

# 0341

cerotrescuarentayuno

LLC



www.domus.com.ar

HAY UN LUGAR DONDE PODÉS  
ENCONTRARTE CON TUS SENTIMIENTOS.

 **domus**  
www.domus.com.ar

**0341**  
cerotrescuarentayuno

LC

0341  
cerotrescuarentayuno

**Locales Comerciales**



Área de Servicios & Productos  
del CAD2



**CAD2**

COLEGIO  
DE ARQUITECTOS  
DE ROSARIO  
Distrito 2



0341 | cerotrescuarentayuno N°2  
Locales Comerciales

• **Área periodística:**

**Dirección Editorial:** Mesa Directiva CAD2

**Curador:** Juan Germán Guardati

• **Área Diseño:**

**Diseño Editorial:** Arq. Dis. Javier Armentano

**Fotografías:** Provistas por los diferentes estudios y por el Arq. Luis Vignoli

**Imprenta:** Borsellino Impresos

• **Área Comercial:**

**Dirección:** AS&P

**Área de Servicios y Productos del CAD2**

**Director General:** Arq. Manuel Ongaro

**Autoridades CAD2:**

**Presidente:** Arq. Aureliano José Saruá

**Vicepresidente:** Arq. Emilio Farruggia

**Secretaria:** Arq. Marta Ruarte

**Tesorero:** Arq. Ángel Seggiaro

**Vocales Titulares:**

**1° vocal titular:** Arq. Antonio Longo

**2° vocal titular:** Arq. Javier Grandinetti

**3° vocal titular:** Arq. Arnoldo Rolón

**4° vocal titular:** Arq. Marcelo Mascetti

**Vocal Titular al D.S.P:** Arq. José Florio

**Titular Comisión Revisora de Cuentas:**

Arq. Roberto Quinteros

**Juez Titular de Ética y Disciplina:**

Arq. Luis Reggiardo



# 0341 Locales

N° Obra	Página	Arquitecto
01	64	Arq. Marcelo Villafañe, Sebastián Guerrico, Nicolás Campodónico, Eleonora Flores, Laura Rois y Pablo Furlán
02	70	Arq. Rafael Iglesia
03	74	Arq. Nicolás Esteban Campodónico
04	80	Arqs. Miguel Faure, Carlos Malamud y Susana Riveira
05	86	Arq. Germán Ingrao
06	92	Arqs. Silvio Paz y María Pía Albertalli
07	98	Arq. Gustavo Borrasca
08	104	Arqs. Jorge Hidalgo y Arnoldo Hidalgo
09	108	Arqs. Franco Piccini y Damián Arias
10	114	Arq. Frances Fox y Mariana Potalivo
11	118	Arq. Melina Mannasseri
12	124	Arq. Ariel Defino
13	128	Arqs. Carina Mercado y María Adela Daboye
14	132	Arqs. Marcelo Sonnschein y Alejandra Handelsman

# Comerciales

N° Obra	Página	Arquitectos
15	136	Arq. Viviana Collavini y Lic. Pablo Brussa
16	140	Arq. Scarpin
17	146	Arqs. Alicia Finster y Nelson Piazza
18	152	Arqs. Ariel Raúl Grinblat y Federico Ortega Angelelli
19	156	Arqs. Martín Gascón y Carolina Bredicce
20	162	Arqs. Patricia Benito, Diego Del Canto y Rubén Del Canto
21	164	Arq. Gerardo Sculsky
22	168	Arq. Flavio Luciani
23	170	Arqs. Gustavo Di Prinzi y Juan Romano
24	174	Arqs. Patricia Lechini y Laura Soboleosky
25	176	Arqs. María Cristina Vozzi y Alfredo Esquivel
26	178	Arqs. Esteban Meritano y MMO Damián Moljo
27	182	Arqs. María Cristina Vozzi y Alfredo Esquivel
28	184	Arq. Fabián Llonch Arqs. José Luis Ruani y Sebastián Luis Ruani



ARQ. AURELIANO JOSÉ SARUÁ  
Presidente del CAD2

## Dos formas de expresar un mismo proceso

**P**roceso que vinculado a las variables de la inversión y el consumo, arrojan indicadores de desarrollo y crecimiento económico de Rosario y la Región. Indicadores de este sostenido proceso son los altos volúmenes que registra la industria de la construcción, así como el incremento de la actividad comercial.

La conjugación de estos indicadores, aporta a nuestra Región una dinámica que la posiciona como una referente de importancia a nivel nacional en nuevas tendencias en la arquitectura comercial, dejando una impronta y estilo de vanguardia en la materia.

En esta dinámica se destaca el desarrollo de polos comerciales bien diferenciados. Por una parte el área central con ofertas variadas y propuestas «aggiornadas» a un nuevo concepto de cliente que demanda —en la relación precio-calidad- por espacios integrales de consumo, estéticamente confortables y con identidad propia, que le permita apropiarse del producto—marca. Por otra parte, la consolidación de otros polos co-

merciales, como visión contemporánea de la actividad comercial, tales los shopping center.

Estos ámbitos de compactación de la variable espacio/tiempo, son reflejo y reflejan el proceso global de resignificación del consumo, tanto individual como colectivo. Cajas comerciales de múltiples circulaciones (tran-sociales por definición), son atravesadas por un abanico que se abre a propuestas que van desde la simple contemplación de vidrieras, pasando por la materialización del consumo, la gastronomía, el divertimento y el entretenimiento de adultos y niños.

En esta nueva entrega, nos dedicaremos a presentarles parte de esa dinámica de desarrollo por la que atraviesa nuestra Región en arquitectura comercial.

Las propuestas que les acercamos reflejan una vez más la premisa de nuestra gestión «Rosario y la región, obra de arquitectos».

Esta consigna ya la demostramos con la publicación de la 0341 PH, La Gaceta y el Dossier de opinio-

nes; y con la política institucional —de permanente debate y discusión—, relativa a la propuesta del Ejecutivo Municipal de Rosario por el Reordenamiento del Área Central y el Primer Anillo Perimetral; siempre desde el aporte de ideas y acciones constructivas que orienten el futuro de un desarrollo profesional pleno, que coadyuve a la transformación positiva de nuestra ciudad. En este sentido y a través de todos los medios posibles, hemos expresado nuestros aportes profesionales, que confiamos serán tenidos en cuenta. Aguardamos todavía la actitud comprometida por las autoridades municipales.

Lo que aquí les presentamos no es un programa de arquitectura tal como lo concebimos en nuestra formación académica, si no la relatoría de proyectistas que a partir de la imaginación, plasmada luego en ideas que se irán concretando en diseños de espacios no sólo funcionales, sino en verdaderos sellos de identidad de una marca. Marca que satisface a consumidores exigentes que se la apropiarán, dándole significado propio.

Esto en síntesis, es Arquitectura de Locales. Proyectos que van más allá de un simple espacio comercial, son el pilar que le da identidad y relevancia social

a una determinada marca. La coherencia de esta forma de hacer arquitectura, está también dada por el diseño de áreas de trabajo, acorde a las exigencias en higiene y seguridad en la construcción y en el trabajo. Exigencia y necesidad que desde el CAD2 hemos internalizado como pedagogía para concientizar en un responsable ejercicio de la profesión.

Vaya nuestro reconocimiento al arq. Germán Guardatti, quién como curador tuvo la ardua tarea de seleccionar los trabajos aquí expuestos, al arq. Manuel Ongaro del Área de Servicios y Productos (AS&P) que gestiona el material de los estudios y los recursos económicos, y muy especialmente a un amigo y colaborador de todos nuestros emprendimientos editoriales, Rubén Mauro, de la firma DOMUS. Esperamos que disfruten esta inestimable producción de arquitectos, para arquitectos y para la sociedad toda, en la que nuestro quehacer toma densidad y pliegue.

Estimados colegas nos despedimos, anunciándoles la próxima 0341 que será de viviendas unifamiliares entre medianeras, bajo curaduría del arq. Marcelo Wade; y la 0341 dedicada al arq. Marcelo Perazzo.

## La ceremonia del comercio

Los recuerdos de las funcionales tiendas de pueblo o los espléndidos centros comerciales de las ciudades (Gatti & Chaves, La Favorita, Harrods) constituyen un registro folklórico de la ceremonia del comercio. Más allá de los productos en venta, los lugares perduran y contienen las imágenes de esas experiencias.

Este número de la 0341 pretende un recorrido por lugares y temas desprendidos de la función comercial pero evitando un reduccionismo programático.

Rafael Cippolini, curador externo del museo de arte contemporáneo de Rosario MACRO, explica en el folleto de muestra «un mundo de tentaciones, otoño 2007» que su tarea consiste en ser un profesional del desorden logrando de este modo organizar más allá de las categorizaciones.

La selección de proyectos que se exponen más adelante pretende reflejar este concepto planteando una mirada, particular, subjetiva e incompleta. Desde po-

cos metros cuadrados en el centro hasta grandes superficies en las afueras, desde obras en contenedores acéticos hasta antiguas casas revitalizadas, desde puntuales resoluciones distintivas hasta precisos planteos generales. Desde profesionales destacados hasta novel ignotos. Desde... hasta.

En un primer momento el título «locales comerciales» trazo un camino hacia la selección de proyectos de espacio interior probablemente por una necesidad personal de revalorizar un encargo considerado «menor» dentro de nuestra actividad profesional. Considero que la gran obra no tiene que ver con su volumen sino con la habilidad del profesional en resolver más allá de las variables.

El factor tiempo es otro de los temas relevantes de este programa. Los locales en general, nacen apresurados por la ansiedad de los clientes y muchas veces mueren prematuros, asesinados por la aparición de recursos de moda. Esto podría entenderse como un

aspecto negativo sin embargo creo que esta lleno de posibilidades. La aceleración durante la etapa de proyecto muchas veces deviene en resoluciones más sintéticas a favor de la calidad espacial. Por otro lado, cuando se logra transformar el campo de limitaciones, producto de la agitación de quienes nos contratan, en un paisaje de datos encontramos proyectos más equilibrados entre nuestra vanidad profesional y las demandas externas. Por supuesto que nos es un trabajo fácil, la vorágine del lapso puede impedir una relación distendida.

Me resulta fascinante como Rem Koolhaas cuenta las virtudes de una obra enlazadas al vínculo con sus propietarios. Así la Villa Dall'Ava nace con una serie de cartas entre ambas partes y se desarrolla con una precisa elaboración de las mismas. Las tiendas para la firma Italiana Prada genera un momento paradigmático en el epicentro de Nueva York gracias al estrecho y fluido nexo entre clienta y arquitecto. En este encargo para OMA\_AMO del 2001, la experiencia espacial se construye con una muy cuidada operación sobre la caja. El piso se pliega diluyendo las cotas de nivel y extendiendo su capacidad funcional. Los muros abren su espesor para alojar objetos, los materiales comunican una voluntad experimental y la iluminación artificial acompaña de modo esencial sin necesidad de cobrar carácter de objeto. En el caso del local del

SOHO neoyorquino las operaciones de revitalización de un edificio existente son complejas y el valor radica en haber utilizado el atravesamiento público del edificio para la construcción de un hito urbano interior. La obra cobra vida nuevamente desde la profundidad de la planta y no intenta evitar la expresión de su tiempo.

La recuperación de un edificio existente no debería quedar en la superficialidad del re trabajo de su fachada o en el rescate de «algo del volumen» criterio sustentado por quienes se encargan de custodiar nuestro patrimonio arquitectónico.

El valor de esta producción radica en la continuidad editorial sumándose a la propuesta de 0341PH y de 341. Entre todas se genera un sistema de miradas, variaciones en el tiempo de puntos de vista. Todas son posibilidades de mostrarnos lo que hacemos, son lugares de encuentro.

---

Por resoluciones de cada una de las empresas no pudimos incluir en el listado tres tiendas del shopping Altos Rosario que considero relevantes : Tucci (por el aprovechamiento expresivo del ladrillo cerámico), Vitamina (por la capacidad de encadenar espacios dentro de una misma caja) y Ayres (por la construcción de una propuesta con identidad a partir del uso de materiales convencionales evitando al mismo tiempo «un minimalismo de moda»).

CEROTRESCUARENTAYUNO |

ESTUDIO AIRE

Arqs. Juan Germán Guardati, Román Renzi

Matías Agostino y Dg. Maximiliano Rossini

AGUAMARINA

• Spa, San Juan 2151



VILLAMORA

- Salón de Fiestas
- Av. Colombres 1340



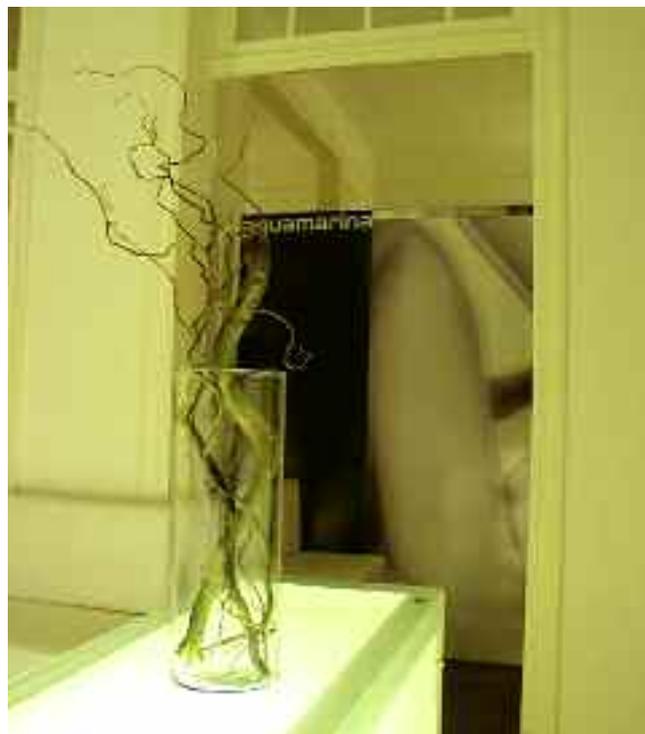
COOPER

- Sonido y seguridad
- Urquiza 2557



MICRO

- Clínica oftalmológica
- Corrientes 335



Unicamente en Domus encontrará juntas todas las marcas líderes del mercado



Cerámicas y Porcelanatos Nacionales e Importados



*Portobello*



PORCELANOSA®

Griferías, Sanitarios e Hidromasajes



*Robinet*



Cabinas, Mamparas, Paneles de Ducha, Saunas



*Robinet*

Amoblamientos, Espejos, Accesorios, Piletas, Mesadas, Ladrillos de Vidrio, Abrasivos, Pisos Flotantes



Mosaicos, Guardas, Piedras Naturales, Frisos, Borduras y Listeles



*il bel bagno*



Italia y Pellegrini

2000 Rosario

Tel/Fax: 4211117

[www.domus.com.ar](http://www.domus.com.ar)

[info@domus.com.ar](mailto:info@domus.com.ar)



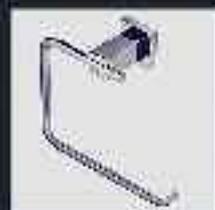
Ferrum



RESPALDA  
TUS PROYECTOS

# G E O M E T R Y

La perfección de un estilo



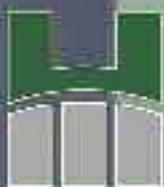
## A C C E S O R I O S

[www.hidromet.com.ar](http://www.hidromet.com.ar)

Producto diseñado, patentado y fabricado en Argentina por Argentinos

## G R I F E R I A



  
**HIDROMET**  
Grifería y Accesorios de Alta Calidad



## Porcellanato Cerro Negro Línea Etruria

Medidas: 30 x 50, 33 x 33, 33 x 66  
 Colores: café, gris, miel, tiza  
 Zócalos: 8 x 50  
 Usos: Pisos (tránsito intenso),  
 Revestimientos



**CERRO  
NEGRO**  
PORCELLANATO

[www.cerromnro.com](http://www.cerromnro.com)



## Cerámicas Cerro Negro Línea Atenas

Medidas: 44 x 44, 30 x 30,  
 10 x 10  
 Colores: marril, sienna  
 Zócalos: 8 x 44, 8 x 30  
 Usos: Pisos (tránsito intenso),  
 Revestimientos



**CERRO  
NEGRO**  
CERAMICAS

[www.cerromnro.com](http://www.cerromnro.com)

**Cuando la unidad es verdadera,  
el resultado es el equilibrio.**



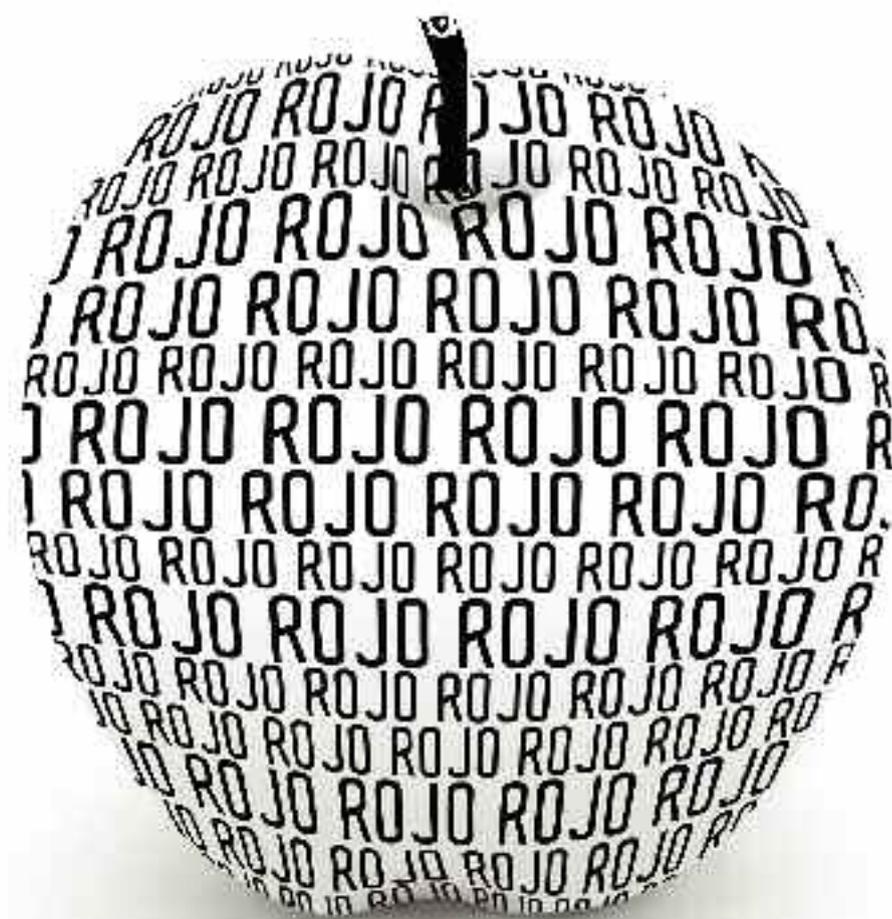
Creamos una compañía que tiene bases sólidas y parejas, que sabe cuál es el nivel adecuado para estar la empresa número uno en el mundo en morteros para la construcción. Y nacemos fruto de la unión: de para ser líderes, desde el trabajo diario y la confianza, y para encarar nuevos desafíos. Con la fuerza que da esa unión.

**Weber - Iggam, la empresa número uno en morteros para la construcción.**

en el lugar preciso del crecimiento, que no tiembla cuando debe hablar de responsabilidad: Weber - Iggam, personas, de valores, de visiones y del compromiso para mejorar cada día un poco más. En suma, nacemos. Somos Weber - Iggam. Una compañía de nivel, que sabé dónde tiene que estar para tener presente adónde llegar.

¿Cómo sería el mundo sin colores?

www.tersuave.com.ar



Probá, disfrutá y viví los colores.



Te vas a tentar con los colores.



# Entrevistas



Estudio Cicero Arquitectos

Estudio Pinasco

Estudio Forcén

Estudio D'Angelo

ESTUDIO CICCERO ARQUITECTOS  
Arq. Yanina Ciccero

## Experiencia

**J**uan Guardati: —Cuando digo «locales comerciales», ¿hacia dónde se dispara el pensamiento: al exterior de la caja arquitectónica o al espacio interior?

**Yanina Ciccero:** —Pienso que esta consideración no es privativa del tema local comercial y que tiene relación con las condiciones que plantea el encargo; de acuerdo a las cuales se armará el programa arquitectónico.

Estaremos de acuerdo en que al tratarse de un local comercial, siempre habrá que resolver el espacio del local propiamente dicho para exhibir el producto de venta. Pero este programa inicial se completa con estas diferentes condiciones iniciales.

Si el local es una obra nueva, el programa es más complejo, e incluye consideraciones de implantación, composición y materialización de la obra en su relación con la ciudad. La inserción de un local en un edificio existente, nos remite a pensar la relación entre el reciclaje de la caja previa, y su relación con el nuevo espacio interior.

Por último, parecería que el encargo más acotado al «in-

terior» es el diseño de un local en una galería o centro comercial. En este caso, el local se insertará dentro de un espacio contenedor posibilitante, que marcará su impronta con las decisiones espaciales-materiales interiores y su modo de relación con el observador.

**J. G.:** —Cuándo el trabajo de un local comercial se limita al diseño interior, ¿cuál es tu estrategia de diseño?

**Y. C.:** —Respecto del estricto análisis de una estrategia de actuación en el diseño de un espacio interior, trabajo con variables comunes a la disciplina arquitectónica, acomodada a una cuestión de escala particular de los espacios interiores.

Una lectura del espacio a intervenir, deviene en un análisis y determinación de los límites espaciales interiores del lugar. Es diseñar un lugar particular, una atmósfera, un recorrido determinado, atento a las condiciones del programa específico que plantea el local, cuya consideración primordial siempre es la exhibición del producto.

Otro punto importante es el diseño exhaustivo de las partes que definen el espacio (elementos interiores de intermediación / fachadas interiores / mobiliario / soportes), en un todo atento a las consideraciones espaciales globales.

La variable material juega un rol definitivo en el proyecto del espacio interior. Aporta una definición expresiva del diseño, determinando las texturas, colores, transparencias, opacidades, que presentará el espacio; al mismo tiempo que, atento el diseñador a las cualidades intrínsecas de cada material, incluye la variable de la duración en el tiempo del diseño.

**J. G.:** —¿Cuál es el límite? ¿Cuándo comienza a estar mal un proyecto de espacio interior?

**Y. C.:** —El proyecto de un espacio comienza a estar mal cuando se desequilibra la relación de contención mutua entre el proyecto de diseño y el proyecto de imagen de la marca del producto. Pienso que la definición arquitectónica debe crear un espacio que sea apropiado para el desarrollo de las posibilidades de la marca del producto y no transformarse en un ataque estético banal. De la misma manera, la estética e impronta visual de la marca del producto deberá permitir que el diseñador pueda operar con sus variables y generar un marco de expresión controlada a la exhibición de la marca.

**J. G.:** —El impacto visual, la atracción, el espectáculo, ¿son especificidades de este programa arquitectónico?

**Y. C.:** —Si entendemos la palabra espectáculo, desde un lugar peyorativo, en términos de abundancia de signos y ca-

rencia de criterio, y pensamos el espectáculo sólo alimentado por una voluntad de transgresión irracional, entonces pienso que no pertenece a ningún programa de la arquitectura. Pienso que el impacto visual y el espectáculo entendidos como la experiencia del espacio, no son privativos del tema y responden al fin último de la disciplina. Evidentemente, en cualquier encargo, la experiencia del espacio, los recorridos, la luz, irá supeditada a que la solución arquitectónica resuelva el tema programático específico. En este caso, en el marco del programa comercial, la variable de la imagen de marca y la publicidad adecuada del producto, genera un condicionamiento particular, pero como dije antes, nunca debería estar en desequilibrio con la propia respuesta del diseño.

CEROTRESCUARENTAYUNO | Entrevistas

ESTUDIO CICCERO ARQUITECTOS  
EDIFICIO ASOCIACIÓN DE COOPERATIVAS ARGENTINAS

- Año Proyecto: 2004 - 2005
- Superficie cubierta: 2400m<sup>2</sup>
- Ubicación: Rioja 875, Rosario



OFICINAS GRIMALDI GRASSI ROSARIO

- Año Restauración y Restitución del Proyecto: 2001-2002
- Superficie cubierta: 1800m<sup>2</sup>
- Ubicación: Santa Fe 1467/73, Rosario



ESTUDIO PINASCO  
Arq. Gustavo Pinasco y Martín Ortiz

## Crítica

**J**uan Guardati: —¿Cuándo digo «locales comerciales», a dónde se dispara el pensamiento: al exterior de la caja arquitectónica o al espacio interior?

En líneas generales, no tenemos recetas y por lo tanto casi siempre todo depende de las circunstancias particulares de cada encargo. En este sentido no hacemos mucha diferencia entre este tipo de proyectos respecto de cualquier otro. Tratamos de que, una vez contemplados preliminarmente los requisitos básicos del encargo, siempre quede espacio para plantear propuestas alternativas a las miradas usuales, básicamente integrando distintas variables dentro de una misma «idea» o «concepto», en torno a la cual se articulen luego las restantes instancias del proyecto. En el caso particular de los locales comerciales, siempre hemos intervenido en arquitecturas preexistente, y mayoritariamente dentro del rubro gastronómico, por lo cual, una de las variables que solemos tener en cuenta, es el hecho de intentar valorar o destacar algún elemento, alguna parte o característica arquitectónica interesante de

estos espacios y utilizarla a favor.

**J.G.:** —¿Cuándo el proyecto de un local comercial se limita a un trabajo de espacio interior, cual es tu estrategia de proyecto?

Los casos que nos han tocado en este ámbito han sido resueltos con medios muy escasos y bastante imaginación. Los dos últimos trabajos giraron en torno al hecho de cómo lograr una identificación o caracterización fuerte o importante del espacio, utilizando elementos que al mismo tiempo y principalmente, resolvieran el acondicionamiento acústico de los locales como problema insoslayable. La decisión inicial fue la de no usar ninguno de los materiales comercializados habitualmente en el rubro, y a partir de allí, diseñar a bajo costo y con un montaje rápido y sencillo, algo que se convirtiera en elemento cualificador del espacio. El resto de la intervención se limitó a acompañar esta idea o estrategia rectora resolviendo las demás cuestiones de forma integral.

**J.G.:** —¿Dónde empieza a estar mal un proyecto de interiorismo?

Probablemente, como en cualquier proyecto o encargo, cuando en líneas generales, no se logran articular de manera coherente y arquitectónicamente válida, las demandas con los medios disponibles.

**J.G.:** —El impacto visual, la atracción, el espectáculo ¿son especificidades de este programa arquitectónico? ¿A quién reconoces como figura relevante por su desempeño dentro de esta temática?

Sin dudas, una de las demandas principales de todo comitente de este tipo de encargos es la de atraer la mayor cantidad de público posible a estos lugares. Sin embargo, luego de una rápida mirada a todo lo construido en el medio local en este sentido, el hecho de que esta demanda se haya intentado resolver mayoritariamente apelando a estrategias basadas en lo espectacular o lo visualmente llamativo, creemos que obedece más a una falta de reflexión o compromiso disciplinar —seguramente alentada en parte por los cortos tiempos de ejecución propios de estos encargos— que a una relación estructural de estas variables con el programa. Basta ver por el contrario trabajos como los de Shigeru Uchida, que si bien muy vinculados al minimalismo de los '80, hoy un tanto desprestigiado luego de haberse puesto de moda pero igualmente válidos, lograron obras de enorme calidad espacial y material apelando a estrategias que priorizan la articulación de elementos neutrales o abstractos, austeros pero esenciales, donde con una mesa y un muro de factura

impecables y nada más, se logra armar un local comercial.

**J.G.:** —Mas allá de la selección hecha para esta publicación, ¿qué locales te parecen valiosos, a nivel local, nacional o internacional?

Nos parece interesante el local de TUCCI en el shopping Alto Rosario, ahí hay un ejemplo de reflexión novedosa, que saca al ladrillo de su uso tradicional, y lo desplaza al interior de un local comercial y al mismo tiempo lo usa como pantalla girándolo y dejando los agujeros vistos. Otro ejemplo muy bueno es el del local que hace Da Rocha para la empresa FORMA en San Pablo, llevando a un primer piso la zona de exposición del local y su respectiva vidriera, dejando a nivel de vereda el estacionamiento y depósito, convirtiendo el ingreso solamente en una escalera, pero logrando darle escala a la intervención frente a la avenida y su tráfico, y transformándola también en espectáculo desde el interior.

**J.G.:** —Local Comercial ¿es un ejercicio menor dentro de nuestra profesión? De no ser así, ¿por qué creés que no se toma por ejercicio de proyecto en nuestra facultad?

No, de ninguna manera. Un trabajo se torna menor cuando uno no tiene ganas de hacerlo, entonces es mejor que lo abandone...o lo termine pronto. Probablemente el hecho de que algunos consideren a los locales comerciales efectivamente como encargos menores, se deba principalmente al hecho de que esto es solo una creencia, es decir, algo no cuestionado o revelado

como problema específico, que se asume y se extiende sin más por la simple vía de la costumbre.

Puede quizá en parte, deberse al hecho de que a la palabra comercial se le esté dando una interpretación demasiado literal, connotando la idea de que a estos trabajos es mejor hacerlos rápido tratando de cobrar buenos honorarios y a otra cosa, y no como oportunidad para desarrollar una investigación arquitectónica, aunque a fin de cuentas un local, en tanto encargo profesional, no es en sí menos «comercial» que una vivienda, un edificio para estacionamientos o una escuela.

Lo de la facultad es al menos curioso. Al mismo tiempo que desde ciertas materias se estudia y aprende la obra de los arquitectos del Movimiento Moderno —muchos de los cuales proyectaban desde un juego de cubiertos hasta una ciudad con la misma convicción y sabiduría— en las materias proyectuales, los temas de diseño, o las reformas o cualquier otro tema de los considerados «menores», en líneas generales tienen poco espacio, incluso los edificios. Sin dudas, esta cuestión no escapa a la situación más general de la ausencia de un debate, respecto de un plan de estudios sino definitivo, al menos actualizado -ni complaciente ni sumiso pero sí coherente, con el amplio espectro de las demandas sociales actuales.

De cualquier modo, al abandonarse o no asumirse estos temas como propios de la disciplina, queda un espacio vacante hoy ampliamente ocupado por otros saberes o prácticas, que desde la decoración de interiores hasta el marketing -actualmente bastante parecido a una religión- dicen y hacen cosas sobre el tema. Entonces, a muchos

arquitectos jóvenes, que no saben bien como pensar ni que hacer porque nadie ha intentado enseñárselos, solo les queda, por falta de voluntad o convicción, el rol de meros «interpretadores de tendencias». Casi como si los estudiantes de medicina aprendieran en la facultad a realizar trasplantes de órganos u operaciones de muy alta complejidad pero no tuvieran la menor idea de cómo curar un resfrío. Seguramente, la gente en estos casos, terminaría recurriendo a los curanderos o a remedios caseiros; lo cual sin dejar de ser válido, probablemente tiene poco que ver con la medicina.

**J.G.: — ¿Los clientes de este rubro tiene alguna particularidad?**

Algunos suelen ser bastante ansiosos y pedir las cosas demasiado tarde, pero en líneas generales, con propuestas claras y dialogando lo suficiente, pueden lograrse buenos resultados en poco tiempo. Otro tema aparte, bastante complejo y cansador, es el lidiar con los gerentes de imagen de alguna marca importante o conocida. Suele haber poco espacio para el disenso o los planteos alternativos. Las empresas tienen prácticamente todo resuelto y estipulado y esos encargos para nosotros, casi nunca han terminado de concretarse.

**J.G.: — ¿Cómo influye el factor tiempo en el diseño interior de estos locales? ¿Cómo afectan los modismos estilísticos ya sea en el encargo o en la vida del proyecto?**

En el estudio, tanto los tiempos de proyecto como de obra en este tipo de encargos han sido casi siempre bastante

escasos, por lo que generalmente las estrategias han consistido en concentrar la atención, el esfuerzo y la inversión en uno o dos puntos o temas principales, facilitando luego el proceso de obra. Respecto de las modas... la idea de «marca» es en sí misma bastante conservadora; algo que tiene que perdurar en el tiempo sin demasiados cambios para seguir siendo reconocido y no perder vigencia. Es probable que en nuestro medio todavía estemos bastante apegados al uso de imágenes prediseñadas para manifestar estas ideas o conceptos; la cuestión de todo lo referido a lo temático tan abundante de unos años a esta parte. Seguramente un encargo que implique «proyectar» un local para una franquicia va a dejar poco espacio para proyectar. Sin embargo en otras latitudes esto se entiende de manera bastante diferente. Los casos de Herzog & De Meuron y Rem Koolhaas trabajando para PRADA o Toyo Ito para TOD'S indican tanto que, las empresas han aprendido y les conviene confiar en los arquitectos a la hora de diseñar su modo de presentarse al mundo, como que los arquitectos han encontrado la manera de responder a las demandas propias de estos encargos valorando y desarrollando ejemplarmente su trabajo.

CEROTRESCUARENTAYUNO |

ESTUDIO PINASCO  
MUELLE 1

- Estación Fluvial
- Año 2000



TIZIO RESTAURANTE

- Salta y Paraguay
- Año 2005



MURO CHANDON y BARRA CHIVAS

- Metropolitan Bar | Córdoba 1680
- Año 2005



LA VIDRIERA DE CORDIC 2006

- Güemes 2552
- Año 2006



FORCÉN

Arqs. Javier Forcén, Juan Ignacio Forcén  
y Juan Ángel Forcén

## Comunicación

**Juan Guardati:** —En general ¿la mirada de ustedes está puesta sobre los objetos dentro de un espacio?

**Juan Ignacio:** —Nuestra preocupación está volcada a la escala de los objetos. Nos interesa la proporción y el tamaño de las piezas en relación a lo que producen en el espacio. Probablemente el manejo de los detalles es algo que tenemos incorporado desde nuestras generaciones anteriores. Cuando sacamos un producto de la fábrica ya sabemos que está impecable, apuntamos entonces a cómo se acomoda en el lugar. Por ejemplo el «CUPE» es un sillón que hicimos para La Vidriera de Cordic, tiene que ver con las líneas de un auto, es ancho con asientos de camaro y el gran esfuerzo de su diseño fue la precisión para llevarlo a una situación doméstica.

**J.G.:** —¿Por qué creen que en la facultad no se toma locales comerciales como ejercicio?. ¿Puede ser entendido un trabajo menor dentro de nuestra profesión?

**J.I.F.:** —Creo que en general desde lo académico se toma como algo menor. Obviamente nosotros no pensamos así. Supongo que como hay menos datos a primera vista, unas medidas muy precisas y acotadas, una fachada y algunos muros interiores, se comete el error de creer que hay menos posibilidades de explorar en el entorno físico y en aspectos formales y espaciales.

**Javier Forcén:** —A raíz de nuestra formación como arquitectos estamos muy acostumbrados a darles demasiadas vueltas a los proyectos y el local necesita gran inmediatez de resolución. Sería interesante durante la carrera ir adquiriendo agilidad para resolver este tipo de encargos. Supongo que hay profesionales que deben asustarse con las exigencias de los clientes y terminan presos de las pautas de las marcas y simplemente resuelven el modo de vender los productos. En cambio hay otros locales que además anuncian conceptos arquitectónicos como es el caso los epicentros Prada de Koolhaas. Nuestro local comunica, no necesitamos vender lo que tenemos acá, mostramos un

potencial. La idea original era no hacer una mueblería, teníamos la intención de exhibir muy pocos productos y poder cambiarlos frecuentemente. Queríamos poder jugar con el producto, mostrarlo desde un lugar diferente al convencional. Nos pasa que la vorágine de lo comercial exige que tengamos que detenernos a reflexionar permanentemente sobre las ideas que queremos que exprese el local. Tiene que haber un interés de sostenerlo en el tiempo.

**J.G.:** —¿El tamaño del local constituye una dificultad en la resolución del proyecto?

**J.I.F.:** —Pienso que en un local de dimensiones acotadas, todo tiene que funcionar con más precisión. Cobran gran relevancia los detalles de terminación mientras que en aquellos de mayor volumen hay que ser más riguroso en la esencia de la propuesta. Hay un local de marcos de cuadros de Souto de Moura en Lisboa mínimo e impresionante en su resolución expresiva y constructiva.

**J.G.:** —¿El impacto visual, la atracción, el espectáculo son especificidades de este programa arquitectónico?

**J.I.F.:** —Hay algunas cosas que trascienden el producto. Una vez planteamos unos carteles que decían «elige lo primero de tu lista de separación de bienes «mientras que en el local de al lado promocionaban listas de casamientos. Queremos comunicar y ser consecuentes con lo que pensamos. Nosotros desde chicos aprendimos espontáneamente lo que es el mueble y ahora queremos poder plantearlo de otro modo. Comunicar desde otra forma es un

reflejo de nuestra estrategia de diseño más que un recurso comercial. Es algo continuo y permanente. Planeamos a largo plazo salir a competir en el exterior, por ese motivo no nos permitimos armar algo parecido a algo existente ni siquiera para un cliente de rosario. Sentimos que es muy importante construir nuestra identidad. Trabajamos en conjunto con una agencia de publicidad para poder construir con mayor rigor esta manera de proceder.

**J.G.:** —¿Dónde empieza a estar mal un proyecto de diseño interior?

**J.F.:** —Cuando la obra es mas importante que el producto o que el espacio. Cuando hay un exceso de exhibicionismo o exceso de ideas. El límite es muy complicado, el local emblemático de Prada del estudio de Rem Koolhaas tiene un gran despliegue expresivo sin embargo no cruza esa línea. Nos encantan estas experimentaciones, aunque nos sentimos mas próximos a las propuestas de Souto de Moura, por su manejo del espacio con recursos donde el acento no esta puesto en la exposición del material sino en la posesión del local. Trabaja como el cine europeo donde con menos recursos comunica lo mismo o más que el cine americano.

**J.I.F.:** —Algo que ya este hecho es una insatisfacción personal. Es un freno. Si veo que un colega transcribe literalmente no me parece mal pero nosotros tenemos mucho cuidado. No nos fijamos demasiado en lo que hacen los otros y aunque veamos algo que nos gusta no podemos hacerlo parecido. ■

## ESTUDIO FORCÉN

- Diseño Mobiliario
- Rioja 1737



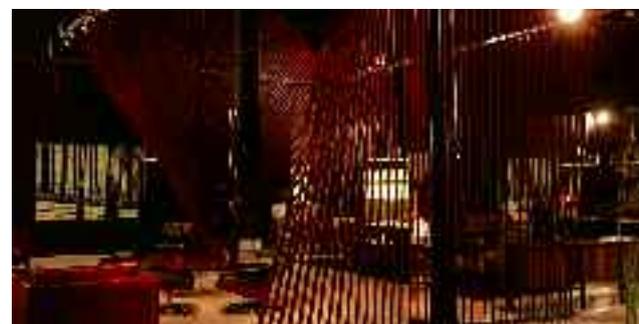
## LA VIDRIERA DE CORDIC

- Alto Rosario Shopping
- Año 2005



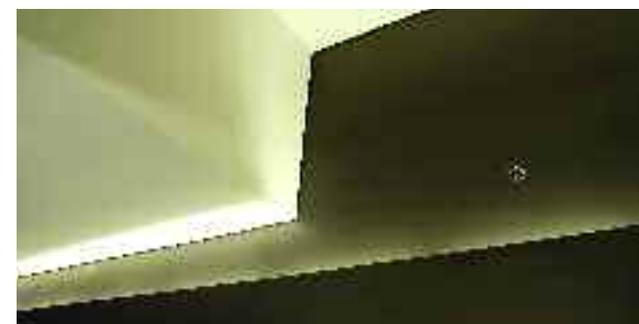
## LA VIDRIERA DE CORDIC

- Güemes 2552
- Año 2006



## OCIO

- Almacén Digital
- Rioja 2020



Arq. José María D'Angelo

## Patrimonio

**M**e encuentro con muchas dudas acerca de las normas vigentes de lo que se debe preservar. Hay muchas opiniones, con algunas coincido, pero de lo que estoy seguro que no es lo mismo conservar que preservar.

Me parece que políticas erradas junto con una mirada distraída de la esencia de lo que se preserva dieron por resultado unos enmascaramientos urbanos que por detrás algunos objetos se estiran para poder ser.

Hasta hace muy poco me molestaba la agresión de los que se llaman comunicadores o artistas populares cuando con graffitis ensucian las caras de este bien social que llamamos ciudad.

Sin embargo con operaciones de limpieza que en la mayoría de las veces no son tan simples desaparecen, pero las máscaras urbanas no tienen bandas elásticas, tienen cimientos. Este tiempo impregnado de nostalgias por el pasado hará que en un futuro cercano nos preguntemos que pasaba en los inicios del tercer milenio.

A pesar de la ferocidad de la piqueta, que viene de más

lejos, los 70 fueron emblemáticos, existen sólidas construcciones que pueden tener un destino menos ingrato que su demolición. Reinventarlos como locales comerciales sería una buena excusa.

Sin un pasado pre-hispánico, ni operaciones importantes en época de la colonia estas obras relativamente jóvenes, por ser esta un ciudad joven casi sin historia, tienen la mayoría de ellas un denominador común, el abandono producto del empobrecimiento.

Todavía no hemos aceptado que somos un país pobre en donde las obras catalogadas como un bien social, en su gran mayoría no pueden ser mantenidas por un pueblo empobrecido.

Los 80, nos ofrecieron la destrucción de un notable espacio público ganado por la modernidad con la incorporación de la ochava del viejo Banco Nación en el mismo lugar empecinados en celebrar el pasado.

El estado las cataloga en edificios construidos en la época de los conservadores, es más las supervisa desde

nuevos edificios, algunos de ellos de firma. Pero la ecuación de un estado que quiere y un pueblo que no puede no cierra, como en la época de los conservadores.

En nuestra joven ciudad un poco más tarde de esta época la de los conservadores, me refiero a los 30, más precisamente en los 50, Alfredo Molteni junto a Mariotti y Valenti se paraban en una esquina con La Segunda 1ra. Edificio que en mi opinión cierra la primera mitad del siglo. Sus alumnos José Avelino Erquicia y Juan Carlos Spirandelli, con el Farallón, abren la segunda mitad en los inicios de los 60. Elijo estas dos obras en nombre de muchas otras por la singularidad de sus actores, maestro y sus alumnos, estos últimos desarrollaron el proyecto en el transcurso del año académico en una Facultad que funcionaba como una escuela.

Creo que el número de la revista 041, dedicada a los maestros de los 50, es el catálogo de nuestro auténtico patrimonio. Existen otras obras más antiguas, que preservarlas es de una obviedad absoluta, pero en la gran mayoría... no sé.

Puedo dar como ejemplo mi casa, que esta catalogada. Vivo en una casa chorizo en la planta alta, esas que hacían allá en los 20 para que el de la planta baja viviera de rentas con la de arriba... no sabía lo que le esperaba. Demás esta decir que tiene una dudosa calidad arquitectónica. Pero debo reconocer que junto a otras también dudosas adyacentes generan una buena pared urbana.

En Córdoba, ciudad varias veces centenaria, en las adyacencias de lo que se llama la Reserva Jesuítica, operaciones sensibles en casas antiguas cercanas a obras del si-

glo XVII y XVIII las transformaron en «casas de marca» sin las estridencias tan comunes de la posmodernidad.

Una intervención mía en esta ciudad que se iniciará en la brevedad, me hizo conocer que el Código Urbano atiende lo conceptual del Patrimonio: el perfil urbano que se traduce en un corte modélico.

Todo este contexto convive sin prejuicio alguno con un edificio contemporáneo en construcción perteneciente a la Universidad celebrando los acontecimientos de la vida por sobre el congelamiento del abandono.

La diversidad, el conflicto, el color, la gran dimensión, la pequeña dimensión, resumen algo que llamo la heterogeneidad rosarina.

Una buena ventana abierta para mirar, es la Facultad de Arquitectura, la de la Universidad Pública, la nuestra, la de Rosario, en donde la desprolijidad, el conflicto, los encuentros y desencuentros, la pasión provocada por los colores políticos, la libertad de cátedra y de expresión, el empobrecimiento debido al bajo presupuesto, convive en un universo que «celebra los acontecimientos de la vida», dando un resultado inevitable sin ninguna duda... así como nuestra ciudad... ser la mejor del país.

CEROTRESCUARENTAYUNO | Entrevistas

ARQ. JOSÉ MARÍA D'ANGELO  
EXPOSITOR

- Expositor de vinos y bodegas
- Viamonte y Mitre



ESTACIÓN DE TRANSFERENCIA DE CARGAS

- Fragmentos de estación de transferencia de cargas
- San Nicolás entre Gaboto y Garay



CENTRO DE NEGOCIOS CON SERVICIOS DE HOTEL

- Maqueta electrónica
- Corrientes y San Lorenzo



HOTEL

- Caseros entre Vélez Sársfield y Belgrano
- Ciudad de Córdoba



# GESTION MR

A veces, una palabra vale más que mil imágenes



MUNICIPALIDAD DE ROSARIO

# capsf

colegio de arquitectos de la provincia de santa fe ///

- cad 1** Santa Fe
- cad 2** Rosario
- cad 3** Venado Tuerto
- cad 4** Casilda
- cad 5** Rafaela
- cad 6** Reconquista

COLEGIO DE ARQUITECTOS PROVINCIA DE SANTA FE

Av. Belgrano 650 P.A. (S2000APT) / Rosario / Santa Fe / Argentina

Tel./Fax: (0341) 449-2389 / 480-3915

visite nuestro sitio web [www.capsf.org.ar](http://www.capsf.org.ar)

En asistencia al desarrollo tecnológico y cultural de la región



# Facultad de Arquitectura, Planeamiento y Diseño

Universidad Nacional de Rosario

Visite nuestra web: [www.fapyd.unr.edu.ar](http://www.fapyd.unr.edu.ar)



# UAI

## Universidad Abierta Interamericana

# INGRESO 2008



Av. Pellegrini 1816  
CP 2000 - Rosario  
0341-4408010  
0341-4477220/21  
Horario de Atención:  
Lun. a Vier. de 8 a 22 hs.  
Sábados de 8 a 12 hs.

[www.uai.edu.ar](http://www.uai.edu.ar)

## **VALORES, ARTES y CIENCIAS**

para *APRENDER* o *APRENDER CRÍTICA*, *CREATIVAMENTE*  
y *Creer* como *PERSONAS* y *PROFESIONALES*

***...tu futuro es nuestro compromiso***

vinculación con el **mundo**

**tecnología** de avanzada

**aprendizaje** a partir de la realidad

# TU CAJA

Sustentada con el aporte solidario de todos los profesionales que nuclea, brinda seguridad y bienestar a sus afiliados a través de sus servicios de subsidios, préstamos, jubilaciones y salud, en un marco institucional democrático que posibilita y requiere la participación de sus integrantes.

# ES TUYA



Mendoza 1520, Rosario S2000BIF, Tel: líneas rotativas 0341-4497959  
e-mail: cajaingros@cajaingros.com.ar

# La Mutual

te ayuda a vivir mejor

Prestamos ágiles y sencillos / Caja de Ancho Mutual / Inversiones  
Tarjetas de Crédito / Subsidios / Actividades Culturales y Deportivas



10 hectáreas junto al río

Piletas de natación

Zona de camping

Canchas de fútbol, básquet, tenis y voley

Amplio quinchó, parrillas y vestuarios

Campamentos y jornadas recreativas

Alquiler de chalets para:  
4, 6 u 8 personas

Fin de semana completo  
Cuisineo viernes / Sábado / Domingo

3 noches desde \$209

## Paseo La Médica

La Mutual de Asociación Médica

Paseo de compras de La Mutual

La Médica Proveeduría

Artículos del hogar

La Médica Digital

Informática y telefonía celular

Turismo

Las mejores ofertas de viajes en el mundo

Seis locales exclusivos

Venta abierta a todo el público

Ofertas especiales para socios de La Mutual

bambola

París del Paraíso

EUROPTICA

BOHEMIA

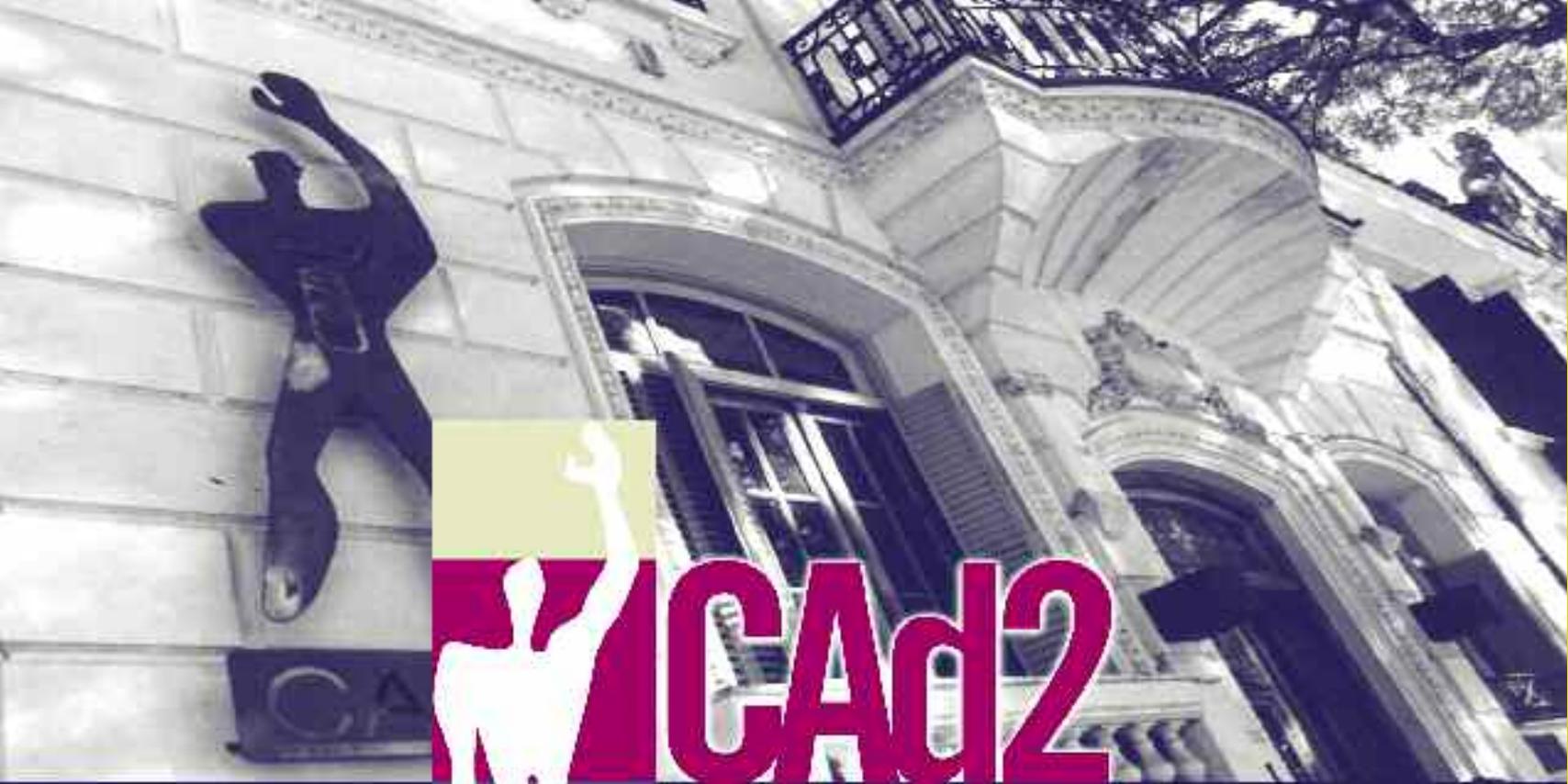
BOHEMIA

OVERSPORT

Todos/as lo/as arquitectos/as pueden asociarse a La Mutual

La Mutual  
de profesionales de la arquitectura

España 401 - Lunes a viernes de 7 a 14  
Teléfono: 1754 - Lunes a jueves de 8.30 a 15.30 - Viernes de 8.30 a 17 - Sábados de 9.30 a 13  
Línea Directa 426-2700 - Lunes a Viernes de 7 a 20, sábados de 9.30 a 13  
www.amr.org.ar/mutual - sociosmutual@amr.org.ar



# CAd2

**COLEGIO DE ARQUITECTOS DE ROSARIO Distrito 2**

**Apoyando la difusión de la producción arquitectónica**

**HORARIOS DE ATENCION**  
Colegio de Arquitectos Distrito 2 - Rosario  
Avda. Belgrano 650, (2000) Rosario,  
Provincia de Santa Fe.  
Teléfonos: 480 3912 / 480 3913 / 480 3914

DISEÑO: A. SERRA / 2010

## EQUIPO COORDINADOR DE GESTIÓN CAD2

**Arq. Marta RUARTE**  
Directorio CAd2

**Arqs. Claudio SFILIGOY y Graciela RODRÍGUEZ**  
Juntas Promotoras San Lorenzo y Villa Constitución.

**Arq. Graciela PESOA**  
Funes.

**Arq. Mónica CIAMPICHINI**  
Atención al Matriculado CAd2

**Arq. Diego MARTURANO**  
Alcorta

**Arq. Cristian VAN POEPELEN**  
Rosario

**Arq. Leonardo BARANZANO**  
Rosario

**Alejandra PEDANTE**  
Maciel



# Juntas Promotoras

**E**l Colegio de Arquitectos Distrito 2 Rosario a través de las Juntas Promotoras Regionales:

- Organiza y moviliza a los matriculados de Comunas y Municipios residentes fuera de Rosario.
- Sienta las bases de un sistema de formación de Recursos Humanos con aptitudes y actitudes para asumir, impulsar y gestionar iniciativas locales y regionales de desarrollo, con la idea de mejorar el posicionamiento de los arquitectos en lo particular y de los Municipios y Comunas en la Región tanto a nivel Provincial como en el Nacional y del Mercosur, tratando de generar lazos solidarios entre los colegas y la comunidad.

Se desarrollan las siguientes actividades:

- Visación de expedientes y delegaciones.
- Entrevistas con Intendentes y Presidente comunales.
- Convenios de Normalización de Obras y asistencia técnica.
- Talleres sobre temas como: puentes, planes urbanos y estratégicos en diferentes Comunas y Municipios con una modalidad de gestión que apunta a generar propuestas desde los habitantes de las sociedades locales.
- Cursos y charlas sobre temas legales, técnicos urbanísticos y regionales.

*Cumplimos 10 años  
difundiendo Cultura Arquitectónica*

**cad**<sup>(2)</sup>

**Centro de Arquitectura  
y Diseño (Túnel)**

Córdoba 954, Sub 1, Galería del Pasaje PAM | Teléfono: 480 3911  
Lunes a viernes de 16:00 a 20:00 hs. | E-mail: [tunel@cad2.org.ar](mailto:tunel@cad2.org.ar)

**AS&P**

**Área de Productos y Servicios  
del Colegio de Arquitectos distrito 2**



# 0341 | 28 Locales Comerciales

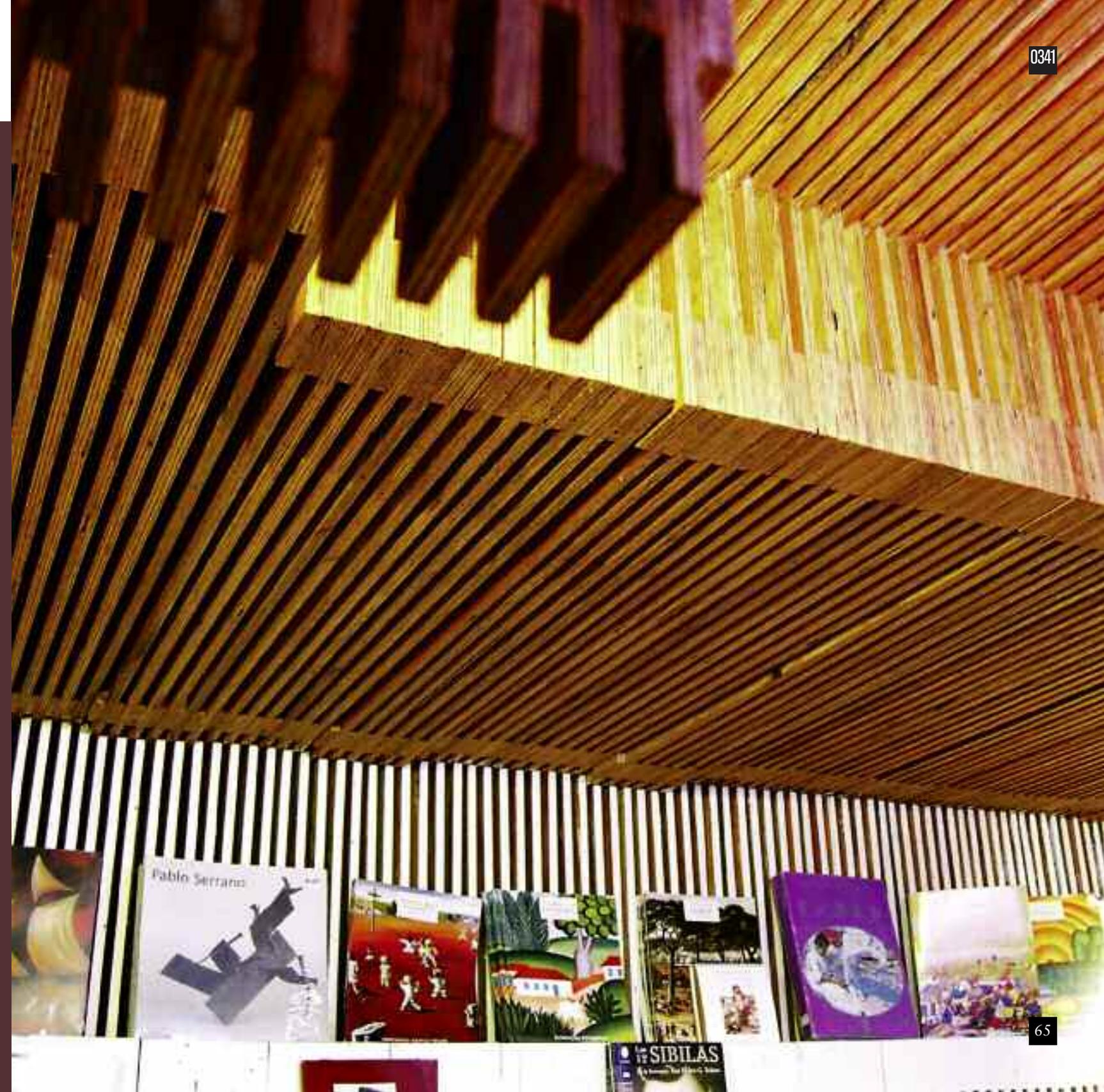


- A los efectos que puedan visualizarse las diferentes plantas de todos los locales comerciales, se ha decidido no uniformar escalas reales sino que se han adoptado tamaños que permitiesen aprovechar al máximo el formato de página adoptado para esta publicación.
- La descripción, presencia o ausencia de memorias descriptivas son responsabilidad exclusiva de los autores.

01

Arq. Marcelo Villafañe, Sebastián Guerrico,  
Nicolás Campodónico, Eleonora Flores, Laura Rois,  
Pablo Furlán

Stand Museo Castagnino



**E**l pedido originalmente surge de la necesidad de resolver el stand de ventas de publicaciones, cuyo destino siempre había sido resuelto en uno o en ambos lados de la escalera principal del Museo.

Se trataba de un mueble un objeto o algo así, que resolviera la situación precaria que siempre tuvo el stand de ventas.

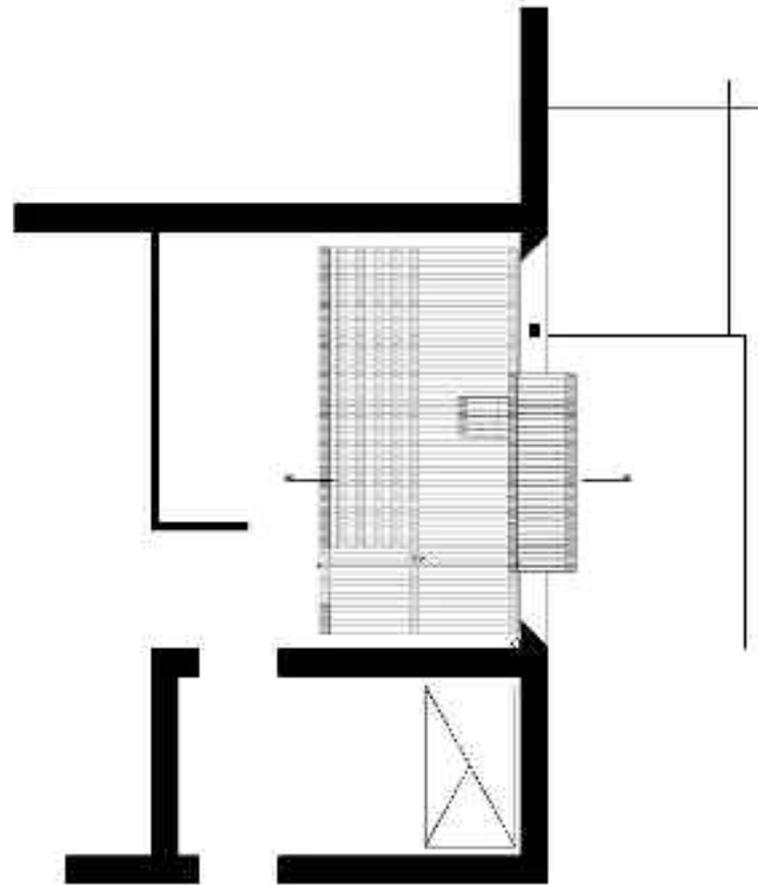
Mi mejor aporte fue la estrategia de encarar el problema a partir del conocimiento del museo y de la voluntad de liberar los lados de la escalera.

La idea era irse hacia la pared, socavar el muro y recuperar hacia fuera un espacio donde se alojarían las ventas de publicaciones, una gran ventana al hall central y la escalera liberada.

El mueble es un objeto hecho de sumatoria de partes en un solo movimiento construido como piso, tribuna o pared y techo, donde sólo asoma un mostrador que sale por encima del muro.

Conceptualmente es utilizar maderas de multilaminado usadas en embalajes comunes, y con ellas someterlas a dos acciones simples, corte en tiras, y giro de la cara lisa por la cara laminada vueltas a nueva a partir del corte.

El armado del objeto fue preparado en el estudio y armado en el lugar, requirió de buena voluntad y poca mano de obra calificada.



Planta





# 02

Arq. Rafael Iglesia  
Colaborador: Gustavo Farías

Local Estudio en Rosario  
Santa Fe 1669



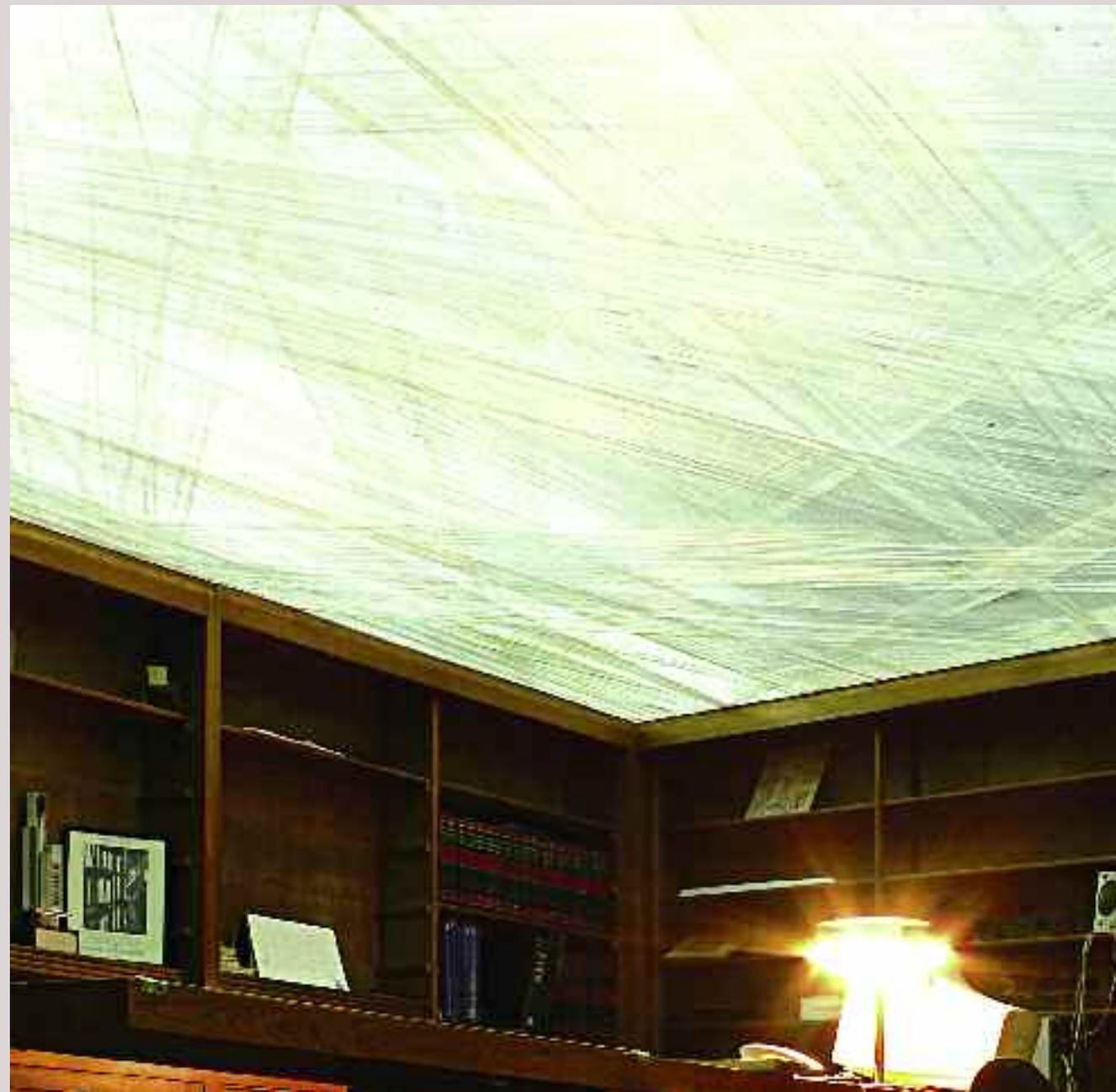
CEROTRESCUARENTAYUNO | Estudio en Rosario

Nombre de la Obra: Local Estudio en Rosario

Año de construcción: 2007

Fotografía: Gustavo Frittegatto

«D es-cubierta la rueda, esto era previsible»  
R. Castells



Estudio Bulevar Oroño  
Bulevar Oroño 661/681



Nombre de la Obra: Estudio Bulevar Oroño

Fecha de Proyecto: 2004

Fecha de Ejecución: 2004-2005

Superficie construida: 135 m<sup>2</sup>

Cálculo estructural: Susana Boccaccio Ingeniera Civil

Constructor: Sr. Zoilo Díaz.

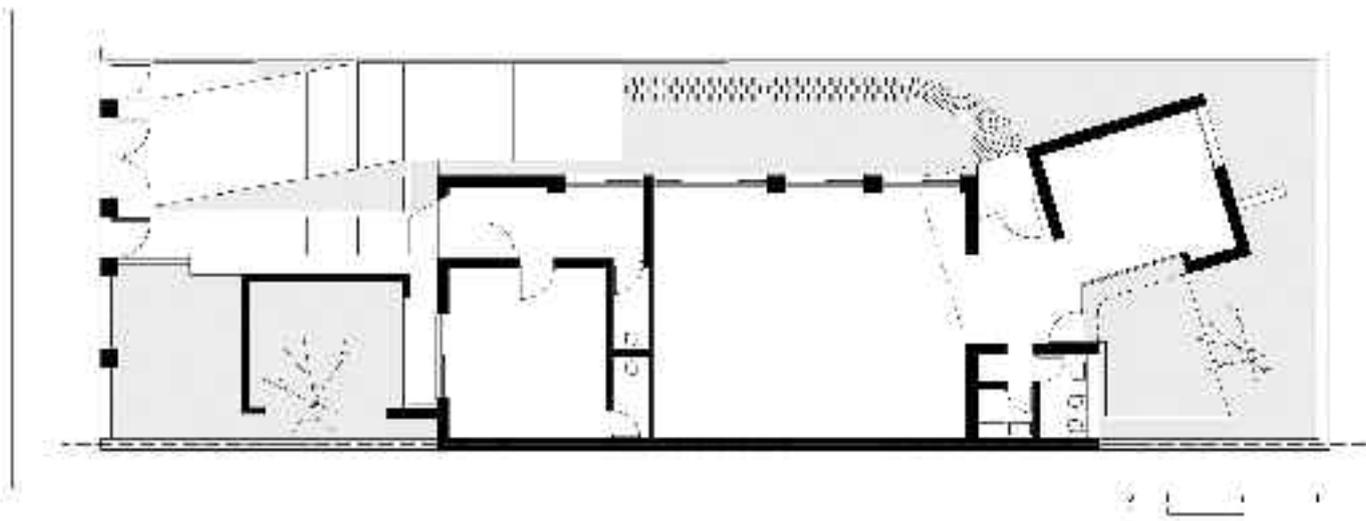
**U** bicado sobre Bulevar Oroño en la ciudad de Rosario, el proyecto mantuvo la posición y la estructura general de muros portantes de una vieja construcción existente (casa chorizo) que había sido reformada y ampliada en la década del ochenta. Sobre esta base se agrega un patio en el frente compuesto por una serie de muros, se remplazan los techos existentes por unos nuevos de hormigón armado, y se agrega un volumen al fondo de la construcción. Todas estas operaciones fueron diseñadas y realizadas con la voluntad de integrar totalmente todos los componentes en la nueva construcción.

Funcionalmente la obra está dividida en dos sectores, una oficina totalmente independiente con servicios al frente, y el estudio ocupando el fondo del solar. Cada uno de los sectores posee su ingreso; desde la vereda por el boulevard, los muros que conforman el patio del frente brindan intimidad a la oficina al mismo tiempo que retoman la línea de edificación de las construcciones vecinas. En el recorrido hacia el interior, al traspasar la reja original restaurada de la antigua casa una serie de pisos de hormigón y piedra realizados in situ se extienden con gran continuidad salvando distintos niveles y conduciendo diferenciadamente a los distintos destinos. Hacia el fondo el volumen principal presenta una serie de ventanas corridas orientadas al Norte, sobre el final del recorrido, el volumen se aproxima al muro medianero, generando un repentino angostamiento en el espacio abierto y dando lugar al in-

greso del estudio, ya en el interior, este mismo movimiento a liberado el lugar suficiente para la aparición de un patio interior al cual se brinda el ingreso y la sala de reuniones. Las cubiertas de hormigón armado adoptan distintos niveles en relación a la escala y el requerimiento de espacio del lugar que cubren, dividiéndose en tres partes, una para la oficina del frente, otra para el estudio, y la tercera para el ingreso del estudio y el privado. Una serie de operaciones en la altura y la geometría de los techos en el punto de la inflexión e ingreso potencia el resultado espacial y aseguran el ingreso de luz natural durante todo el día. El proyecto fue materializado con muros de mampostería revocados a la cal, sus losas y pisos fueron ejecutados en hormigón Armado, se conservaron las aberturas existentes tanto interiores como exteriores y se agregaron las necesarias para completar el cerramiento en aluminio pintado en color blanco.

El proyecto busca generar una serie de recorridos capaces de satisfacer las necesidades funcionales, al mismo tiempo que propone una secuencia espacial invisible a primera vista, y que se va revelando a medida que se transitan las distintas instancias, alternando e integrando espacios abiertos y cubiertos de distinta escala y carácter con fluidez.





04

Arqs. Miguel Faure, Carlos Malamud, Susana Riveira  
Colaboradores: Arqs. Bernardo Aramburu,  
Hernán Armentano, Franco Campodónico,  
Gustavo Sapiña, Srta. Florencia Malamud

Complejo Comercial  
ex Cervecería Quilmes  
Av. Alberdi y Av. de las Tres Vías,  
calle Mar del Plata,  
Pasaje Nelson



Nombre de la Obra: Complejo Comercial ex Cervecería Quilmes

Superficie: 10.200 m<sup>2</sup>

Año: 2004

• **Primer Premio.** Categoría intervención en el patrimonio edificado.

Bienal de Arquitectura y Urbanismo 2005 / Colegio de Arquitectos Pcia. de Santa Fé.

• **Obra Seleccionada.** Categoría intervención en el patrimonio edificado.

11° Premio Bienal de Arquitectura / Sociedad Central de Arquitectos - Colegio de Arquitectura y Urbanismo de Buenos Aires.

**D**e alguna manera, el lugar es el proyecto. El lugar es un fragmento de historia, expresado por un conjunto de edificios industriales vinculados sobre una calle propia. Reconocido y valorado por la Ciudad por su valor patrimonial.

Es un testimonio del paso del tiempo, apreciable en la vejez de los paramentos de ladrillo, los revoques derruidos, los sinuosos adoquinados, los techos y canaletas donde crecen frondosos helechos, la persistencia de la chimenea como símbolo de industrias de otros tiempos, la oxidación implacable de los grandes silos metálicos, la penumbra del espacio semicubierto, las sombras arrojadas del atardecer sobre enormes espacios interiores.

Apreciable en el silencio, la soledad, el polvillo y el aire enrarecido que conforman su atmósfera.

La arquitectura entonces debía recorrer un sinuoso camino, que permitiera alojar las nuevas actividades, sin perder los valores intrínsecos de ese yacimiento, pero a la vez recreándolos.

La ortodoxia de la preservación hubiera impuesto priorizar la condición histórica de cada uno de los edi-

ficios, restaurándolos según sus características originales. Lejos de situarse en esta posición, la obra se propone poner en valor las antiguas construcciones, mas asignándoles un nuevo protagonismo como partes de un conjunto edilicio y urbano.

Las dos nuevas construcciones se colocan como vínculo de las existentes, haciendo contacto con la sola acción del vidrio incrustado en los viejos muros.

Asimilándose en la elección de los materiales a los propios del lugar, pero introduciendo nuevas técnicas de utilización de los mismos, que permiten dejar huella de la contemporaneidad de la intervención.

Así, la arquitectura pasa...

Desparramando una plataforma de hormigón que junta las viejas casas con la nueva construcción destinada al área de comidas.

Este nuevo edificio se relaciona en sus formas y proporciones, con la arquitectura racionalista del sector más moderno.

El mismo es pintado de blanco y apoyado en un piso blanco que emerge del interior, constituyéndose en una cabecera del conjunto.

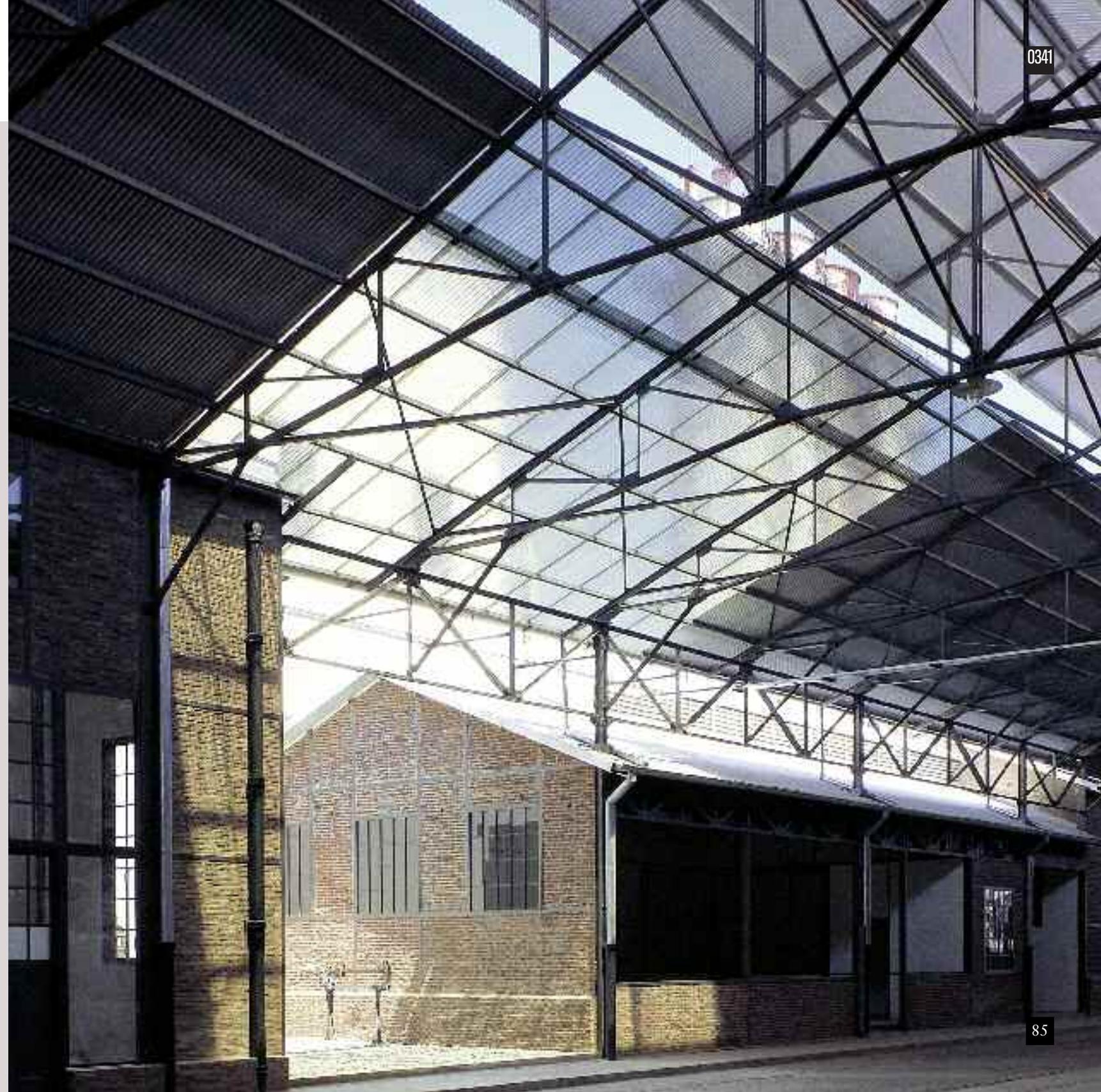
Su relación con la nave que se encuentra a continuación, se resuelve con una neutra caja de vidrio, que permite apreciar el enlace de disímiles arquitecturas.

El patio de la chimenea se limpia de construcciones carentes de valor, para dejarla exenta. La cubierta de chapa de la nave semicubierta frente a la chimenea y los silos, abre una gran ventana en el techo, que permite apreciar estos elementos desde el interior del conjunto en su total dimensión.

La calle adoquinada comienza a convivir con un piso de hormigón que se presenta como una extensión de las nuevas intervenciones, mientras las viejas vías recorren ambos materiales.

El ladrillo predominante se recupera eternamente, manteniendo el carácter del conjunto...





05

Arq. Germán Ingraó  
Colaboradores: Natalia Sánchez,  
Germán Baldomá Acciardi

Pisos Blangino  
Showroom en Av. Corrientes  
Avenida Corrientes 173



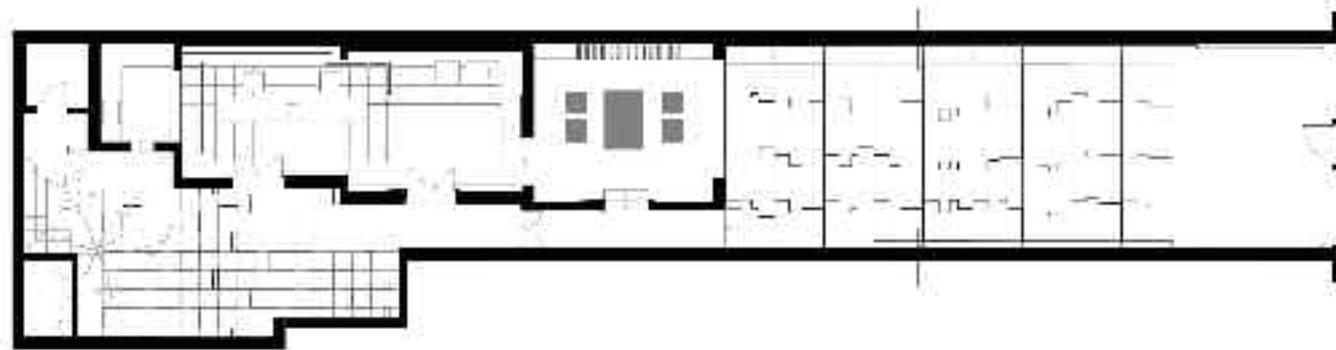
Se parte de la posibilidad visual del producto, y las características del espacio existente, como lo es un viejo local comercial de principios de siglo de doscientos metros cubiertos. Procurar su mínima articulación permitiría una visión despejada, de tal manera que bastara con detenerse en su ingreso para percibir una totalidad mediante una sola perspectiva central y franca.

Tanto la mercadería en su cromatismo y modulación como el equipamiento, estarían organizados bidimensionalmente sobre el piso y dos muros paralelos. Si bien el local es estrecho, su altura y profundidad aportan contundencia espacial, de esta manera se forma en su sección transversal una «U» dada por el panel institucional del lado izquierdo, una plataforma de pisos pulidos central y un módulo de exhibición continuo sobre el muro derecho.

La elección de una única paleta de colores, responde a la tonalidad de base en estos pisos que es el ce-

mento, contando solo con tres grados de luminosidad. Teniendo en cuenta que la profundidad de sus proporciones llevarían a perder luz natural a medida que nos internamos, se asume un aspecto igualmente profundo en cuanto al color, la compensación en base a luz artificial será gradual, incidiendo selectivamente sobre el producto y gráficas. Las demás funciones del local se irán acomodando en cada una de las dependencias existentes de la vieja construcción.

Aún así hasta en la oficina propiamente, prevalece la posibilidad de ser recorrida de manera continua, acompañando el criterio de exhibición integral en el que no existan espacios restringidos. Se creyó importante un lugar para el detenimiento con la facilidad de poder sentarse a combinar muestras, así como los calceos artesanales fueron recibidos a modo de galería por el originario pasillo que da al patio. Una vieja puerta mampara permite dicho pasaje al exterior del cual se han conservados sus elementos de antaño.



Planta



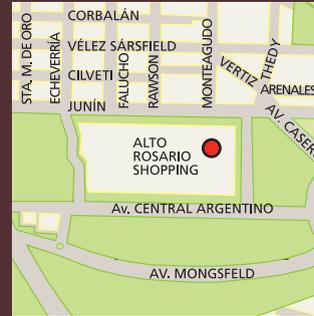


# 06

The Planet Costa Gym SRL - Complejo Puerto España  
Arqs. Silvio Paz, María Pía Albertalli  
Colaboradores: Arq. Débora Bellagio  
Dis. Gabriel Baulies  
Fotografía Alejo Sarano

The Planet Alto Gym SRL - Shopping Alto Rosario  
Colaboradores: Arq. Cecilia Troilo,  
Fotografía Alejo Sarano

The Planet Costa Gym SRL  
• Complejo Puerto España,  
España y el Río  
• Shopping Alto Rosario  
Junín 501



CEROTRESCUARENTAYUNO | Local The Planet Costa Gym SRL

Nombre de la obra: Gimnasio The Planet Gym SRL

Ubicación: Complejo Parque España

Fecha: 2004

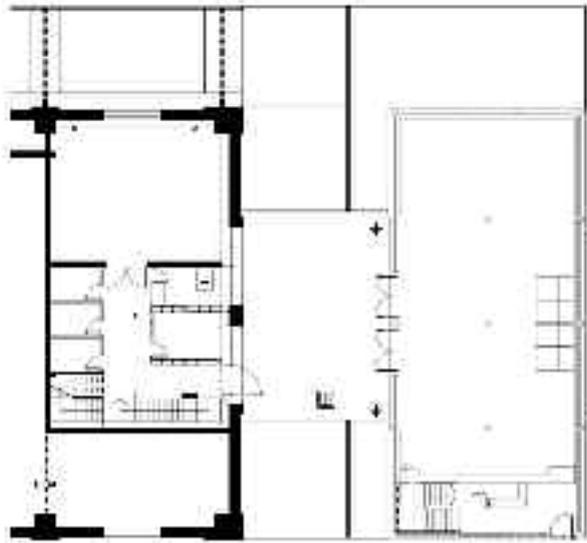
Superficie: 950 m<sup>2</sup>

Nombre de la Obra: Gimnasio The Planet Gym SRL

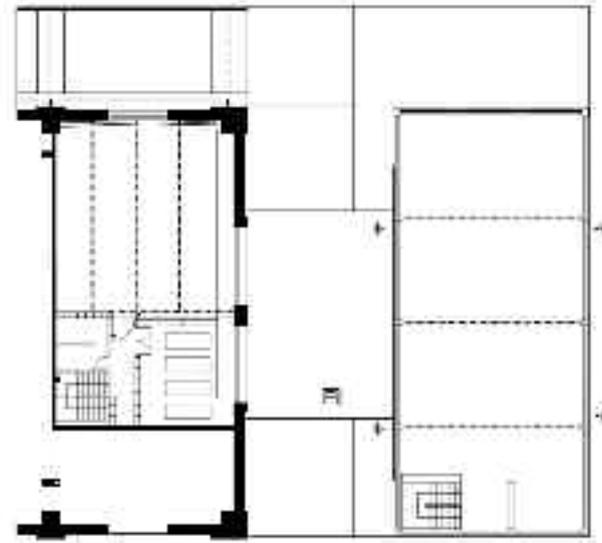
Ubicación: Shopping Alto Rosario

Fecha: 2006

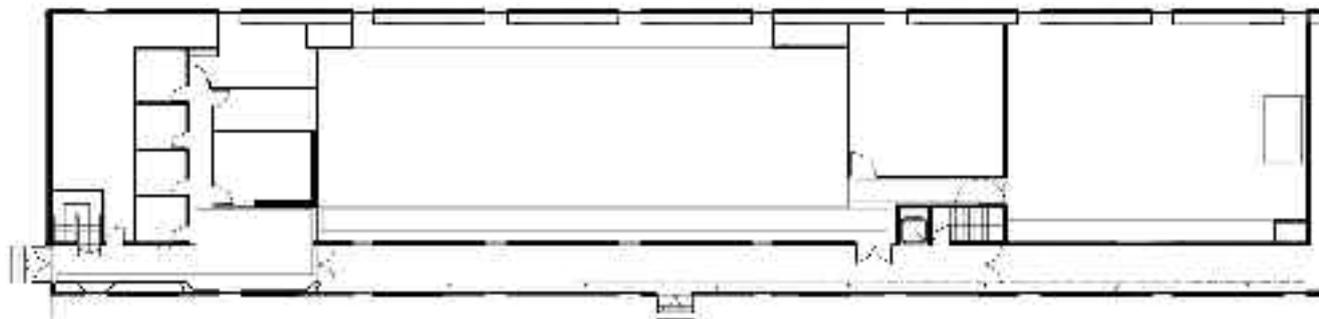
Superficie: 1.200 m<sup>2</sup>



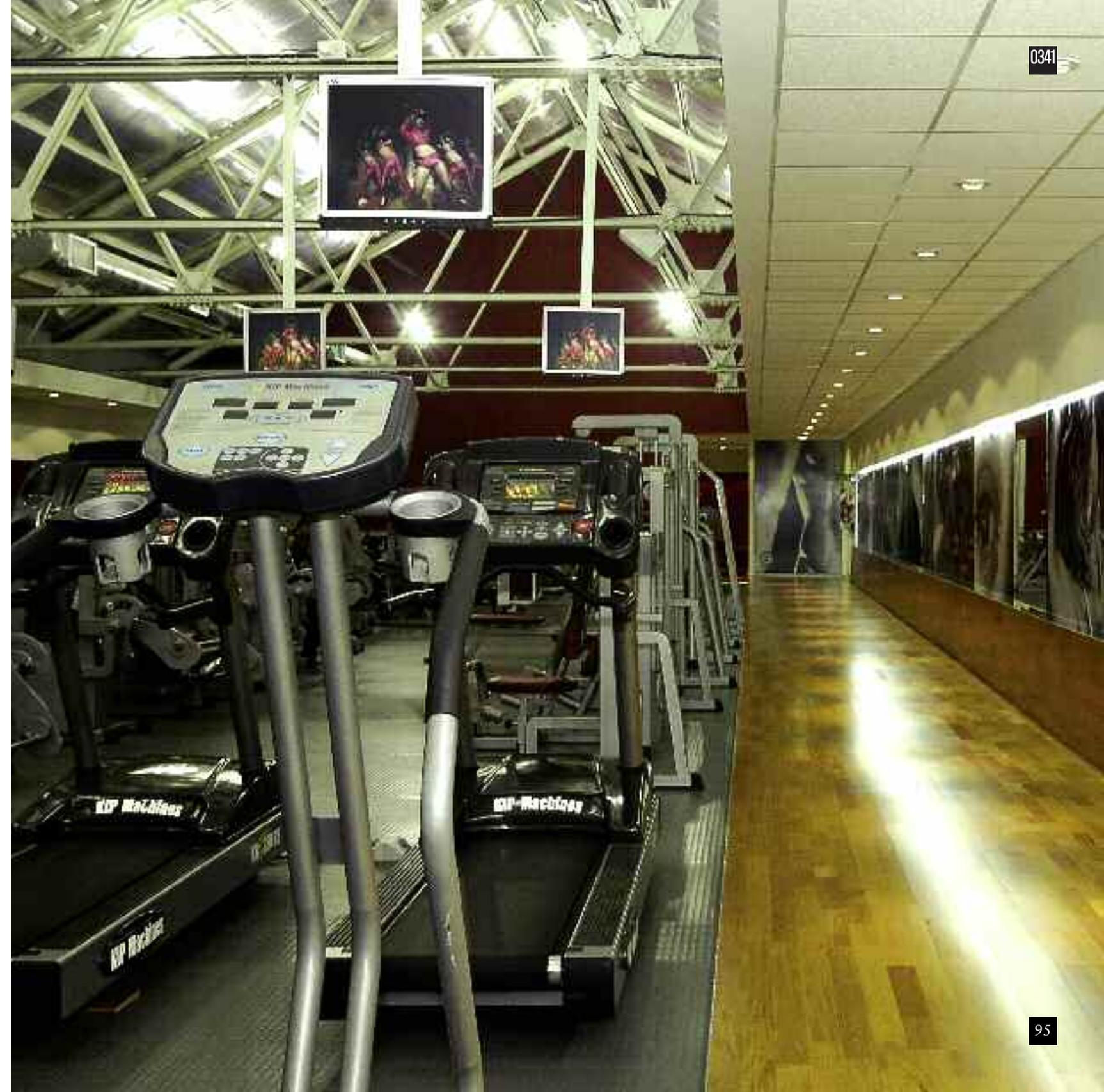
Planta baja complejo Parque España



Planta alta complejo Parque España



Planta local shopping Alto Rosario





# 07

Arq. Gustavo Borrasca

Local Comercial Topper  
Pasaje Álvarez 1596



CEROTRESCUARENTAYUNO | Local Comercial Topper

Nombre de la Obra: Local Comercial Topper  
 Idea y dirección creativa: Lic. Héctor Berra  
 Dirección ejecutiva: Arq. Juan Pablo Peppino  
 Dirección Artística: Arq. Daniel Brandimarte  
 Ejecución artística: Pablo Berra  
 Superficie de salón de ventas P.B.: 115.00 m<sup>2</sup>  
 Superficie de depósito P.A.: 150.00 m<sup>2</sup>

## El concepto

La firma Topper nos encargó una propuesta para que la ayudásemos a repositionar su marca apelando a un cambio de imagen en una línea Premium de locales.

Nuestro planteo fue desarrollar locales que generen algo más que un buen espacio. Trabajando con nuevas tendencias en marketing experiencial donde se aprovecha la capacidad que tiene el individuo de asociar estímulos procedentes de los sentidos y relacionarlos con ideas, se presentó entonces una figuración de conceptos que la marca ya portaba en su eslogan TODO ESTÁ EN JUEGO. Se trató de una propuesta de diseño, arte e identidad donde el núcleo es un corazón orgánicamente vivo sin abstracciones que lo resignifiquen. El CORAZÓN de TOPPER, inequívoco y poderoso transmite conceptos de alta valoración: garra, pasión, impulso, vitalidad, energía, emoción.

Así se generó un conjunto artístico-comunicacional donde sus componentes son una escultura neumática cinética sincronizada con recursos escénicos, lumínicos y audiovisuales, un sistema de tubos y líneas luminosas que recorren muros y solados «sistema nervioso» poniéndose iridiscente con el impulso y la energía del corazón de Topper reforzando la idea de la vitalidad del edificio, maniqués artísticos que palpi-

tan al ritmo del latido y un decálogo final, panel donde Topper cuenta por qué TODO ESTÁ EN JUEGO. El contrapunto de este interior lo hace una fachada-coraza que rompe su rigidez en un recorte de forma orgánica dejando entrever a contraluz el núcleo significativo.

## El local Topper Rosario

Emplazado en un edificio con cierto grado de protección por su valor patrimonial, el frente toma solo el vano de vidriera y no expande sino con unas vidrieras superiores hacia la fachada del edificio.

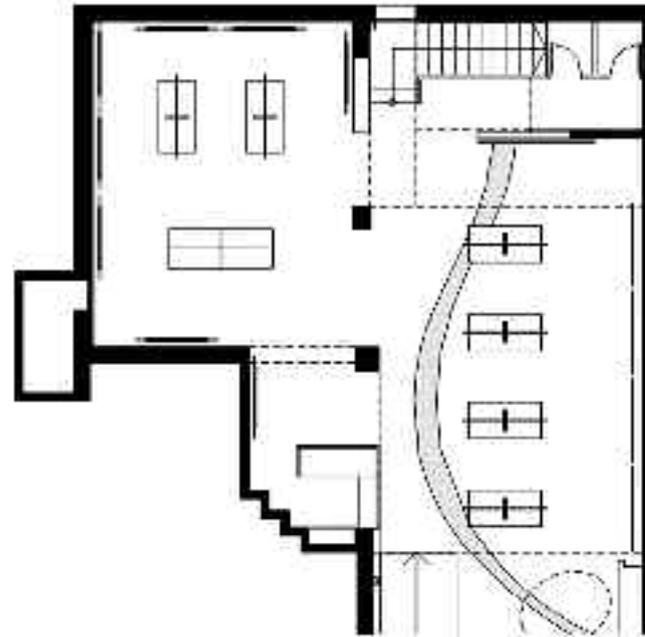
El desarrollo interior está caracterizado por una arquitectura despojada de decoración con espacios blancos y netos que sirven de telón de fondo para jerarquizar la comunicación del concepto y la muestra de productos.

Espacialmente el salón cuenta con dos sectores diferenciados articulados en la caja que oficia de pivot, donde la marca expone sectorizadamente sus artículos de línea deportiva y línea urbana, calificándolos con gigantografías.

El equipamiento desarrollado por un proveedor de la empresa mantiene una línea ascética que ayuda a resaltar la muestra de productos reforzada por una iluminación que está tratada con una luz general de intensidad baja y una concentración de iluminación cálida en los planos de exhibición.

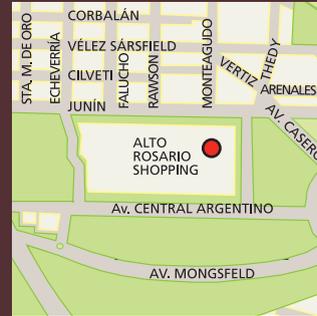
En la aplicación del concepto, el corazón visible a través de la fachada de aluminio compuesto late en el frente junto con unos maniqués y transmite su luminosidad a través de los nervios zigzagueantes por el piso entre los exhibidores hacia el panel de fondo donde se relata el decálogo Topper.





# 08

Arqs. Jorge Hidalgo y Arnoldo Hidalgo  
Colaborador: Arq. Luciano Valarín



Joyería Work  
Alto Rosario Shopping  
Junín 501



Nombre de la obra: Joyería Work

Ubicación: Alto Rosario Shopping

Proyecto y Dirección: Estudio Hidalgo + Hidalgo Arquitectura

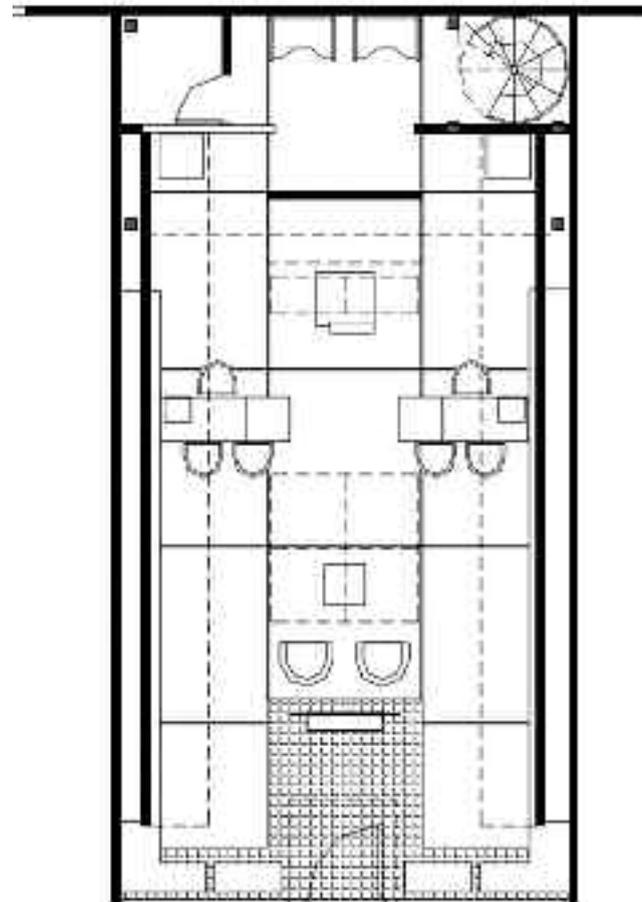
Año de ejecución: 2004

Superficie: 92 m<sup>2</sup>

**E**n la búsqueda del equilibrio... planos desplazados de su eje vertical, dialogando entre sí, interceptados por una unidad volumétrica en un juego formal, «desafiando a la gravedad», donde el respeto de la verticalidad de la caja arquitectónica, expresado a través del hormigón a la vista desnuda su esencia y la confirma, es la síntesis sobre la cual versa la composición de la totalidad.

Todo esto, plasmado a través de una cuidada selección de materiales...

Madera, cristal, acero y cobre se manifiestan en un marco sugerente con una cuidada iluminación, que ayudan a crear la atmósfera propicia, para la exposición y venta de joyas.



Planta



Reno Amoblamiento S.A.  
Corrientes 387



Nombre de la obra: Reno Amoblamiento S.A.

Conducción de Obra:

Estudio Vektra Arquitectura; Arqs. Rodrigo Ariotti, Damián Arias.

Comunicación Visual: Cafeína C.I.

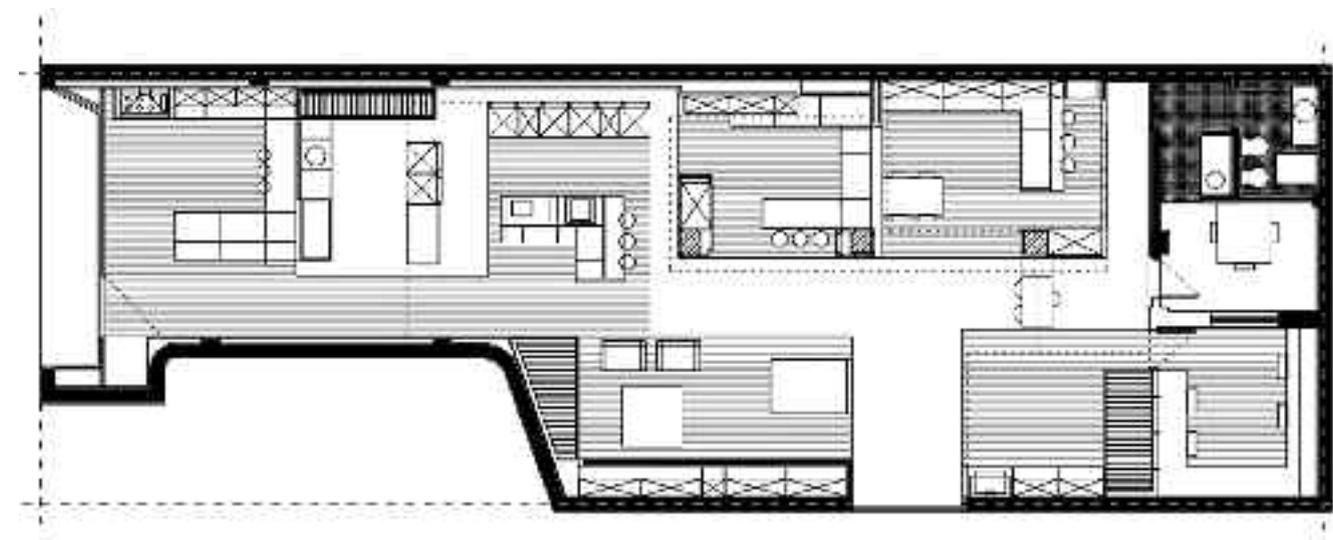
Paisajismo: Marlen Breuning

**E**l criterio adoptado se acerca al terreno de la escenografía más que al de la arquitectura.

No se trata de un local con muebles expuestos sino de un recorrido contenido entre una sucesión de ambientes, hipotéticos, independientes y con pretensiones de realidad.

Todo está al servicio de la simulación del ambiente; patios, ventanas, planos vidriados, luces, sombras y cielorrasos. Una serie de volúmenes, interconectados en algunos puntos del recorrido, que invaden todo el local. Contienen y delimitan sutilmente los ambientes,

evitando la aparición de elementos verticales y permitiendo de esta forma percibir en todo momento la totalidad. Varían en altura y dimensión según se trate de una u otra exposición. Desaparecen en los sectores de circulación. Una intervención casi teatral donde se brinda un «escenario» en el cual el visitante pueda imaginar el mueble en su contexto y experimentarlo.



Planta

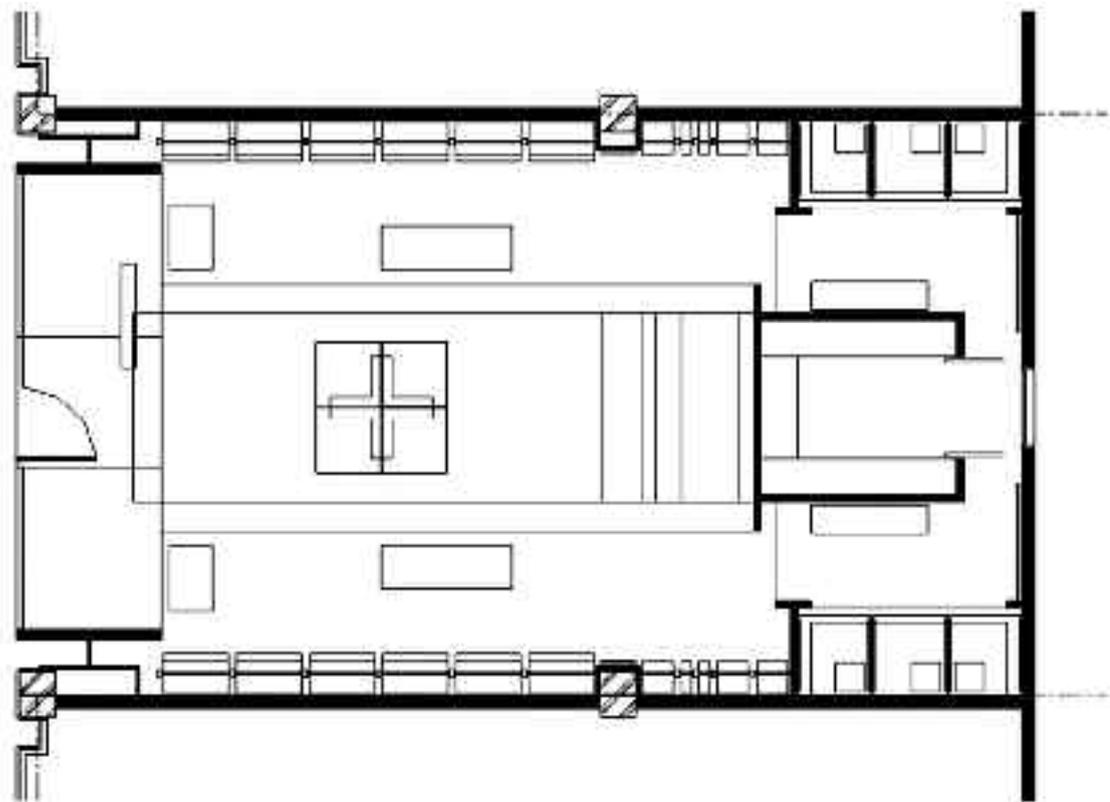




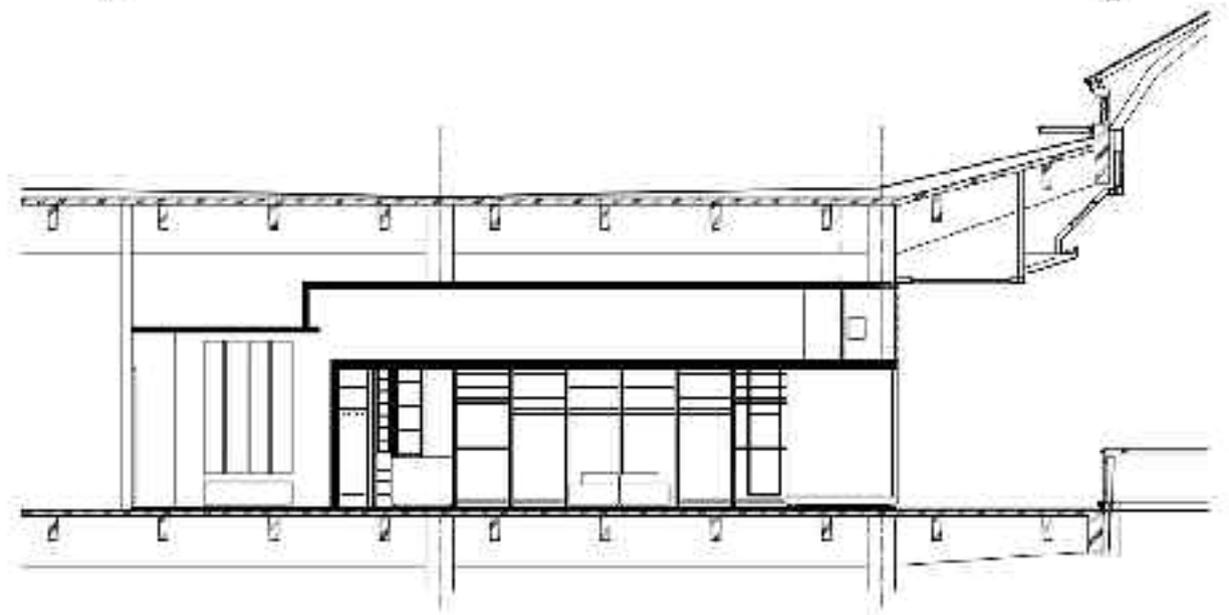


- Unimog
- Alto Rosario Shopping  
Junín 501
  - Portal de Rosario  
Nansen 255





Planta



Corte



11

Arq. Melina Manasseri  
Colaborador: Ezequiel Manasseri



Varanasi  
Corrientes 216



CEROTRESCUARENTAYUNO | Local Varanasi

Nombre de la Obra: Local Varanasi

Fecha de Ejecución: 2004

Superficie construida: 125 m<sup>2</sup>

Comitente: Arqs. Dis. de moda, Mario Buraglio y Víctor Del Grosso

Las condicionantes urbanísticas de la zona y el deseo expreso del cliente de mostrar una imagen vanguardista de la moda argentina nos llevaron a proyectar una tienda de inspiración minimalista, en la que interviene el uesto uel uolor, uomo un elemento de composición que ayuda a modelar el espacio; integrado por volúmenes de formas simples y con movimientos de planos, que, con una intencionada aparición de la luz amplian superficies y añaden a la composición arquitectónica elementos de extremo poder físico.

**E**l local situado en una calle céntrica, es un bajo comercial de casi 300m<sup>2</sup> que se distribuía en planta calle, planta alta y sótano.

La intervención erradica en la planta calle (125m<sup>2</sup>), donde el primer paso y también el más radical, fue la aparición de un muro longitudinal, al cual se le asignaron varias funciones. En él subyace no sólo la idea de dividir, un espacio de otro, una función de otra, sino que se transforma en un volumen discontinuo que organiza el espacio. Donde exhibir, diferenciar, guardar y organizar, son conceptos claves que en él se formalizan.

Con la aparición de este muro —mueble enlucido en blanco de casi 10 m de largo, que atraviesa todo el local se logra una nueva percepción y proporción del espacio, organizando además la caja, el sonido y ligeramente sesgado, aparece una caja contenedora —completamente Roja (muros, pisos, techos)— dando origen a los probadores y el baño; recubiertos frontalmente por un telón de gross de viscosa y poliéster que

les brinda unidad y sentido teatral. A cada extremo, una puerta sin vanos (placa completa de piso a techo) de espejos, le brinda la posibilidad de conjugarse como —espacio infinito—, escondiendo tras ese reflejo el ingreso hacia las zonas de stock.

El espacio de la caja se define presidido por un mueble de madera de anchico laqueada y tonalizada, su diseño nace en el recuerdo de una vieja mesa de carpintero. Con la misma madera se trabajó la base de la vidriera, una especie de tarima, que se despega tan solo 50 mm del piso.

Enfrente, un doble muro blanco, con forma de «L», que se recorta por partes, dándole así, paso a los brillantes amarillos, naranjas y rojos. La presencia del color recorre, en fin, buena parte de esta obra y de la arquitectura de las últimas décadas, como tan bien lo hacen los suizos HERZOG & DE MEURON introduciendo el color sin pudor en la serigrafía «decorativa» de sus fachadas o el tan reconocido ENRIC MIRALLES, en la Escuela de Música de Hamburgo. Si bien es cierto que el racionalismo encontró en el color blanco los rayos X de la belleza, el color no es un ornamento o decoración, sino un elemento orgánico de expresión arquitectónica y es por eso que mirando este espacio interior podemos ver como se hacen presentes estos conceptos.

En la parte superior de este muro «L», una cenefa o zócalo superior, crea una raja de luz que cierra la zona de exposición.

El espacio abierto restante se ha resuelto con un tabique central, atravesado por dos planos «FLO-



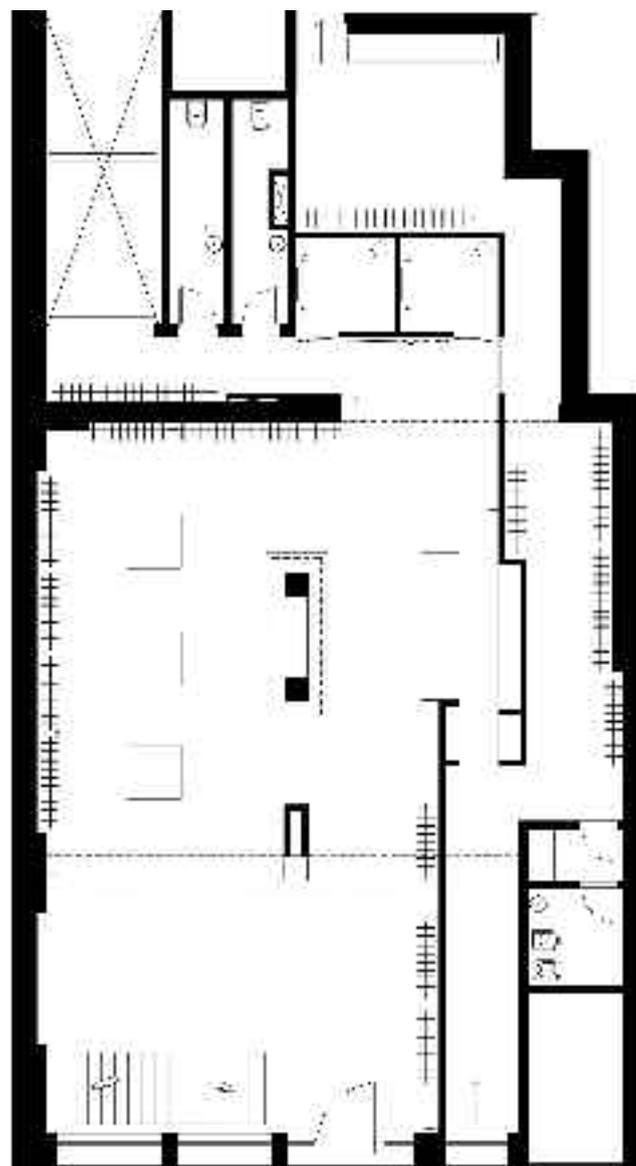
TANTES LUMINOSOS» que crean un área para exhibir accesorios. Tres mesas de formas simples, propuestas como expositores móviles realizadas en madera melamínica con un tratamiento especial de pintura en caucho clorado que generan una continuidad con el plano del piso, que posee el mismo tratamiento.

Para la exposición de ropa se ha creado un sistema de «SOPORTES COLGANTES», basado en caños de acero de sección rectangular, base redonda, estribo central para rigidizarlo y un especial tratamiento sobre la base superior del perchero, que posibilita la estricta y ordenada colocación de las perchas centímetro a centímetro. Otro soporte diseñado especialmente son las manos de tinte azul marroquí, que aparecen en los muros y están moldeadas en acero.

Detrás del muro-mueble, se desarrolla un área de servicios, un espacio privado para ingreso y egreso de mercadería, con salida independiente, un pequeño office, baño privado, una oficina, y un sector para stock de mercadería.

El conjunto es un espacio de inspiración minimalista con un gesto de sofisticación en armonía, gracias a la fuerza del color, las formas simples y los detalles particulares.

Arq. Melina Manassseri



Planta



CEROTRESCUARENTAYUNO | Local Vahumê

12

Arq. Ariel Defino  
Colaboradores:  
Arqs. Eugenio Tschaggeny, Carolina Trod  
Tca. en Marketing Mariana Houriet  
Dis. Industrial Marcelo Schachner  
Dis. Gráfica Silvia Torres

Vahumê  
Corrientes 280



Nombre de la Obra: Vahumè  
 Proyecto y Fecha de Ejecución: Julio 2004  
 Superficie cubierta: 210 m<sup>2</sup>  
 Montaje: Gerente Derio Vaillard  
 Instalación eléctrica: Ing. Daniel Rey  
 Fotografía: Enzo Mansilla

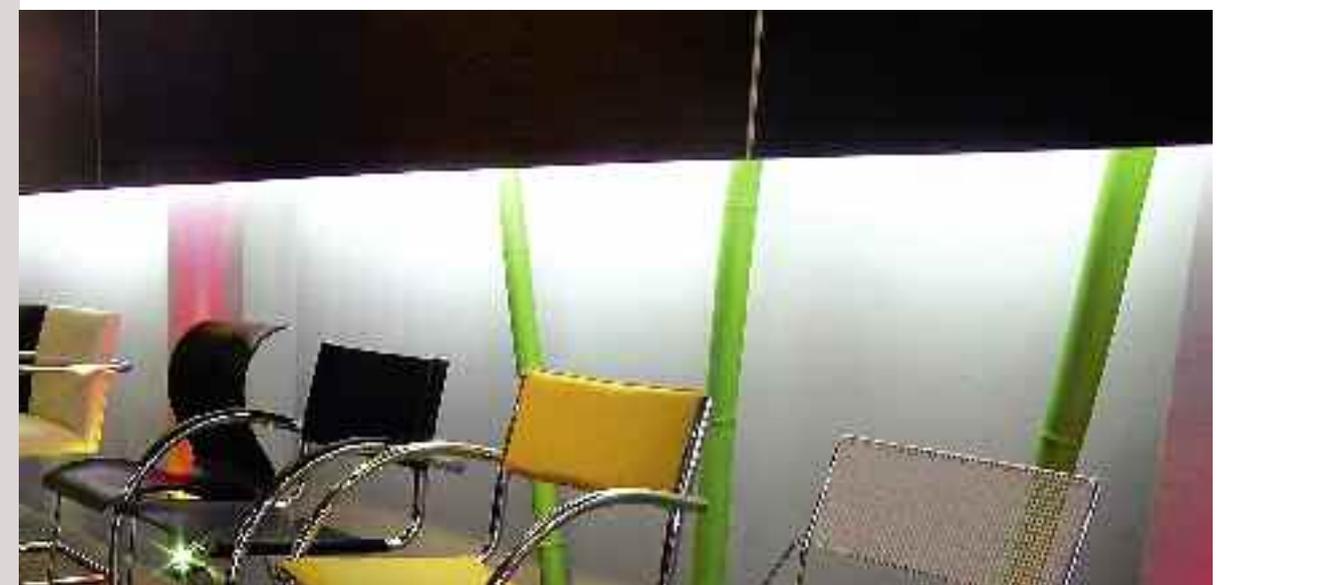
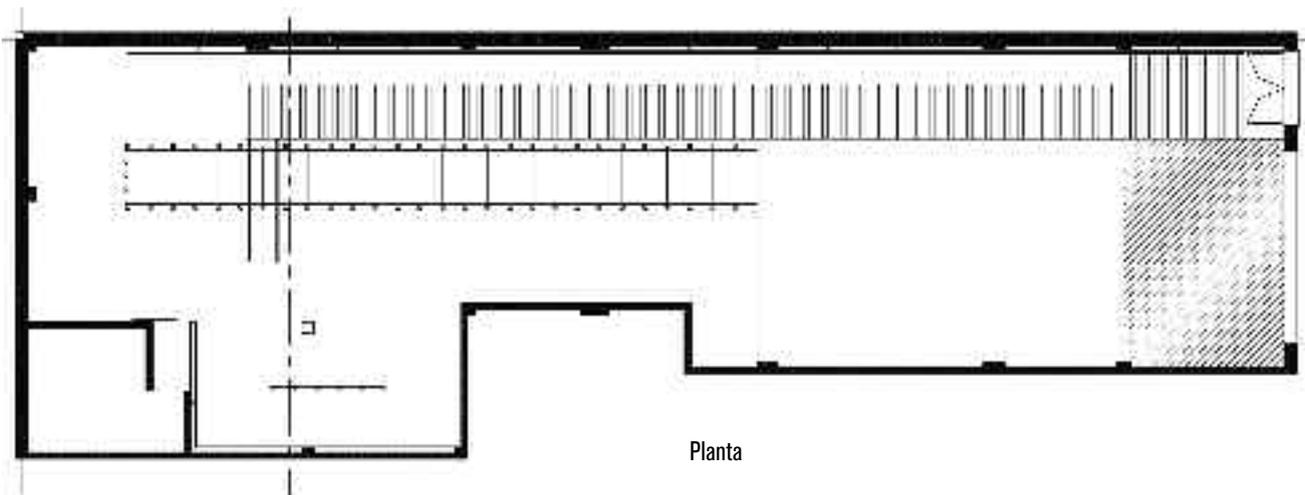
**E**l comitente es una empresa dedicada a la producción y desarrollo tecnológico de equipos para oficinas. Mas allá de la exhibición de sus productos, la búsqueda era de una imagen corporativa que se desprenda del prototipo impersonal y deshumanizado que suelen estar dotados estos espacios destinados al trabajo administrativo.

La opción seleccionada fue la de mostrar el espacio tal cual fue construido sin utilización de recurso alguno para esconder o disimular o sustersufijos para denotar aún más su estructura espacial.

Conceptualmente se optó por la idea de una pasarela donde el visitante recorre linealmente las diferentes situaciones comunicacionales entre equipo-espacio en la unión entre el acceder y el ser recibido. Se pensó

en la línea como lo que es, una sucesión de puntos que tienen un comienzo y un final, y en la recta como el camino mas claro y preciso que a su vez demuestra el carácter de la empresa en su proceso productivo y humano. El carácter que se le quiso adjudicar al espacio es de unitariedad de recorrido total y confrontación de diferentes situaciones y principalmente connotarlo de calidez y calidad. Esto se lo puede leer con claridad, como el mismo gesto (línea-pasarela).

Se demarca en el plano piso, en la envolvente lateral y en la superior con distinta materialidad, generando diferentes situaciones, preponderando cada una en su ubicación y acompañando al usuario en su recorrido y en su estancia en situación de ambigüedad en la de oponerse y de integrar.



# 13

Arqs. Carina Mercado y María Adela Daboye



Melocotón  
Alto Rosario Shopping  
Junín 501

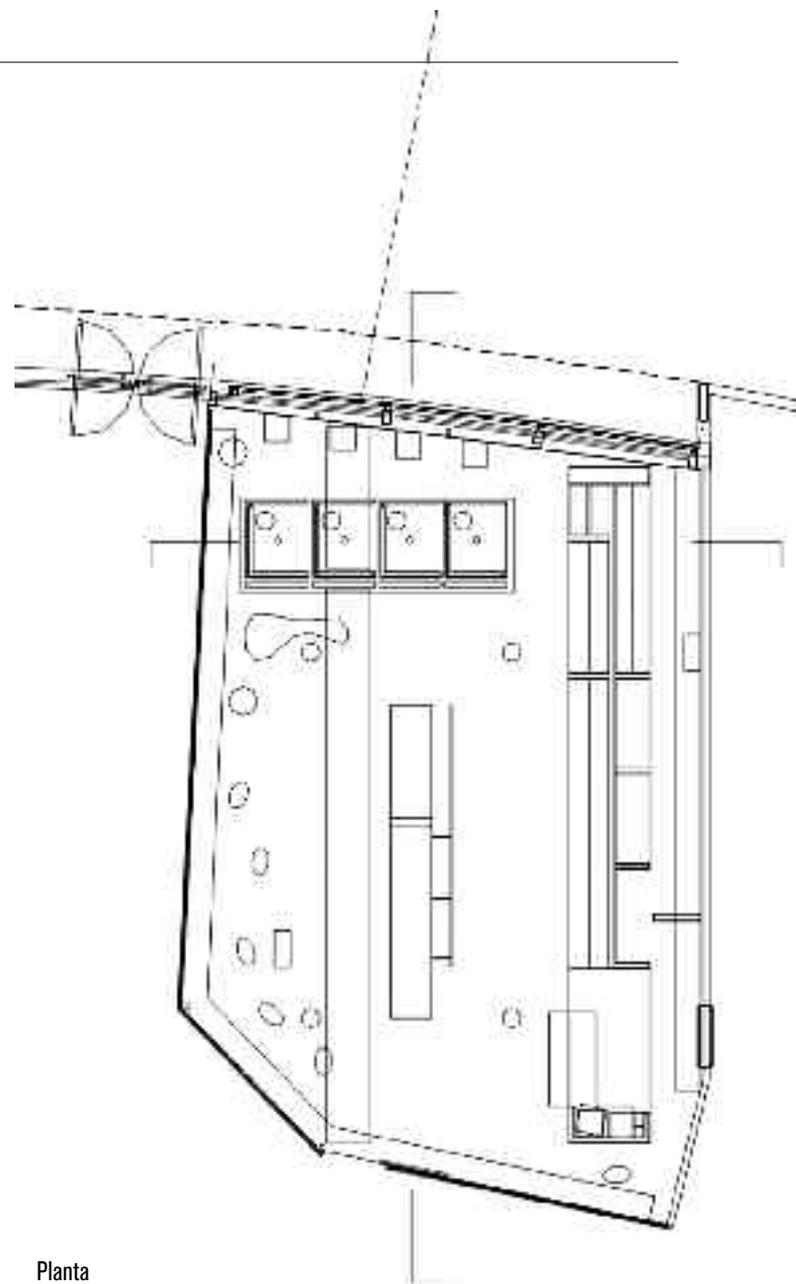


**E**l local se encuentra en un ingreso importante del shopping y se desarrolla en esquina dejando tres fachadas muy expuestas.

Nuestra intención es aprovechar esta cualidad y que el proyecto pueda ser visto y recorrido en toda su extensión transformándose en una gran VIDRIERA, donde la única alteración visual en el perímetro sea la puerta.

Dejamos libre casi la totalidad de la planta jugando con dos elementos principales: el gran mueble de fondo que deja lugar al depósito y los vestidores como figura que generan tensión con el ingreso enfatizando la longitudinalidad del sitio.

En cuanto a la imagen, la marca requería un cambio radical, mostrar un clima de lujo y sofisticación lejos de la típica caja blanca y luminosa. Esto se tradujo en la utilización de colores netos y en la elección de materiales y luces que juegan un delicado equilibrio entre el brillo y la opacidad.



Planta



CEROTRESCUARENTAYUNO | Local Key Biscayne

14

Arqs. Marcelo Sonnschein, Alejandra Handelsman



Key Biscayne  
Alto Rosario Shopping  
Junín 501



CEROTRESCUARENTAYUNO | Local Key Biskayne

Nombre de la Obra: Local Key Biskayne, Alto Rosario

Sonnschein Arquitectos

Superficie de planta: 56,32 m<sup>2</sup>

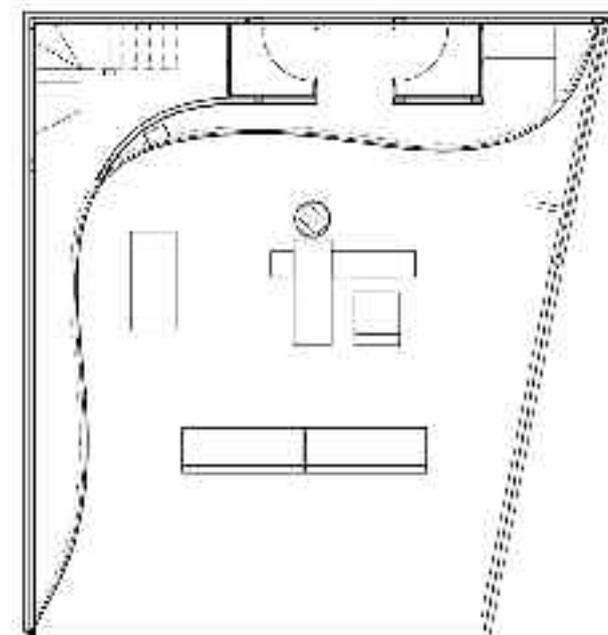
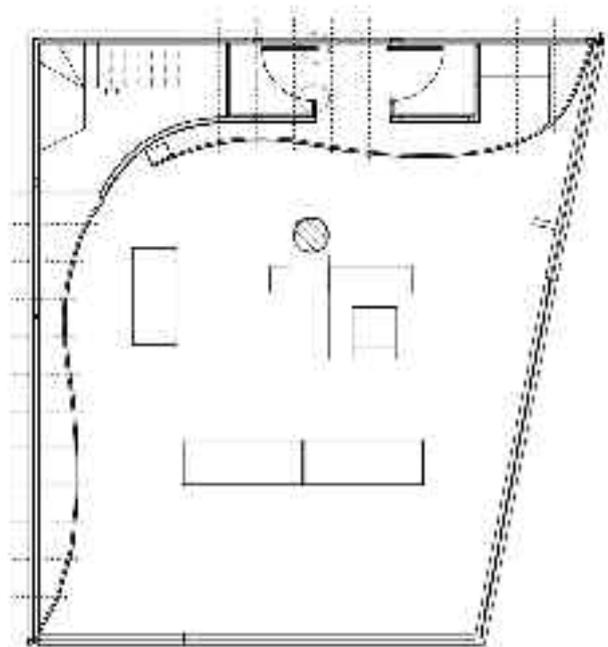
Superficie de entrepiso: 13 m<sup>2</sup>

La implantación del local en una esquina cercana a la entrada nos proporciona dos superficies vidriadas de grandes dimensiones, haciendo que se recueste sobre las dos paredes restantes todas las funciones que en el mismo se desarrollan. Como complemento a estas se disponen dos módulos móviles en el centro del local para contener la mercadería y disponerla de diferentes maneras acordes a los armados de vidriera que realizan. Adaptamos a la columna que se encuentra dentro de nuestra superficie el sector de estar y exhibición de accesorios y zapatos.

La materialización de las paredes interiores a modo de cintas de diferentes tamaños nos permitió disponer a la mercadería entre las mismas, diferenciadas a través de la iluminación y el material de fondo utilizado: pinotea.

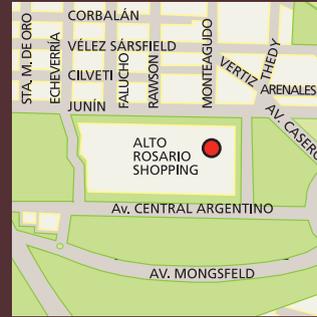
Para mantener el concepto de unidad hemos decidido revestir a todo el resto del local con un sólo material: cemento.

Para el resto del equipamiento utilizamos mármol arabescato y cuero de colores en los muebles, destacando su nobleza y su presencia visual.



Plantas





Nasa Jeans  
Alto Rosario Shopping  
Junín 501



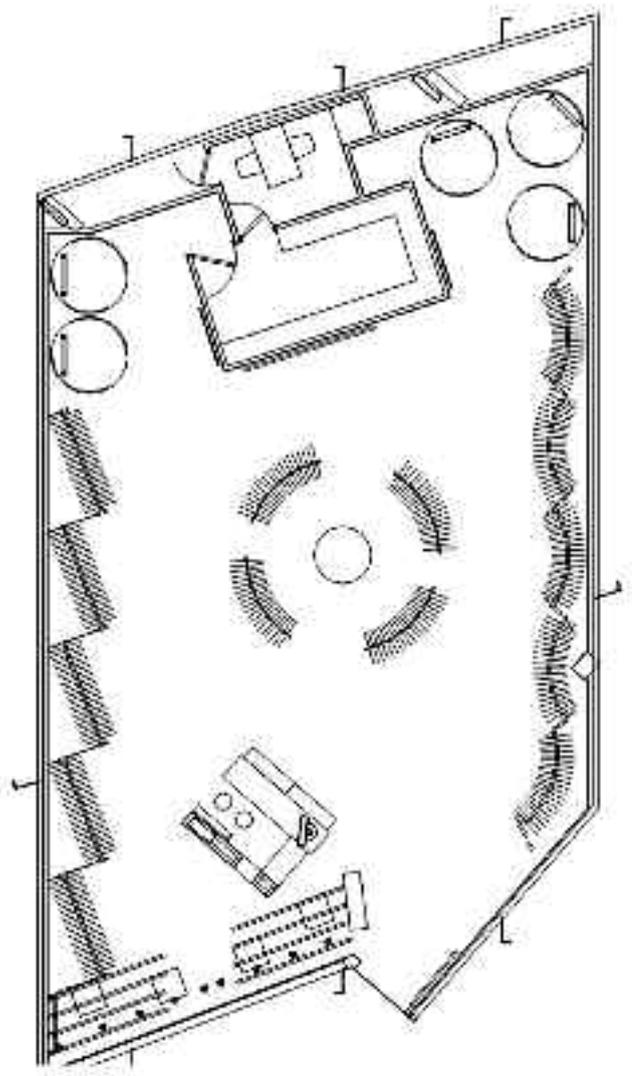
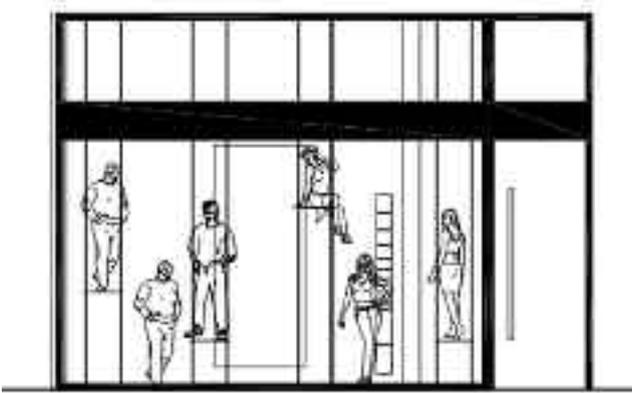
CEROTRESCUARENTAYUNO | Local Nasa Jeans

Nombre de la Obra: Local Nasa Jeans

Superficie de planta: 150 m

Superficie de entepiso: 10 m x 15 m x 5 m

Corte



Planta



# 16

Arq. Scarpin  
Asociado: Sr. Cristian Fredes

Walter Peluquerías  
• Alto Salón Centro  
Rioja 654  
• Salón Fisherton  
Av. Eva Perón y Sánchez de Loria



Nombre de la Obra: Walter Peluquerías

Superficie: 60 m<sup>2</sup>

Año de Proyecto: 2002

Año de Construcción: 2003

Documentación digital: Arq. Daniela Ulecia

### Límites indescifrables<sup>1</sup>

«Hablaba conmigo si para un Arquitecto habrá un requerimiento programático mas intimidante que el proyecto de un espacio para la comercialización y comunicación de la Belleza, la Estética y la Imagen.

De echo lo coloca de frente al espejo de su propia esencia, al eco de sus posibilidades y a la recurrente incertidumbre de su auto-valoración creativa. Con la aparición de sucesivos cuestionamientos sensibles, de la mano de este Salon revive ese costado de mi interior.

Pero como representar la Belleza en algo tan pequeño!. Aunque quizás lo bello no sea demasiado grande. Alguien puede precisar ¿que es la Belleza?, ¿cómo es?, ¿dónde está? O, lo que más nos interesa; ¿cómo se comunica o materializa? Es casi como hablar de Dios».

Cada proyecto necesariamente brota de un requerimiento, sea pragmático o teórico que, en definitiva; es su primera certeza. En este caso, ese supuesto mandato inicial fue el dato más incierto, vago y desafiante. Asumiendo entonces total ineptitud para definir la Belleza y mucho menos crearla, «ad initio» sentí la liberación de tamaña responsabilidad y fue esa la primera determinación cierta.

Lejos de pensar que la arquitectura «es un arte cuya ambición no es el provecho»<sup>2</sup>; en algún momento en abs-

tracto, creí que lo mejor sería una «Gran Caja Blanca», determinación difícil de sostener ante los cánones admitidos por el mercado, ante mi Cliente y ante los Clientes de mi Cliente; que huirían mucho antes de pensar siquiera en entrar. Estaba seguro que debía ser algo mínimo, porque me parece que así es la Belleza; entonces pense un camino, una gran línea interminable e iluminada rodeada de ausencia y eso me pareció atractivo.

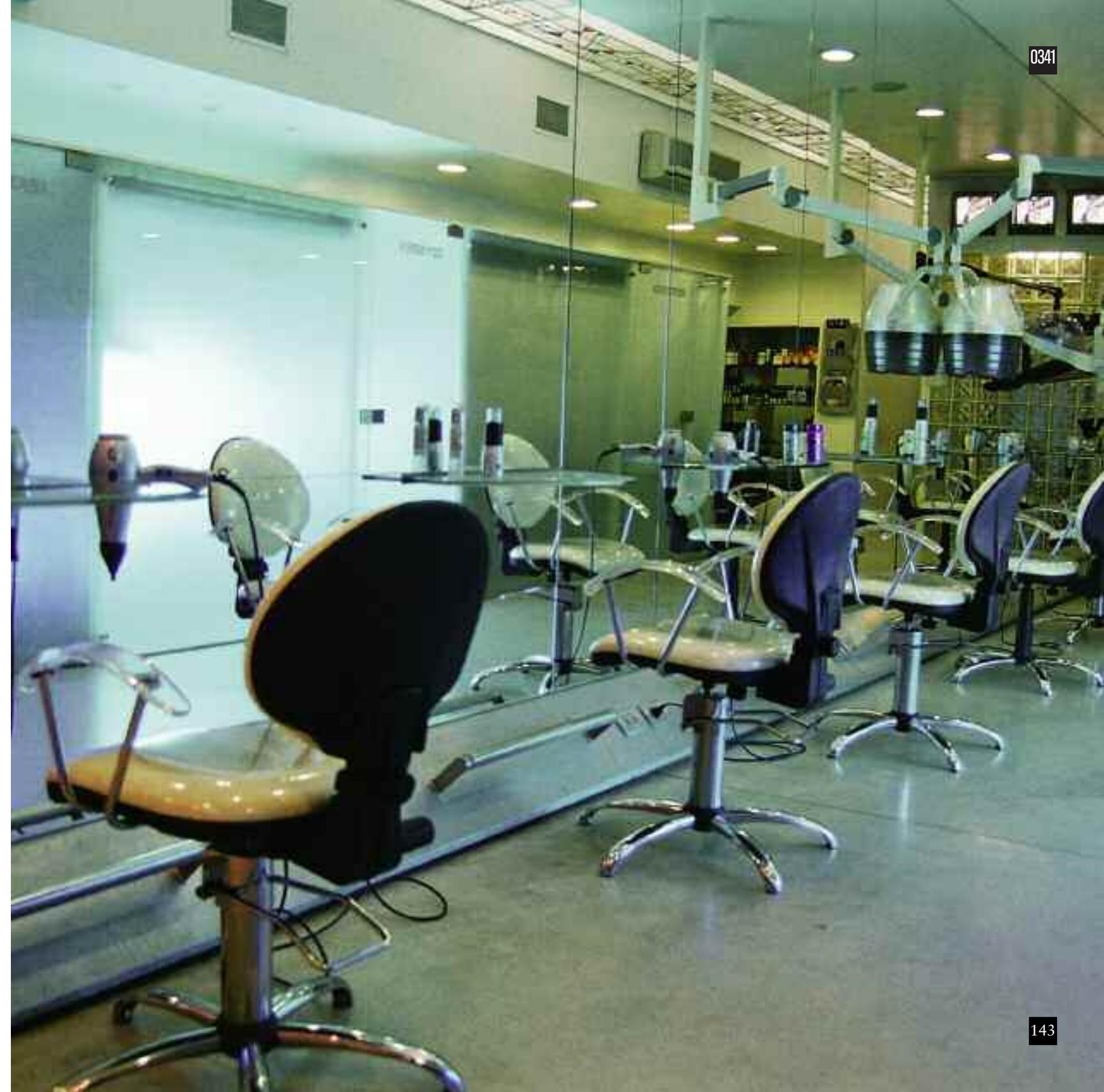
Lamenté contar con poco espacio y recordé la canción que pregunta si no seremos nosotros quienes tenemos en la cabeza un «maldito» muro, aunque aquí las paredes no eran hechos mentales sino físicos que me proponía disipar. Después supuse que lo hermoso no era tan real y elegí el vidrio como argumento excluyente; el material más falaz y fantástico que a mi juicio existe.

Imaginé que algo bello podría ser un escenario irreal de ilusiones agradables donde la transparencia es permeable y receptiona (lo público), lo traslucido distorsiona siluetas verdaderas provocando silencios estéticos (lo privado), los reflejos devuelven imagenes reales que no son la realidad (el cambio) y donde el blanco fuera la atmosfera de todo. A partir de esta elección, cada partición funcional fue precisando su sitio dentro el todo. Entonces lograría infinitos ángulos de observación, como infinitas perspectivas, recorridos y percepciones. Como un yerro voluntario, la fragilidad sustenta a los sólidos y donde la estática exige elementos verticales de carga; la respuesta es el vidrio en sus diferentes usos. Esa provocación adquiere su expresión más conflictiva cuando la Física lo define como un «Sólido de alta viscosidad»: un sigiloso ente de sílice que literalmente vive y se mueve.

La inmaterialidad de lo vertical no reporta los bordes y la posición precisa de un muro es la distancia hasta el. En esta búsqueda, lo único de fiar siempre fue el contrapunto entre piso y techo: La tierra-base y El cielo-tapa. Para diluir cualquier referencia mensurable, el piso se resuelve como plano único de cemento

<sup>1</sup> Arq. Scarpin (Autor).

<sup>2</sup> Arq. Matthieu Cazavel (Arquitecto imaginario de Françoise Sagan, Escritora Francesa).

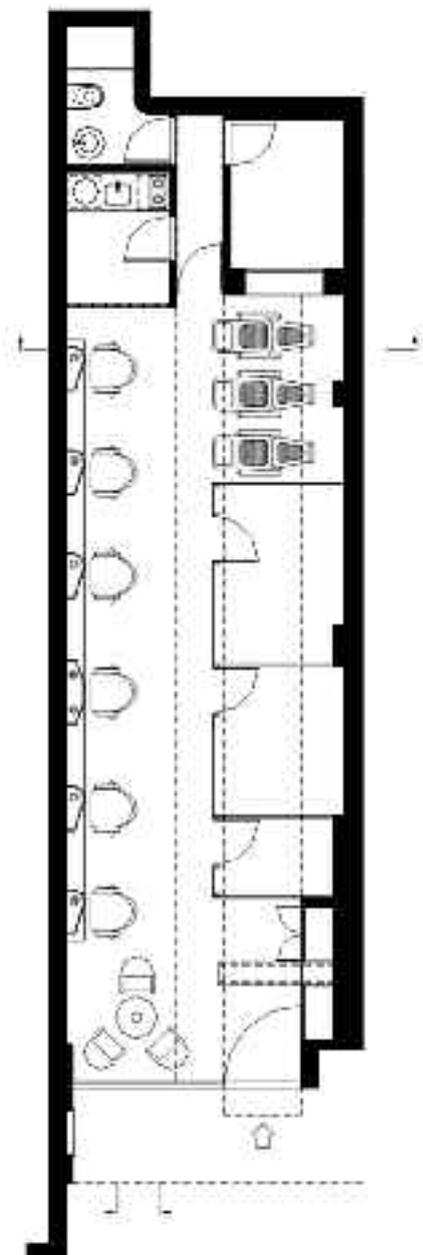


blanco empastado con mica laqueada y sin particiones. La perspectiva central es acelerada por una banda de luz superior, un vitraux contemporaneo finalizando en una lonja espejada que lo torna infinito. La actitud del apoyapies corrido desde el frente hasta el fondo del recinto, acentua esa lectura fugaz. Con pretención de contenedor brillante sin limitantes visuales y sin muebles, la Vidriera es una pieza única que se hinca en piso y muro sin mediar marco ni herrajes. La Recepción, una suerte de «Barra de hielo» incrustada en nichos laterales y los Puestos de Corte se resuelven con lenguas singulares de vidrio esmerilado provenientes de la entraña de un reflejo que las torna anonimas e inexistentes. Esa gran Pared espejada suple la sumatoria de espejos-cuadro conformando un «Alter Ego» animado velando inexorablemente durante todo el proceso de transformacion con la sinceridad extrema de ese disfraz modificable que es nuestra propia imagen.

«A chi si guarda nello specchio  
e da tempo non si vede piú,  
a chi non ha uno specchio  
e comunque non per questo  
non ce la fa piú».<sup>3</sup>

Concluido el proyecto a la par de la obra misma, desaconsejada practica casi neo (reo) Pre-renacentista; y convencido de haber dado una respuesta profesional cabal, igualmente retuve una frustracion parcial al persistir aquella duda respecto a la emision e interpretacion del mensaje. Pasaron 3 años y en ocasión de haber sido seleccionado para esta Publicación, he vuelto a reelaborar incertidumbres y es ahora cuando encuentro una posible respuesta que en realidad es una hipotesis con forma de cuestionamiento aliviador: ¿No es la Belleza una convención figurativa de contradicciones cambiantes?

<sup>3</sup> Ivano Fossati (Poeta Italiano, del texto «Dedicato»).



Planta



# 17

Arqs. Alicia Finster, Nelson Piazza



Cacharel  
Shopping Alto Rosario  
Junín 501



CEROTRESCUARENTAYUNO | Local Cacharel

Nombre de la Obra: Local Cacharel

Superficie: 200 m<sup>2</sup>

Empresa Constructora: De Paoli y Trosce

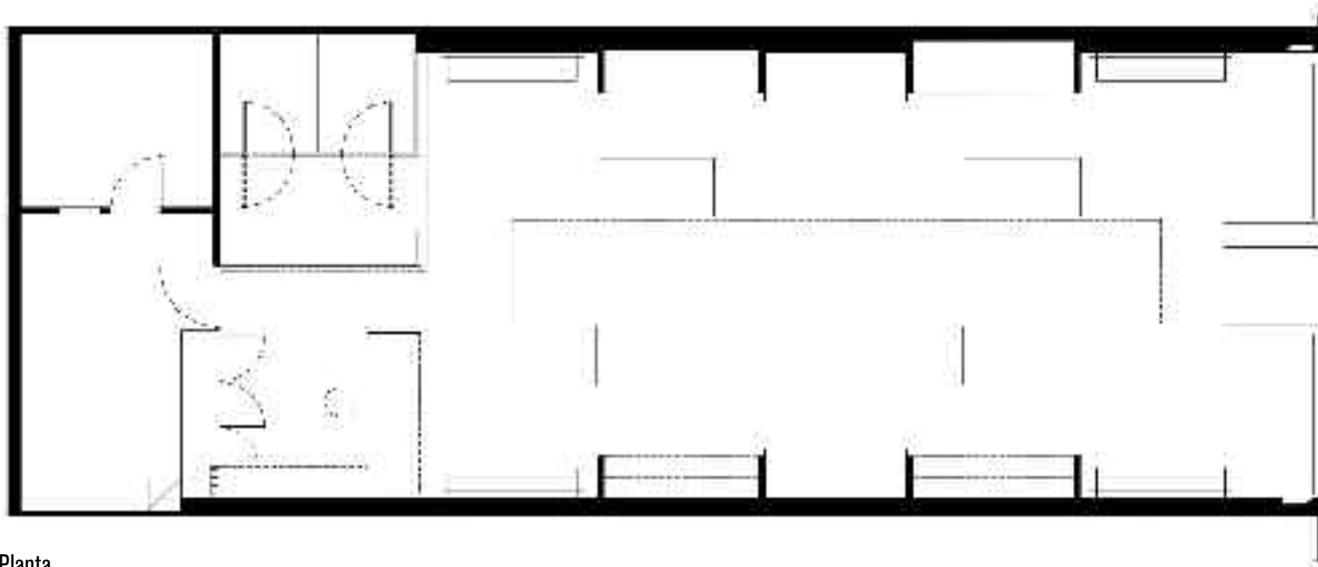
Este local está ubicado en el interior del Shopping Alto Rosario y dedicado a la venta de indumentaria masculina, características que, además de las exigencias de los propietarios, historia de la marca e identidad corporativa, fueron algunas de las premisas consideradas en el proyecto.

En los Shoppings cambian los conceptos de ingreso y dentro-fuera, de aquí que eliminamos la puerta de ingreso invitando a prolongar el paseo exterior en recorrido interior, proponiendo todo el local como vidriera. Se construye una gran caja neutra, se utilizan planos y volúmenes simples, como exhibidores, para articular sectores, y muros espejados o de vidrio des-

materializando los límites laterales medianeros, intentando que el protagonismo sea del producto comercial, su marca y el público.

La doble calidad y ubicación de las vidrieras, responde a los dos tipos de productos (vestimenta formal e informal). La tradición de la marca comercial se refleja en el uso del cerezo como madera sobria, noble y cálida.

La iluminación se resolvió en tres escalas: general, con luz neutra y pareja; sectorial, creando microclimas en distintas zonas; y focal, realzando las prendas. En todos los casos las luminarias están ocultas evitando que compitan con los productos exhibidos.



Planta





CEROTRESCUARENTAYUNO | Local Rosental e Hijos S.A.

18

Arqs. Ariel Raúl Grinblat, Federico Ortega Angelelli  
Asociado: Arq. Flavio Gianetti  
Colaborador: Cristian Manuel Berasategui



Rosental e Hijos S.A.  
Mendoza 8833



CEROTRESCUARENTAYUNO | Local Rosental e Hijos S.A.

Nombre de la Obra: Comedor y Vestuario Personal

David Rosental e Hijos

Superficie: 300 m<sup>2</sup>

Año de Construcción: 1996

**E**l programa sugería la reubicación de actividades existentes.

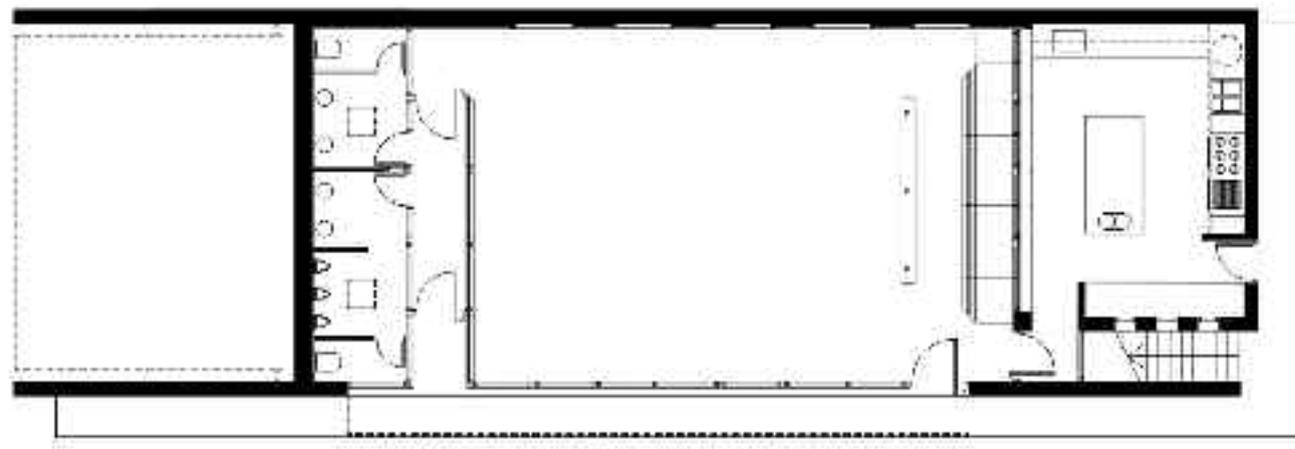
El edificio del que partimos presentaba, en su planta baja, una desordenada conformación, excesivamente compartimentada, desarrollándose en ella todas las actividades.

La primera intervención fue la limpieza del edificio, volviendo el espacio a su estado original.

Una vez saneado el edificio, el proyecto consistió en resolver y dar respuesta a las exigencias programáticas, reubicando los vestuarios en planta alta, (decisión que permitió flexibilidad en planta baja), resolver los ingresos, llevar los servicios a los extremos, dejando el centro liberado par ubicar el sector comedor.

El muro rosado se generó como el elemento que unifica la obra; su única perforación resuelve los accesos y permite el ingreso de luz. Su presencia produce una fuerte tensión horizontal que se ve acentuada por el uso de elementos metálicos (aleros-baranda).

Como contrapunto aparece un volumen que envuelve y enmarca la obra sobre uno de sus vértices que se acentúa con la presencia de elementos metálicos que la acompañan (escalera marinera-chimenea-tanques). Los colores son simples: exteriormente, los de la empresa (rosa-beige), interiormente neutros (blanco-negro-gris).



Planta

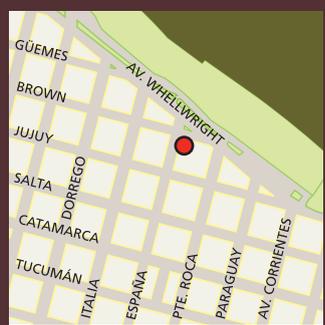


CEROTRESCUARENTAYUNO | Local Bar de Fiambras La Culpa Ramos Generales

19

Arqs. Martín Gascón, Carolina Brédicce

Bar de Fiambras  
La Culpa Ramos Generales  
España y Brown



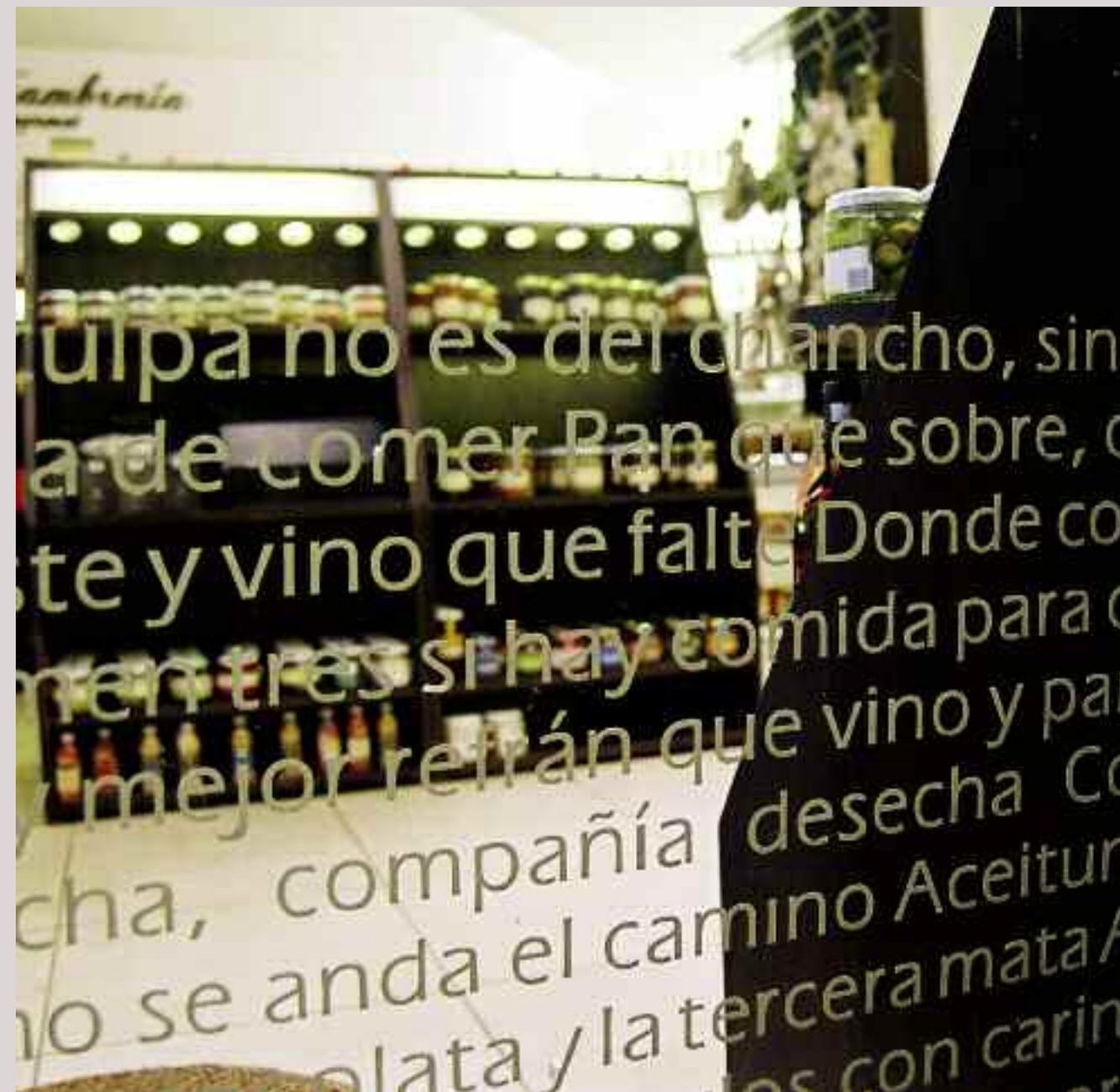
Nombre de la Obra: Bar de Fiambres La Culpa Ramos Generales  
Diseño Gráfico: Dg. Virginia Bilicich

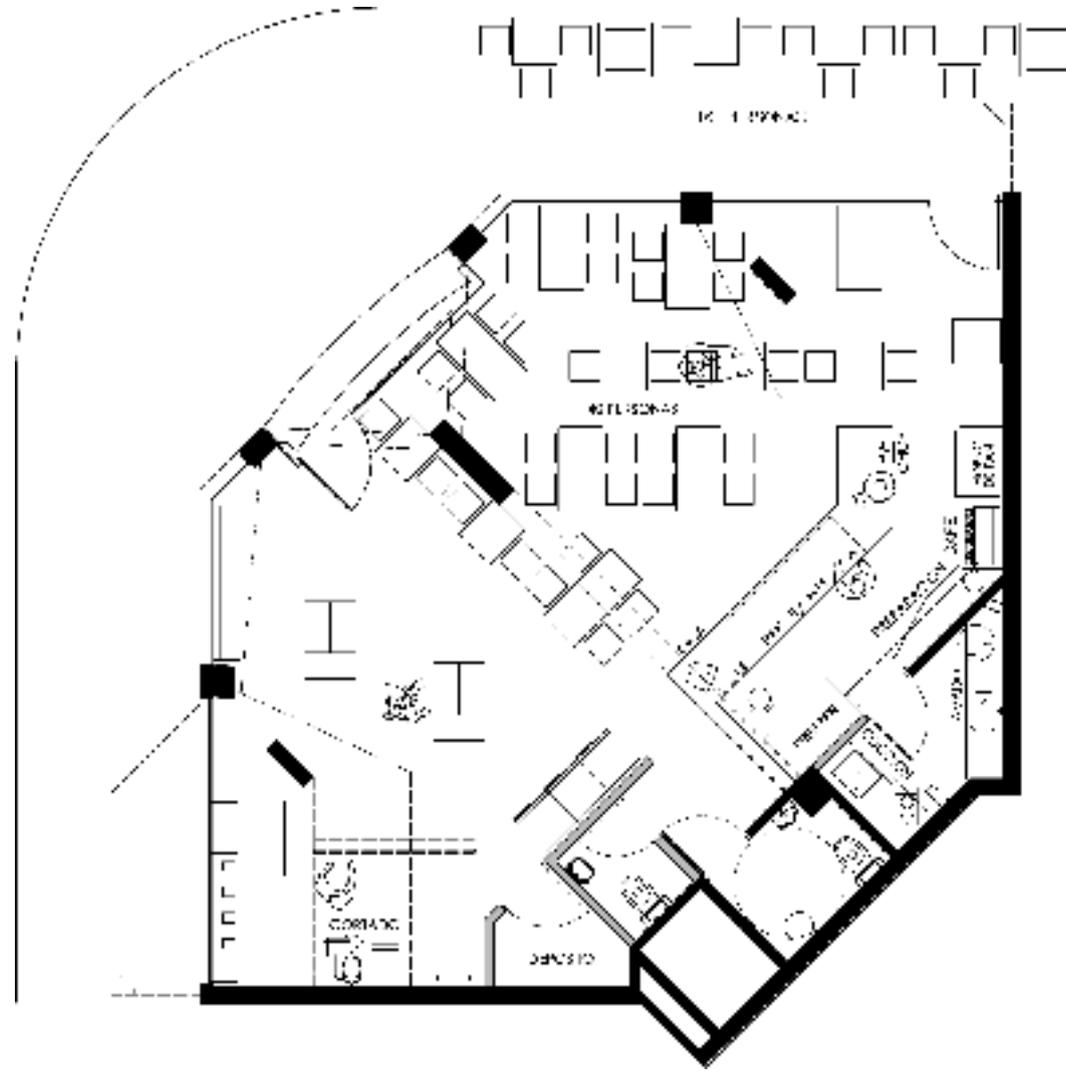
La Culpa... ofrece productos especiales, diferenciados. Cada uno de ellos se destaca por ser un verdadero hallazgo. A partir de esto, los embutidos, conservas, bebidas y especias se exponen de una manera «suave», gentil, con un cuidado semejante al que nos hemos acostumbrado a hallar en la mercadería de una boutique o una joyería. [durante toda la etapa de proyecto, éste fue referenciado con el nombre interno de «Boutique del Fiambre»]

Aquí es posible, a su vez, experimentar esos pro-

ductos en la misma ambientación que los presenta. El espacio de exposición y expendio se entremezcla con aquel que permite saborearlos en sus distintas conjunciones y armonías, todo esto envuelto —gráficamente— por aquellas frases y refranes que rondan la cultura y que rescatan, de un modo u otro, ese momento social por excelencia que conocemos como «picada».

El espacio público de la esquina se involucra. A causa de un uso exclusivamente residencial, se encontraba aletargado y vacío, mas todo el conjunto de actividades plantado lo reanima y le otorga nueva significación, aun más allá de que «este producto pueda no ser del todo entendido (por los chanchos)».





Planta



Agro bar  
Av. Venini y San Luis  
Pergamino  
Pcia. de Buenos Aires



A través de una agencia de publicidad, una empresa de agroquímicos nos encargó el proyecto y la construcción de un espacio agrotemático para hacer negocios, en un local que habían alquilado, en el ingreso a la ciudad de Pergamino.

La idea era posicionar la marca en un lugar estratégico, donde se ubican casi todas las comercializadoras del rubro conviviendo con los servicios, estaciones de combustible y concesionarias de automotores y maquinaria agrícola. Para que se encuentren los productores de la zona, en un formato de bar.

Desciframos un programa diferente: un espacio flexible donde se darían las funciones de ventas, con áreas de recepción, reuniones, privado y archivo, y un lugar para bar, con áreas de barras, mesas y de estar con sillones. Además tendría un uso circunstancial de charlas informativas y videoconferencias, todo para disponer de información agropecuaria con tecnología de última generación.

La idea era todo esto en un ambiente informal. ¿Porqué?.

Nos contestaron que este tipo de ventas se realizan, generalmente, en un clima de bar.

Pensamos con pocos recursos, bajo presupuesto y plazos perentorios, en una simple intervención: en el exterior, un parasol de madera con estructura metálica, que cubra al local de la orientación oeste, y que utilizamos como sostén de gráfica con el logo de la empresa. La mampostería se pintó con el color rojo, insignia de nuestros clientes.

En el interior tres planos (uno de fondo con todo el servicio empotrado, uno de cubierta y otro de piso) generan el bar y el área de reunión. Todo se materializó con vidrio y madera multilaminada natural, lo neutro, y el mismo color rojo exterior, en los muros.

Las gráficas fueron decididas por la agencia de publicidad.

Grupo Óptico  
Italia 772



### Profesionalismo y simplicidad

La actividad del óptico requiere conjugar el aspecto clínico con el comercial; en nuestro caso la decisión fue priorizar el primero, partiendo del blanco que rige el espacio, el mobiliario y hasta la indumentaria de los profesionales.

El proyecto abreva en el predominio de la transparencia y la simplicidad de los objetos.

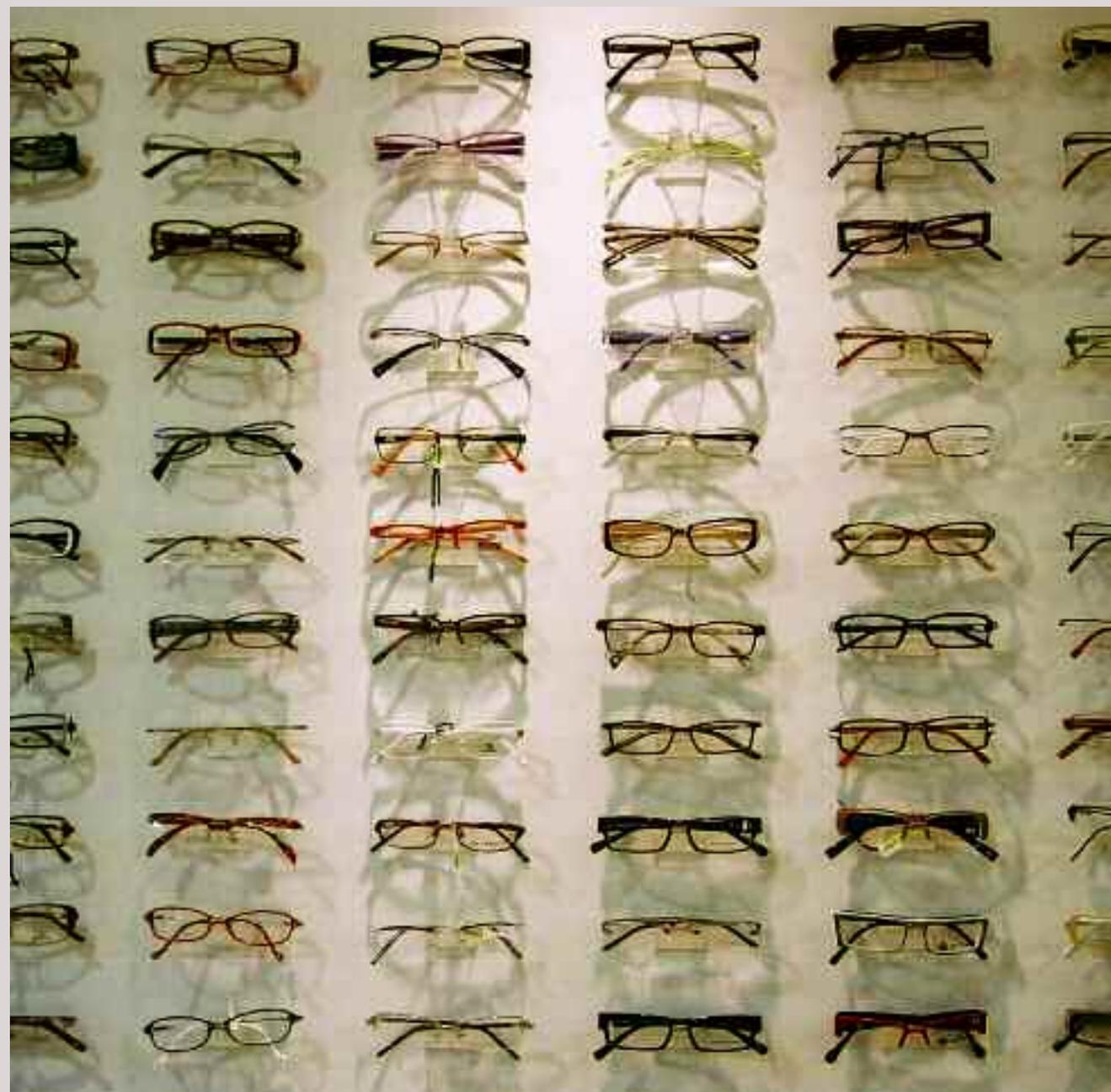
La transparencia del cristal se impone en la vidriera en función de la íntegra exposición del local a la vista fugaz del tránsito vehicular.

El diseño del mobiliario intenta resolver, con la mayor simplicidad, los distintos niveles de atención personalizada en un objeto único: el mostrador.

La austeridad se traduce en economía de elementos periféricos; la presencia del juego especular permite la ilusión de expansión especial.



Planta



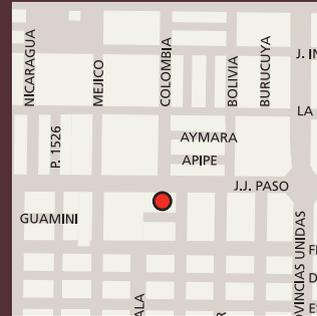
# 22

Arq. Flavio Luciani

Consultorio Odontológico  
San Luis 1665  
6to Piso, Of. 5



Nombre de la Obra: Consultorio Odontológico  
Superficie: 33 m<sup>2</sup>  
Superficie de depósito P.A.: 150.00 m<sup>2</sup>



Magnani SRL  
Juan José Paso 7025



CEROTRESCUARENTAYUNO | Local Magnani SRL

Nombre de la Obra: Local Magnani SRL  
 Cálculo estructural: Ing. Gustavo Gelmetti  
 Superficie cubierta taller: 1.200 m<sup>2</sup>  
 Superficie cubierta local: 515 m<sup>2</sup>  
 Año Finalización: 2004

Desde el inicio, los empresarios de Casa Magnani comprendieron que el edificio sería una herramienta fundamental en la construcción aquella imagen que transmitiera claramente su filosofía y principios comerciales. De este modo, la arquitectura asumió un papel vital en el discurso global de la empresa.

En una primera etapa se construyó la nave del depósito y luego el bloque administrativo sobre J. J. Paso. Se generó un patio arbolado sobre Colombia, que es el estacionamiento privado, y que espera como última etapa un bloque de oficinas en planta alta, recostado hacia la calle y suspendido sobre pilotes, de modo de dejar la planta baja libre y mantener allí el estacionamiento. Finalmente, en el hueco generado en la ochava, está proyectada una torre publicitaria de gran altura, que será vista desde Circunvalación.

Para una veloz ejecución se apostó a la tecnología. Se trabajó con elementos de hormigón premoldeado a medida hecho en pistas, y si bien tomó sólo diez días montar la estructura, el mayor desafío lo constituyó el desarrollo previo: se elaboraron planos de fabricación y montaje con detalles al milímetro. Se realizó un trabajo de gran rigor proyectual, disciplina y de racionalización de recursos, en el que hasta el más mínimo detalle debía estar controlado para poder generar una arquitectura precisa.

La imagen formal debía ser fuerte, adecuada para el tema, y además, compatible y honesta con su materialidad y con la tecnología que la produciría.

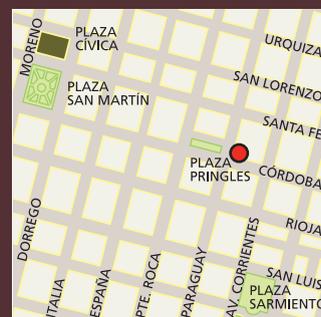
La expresividad del conjunto arquitectónico está dada

fundamentalmente por el ahuecamiento de la caja arquitectónica y la generación de vacíos, tanto interiores como exteriores. De este modo se entretajan una serie de filtros, patios y lugares intermedios que enriquecen la articulación entre los distintos espacios generando secuencias de ámbitos altos y bajos, amplios y estrechos, abiertos y cerrados; ofreciendo así al visitante una inesperada sucesión de estimulantes situaciones.

En Magnani SRL reafirmamos nuestra preocupación por la investigación, utilizando las herramientas disponibles en nuestro medio y buscando una poética y un lenguaje propio.

La obra refleja nuestro compromiso con los procesos de producción, el uso correcto de los materiales y la incorporación de tecnología. Esto abre nuevos caminos en la tarea de conjugar calidad arquitectónica y ejecución eficiente, entendiendo a la arquitectura como una actividad de permanente búsqueda y aporte creativo y no como una disciplina meramente técnica.



Borsalino  
Paraguay y Córdoba

Nombre de la Obra: Local Borsalino

Año: 2007

**E**l local se ubica en una esquina estratégica de la ciudad de Rosario límite entre la calle Córdoba (peatonal) y el Paseo del Siglo (vehicular)

El comercio, rubro zapatería, fue totalmente despojado de su decoración anterior. Jerarquizamos el espacio único (10m x 7m) con doble altura:

- Transparentándolo con el exterior a través de vidrieras bajas y abiertas.
- cerrando el perímetro del entepiso con planos de muros blancos.
- aumentando la percepción del lugar con un gran paño de espejo en la pared de fondo y desmaterializando la columna central con el mismo material.
- elevando a nivel de cielorraso la iluminación de mercurio halogenado.
- cambiando la altura de la puerta de ingreso.

Los materiales elegidos fueron madera color cerezo (para piso, revestimiento de columna interior y rincón de estantes), espejo (para muro medianero y columna central) y mármol pulido travertino a la veta (para el basamento de las vidrieras)

El amoblamiento consistió en estantes de madera iluminados, mesas bajas exhibidoras de madera de distintos tamaños y butacones grandes y confortables.

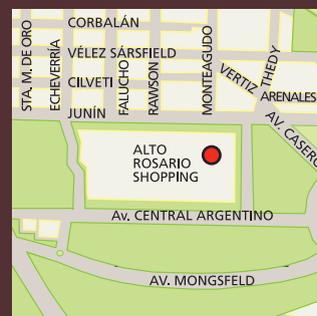
El desafío de esta ambientación fue el tiempo: todo se ejecutó en 5 días

El estilo de nuestro estudio de arquitectura es la sobriedad.



25

Arqs. María Cristina Vozi, Alfredo Esquivel

Shopping Alto Rosario  
Junín 501

Nombre de la Obra: La Sociedad de Honorables Enófilos

Rubro: Almacén Gourmet de vinos

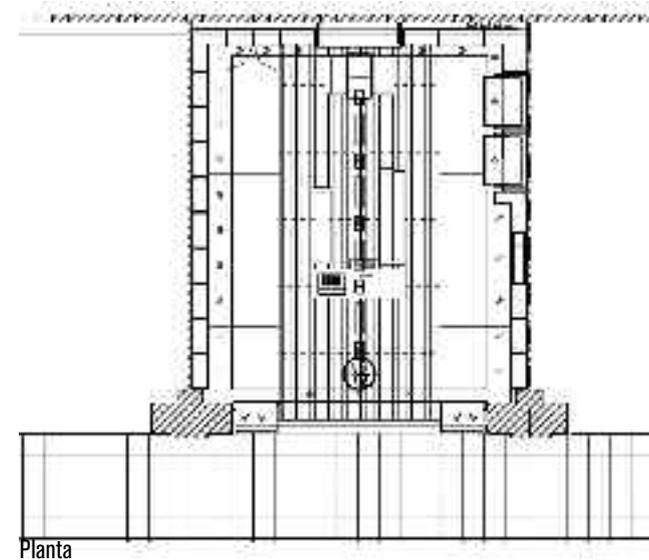
Superficie: 78 m<sup>2</sup>

Año: 2004

**E**l local para la venta de vinos adopta como punto de partida el concepto de una bodega, el cual es tomado como lenguaje en el cielorraso de madera. Este articula el espacio y genera una circulación entre mostradores centrales y gargantas laterales que invitan a recorrer los diferentes varietales y sabores.

Se genera un clima de cava con iluminación tenue que protege el vino y utilización de madera oscura para muebles, piso y cielorraso.

En el exterior se ve reflejada la fuerte simetría enmarcada por la gran abertura y sus vidrieras laterales. Son premisas fundamentales tres puntos institucionales de la marca del local: el mostrador de una antigua almacén de ramos generales, la gigantografía de contexto histórico y el uso del color borgoña.



Planta



CEROTRESCUARENTAYUNO | Local Joyería Julio de la Cruz

26

Arqs. Esteban Meritano, MMO Damián Moljo  
Colaborador: Gabriel Galindo

Joyería Julio de la Cruz  
5ta Av. y 10 st.  
Hotel Básico  
Playa del Carmen  
Riviera Maya, México



CEROTRESCUARENTAYUNO | Local Joyería Julio de la Cruz

Nombre de la Obra: Joyería Julio de la Cruz

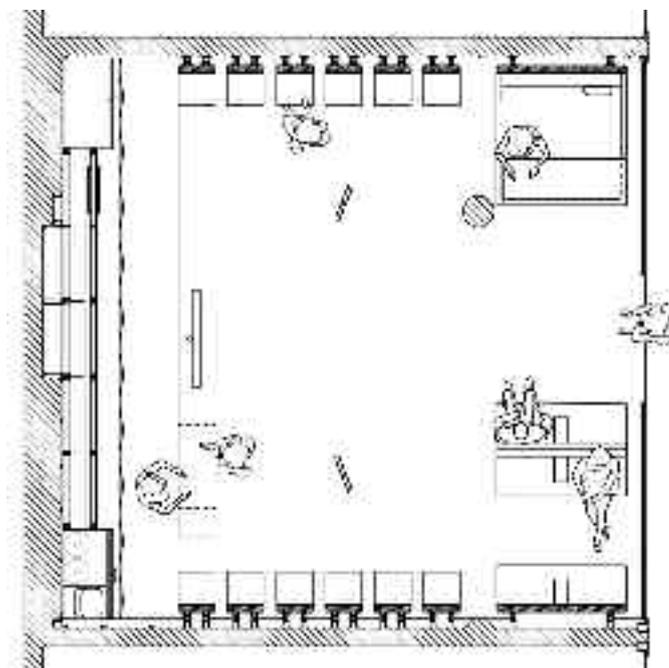
Dirección, ejecución y administración:

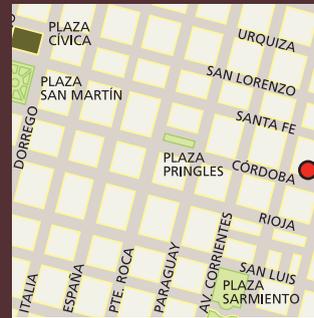
Arq. Esteban Meritano, MMO Damián Moljo

Dimensiones: 6,00 m frente x 6,50 m fondo x 3,00 m altura

Superficie: 39 m<sup>2</sup>

Planta



Local Laundry  
Córdoba 1214

Nombre de la Obra: Laundry  
 Dirección de obra: Gustavo Tettamanti  
 Superficie: 453 m<sup>2</sup>  
 Año: 2007

En el Local Comercial de Laundry desde el arranque se focalizó el aspecto interno del local, ya que nos encontramos con un lugar sumamente interesante por su arquitectura, la primer tarea realizada fue limpiarlo, sacar un cielorraso q se encontraba tanto en el interior como en el exterior (recova), esta tarea fue hecha principalmente para darle al local otra escala, y eso ayudo mas a mostrar como es su arquitectura, la cubierta de bovedilla de ladrillo, los rieles de hierro, las paredes de ladrillo visto, eso nos intereso ya que la marca tiene una cierta tendencia a valorizar nuestro pasado y a darle al producto un cierto valor dentro del mercado.

A medida que iba transcurriendo la obra seguimos descubriendo cosas aún más interesante como la planta alta con sus dos huecos encerrados con una herrería de un trabajo muy fino que balconea a planta del entrepiso, sobre los mismos un lucernario que hace que sea un foco dentro de la planta. Luego de hacer un recorrido general sobre el Local empezamos a estudiar lugar por lugar, dándole a cada uno un enfoque particular. En la Planta baja se cambio el piso por un entablado de madera laqueado, se realizo la totalidad de la instalación eléctrica, se ubico los artefactos de luz suspendidos de la cubierta de manera que no solo se vea como el artefacto en si, sino como un lugar diferente, se coloco el amoblamiento (estanterías) sobre los muros y en el centro para generar una circulación determinada otorgándole al cliente un cierto recorrido, que produzca un interés no solo por el producto sino por la arquitectura del lugar.



Los probadores fueron materializados con tabiquería de Durlok y colocados linealmente para determinar su funcionalidad.

En el extremo del ingreso encontramos dos escaleras una nos lleva a planta alta y la otra al entrepiso. En la planta del entrepiso se ubico el equipo de aire acondicionado utilizando el conducto existente y se aprovecho un patio interno para mostrar las prendas de manera diferente.

Para ir terminando creo que es un Local diferente porque muestra al producto de maneras distintas (suspendido sobre tensores, colgados sobre perchas o sobre estanterías) pero de cierta forma siempre ligado a la arquitectura del lugar.

28 Proyecto 1ª Etapa  
Acondicionamiento edilicio, 1996  
Arq. Fabián Llonch

Proyecto ampliación, reforma y refuncionalización, 2002  
Arqs José Luis Ruani y Sebastián Luis Ruani

Local La Segunda  
Cuatro Esquinas



Nombre de la Obra: La Segunda  
Superficie: 87 m<sup>2</sup>  
Año: 2003

#### Oficinas en Cuatro Esquinas

**E**ntender que la publicidad no era el cartel, el edificio era el cartel, el telón de fondo o tal vez la puerta de entrada... Combinar los colores de la empresa y articular las direcciones del paisaje...

El principio o el final del sitio, construir un paisaje... Convertir una antigua e indiferente edificación en

el sitio que represente una importante compañía como la segunda en la zona sur de la provincia de Santa Fe.

Por fuera la envolvente de de chapa acanalada resuelve la impermeabilización del edificio y establece una relación material con las construcciones de almacenaje de granos en la zona.

Por dentro un plano-mueble transforma una secuencia de espacios estancos en un gran espacio que integre las acciones de los usuarios. Construir desde lo cotidiano, adaptarse a la mano de obra local, las disponibilidades técnicas y las características del sitio.

Como decía Alejandro de la Sota: «se trato de vender liebre por gato».

## Una propiedad construida con ladrillo... polvo de ladrillo

Corrientes Tenis. Ubicada sobre Corrientes entre Zeballos y Montevideo. 2.406 m<sup>2</sup> de superficie. Salida a Calle Paraguay.

Maipú 719 - Rosario  
info@dunod.com.ar  
www.dunod.com.ar

4481000

## Un excelente negocio en Mendoza y no necesita ni una sola uva

Mendoza 3609. Local comercial externo en venta. 156 m<sup>2</sup>. Espacio Aéreo.

Maipú

4481000

**dunod**  
PROPIEDADES



## No le hubiera gustado invertir en la costanera, pero 5 años atrás?

Bueno, ahora puede anticiparse a lo que viene. Terrano de 1252 m<sup>2</sup>, 5 lotes Oroño al 5300. Muy cerca del Casino.

Maipú 719 - Rosario  
info@dunod.com.ar  
www.dunod.com.ar

4481000

**du**

## Cuando San Martín llega a San Lorenzo, es una batalla ganada

San Martín esquina San Lorenzo. 410 m<sup>2</sup>. Orientación Noreste.

Maipú 719 - Rosario  
info@dunod.com.ar  
www.dunod.com.ar

4481000

**dunod**  
PROPIEDADES



## Como si fuera Gran Hermano, pero de automóviles

Fachada vidriada para exposición del automóvil. Salón de 415 m<sup>2</sup> libres de columnas. 630,22 m<sup>2</sup> totales cubiertos. En la esquina de Salta y Rodríguez.

Maipú 719 - Rosario  
info@dunod.com.ar  
www.dunod.com.ar

4481000

**dunod**  
PROPIEDADES



# ENCUENTRE LAS MEJORES PROPIEDADES EN EL SUPLEMENTO ECONÓMICO DEL DIARIO DEL DOMINGO

MUCHOS YA MARCARON ESTAS CINCO, NO HAY TIEMPO QUE PERDER

**dunod**  
PROPIEDADES



¡ESTALO EN NUESTRAS MANOS

Maipú 719 - (S200CGE) - (054 341) 4481000  
dunod@dunod.com.ar - www.dunod.com.ar

Ser parte de una auténtica comunidad, es ser parte de



AGENTE OFICIAL

- Solución integrada en líneas de telefonía y conexión permanente de banda ancha con beneficios adicionales.
- Llamadas sin cargo comunidad.  
Arquitectos | Colegio de Arquitectos \*
- Comuníquese con un agente de venta que lo asesorará y le brindará una atención personalizada sin cargo.
- A/D 568 0654; E/K 568 0183; L/O 435 0444; P/Z 568 0788

\*Llamadas entre líneas de TELMEX Argentina S.A. de la misma localidad



DESCO-ARMAMENTA S



ARQALUMINIO SRL

Aberturas de Aluminio

Arévalo 7349, Rosario | Tel.: 0341 458 7441 | E-mail: arqalum@ciudad.com.ar



SISTEMAS  
DE CARPINTERÍA  
DE ALTA  
PRESTACIÓN  
Máxima calidad  
para exigentes



"Torres Dolfines Guarani" - Línea A 30 New Reforzada

**SANNELLA ALUMINIO S.R.L.**

Constitución 1623 - S2002RAQ Rosario  
Tel. (0341) 437-0542 Fax: 439-4836

sannella@ciudad.com.ar sannella\_ventas@ciudad.com.ar  
sannella\_asistec@ciudad.com.ar sannellaaluminio.com.ar



**SANNELLA  
ALUMINIO  
SOC. RESP. LTDA**

# LUZ. ESPACIO. ESTILO

Sabemos que encontrará atractivos estos proyectos. Pueden ser suyos...



...porque las ventanas para techos VELUX, elegidas por sus características, calidad y amplia gama de productos, satisfacen sus necesidades de aire y luz natural, aportando diseños exclusivos y ambientes más confortables. Los mismos son posibles gracias a la extensa variedad de opciones que le ofrecemos y al asesoramiento con el que usted, como profesional, puede disponer durante cada una de las fases del proceso de construcción o renovación que emprenda.

Inspiración. Servicio. Distinción. Elija **VELUX**, sinónimo de **solución**.

**VELUX Argentina S.A.**  
Corrientes 584/98 1º of. 13  
B1636GEJ, Olivos, Pcia. de Bs. As.  
Tel. (011) 4711.5666 / 0810.888.VELUX(8358)  
VELUX-ra@VELUX.com.ar

[www.VELUX.com.ar](http://www.VELUX.com.ar)

**VELUX®**

Ventanas para techos

Cuando la luz  
se convierte en  
clima interior.



**LA PORTENA**  
LUMENAS

Exposición Centros empresa en Tucumán / Fábrica y Administración: Huida 1248, Rosario. Tel/fax (0341) 4666547

Asesoramiento  
color para  
profesionales  
en Rosario

color & diseño



Dorrego 354  
Rosario  
Tel. (0341) 426-3761  
(0341) 156-758508  
mmarc@tersuave.com.ar  
www.tersuave.com.ar

**Tersuave**



**ABRA UN MUNDO DE POSIBILIDADES**

ELIJA LAS VENTANAS Y PUERTAS QUE REINAN EN EUROPA

**SOMOS ELABORADORES OFICIALES**

REHAU Eurologgi / REHAU EuroSide

Sarmiento 623 | Rosario | Tel.: (0341) 530-0527 / 421-1031 | [www.alusolrsl.com.ar](http://www.alusolrsl.com.ar) | [info@alusolrsl.com.ar](mailto:info@alusolrsl.com.ar)

**NOVEDAD FloatBox®**

Sistema patentado por IPROA S.A.

**Un antes y un después  
en cortinas enrollables**

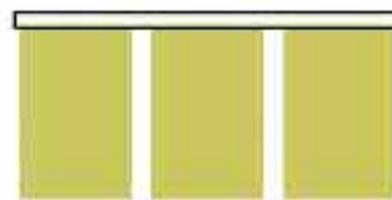
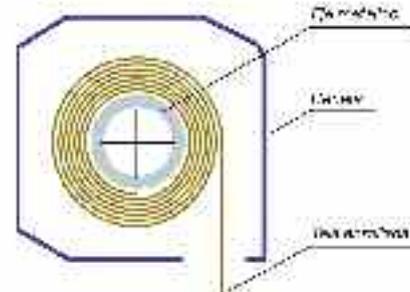


**¿Cómo funcionaba el roller convencional?**

Los sistemas convencionales de cortinas roller se basan en la utilización de un eje metálico apoyado en soportes extremos, sobre el cual, al girar, se enrolla la tela de la cortina.

En este viejo sistema, a medida que vamos incrementando el ancho de la cortina, aparece en la tela una deformación debida a la flexión del eje metálico, con la consiguiente aparición de arrugas. Hasta hoy, esto sólo podía evitarse confeccionando cortinas con paños de muy poco ancho ó con ejes de gran diámetro. En conclusión, vanos grandes sólo podían ser cubiertos con varios paños sucesivos ó con ejes totalmente anticostéticos por su gran diámetro. En cuanto a las cenefas, también eran de grandes dimensiones, dados los diámetros de los caños usados como eje y considerando el peso del sistema completo.

Cenefa de 80x80 mm para un ancho de 6 m



Una sola pieza para cubrir toda la superficie

**¿Cuáles son su aplicaciones?**

Nuestra tecnología patentada del FloatBox es la única que permite cubrir superficies amplias con eficacia y atractiva, estética cuando la cortina está baja y virtualmente invisibles al estar arriba.

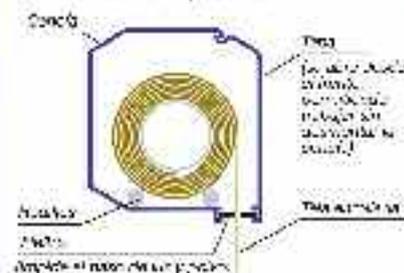
Usos residenciales y comerciales  
Interiores y exteriores, dormitorios, star, balcones, corramientos, pantallas, publicidades enrollables. Admite todo tipo de telas, tejidas y vinílicas.



**¿Cómo funciona el sistema FloatBox?**

En el revolucionario sistema FloatBox, desarrollado y patentado por IPROA S.A., el conjunto formado por la tela y el eje metálico descansan sobre pares de rodillos montados en el cajón cenefa, facilitando el unrollado y eliminando los pesados ejes metálicos de los sistemas convencionales. Esto permite cubrir grandes vanos con telas de una sola pieza, reducir las dimensiones de la cenefa y el peso de todo el sistema, que además, se reparte a lo largo de toda la pared y no solamente en los extremos. La gran ventaja estética del tamaño reducido de la cenefa, se debe al uso de tubos de poco diámetro para el enrollado de la tela, ya que no hay flexión del mismo por el uso de rodillos de apoyo en todo el ancho de la cortina.

Cenefa de 60x100 mm para un ancho de 6 m



Una sola pieza para cubrir toda la superficie



**IPROA S.A.** Córdoba 3463 / 2000 Rosario / Argentina Tel. (0341) 437-4747 / Fax Int. 45 [www.iproasrl.com.ar](http://www.iproasrl.com.ar)



Sitex tiene una amplia línea de productos pensada para la decoración de su casa. Sin olvidar por eso la protección y durabilidad. Le ofrecemos la posibilidad de elegir entre una amplia gama de texturas y colores que se adaptan a su estilo, tanto para el exterior como para el interior de su hogar. Nuestros productos se destacan por su alta calidad y su fácil aplicación, haciendo que la realización de su proyecto esté a la altura de sus expectativas. Contáctese con nosotros, le acercaremos nuestros catálogos y lo asesoraremos personalmente a elegir el producto más conveniente, para que deje valer su imaginación.



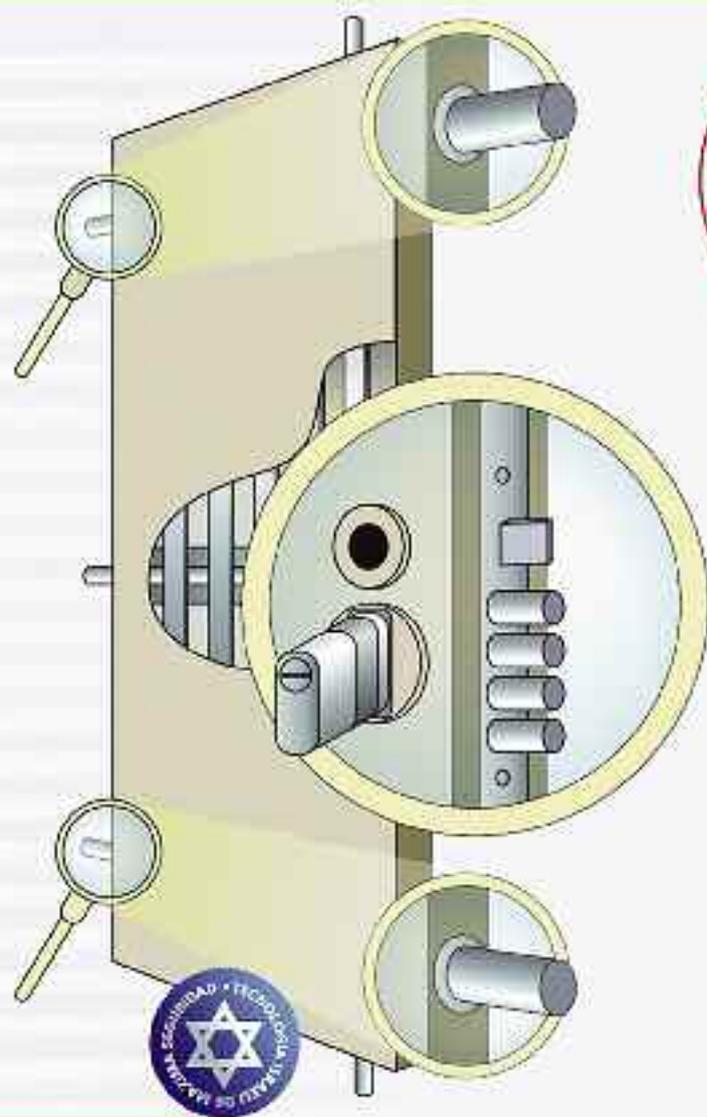
**PIEDRA HISTÓRICA**  
La apariencia de este producto lo convierte en una alternativa única para el recado de frentes tradicionales, así como para lograr el aspecto histórico de la piedra, en otros muros.



EN ROSARIO:  
Freycs 740 / 2000 Rosario / Santa Fe / Tel./ fax: (0341) 403-0537 - e-mail: sitexrosario@arnet.com.ar - web: www.sitex.com.ar

# Puertas Blindadas | Cajas Fuertes

## Cerrajería las 24 hs.



DISTRIBUIDOR OFICIAL



Únicas con sistema de cierre  
**MUL-T-LOCK**

Máxima Seguridad Importada de Israel

Cerrajería las 24 horas.  
Laprida 1015, teléfono (0341) 447 3515  
Fuera de horario (0341) 155 42 60 90

Visite nuestros Show Rooms  
• Entre Ríos 1964, teléfono (0341) 481 0446  
• Alvear 144, teléfono (0341) 430 4531



# Solicitá Gratis

Nuestro Catálogo Interactivo en CD

WWW.FEXA.COM.AR

Sistemas de carpintería de Aluminio



Pedilo al: 0341-4095070  
ó vía mail:  
atencionalcliente@fexa.com.ar

#### Requisitos del sistema

Sistema Operativo: Windows XP o superior  
RAM: 512 MB o superior

Administración y Planta Industrial  
Biedma 8000 - ( 2000 ) Rosario - Santa Fe  
Tel. (0341) 409-5070 | Fax: (0341) 409-5080  
Fax de Asistencia a Clientes: 0800-888-3392  
Web: [www.fexa.com](http://www.fexa.com)



D.S. FERRIQUERREY - CORDOBA: Bagnieschi Aluminio S.R.L. - 11 de Mayo 430 (Zonas de San Martín) - (5008) Córdoba | Tel-Fax: (0351) 471-5225  
robertobagnieschi@yahoo.com.ar - bagnieschi@fexa.com.ar | ENTRE RIOS: Perfiles y Accesorios, Turano - Ruta 11 y Attilio Demerli  
(2040) Gualeguay - Tel-Fax: (03444) 425-796 - coturano@net.com.ar - turano@fexa.com.ar



## Impresiones Offset de Alta Calidad

# Troyeto Torri y Cimini SH

España 1541 (2000) Rosario, Santa Fe, Argentina | Tel-fax: 0341 4409921 / Tel: 0341 4451594  
E-mail: [offset@ttyc.com.ar](mailto:offset@ttyc.com.ar) | [www.ttyc.com.ar](http://www.ttyc.com.ar)



## Incorpore seguridad a sus proyectos

### Intrusión

Sistemas de alarma. Emergencia. Asalto. Protección perimetral. Sistemas cableados e inalámbricos. Cajas de seguridad electrónica. Generadores de niebla. Protección piletas de natación. Rejas Infrarrojas.

### Incendio

Detección y notificación de incendio. Detectores de humos, llamas y gases. Detección de humos por aspiración. Sistemas convencionales, analógicos inteligentes, algorítmicos, direccionables. Detección por cables inteligentes.

### Círculo cerrado de TV

Sistemas de observación. Sistemas profesionales de CCTV. Grabación digital de imágenes. Cámaras analógicas, digitales e IP. Video en red. Televigilancia por internet. Filtro de visor.

### Control de accesos

Tecidos. Lectoras de BM, CB, Pk, biométricas. Sistemas de control de visitas y permanencia. Cerraduras especiales. Molinetes. Barreras vehiculares. Pasarelas inteligentes. Cuenta personas. Cabinas exclusas. Credenciales de identificación. Detectores de metales: manuales, pódicos y scanners.

### Integración de sistemas de seguridad electrónica

Intrusión + Detección de incendio + CCTV + Control de Accesos + Automatización.

### Monitoreo de alarmas e imágenes

Monitoreo homologado (IIAM 4174). Control de alarmas, eventos, equipos y horario. Monitoreo IP, Tr, GPRS, GSM. Localizador personal GPS.

### Servicios

Consultoría. Proyectos. Confección de pliegos. Auditoría. Instalación. Capacitación. Mantenimiento. Soporte técnico.



Córdoba 2630, 52000KZJ Rosario, Argentina  
Tel: (0341) 435 0264, Fax: (0341) 435 0909, Email: info@saftec.com.ar  
[www.saftec.com.ar](http://www.saftec.com.ar)

**SAFTEC**  
Tecnología en Seguridad y Control

# El Programa de Arquitectura Construcción y Diseño

laOBRAseñalada

# LAOS

## Un Programa Diseñado

Martes 22 hs y Miércoles 9.30 hs  
Canal 6 de Cablevisión y Multicanal

[cursos@2180.com.ar](mailto:cursos@2180.com.ar)

# CURSOS CERTIFICADOS

**Autodesk**  
Authorized Training Center

[ploteos@2180.com.ar](mailto:ploteos@2180.com.ar)

# PLOTEOS

FOTOCOPIAS DE PLANOS

SCANEO DE PLANOS

HELIOCOPIAS

LASER COLOR

Tel. (0341) 449 7434  
Tucumán 2180 - 2000 Rosario  
[www.stahliinformatica.com.ar](http://www.stahliinformatica.com.ar)

**STÄHLI**  
INFORMATICA



Nuestras obras: Aeropuerto Ezeiza, Buenos Aires / Centro Islámico, Palermo / Colonos Plaza, Pto. Medero / Edificio Lafitte, Vicente Lopez / Punta Divisadero, Rosario / Hotel Plaza Real, Rosario / Aeropuerto Fisherton, Rosario / IECA, Rosario / Sodre Bacro, Capital Federal / Osmecon, Lomas de Zamora / Hotel Riviera, Rosario / Unimarc, Nuñez



**Fontela**  
CRISTALES

Planta Industrial: Av. Arijón 537 - Tel.: (0341) 462 7272 - Fax: (0341) 462 6565 - (S2011BYF), Rosario - Argentina  
E-mail: [info@fontela.com.ar](mailto:info@fontela.com.ar) - [www.fontela.com.ar](http://www.fontela.com.ar)

**Nosotros lo hacemos mejor.**



Tu obra siempre es la más importante, por eso está en los cimientos de nuestro trabajo.

Un trabajo que nos permite ofrecer productos de calidad, basados en la experiencia y desarrollo permanente de nuevos servicios. Todo para lograr un solo objetivo: que vos y tus clientes los disfruten.

Tel./fax: **0800 777 6463**  
[www.cementosminetti.com.ar](http://www.cementosminetti.com.ar)

- Entre Ríos 2112 - (2000) ROSARIO - STA. FE - ARGENTINA - Telefax: (0341) 482 7458
- [gacconstrucciones@yahoo.com.ar](mailto:gacconstrucciones@yahoo.com.ar) - [gac\\_construcciones@ciudad.com.ar](mailto:gac_construcciones@ciudad.com.ar)

## HERRAMATA

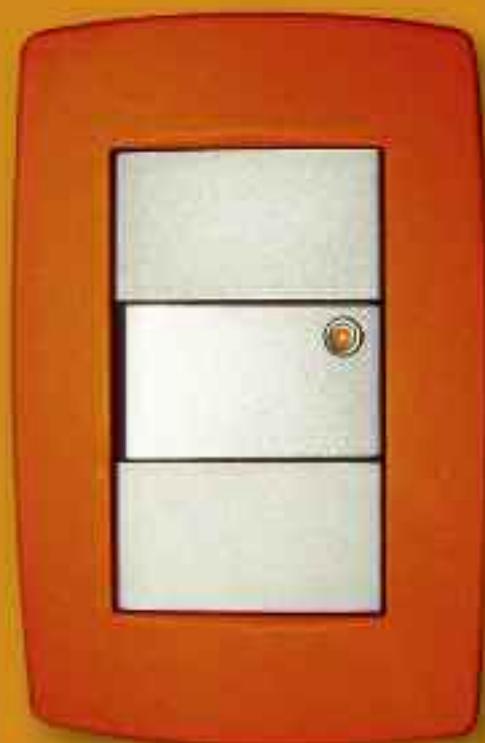


**ACEROS, PERFILES, CHAPAS ACANALADAS  
Y PLASTICAS PARA TECHO,  
MEMBRANAS ATERNICAS, CAÑOS, ALAMBRES,  
HIERROS DE CONSTRUCCION**

**TRABAJAMOS CON TARJETAS CREDITO: MASTERCARD - VISA - NARANJA - NATIVA DEBITO: MAESTRO - NATIVA**

**CAMINO DE LOS GRANADEROS 3148 (FRENTE A LA CRUZ DEL PADRE IGNACIO)  
TEL.: (0341)455-8602 - FAX.: (0341)455-2683 / 4531648  
HORARIOS DE ATENCION: LUNES A VIERNES DE 8 A 12 Y DE 14 A 18 HS - SABADOS DE 8 A 12.30 HS.**

PELLEGRINI 1748



CORRIENTES 468

**Nuevo Local:**  
Corrientes 468, Rosario  
Tel: 5300570/1, Fax: 5278462  
gustavo@mainardi-lum.com.ar

EN CORRIENTES 468 / DIFUSORA 1748



ILUMINACIÓN PROFESIONAL

**Schneider**  
Electric

Tu estilo se refleja en todo



**Lo que elegis para tu casa lo elegis para vos.**

Roda es más que una tapa de luz. Es un detalle que viste tu casa. A través de su diseño simple y sofisticado, crea un estilo único. Porque lo que hace más linda a tu casa, te hace más linda a vos.



**RODA**  
que vive tus sentidos

**Plasnavi**

www.plasnavi.com

www.schneider-electric.com.ar

FM

107.5

**CONTINENTAL**

Rosario

# «Líneas»

**Pinceladas de Arquitectura radial**

«La unión entre la Arquitectura y la ciudad»  
«El lazo entre el Diseño y la Comunidad»

**Conducción:** Arq. Antonio Longo

Sábados de 10:00 a 12:00 hs | E-mail: [lineas@casahabitat.com](mailto:lineas@casahabitat.com) | Tel.: (0341) 444 1075

# DATAOBRA

**El software argentino para la construcción**  
*Presupuesta - Planifica - Gestiona - Controla*



Para presupuestar y gestionar una obra, es necesario manejar gran cantidad de datos vinculados entre sí.

A diferencia de las planillas de cálculo, **DataObra** está diseñado para mantener siempre vinculado el presupuesto con la planificación y la gestión de todas sus obras. Obtiene la información en tiempo real para una oportuna toma de decisiones.

Comienza a utilizar DataObra para que de ahora en más, cada obra nueva se base en la experiencia acumulada de las anteriores.

www.dataobra.com



Vivimos tu **estilo**



Ampliando la noche,  
de gustación y sabores...  
La importancia de crear un ambiente.

Compartimos tu vida.



**Reno Centro:** Calle Reyes 307 - Rosario - (0341) 4217558 - **Reno Fisherton:** Eva Perón 7327 - Rosario - (0341) 4523060  
**Fábrica:** Pte. Belgrano 847 / 2107 - Mar del Plata - Argentina - (0334) 461200  
Una línea de productos de 777.3366. Reno e info@renocoblamientosreno.com - [www.amoblamiento.reno.com](http://www.amoblamiento.reno.com)



**Aditivos  
Selladores  
Impermeabilizantes  
Adhesivos**



Tecno Sika Rosario es un emprendimiento creado para abastecer al mercado de la construcción, profesionales, empresas y particulares, brindando asesoramiento técnico, con personal altamente capacitado y ventas de toda la línea de productos que comercializa la empresa. SIKA ARGENTINA SAIC

SANTA FE 3254 - S2000KUB - ROSARIO - SANTA FE - ARGENTINA - TEL. 0341 4373726 4375050 - [rosario@tecnosika.com.ar](mailto:rosario@tecnosika.com.ar)

Somos la ayuda  
que necesitás  
para terminar  
tu obra...



**Supermercado  
de la Pintura**

- Más de 6.000 artículos
- Mayoristas y minoristas de pinturas Hogar y Obra, Industria y Automotor
- Accesorios (Membranas, Lijas, Durock, Diluyentes, Etc.)
- Tarjetas de crédito hasta en 12 cuotas
- ¡Trabajamos todas las marcas!
- Entrega a domicilio

Convenio exclusivo para Arquitectos:  
Descuento del 15%  
en todos los artículos.  
(Válido para sus suscriptores)



**il rivestimento**  
— *construye + decora* —

Le ofrece una gran variedad de productos para remodelar su hogar, su oficina y para la construcción de obras de envergadura.



CONSTRUCCION EN SECO



PISOS VINILICOS



REVESTIMIENTOS Y  
CIELORRASOS ANTIHUMEDAD



PISOS FLOTANTES

Y como siempre toda la variedad en empapelados, alfombras, revestimientos, pisos de goma, accesorios, molduras, cielorrasos. Asesoramiento técnico sin cargo.

MURESCO / MELLER / FADEMAG / DURLOCK / CORLOK / FLOORING / WEPER / HORPAC / PLACAS SAN FRANCISCO / INDELVA

Casa central: Sarmiento 2260 - Tel.: 4818500 / San Juan 3841 - Tel.: 4372338  
2000 - ROSARIO - [www.ilrivestimento.com](http://www.ilrivestimento.com) - [obras@ilrivestimento.com](mailto:obras@ilrivestimento.com)

ROSARIO - Eva Perón 4745 - Tel: (0341) 4384930 • CASILDA - Av. Ovidio Lagos 2254 - Tel: (0344) 424518 • VENADO TUERTO - Daria Alighieri 283 - Tel: (03462) 422044

BORSELLINO



MÁS CERCA DE LO QUE CREÉS.

 **domus**  
www.domus.com.ar

www.domus.com.ar



El crecimiento que ostenta la ciudad de Rosario en materia constructiva, se ha manifestado en planos totalmente diferentes. Desde la construcción masiva de edificios en propiedad horizontal desde el ámbito privado, hasta la recuperación de los espacios colectivos —sumado a un notable reordenamiento urbanístico—, propiciado desde el ámbito público.

La inversión privada en la segunda ciudad del país acompañó este crecimiento, dándole un vivaz y elocuente impulso a Rosario. Visión que se nota tanto en relación a la ciudad de décadas anteriores como en relación al crecimiento comparativo con el resto de las ciudades argentinas.

El mundo comercial no estuvo al margen de este fenómeno. La aparición de los shoppings, el desembarco de marcas de nivel nacional e internacional, la mejora consecuente de las galerías tradicionales y la aparición de negocios en calles y avenidas encontraron en la arquitectura y el diseño integral de los espacios comerciales, al aliado ideal y natural para manifestar este esplendor.

El Colegio de Arquitectos distrito 2 y su Área de Servicios y Productos expone en este nuevo emprendimiento editorial, el segundo de la serie, un maestro cabal del vínculo ineludible entre la arquitectura y la dinámica de una ciudad. En este caso, abordada y dando respuesta, al mundo comercial.

2

Locales Comerciales

DISEÑO ARGUMENTADO



Área de Servicios y Productos