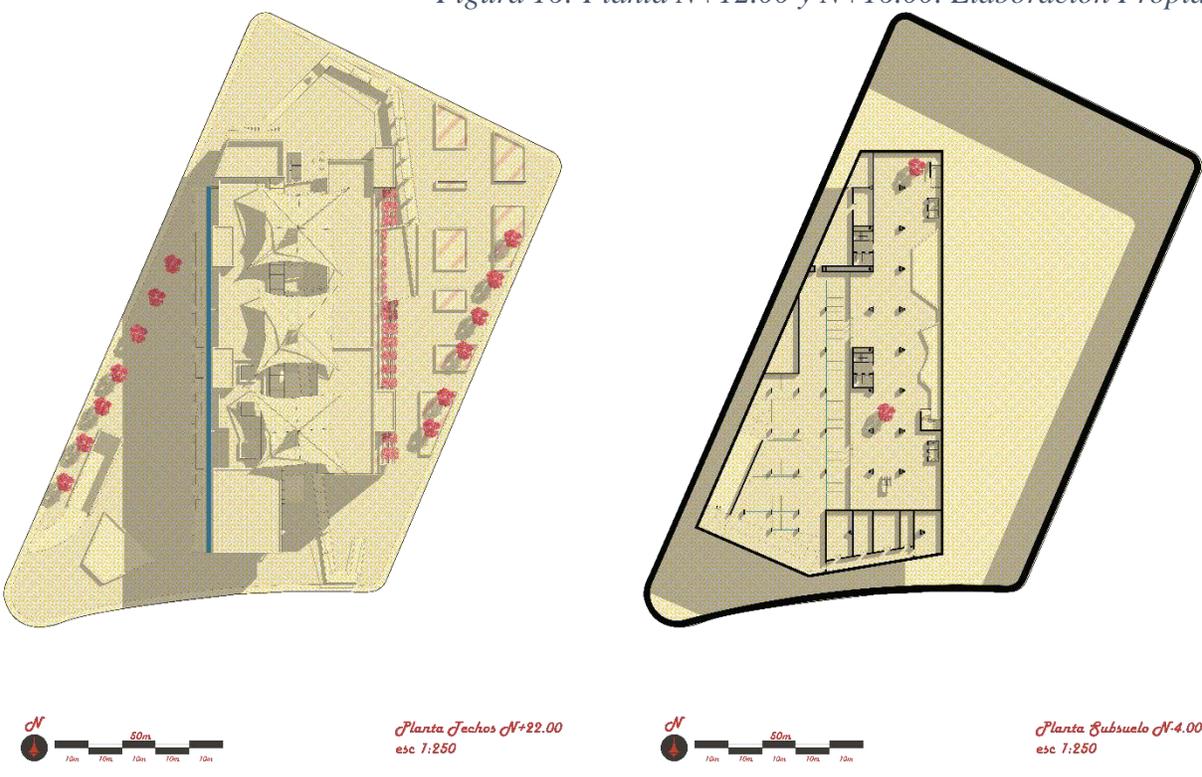


Figura 17: Planta N+22.00 y N-4.00. Elaboración Propia.

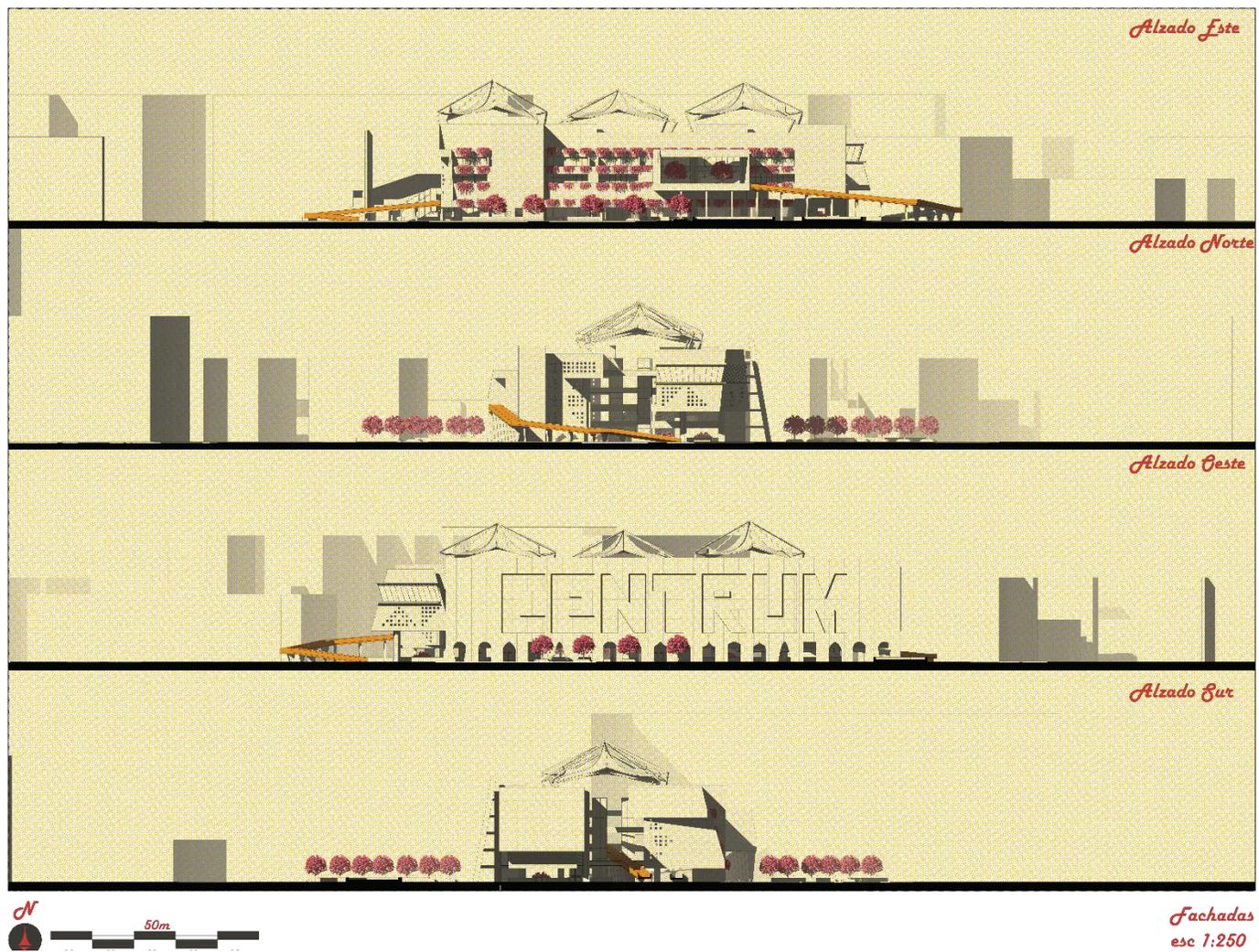


Figura 18: Alzados. Elaboración Propia.

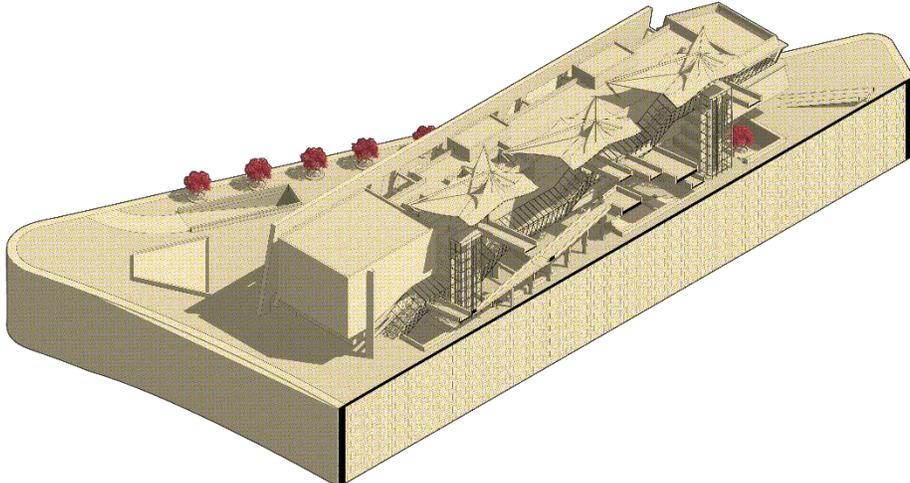
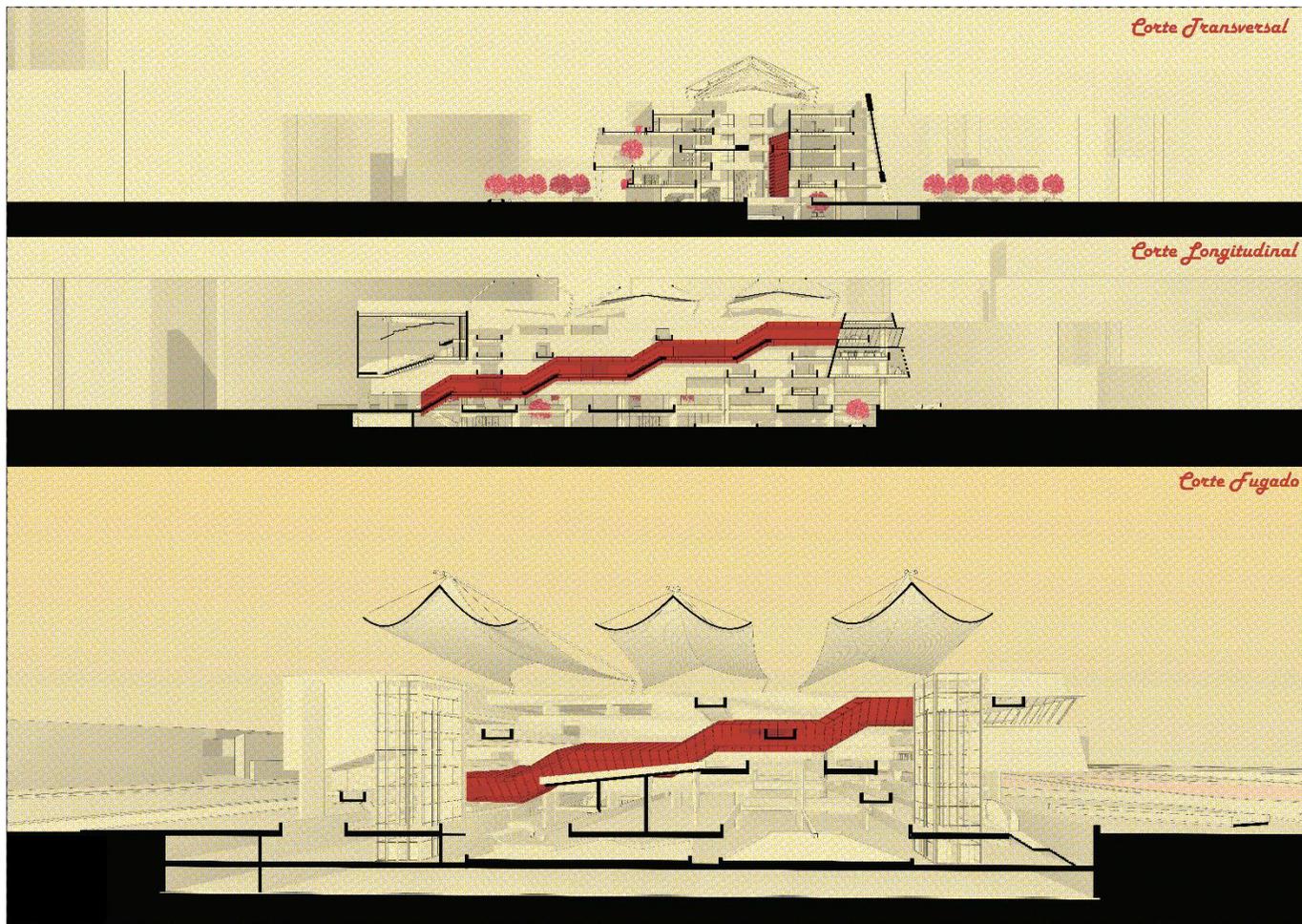


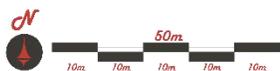
Figura 19: Corte Axonométrico Espacio Central. Elaboración Propia.



Corte Transversal

Corte Longitudinal

Corte Fugado



Secciones
esc 1:250

Figura 20: Secciones. Elaboración Propia.



Figura 21: Vista Edificio Contexto. Elaboración Propia.

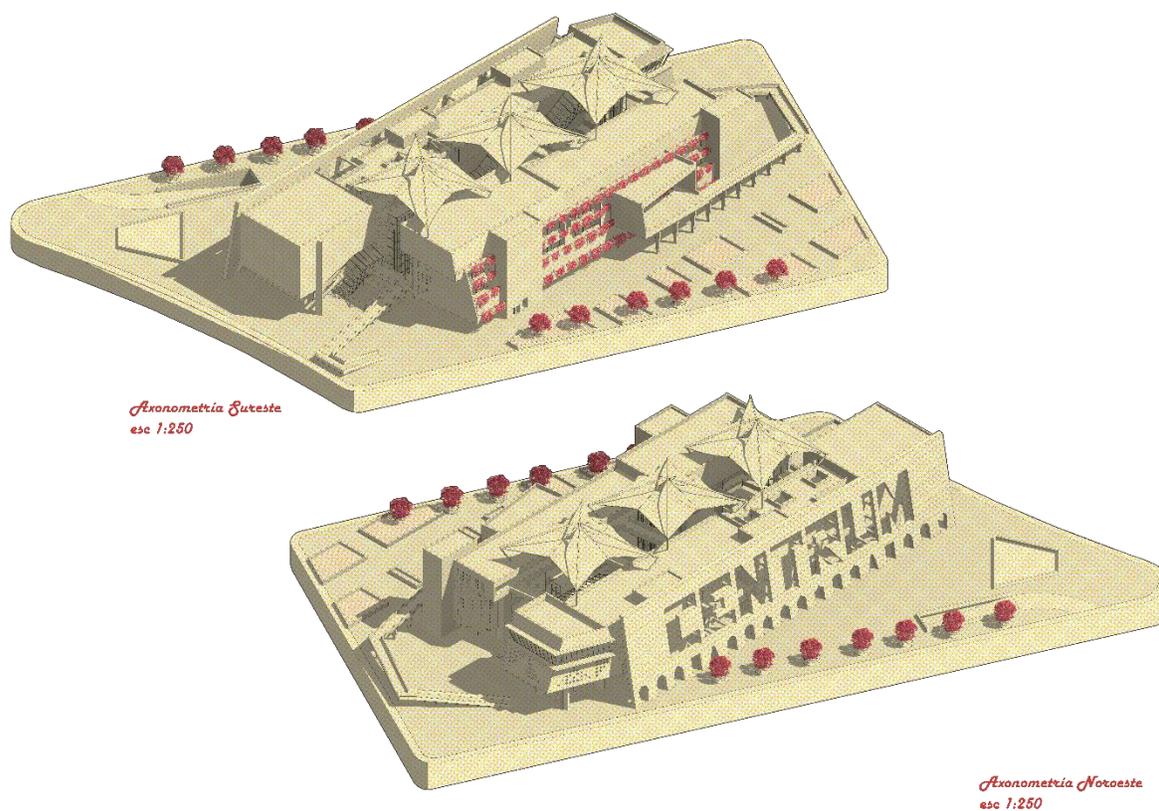


Figura 22: Axonometrías. Elaboración Propia.

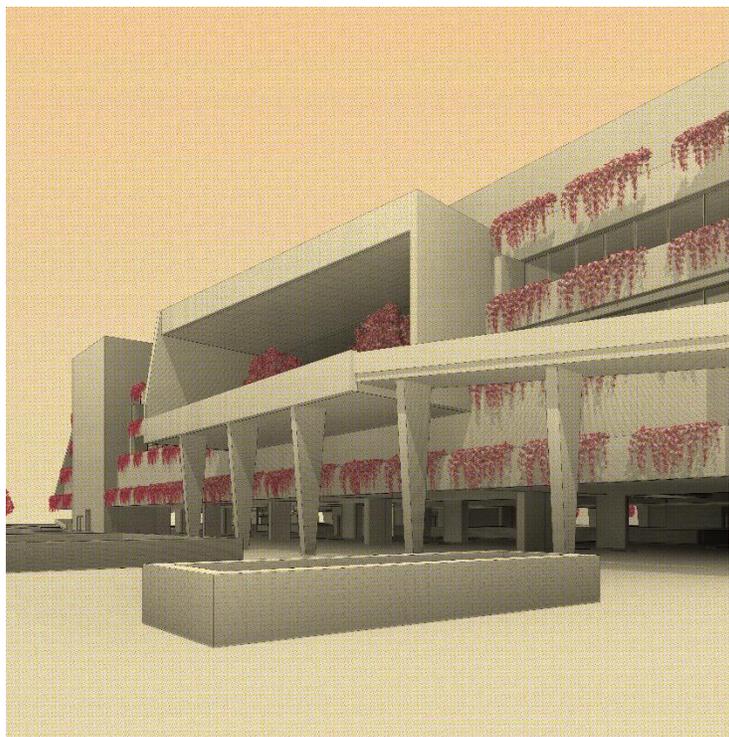


Figura 23: Vista Plaza Elevada: Elaboración Propia.

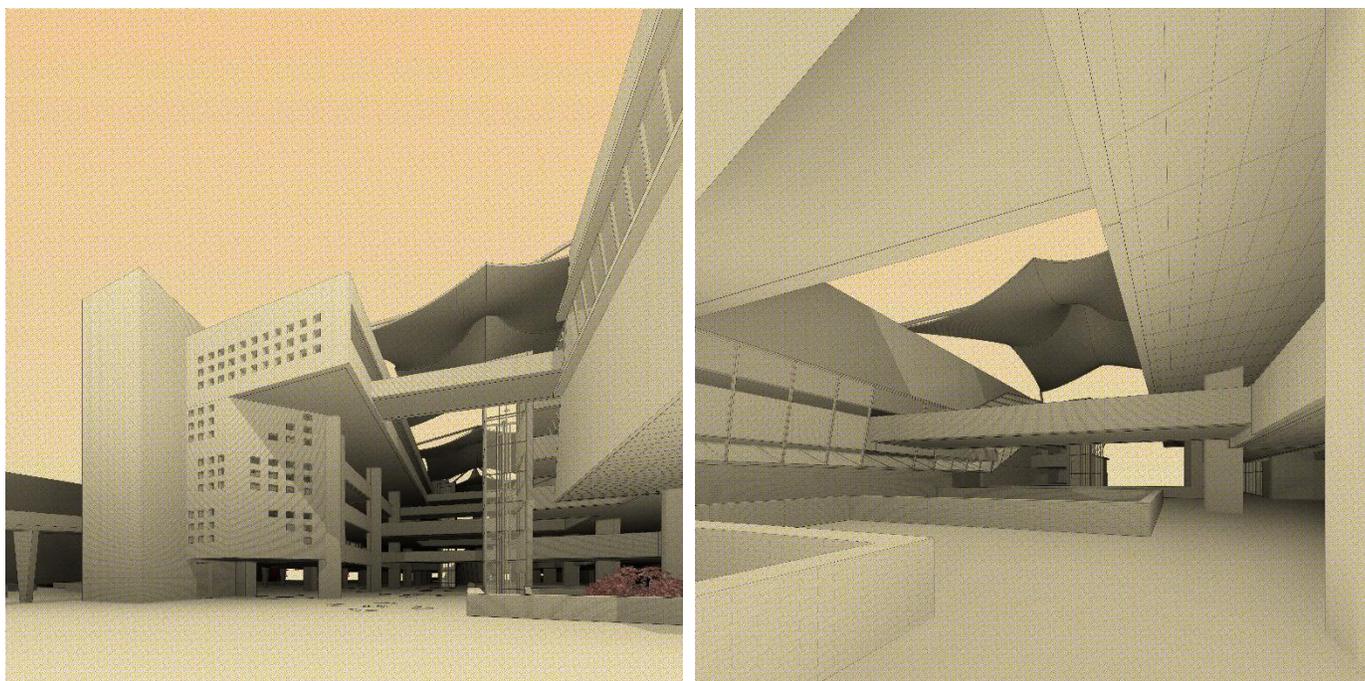


Figura 24: Vista Ingreso Norte y Espacio Central. Elaboración Propia.

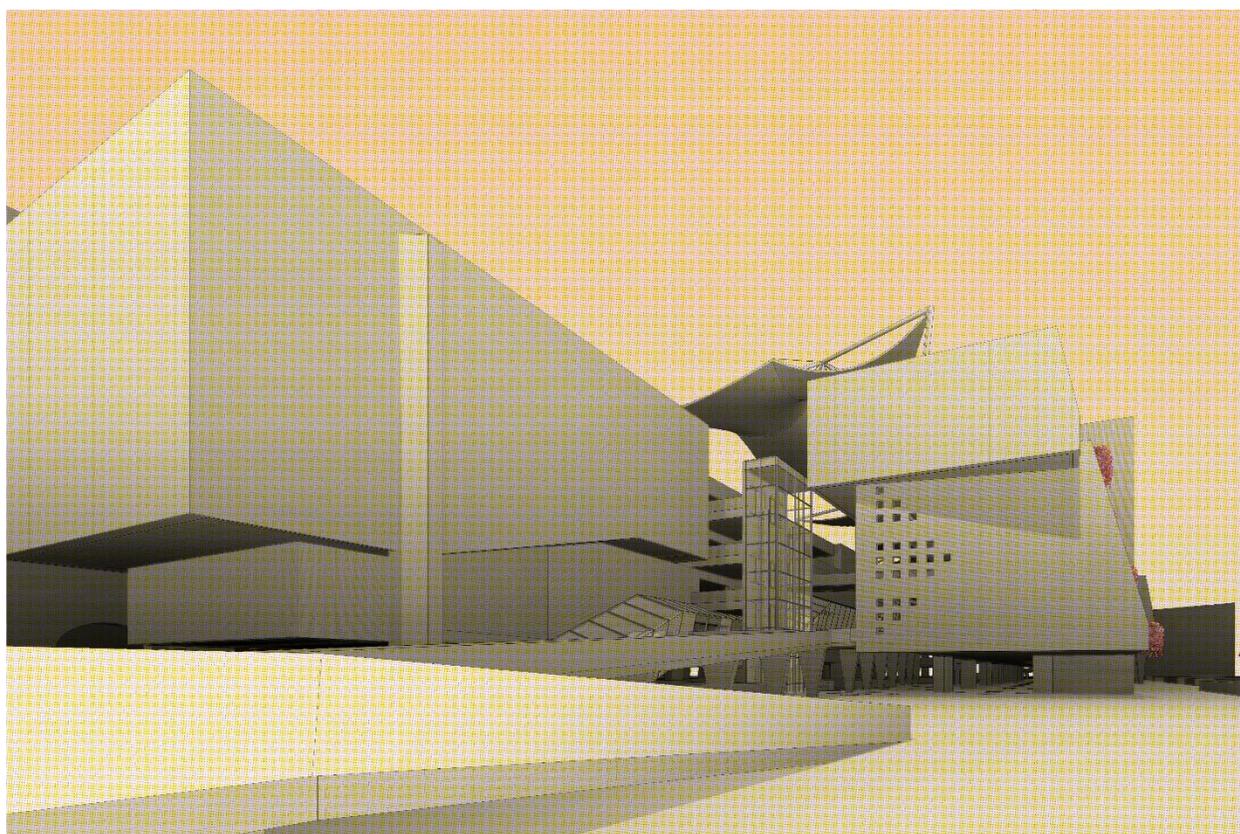


Figura 25: Vista Ingreso Norte. Elaboración Propia.

CONCLUSIONES

Frente a una era de consumismo el producto arquitectónico se puede volver un objeto comercial que no pierde la oportunidad de generar intercambio entre los usuarios que lo habitan. El programa se vuelve una excusa para generar estas interacciones mientras gana importancia el espacio neutro, el replicable e internacional. El edificio se vuelve ciudad en sí misma e incentiva a su entorno aledaño a mirar hacia adentro.

Ha quedado en el pasado la época del Palacio de Cristal y los grandes rascacielos de vidrio y metal que respiran aire acondicionado. El Mundaneum “*Centrum*” es una alternativa hacia la introspección, a la depuración de la saturación de información a partir del ocio, el entretenimiento y el intercambio. El edificio también se vuelve un lección de la importancia del espacio público y como toda la comunidad se beneficia de este. Aunque el edificio trata respirar y separarse de la realidad, al momento de implantarse reconoce al sitio y se vuelve parte de él. Es un símbolo más.

Es momento de aprender de la ciudad, de desconectarnos de las pantallas y habitar. El proyecto es un manifiesto acerca de la importancia de lo irrelevante, del dejarse llevar por lo simple y dar valor al anti diseño. Encuentra tu “*Centrum*” a tu más cercana conveniencia y consume como nunca lo has hecho antes. Localizados internacionalmente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Calder, B. (2022, November 21). *'It is time no longer to praise the Seagram Building, but to bury it.'* The Architects' Journal. <https://www.architectsjournal.co.uk/buildings/it-is-time-no-longer-to-praise-the-seagram-building-but-to-bury-it?tkn=1>. Recuperado el 16 de diciembre 2022.
- Koolhaas. (2003). *Junkspace*. Vol. 100, Obsolescence. Obtenido de Architectural Association School of Architecture: <http://links.jstor.org/sici?sici=0162-2870%28200221%29100%3C175%3AJ%3E2.0.CO%3B2-M>. Recuperado el 16 de diciembre 2022.
- Siracusa, M. (2016). *Paul Otlet's Theory of Everything*. Obtenido de Architectural Association School of Architecture: <https://www.jstor.org/stable/44027969>. Recuperado el 16 de diciembre 2022.
- Venturi, R., Brown, S. D., & Izenour, S. (1972). *Learning from Las Vegas*. Cambridge: The MIT Press. Recuperado el 16 de diciembre 2022.