

IDENTIDADES URBANAS LOCALES

GALERÍAS DE CONCEPCIÓN, UN ELEMENTO DE IDENTIDAD URBANA

Alicia Elizalde Cid¹

INTRODUCCIÓN

La ciudad de Concepción reconoce en su casco urbano, el ser ante todo una ciudad de servicio. Ello implica desplazamientos tanto de los habitantes de la ciudad como de otros poblados hacia las zonas localizadas en el centro de la ciudad.

Este lugar de encuentro, se ha constituido en un polo de atracción multifuncional, que concentra la prestación de servicios de los niveles comunal a regional, absorbiendo el 65% de las áreas de servicios de la Intercomuna y dando lugar a intercambios donde intervienen muchas personas.

En esta área central, existe un elemento característico que son las **Galerías Comerciales**, que han llegado a ser una parte integrante de la trama urbana, confirmando una fisonomía propia a la ciudad y otorgándole singularidad e identificación con su medio y su sistema de vida.

Si bien la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones no contempla en el Capítulo de las definiciones a las Galerías, éstas aparecen asociadas a los Centros Comerciales, Cap. 10 Art. 4.10.2, donde se establecen sus normas en términos de sus largos y anchos y se las define como *"el espacio interior, horizontal o en rampa, cubierto o descubierto, destinado a la circulación del público, con locales comerciales a uno o ambos lados"*.

Conjugando esta definición con aquella que se propone en la Ordenanza del Plan Regulador Comunal 2000, se podría definir a las Galerías como *una vía o espacio destinado exclusivamente al tránsito peatonal, que acoge una actividad comercial, construida en el interior de una manzana, con acceso a una vía pública* y cuyas características están reguladas en la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS Y SITUACIÓN VIGENTE.

La primera Galería Comercial de Concepción fue la Galería "La Moliat", denominada más adelante Galería Musalem y que fue construida alrededor de 1900 y demolida en la década de los años 60. Estaba ubicada en la manzana comprendida por las calles Freire-Caupolicán - Aníbal Pinto - Maipú y se conectaba con la Galería Freire, también demolida, en la misma década.

Durante el siglo XX y en las sucesivas décadas del mismo, en Concepción se construyeron un gran número de estas vías interiores al punto que la ciudad se ha caracterizado desde el punto de vista de la configuración de su trama, justamente por ello, lo cual le ha dado en este sentido un interesante carácter e identidad urbana que ha sido internalizado tanto en la forma cómo los penquistas viven su ciudad como los foráneos la visualizan desde fuera.

En cuanto a su ubicación, estas galerías se han construido preferentemente en el cuadrante formado por las calles Maipú - Angol - San Martín - Tucapel. Sin embargo su mayor número se concentra entre las calles: Freire - O'Higgins - Rengo - Castellón. En dicho cuadrante, su extensión alcanza a 2.830 ml, igualando, en términos de longitud a la vialidad de las calles de su emplazamiento.

En la actualidad, existe un total de 47 Galerías Comerciales, todas las cuales tienen una extensión de 4.280 ml y una superficie global de 17.102 m², cifras que permiten entender la importancia que las mismas tienen en el entramado de la circulación y el tránsito peatonal del centro de la ciudad.



Galería Giacaman, Concepción.

¹ Arquitecto.

PLANO DE GALERIAS DE CONCEPCION



PLANO SECTOR CENTRO - CONCEPCION

EMPLAZAMIENTO GALERIAS COMERCIALES

SIMBOLOGIA: '40 '50 '60 '70 '80 '90

Las Galerías Comerciales existentes en el centro de Concepción son:

DÉCADA DE CONSTRUCCIÓN	NOMBRE GALERÍA	Nº TOTAL, EXTENS.Y SUPERF.
1940 - 49	Martínez. Irazabal. Alessandri. Centro Español. Windsor.	Total : 5. Extensión :237 ml. Superficie :1.092 m ² .

1950 - 59	Olivieri. Aday. Rialto. Villa Iconsa 1 Giacaman 1 Universitaria (2 niveles) Ramos (2 niveles) Grace	Total: 9. Extensión : 856 ml. Superficie : 3.406 m ² .
-----------	---	---

1960 - 69	Akel Iconsa 2 Rividal. Centro Comercial Chacur Giacaman 2. Central. Romano. Panamericana. Banco Español. Maipú.	Total : 10. Extensión : 470 ml. Superficie : 1.880 m ² .
-----------	--	---

1970 - 79	Internacional (2 niveles) Musalem Centro Comercial O'Higgins El Dorado. Remodelación Catedral (2 niveles). Colo - Colo. Italia - Giacaman 3. Plaza. Palet. Montserrat. Gascón (3 niveles). La Hechicera (2 niveles). Bío - Bío.	Total : 13. Extensión: 1.528 ml.
-----------	---	-------------------------------------

1980 - 89	Centro Comercial El Corregidor (5 niveles). Zaror. Mairén. Amanecer (2 niveles). Colonial. Las Palmas.	Total . 6. Extensión : 783 ml. Superficie : 3.132 m ² .
-----------	---	--

1990 - 99	Las Araucarias (2 niveles). Ligure. Ymca. Los Arrayanes.	Total : 4 Extensión: 370 ml. Superficie:1.480m ² .
-----------	---	---

Total Galerías Comerciales	:	47
Total extensión / ml.	:	4.280
Total superficie / m².	:	17.102

INTEGRACIÓN DE GALERÍAS

Si bien las galerías indicadas en el catastro, se han construido en diferentes décadas, se ha logrado a partir de la iniciativa privada la interconexión de diversas galerías, conformando un sistema integrado que posibilita al peatón utilizarlas con preferencia para los desplazamientos.

Algunos ejemplos de esta integración son:

Martínez (1940) **Rialto** (1954) **Araucarias** (1990). M8.
Alessandri (1945) **Colonial** (1985). M7.
Centro Español (1945) **Grace** (1958). M4.
Aday (1951) **Palet** (1977). M4.
Iconsa 1 (1956) **Iconsa 2** (1962) **Central** (1964). M3.
Giacaman 1 (1957) **Giacaman 2** (1964) **Giacaman 3** (1975) M1
Universitaria (1958) **Ramos** (1958) **Banco Español** (1964) **Montserrat** (1977). M4.
Internacional (1970) **Hechicera** (1979) **Centro Comercial El Corregidor** (1980). M2.
Musalem (1971) **Zaror** (1980). M5.
Centro Comercial O'Higgins (1972) **Amanecer** (1982). M6.

ROL DE LAS GALERÍAS COMERCIALES EN LA TRAMA URBANA

Dentro de su propiedades, las Galerías Comerciales con su interioridad cumplen algunos importantes roles en su expresión urbana, a saber:

- *Protección Climática.* Si atendemos las condiciones del clima de Concepción, que puede ser considerado como clima templado-cálido con estaciones secas y lluviosas de duración semejante y una temperatura media anual de 13°C, podemos visualizar la importancia de disponer de vías de circulación peatonal interno que resuelva el efecto climático ofreciendo espacios protegidos.

- *Seguridad al peatón.* El flujo vehicular del centro de la ciudad genera molestia e inseguridad en los peatones, factores que son resueltos al utilizar la red de galerías comerciales que permite una circulación peatonal continua, fluida y agradable.

- *Densificación del centro.* Las Galerías Comerciales otorgan un mayor valor al terreno, al aumentar el frente comercial de éste, densificando el interior de las manzanas. Ello implica ventajas económicas que se dan en un centro provisto de alta frecuencia de tránsito peatonal.

- *Potencia de la función Comercio.* Por definición, la Galería acoge una actividad comercial, cuya característica urbana no solamente consiste en el intercambio y exposición de productos a la venta, si no que favorece las comunicaciones y el intercambio social.

- *Alternativa de circulación.* Si atendemos los objetivos del peatón que camina por el centro, éstos se pueden expresar de diversas formas:

- Al circular de un punto a otro, se busca el camino más corto para el logro de su objetivo, con paso rápido.
- El pasear, vitrinear, se da con un caminar pausado para tener una visión general de los productos exhibidos en los locales comerciales.
- Al comprar, se circula observando en detalle las vitrinas.
- Como lugar de encuentro o punto de reunión.

Para todos los objetivos señalados, las galerías comerciales ofrecen la mejor opción al peatón. Es así como se puede afirmar que en el sector de mayor densidad, el sistema de galerías integradas, se ha constituido en una real alternativa para el desplazamiento peatonal del área centro al conformar una red que iguala a las calles en longitud.

POTENCIAMIENTO Y PROYECCIÓN DEL SISTEMA

Se ha señalado que estos elementos urbanos permiten en términos comerciales la densificación del centro, ofrecen una circulación peatonal agradable, fluida, protegida de las inclemencias climáticas e independencia del tránsito vehicular.

El 100% de las galerías existentes tienen como función principal el comercio, lo que permite definir las como espacios urbanos articuladores de la comunicación y del intercambio social.

En este contexto, reviste especial importancia vitalizar y potenciar el sistema, logrando más y mejor conectividad de galerías, sean éstas a nivel o a desnivel. Esta idea está presente en la propuesta del Plan Regulador Comunal como una de las proposiciones de flexibilidad del Plan, pudiendo el sector privado acceder a una bonificación de constructibilidad para posibilitar dichas conexiones.

La irrupción del automóvil que impuso un módulo diferente de uso del espacio, determinó que las calles fueron fundamentalmente para ellos. La distancia y la estética de lo rápido, de aquello sin detalles, del mensaje sintético, trajo la cultura del pasar sin observar. Y si desde su aparición, el ciudadano dejó de poseer la calle, es necesario que se proteja de él, ya que la ocupación de las vías por el móvil veloz es definitiva qué mejor para ello el uso del patrimonio de nuestra ciudad y símbolo de su identidad, como son las galerías.

Un planeamiento imaginativo posibilitará la **re-inven-**ción del Centro, donde los elementos aquí descritos, integrados a los Paseos Peatonales existentes y a los Boulevard en desarrollo, puedan jugar en los albores del siglo XXI un importante rol para una obra urbana de gran significación para la Ciudad de Concepción, que le permita competir con otros centros urbanos y atraer capitales de inversión, reforzando una identidad física y manteniendo una de sus fortalezas, la escala humana de su espacialidad urbana.



Galería Lido, Teatro de Concepción II, Concepción.