

**Mercado como espacio de intercambio y cohesión social:
Perspectivas del mercado "La Carolina" en la ciudad de Quito**



Facultad de Arquitectura e Ingenierías
Maestría de Arquitectura con mención en Proyectos Integrales

**MERCADO COMO ESPACIO DE INTERCAMBIO Y COHESIÓN SOCIAL:
PERSPECTIVAS DEL MERCADO “LA CAROLINA” EN LA CIUDAD DE QUITO.**

Autor: Patricio Israel Cevallos Pazmiño.

Tutor: Cyntia Paulina López Rueda.

Asesores de arquitectura: Kenny Espinoza Carvajal.

Santiago Espinoza Carvajal.

Quito, Enero del 2020



DELARATORIA JURADAMENTADA.

Yo, Patricio Israel Cevallos Pazmiño, con cédula de ciudadanía número 100277319-8, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado a calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

PATRICIO ISRAEL CEVALLOS PAZMIÑO
C.C: 100277319-8

DECLARATORIA

El presente Trabajo de Titulación titulado:

“Mercado como espacio de intercambio y cohesión social: Perspectivas del mercado La Carolina en la ciudad de Quito.”

Realizado por:

PATRICIO ISRAEL CEVALLOS PAZMIÑO.

Como requisito para la obtención del Título de:

MAGÍSTER EN ARQUITECTURA: MENCIÓN EN PROYECTOS INTEGRALES

Ha sido dirigido por el profesor

CYNTIA PAULINA LÓPEZ RUEDA.

Quien considera que constituye un trabajo original de su autor.

Cyntia Paulina López Rueda.

TUTOR

DECLARATORIA DE PROFESORES INFORMANTES

Los profesores informantes:

Gonzalo Hoyos Bucheli.

Néstor Andrés Llorca Vega.

Después de revisar el trabajo presentado,

Lo han calificado como apto para su defensa oral ante el tribunal examinador

Gonzalo Hoyos Bucheli

Néstor Andrés Llorca Vega.

DEDICATORIA:

A mis padres Patricio y Consuelo quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mi el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo.

A mis hermanos Alex y Karen por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento.

AGRADECIMIENTO:

El presente trabajo agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas.

También quiero agradecer a la Universidad Internacional SEK, directivos y profesores por la organización del programa de Maestría en Proyectos Integrales, particularmente a mi tutora de tesis.

RESUMEN:

A raíz de la construcción de entidades gubernamentales en el sector financiero del norte de la ciudad de Quito, el mercado “La Carolina” ha sufrido problemas de disminución de ventas, principalmente por la baja presencia de los usuarios que visitan el lugar.

El enfoque de esta tesis es principalmente promover la cohesión social del mercado “La Carolina” a través de su forma espacial original, considerando la preexistencia de su memoria histórica cultural y el desarrollo comercial dentro del tejido urbano del barrio.

Para promover la cohesión social a través de su forma espacial, se investigó los objetivos de medios de vida, particularmente el capital social y sus relaciones con las actividades que pueden promover la interacción de personas en un objeto arquitectónico.

A estos conceptos se vinculó al espacio público como eje articulador entre el objeto arquitectónico y el contexto inmediato, con el fin de establecer relaciones sociales a los usuarios que visitan el lugar.

A demás se realizó una matriz descriptiva de los mercados latinoamericanos según su tipología espacial, con el propósito de comparar sus características funcionales y espaciales con el mercado “La Carolina”. Esto permitió conocer las posibles potencialidades que puede integrar el diseño del mercado con el propósito de generar cohesión social a través de su forma espacial.

A continuación se realizó una matriz evaluativa con los criterios de diseño que puedan generar cohesión social, estos criterios se dividen en tres escalas: a nivel de objeto arquitectónico, a nivel de contexto inmediato y a nivel de sistema vinculado a la ciudad.

A demás se realizó dos collages de saltos prospectivos en 100 años del mercado “La Carolina” relacionados al objeto arquitectónico con el contexto inmediato y el espacio público como ejes de relaciones sociales.

Finalmente se describe conclusiones y recomendaciones del mercado “La Carolina” con respecto a la activación de la cohesión social mediante su forma espacial.

Palabras claves:

Enfoques de medios de vida, capital social, capital físico, cohesión social, espacio público, mercado La Carolina, tipología espacial, criterios evaluativos.

ABSTRACT:

Following the construction of government entities in the financial sector in the north of the city of Quito, the “La Carolina” market has suffered problems of declining sales, mainly due to the low presence of users visiting the place.

The focus of this thesis is mainly to promote the social cohesion of the “La Carolina” market through its original spatial form, considering the preexistence of its historical cultural memory and commercial development within the city’s urban area.

To promote social cohesion through its spatial form, research began on livelihood goals, particularly social capital and its relations with activities that can promote the interaction of people with an architectural object.

These concepts were linked to the public space as an articulating axis between the architectural object and the immediate context, in order to establish social relations to the users who visit this place.

In addition, a descriptive matrix of Latin American markets was made according to their spatial typology, with the purpose of comparing their functional and spatial characteristics with “La Carolina” market.

This allowed us to know the potentialities that “La Carolina” market design can integrate with the purpose of generating social cohesion through its spatial form.

Next, an evaluation matrix was carried out with the design criteria that could generate social cohesion. These criteria were divided into three levels: architectural object, immediate context; and, as system linked to the city.

In addition, two collages of prospective leaps were made in 100 years of “La Carolina” market related to the architectural object with the immediate context and the public space as axes of social relations.

Finally, conclusions and recommendations of “La Carolina” market are described regarding the activation of the social cohesion through its spatial form.

Keywords:

Livelihoods approaches, social capital, fysical capital, social cohesion, public space, Carolina market, spacial typology, evaluation criterial.

Mercado como espacio de intercambio y cohesión social: perspectivas del mercado "La Carolina" en la ciudad de Quito.



01

INTRODUCCIÓN.

Introducción.....	17
Problema y justificación.....	20
Alcances y delimitaciones.....	20
Objetivo general.....	21
Metodología.....	21

02

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Enfoque de medios de Vida.....	25
Clasificación de los capitales.....	26
Activos que influyen en los medios de vida.....	26
Capital social como forma de relación y cohesión social.....	28
Activos que influyen en los medios de vida	28
Capital social como generador de cohesión social en forma y contenido de identidad cultural....	29
La cohesión social como identidad y diversidad.....	30
Espacio público como eje articulador de la cohesión social.....	30
Resultados de la cohesión social para la investigación.....	31
Mercado como configurador del barrio y sus relaciones sociales.....	32
Clasificación según su tipología espacial de los mercados latinoamericanos.....	32
Mercado en plaza.....	32
Mercado cerrado.....	33
Supermercado.....	34

Parámetros de evaluación para promover cohesión social en un objeto arquitectónico.....	38
Categoría objeto.....	40
Fachadas – identidad y cultura.....	40
Configuración del recorrido.....	41
Organización espacial: Tipos de agrupaciones.....	42
Diversidad funcional – Tipos de actividades relacionadas con el programa arquitectónico...43	
Ingreso a la edificación.....	44
Lugares de estancia en el interior y exterior.....	45
Categoría contexto inmediato.....	46
Permeabilidad.....	46
Presencia y ubicación del espacio público.....	47
Presencia de fachadas activas	48
Cambio de imagen por uso intensivo.....	49
Categoría Sistema.....	50
Accesibilidad peatonal- vehicular- transporte público.....	50
Ubicación en la ciudad	51
Equipamientos cercanos.....	51
Funcionamiento y organización de manzanas.....	52

Memoria histórica.....	55
Antecedentes.....	56
Collage del problema.....	58
Descripción del problema.....	59
Diagnostico urbano.....	61
Situación urbana.....	63
Argumento.....	64
Estrategias de diseño.....	65
Programa arquitectónico.....	67
Plantas arquitectónicas.....	68

05	EVALUACIÓN DEL OBJETO ARQUITECTÓNICO vs LOS CRITERIOS DE EVALUACION PARA PROMOVER LA COHESIÓN SOCIAL.	
	Matriz del objeto arquitectónico vs criterios de evaluación para promover la cohesión social.....	83
06	CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES	
	Conclusiones.....	107
	Recomendaciones.....	108
07	COLLAGE PROSPECTIVA	
	Prospectiva en relación con la ciudad	110
	Prospectiva con relación al espacio público	111
08	BIBLIOGRAFIA	
	Bibliografía.....	112
08	INDICE DE CUADROS , DIAGRAMAS Y PLANOS	
	Triada metodológica.....	22
	Marco general de los medios de vida.....	25
	Pentágono de activos de medio de vida.....	25
	Collage de integración de activos de medios de vida.....	27
	Activos que influyen en los medios de vida.....	28
	Diagrama cohesión social como forma y contenido.....	29
	Diagrama de relación entre espacio público y cohesión social.....	30
	Prioridades del diseño urbano – arquitectónico.....	30
	Criterios para determinar un buen espacio público.....	31
	Mapa conceptual de cohesión social como integrador dela ciudad.....	31
	Mercado en plaza San Francisco.....	32
	Mercado cerrado Santa Clara.....	33

Supermercado.....	34
Clasificación de mercados latinoamericanos según su tipología espacial.....	35
Matriz descriptiva de mercados latinoamericanos según su tipología espacial	36
Diagrama de criterios evaluativos para promover cohesión social en un objeto Arq.....	38
Diagrama de criterios evaluativos respecto al contexto inmediato y sistema ciudad para promover cohesión social en un objeto arquitectónico.....	39
Matriz general de criterios evaluativos.....	39
Ejemplo de fachadas como portadora de sentido cultural y cohesión social	40
Secuencias espaciales para la cohesión social.....	41
Ejemplo de organización espacial en un objeto arquitectónico.....	42
La humanización del espacio público.....	43
Ingreso a la edificación por la esquina.....	44
Ingreso a la edificación, ampliación de la acera.....	44
Imágenes de espacios de estancia y confort.....	45
Tipos de permeabilidad.....	46
Ejemplos de ubicación del espacio público.....	47
Imagen de fachadas activas y aburridas.....	48
Ejemplo de cambio de imagen por uso intensivo.....	49
Ejemplo de cambio de imagen por uso intensivo en días normales y en días de feria.....	49
Accesibilidad y movilidad y coexistencia de peatones y vehículos.....	50
Organización de manzanas según tejido urbano.....	52
Línea de tiempo gráfica del mercado La Carolina.....	55
Línea de tiempo de modificaciones espaciales del mercado La Carolina.....	55
Fotografías internas del mercado La Carolina.....	56
Etapas de diseño mercado La Carolina.....	56
Organización espacial y programa arquitectónico existente.....	56
Detalle de cubierta original.....	57
Perspectiva preexistencia mercado La Carolina.....	57
Collage del problema.....	60
Diagnóstico urbano.....	61
Diagramas de estrategias de diseño espacial.....	65

Descripción del proceso de diseño.....	65
Permeabilidad del objeto arquitectónico con el contexto	66
Mixticidad del programa arquitectónico como complemento a la preexistencia.....	66
Esquema organigrama funcional.....	66
Esquema espacial para generar capital social.....	66
Planta subsuelo.....	69
Planta baja arquitectónica	70
Planta alta arquitectónica.....	71
Implantación general.....	72
Zoom plantas arquitectónicas.....	73
Detalles constructivos	74
Vistas	75
Elevaciones	79
Vistas de espacio social.....	80
Fachadas principios ordenadores del objeto.....	84
Organización de circulación	88
Organización espacial.....	89
Diversidad funcional-tipos de actividades relacionadas con el programa arquitectónico.....	90
Ingreso a la edificación.....	91
Lugares de estancia en el interior.....	92
Permeabilidad	93
Presencia y ubicación del espacio público.....	94
Presencia de fachadas activas.....	95
Cambio de imagen por uso intensivo.....	99
Lugares de estancia en el exterior.....	100
Accesibilidad vehicular.....	101
Accesibilidad peatonal – transporte público.....	102
Ubicación en la ciudad	103
Equipamientos cercanos – puntos de encuentro.....	104
Funcionamiento y organización de manzanas.....	105
Prospectiva en 100 años.....	110

01

Introducción





INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere al tema del mercado como espacio de intercambio y cohesión social: perspectivas del mercado “La Carolina” en la ciudad de Quito, que se puede definir como un espacio público y eje articulador de cohesión social en un barrio con memoria histórica cultural.

Para desarrollar el tema tomamos como referencia los problemas de disminución de venta de los productos que ofrece el mercado, a causa de la baja demanda de usuarios flotantes que visitan el lugar, por eso nos enfocamos en los objetivos medios de vida, particularmente analizamos el capital social y como este influye en las relaciones y actividades sociales que ofrece un mercado tradicional en un sector financiero.

A continuación, se realizó un análisis de las diferentes tipologías de mercados que ofrece una ciudad latinoamericana, con el objetivo de encontrar características espaciales formales para llegar a evaluar la forma más óptima y conocer cómo la arquitectura puede llegar a ser un espacio público, donde el intercambio de actividades sean vitales para una ciudad en crecimiento.

Se abordó el tema de cohesión social relacionado con la producción del capital social y el espacio público, con el fin de comparar en una matriz evaluativa que contengan criterios de activación de la cohesión social entre el caso de estudio del mercado “La Carolina” y el proyecto arquitectónico.

Se llega a la conclusión que la forma espacial de un objeto arquitectónico puede mejorar y promover la cohesión social entre los usuarios, mediante parámetros arquitectónicos que se relacionen con el contexto inmediato y con la ciudad.

Finalmente se realiza imágenes de saltos prospectivos con referencia a la cohesión social del objeto arquitectónico con el contexto inmediato y su relación con la ciudad.

PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

La mala planificación urbana de la ciudad ha generado problemas de un crecimiento desordenado a lo largo de la ciudad, que incluyen equipamientos aislados, donde la accesibilidad es confusa desde el punto de vista del transporte público.

Uno de los equipamientos afectados es el comercio tradicional en el Ecuador, que constituye el escenario básico de la comercialización de los productos alimenticios.

En consecuencia, durante los últimos años la forma de comercialización de los productos ha evolucionado a través de modificaciones espaciales, dejando a un lado la relación social de un mercado tradicional.

En el caso del mercado “La Carolina” ha provocado que el capital social y físico sean afectados de forma considerable, ya que la forma espacial actual del mercado no promueve cohesión social para el intercambio de productos y actividades necesarias.

La investigación de esta problemática se realizó por el interés de conocer la mejor configuración espacial, para promover la cohesión social en el mercado “La Carolina” sin afectar su memoria histórica.

ALCANCES Y DELIMITACIONES

En este trabajo de investigación se analizará las diferentes tipologías espaciales de los mercados en el Ecuador, con el fin de conocer cuáles son las características más óptimas para generar cohesión social a través del espacio público y su organización espacial.

Además se compara con el caso de estudio y se sugiere recomendaciones para el diseño arquitectónico.



OBJETIVO GENERAL

Analizar las diferentes configuraciones espaciales de un mercado tradicional en Ecuador, con el objetivo de recomendar estrategias de diseño para promover cohesión social de una ciudad en crecimiento.

METODOLOGÍA

Se tomó como referencia tres fases de estudio:

1 FASE ANALÍTICA

Se comenzó investigando los enfoques de medios de vida para conocer cuáles son las necesidades vitales y actividades necesarias de un espacio público con relación a un objeto arquitectónico.

Se llegó a la conclusión que el capital físico, económico y principalmente el capital social pueden generar actividades sociales acordes a la función del objeto arquitectónico, dando como resultado bienestar social en un determinado lugar.

Se analizó particularmente el capital social como forma de relación entre las personas, partiendo de su memoria cultural y como este aporta a la integración de la cohesión social en un objeto.

Se analizó también varios conceptos de autores que analizan el espacio público como eje articulador del capital social.

A continuación se investigó sobre cómo el mercado tradicional puede ser configurador del barrio a través de sus relaciones sociales y sus diferentes actividades en las que facilitan el bienestar de una ciudad.

También se analizó cuáles son las actividades sociales que influyen en las personas para generar que un espacio público se convierta en el eje fundamental de un objeto arquitectónico.

Adicionalmente se tomó en cuenta diferentes criterios formales y espaciales, los cuales serán evaluados en una matriz con el fin de comparar y promover la cohesión social.

Estos conceptos son la base fundamental para contrastar la tipología espacial con la cohesión social del proyecto arquitectónico propuesto.

2 FASE SÍNTESIS.

Para realizar la síntesis del proyecto arquitectónico se establecieron escalas de evaluación divididos en tres categorías: a nivel de objeto arquitectónico, a nivel de relación del objeto arquitectónico con el contexto inmediato y a nivel de criterios del sistema vinculados con la ciudad.

Estas tres categorías se sub dividen en diferentes criterios que están enfocados principalmente para evaluar y potencializar la cohesión social del objeto arquitectónico.

3 FASE EVALUATIVA Y PROSPECTIVA

Con el fin de evaluar estos criterios de cohesión social se estableció dos matrices, una descriptiva de mercados latinoamericanos y su análisis según su tipología espacial, y otra matriz evaluativa donde se desarrolla la valoración del objeto arquitectónico propuesto con fin de saber si su organización espacial promueve la cohesión social.

Conjuntamente se revisó bibliografía relacionada al tema con el fin de sustentar los conceptos teóricos del desarrollo de la tesis.

Adicionalmente esta evaluación plantea conclusiones y recomendaciones para promover el intercambio de actividades en un objeto arquitectónico mediante criterios de diseño donde la organización espacial genere cohesión social.

Finalmente se plantea un cuadro de saltos prospectivos del proyecto arquitectónico relacionados con el contexto inmediato en diferentes temporalidades.

TRIADA METODOLÓGICA

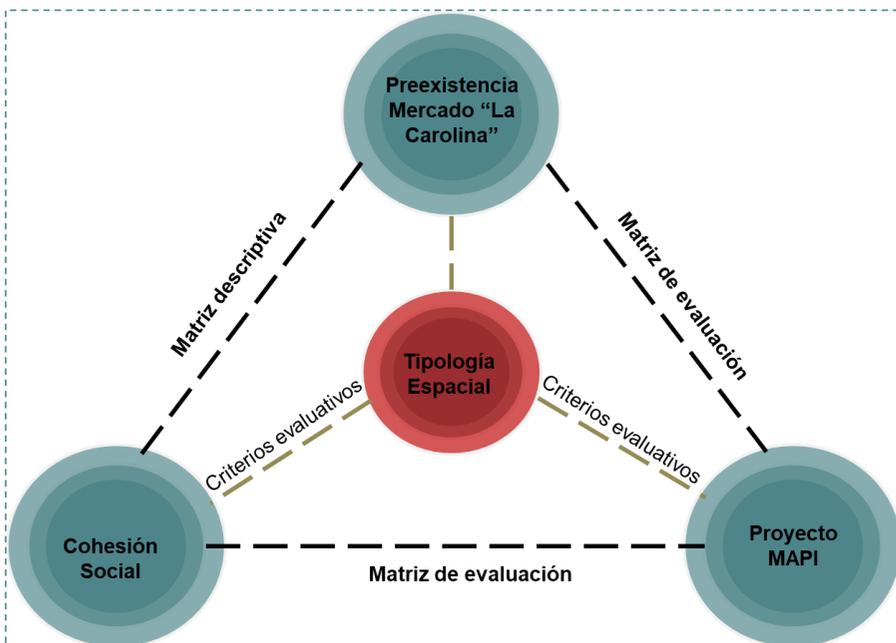


Diagrama : Esquema metodológico . Elaboración propia 2019

02

Fundamentación Teórica



ENFOQUE DE MEDIOS DE VIDA

Chambers y Conway (1991), plantean que los enfoques de medios de vida son entendidos como las capacidades, activos y actividades necesarias para ganarse la vida, que en general incluyen recursos materiales y sociales.

Continuamente este concepto evolucionó y se agrega el concepto de sostenibilidad, con el objetivo de mejorar sus capacidades y bienes, además de optimizar las condiciones de vida saludable.

Continuamente Ashley y Carney (1999), sostienen que estos enfoques buscan reducir la pobreza y aumentar el bienestar social sin afectar las relaciones básicas de los seres humanos.

Para el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados, ACNUR (2014), define a los medios de vida como las actividades que la gente necesita tener como un derecho básico a la vida como: alimento, agua, vivienda y ropa.

Igualmente , ACNUR (2014), apunta a que las personas sean capaces de hacer una vida digna, segura y sustentable, a través de derechos sociales y económicos, de manera sostenible y digna.

Estos concluyen que los MDV, son actividades que generan las personas para promover los diferentes capitales y capacidades con el fin de sobresalir en la sociedad.

El trabajo de investigación se basa particularmente en los activos que influyen en los medios de vida que promueven capital social en un objeto arquitectónico ya que aumenta el bienestar social de las personas sin afectar a lo demás capitales.

MARCO GENERAL DE LOS MEDIOS DE VIDA.

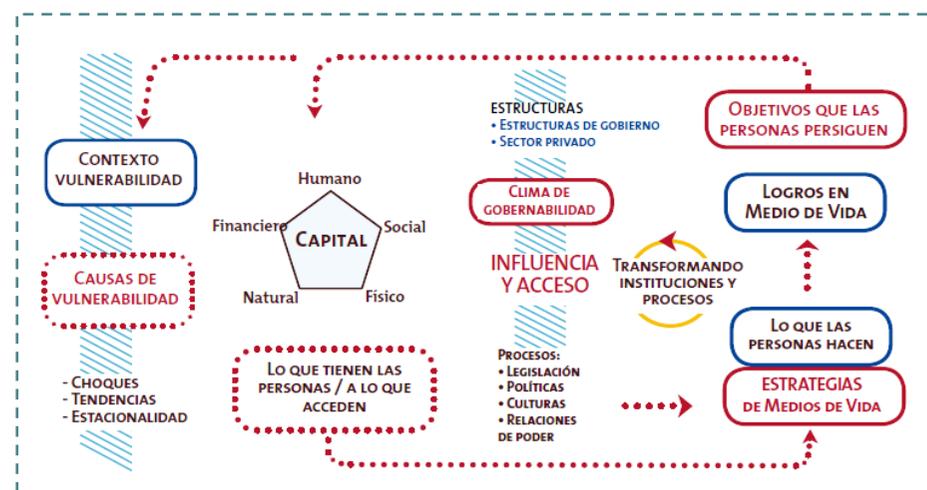


Figura 1 : Marco de los Medios de Vida .

Fuente: ACNUR. (2014)

PENTAGONO DE ACTIVOS DE MEDIOS DE VIDA.

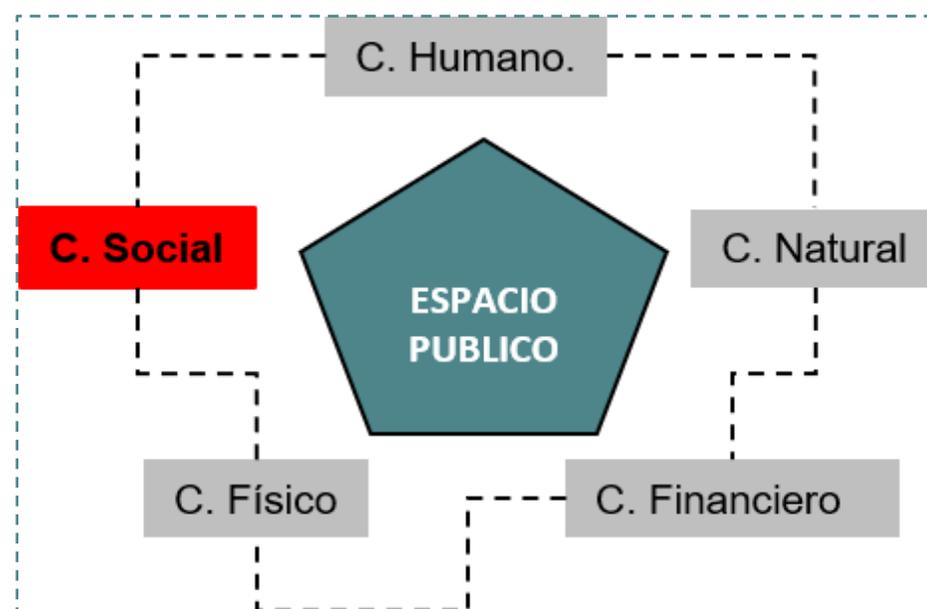


Figura 2 : Adaptado de Activos que influyen en los Medios de Vida .

Fuente: DFID. (2001)

El pentágono de activos es el eje central en el marco de los medios de vida, se creó para facilitar la presentación visual de la información sobre los activos , la implementación del espacio público aporta a la integración de los cinco capitales para obtener calidad de vida.

En conclusión los enfoques de medios de vida es una combinación de los recursos utilizados y las actividades emprendidas con propósitos de provocar relaciones sociales en un determinado espacio.

CLASIFICACIÓN DE LOS CAPITALES DE MEDIOS DE VIDA:

El DFID (1999), clasifica en cinco categorías de activos principales sobre los que se cimientan los medios de vida:

CAPITAL HUMANO:

Según el DFID (1999), representa las destrezas, el conocimiento, la capacidad de trabajo y la buena salud, lo que permite a las personas enfocar estrategias de medios de vida para lograr su objetivo.

Este capital es necesario para poder utilizar los demás activos de medios de vida.

CAPITAL NATURAL:

Aclara el DFID (1999), que son los recursos y reservas naturales de los que dependen las personas como: tierras, bosques y otros.

Este capital proporciona bienestar a las personas de forma directa e indirecta.

CAPITAL FÍSICO:

El DFID (1999), aclara que son cambios en el entorno físico, ayuda a las personas a integrar sus necesidades básicas y ser más provechosas a cambio de un costo económico.

Para nuestro trabajo hemos incorporado al espacio público como capital físico en función del bienestar social de las personas.

ACTIVOS QUE INFLUYEN EN LOS MEDIOS DE VIDA.

CAPITAL HUMANO

- Salud y Educación
- Habilidades y destrezas
- Experiencias
- Estado físico y buena salud

CAPITAL SOCIAL

- Relaciones sociales.
- Participación en toma de decisiones.
- Autoridad local.

CAPITAL NATURAL

- Tierra, agua, aire.
- Recursos biológicos.
- Riesgos
- Gestión de residuos.

CAPITAL FÍSICO.

- Caminos.
- Transporte.
- Vivienda
- Agua potable y alcantarillado.
- Energía.
- Comunicación
- Comercio.
- Bienes de capital

CAPITAL FINANCIERO

- Ingreso.
- Ahorro y crédito.
- Transferencias y donaciones.

CAPITAL FINANCIERO:

El DFID (1999), define como los recursos financieros que las personas utilizan para cumplir sus objetivos de medios de vida.

Contribuye al consumo y producción de un determinado sector, donde el capital humano es el beneficiario a cambio de ofrecer su producto.

Incluyen dos tipos de recursos: los disponibles y flujos regulares de dinero.

CAPITAL SOCIAL:

Según el DFID (1999), se refiere a las relaciones formales e informales donde las personas pueden obtener oportunidades o beneficios sociales.

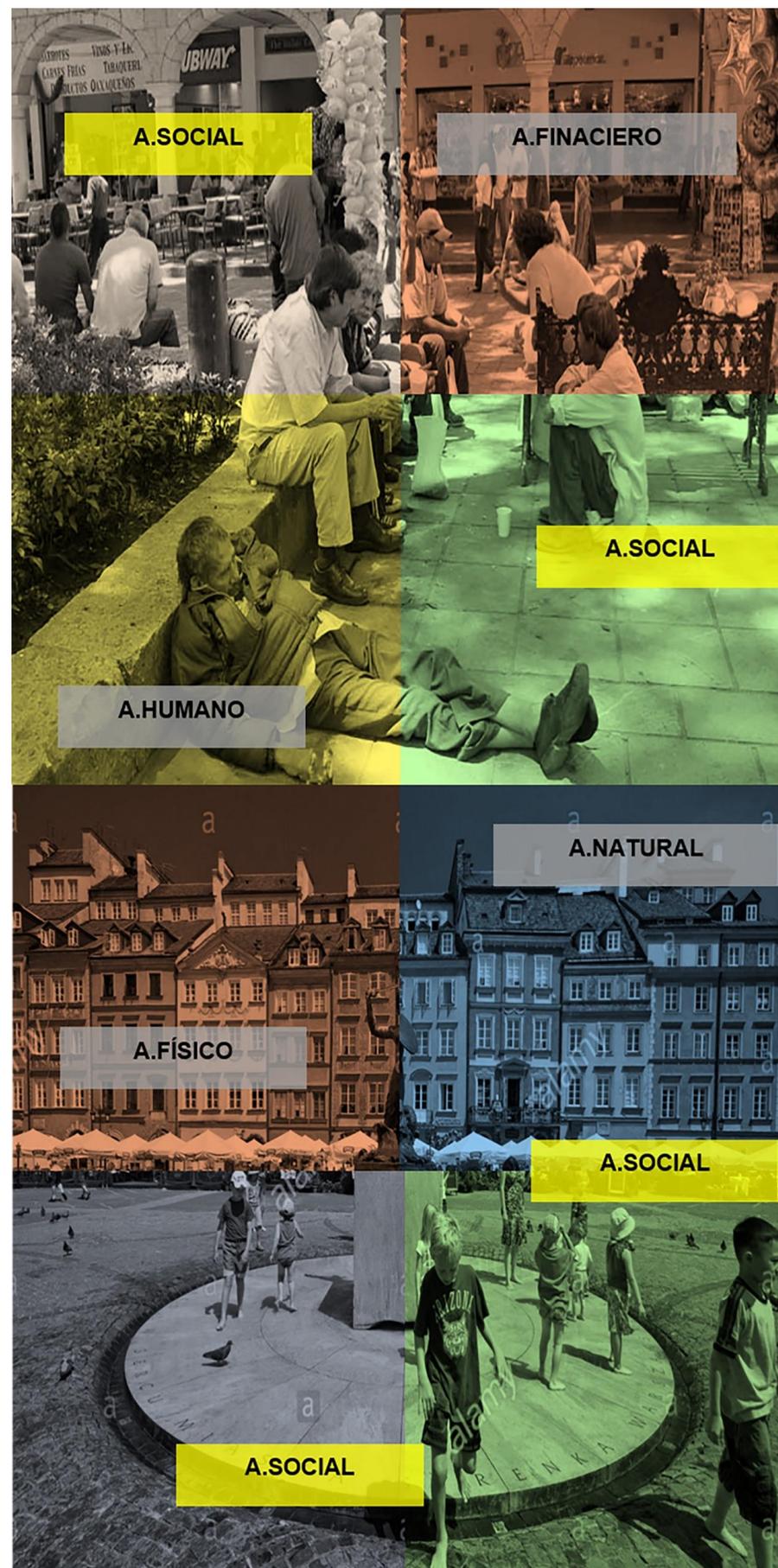
Estos beneficios sociales se desarrollan en interacciones a través de actividades compartidas y depende mucho del confort del capital físico para su desarrollo.

También el DFID (1999), afirma que los principales beneficios del capital social es la interacción del capital humano con el capital físico de forma natural ya que promueven actividades sociales dentro de una ciudad organizada y diversa.

Adicionalmente a este concepto Coleman (1990), aporta a este capital como los recursos sociales donde el pueblo se apoya en la búsqueda de redes y conexiones entre personas con intereses comunes, que fortalecen la confianza y habilidad para trabajar en grupo.

Concluye Coleman (1990), que las relaciones sociales que se puede generar en este capital depende mucho de los actores en función de actividades específicas.

COLLAGE DE INTEGRACIÓN DE ACTIVOS DE MEDIOS DE VIDA.



Collage 1 : Integración de Activos de Medios de Vida. Elaboración 27
Fuente: Elaboración propia (2020)

CAPITAL SOCIAL COMO FORMA DE RELACIÓN Y COHESIÓN SOCIAL.

Coleman (1990), relaciona este capital con la cohesión social por su forma de integrar con las relaciones sociales, donde un grupo de personas poseen características culturales similares, considerando la preexistencia física del lugar y su entorno natural, con el fin de resaltar la identidad nacional.

Con esta misma idea Bourdieu (1986), define como una forma de relacionarse entre personas a pesar que no tengan la misma condición de pertenencia con el lugar, formando una red de instituciones o grupos organizados que promuevan beneficios económicos o sociales, pero con el mismo objetivo de sobresalir en la sociedad.

Adicionalmente el DFID (1999), aporta que el capital social es la forma de relación y cohesión social, se refiere a los recursos sociales donde el pueblo se apoya en la búsqueda de redes y conexiones entre individuos con intereses comunes, que fortalecen la confianza y habilidad para trabajar en grupo y fomentar las relaciones personales.

Norton y Foster (2001), también definen este concepto a partir de organizaciones sociales de normas, redes y confianza mutuas, que facilitan la coordinación, cooperación y reciprocidad, con el propósito de afirmar bienes económicos y generar relaciones sociales entre grupos organizados de personas.

Sin embargo, Flores y Rello (2002), aclaran que estas organizaciones de personas, comunidades, sociedades civiles organizadas, dependen mucho de los valores de identidad y la sensación de pertenencia ya que el interés físico y económico es diferente para cada grupo de personas.

ACTIVOS QUE INFLUYEN EN LOS MEDIOS DE VIDA.

Según el DFID (1999), aclara que pueden existir pentágonos con formas diferentes y con eso cambios en el acceso de los activos.

A demás argumenta que la disponibilidad de los activos cambia constantemente y con ello los pentágonos se modifican según su prioridad en función al bienestar social.

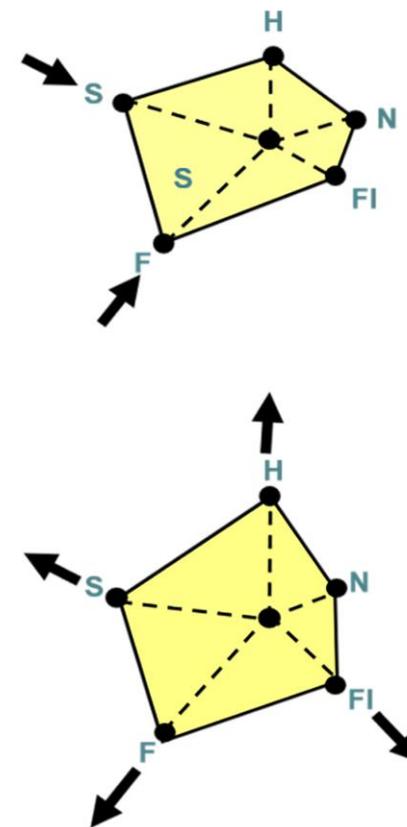


Figura 4 : Activos que influyen en los Medios de Vida .
Fuente: DFID. (2001)

Para la investigación adaptamos el concepto de capital social, como un recurso social donde se busca generar y promover redes y conexiones entre individuos con intereses comunes.

Además se vinculó a este concepto, al espacio público como principio ordenador del objeto, con el fin de establecer conexiones internas y externas con el contexto inmediato.

CAPITAL SOCIAL COMO VÍNCULO DE COHESIÓN SOCIAL Y CONTENIDO DE IDENTIDAD CULTURAL.

Putman (1993), define a este concepto como el vínculo entre cohesión social y el capital social, donde se ve reflejado en grupos o colectivos de una misma región, aportando identidad cultural e identificando clases sociales.

Conjuntamente, Inglehart (1997), considera que este vínculo social es un conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias, que trabajan como elementos cohesionadores dentro de un grupo social, aportando un sentimiento de identidad cultural.

Pero además señala que las culturas no son homogéneas, y dentro de ellas se encuentran grupos diversos con intereses diferentes, normas, rituales, que hacen una sociedad diversa.

Jaime Fisher (2016), desarrolla este concepto como el vínculo de la identidad cultural como el sentido de pertenencia a un determinado grupo social, con el propósito de diferenciarse de otro grupo social.

Además da la facilidad que un individuo pueda identificarse con uno o más grupos sociales, dependiendo de su interés personal o colectivo.

Adicionalmente, Thomas (1996), contribuye al vínculo del capital social con la identidad cultural como un elemento de carácter inmaterial o anónimo, que fue parte de una construcción colectiva de revoluciones sociales, por ende, está relacionada a la historia y a la memoria de un territorio.

DIAGRAMA DE RESULTADOS DE MEDIOS DE VIDA RELACIONADOS A LA COHESIÓN SOCIAL.

Según el DFID (1999), señala que son resultados que las personas persiguen con las actividades que realizan y que son integradoras de relaciones sociales.



Figura 5 : Adaptado a diagrama de resultados de medios de vida relacionados a la cohesión social.

Fuente: DFID (1999)

Conclusión:

El capital social proviene de interacciones entre actores con herencia cultural de un determinado territorio, generando nuevas realidades sujetas a normas sociales, dando como resultado la integración de personas que buscan una apropiación de identidad cultural en función de sus actividades.

COHESIÓN SOCIAL, IDENTIDAD Y DIVERSIDAD.

El concepto de CEPAL (2007), menciona como el mecanismo social de inclusión y exclusión de subjetividad entre ellos, la cual permite la transformación social donde la educación y la participación ciudadana son importantes.

Adicionalmente, CEPAL (2007), identifica criterios para promover la cohesión social a través de la identidad y diversidad.

A continuación se describe los criterios considerados:

La educación como herramienta para inculcar la cohesión social.

Favorecer la creación de consensos sociales e incrementar la legitimidad de las decisiones vinculadas a las políticas públicas.

La participación del espacio público refuerza los vínculos sociales de calidad, favoreciendo el sentimiento de pertenencia.

En definitiva, la participación de la identidad y la diversidad, genera capital social y fortalece los procesos de cohesión social.

DIMENSIONES DE LA COHESIÓN SOCIAL.

Según CEPAL (2007), clasifica a las dimensiones de la cohesión social en 5 grupos:

Dimensión productiva y ocupacional: es el acceso al empleo y a los beneficios del crecimiento económico con equidad.

Dimensión social: es el acceso universal a los servicios sociales básicos y seguridad ciudadana.

Dimensión territorial: es la reducción de los desequilibrios territoriales.

Dimensión cívica: es la construcción de ciudadanía activa.

Dimensión institucional: es el fortalecimiento institucional.

ESPACIO PÚBLICO COMO EJE ARTICULADOR DE LA COHESIÓN SOCIAL.

Gehl y Svarre (2013), describen al espacio público como un bien común que se encuentra bajo el dominio del Estado, se toma como referencia principalmente al espacio público como las calles, plazas, donde se desarrollan diferentes actividades sociales de carácter público y semipúblico.

DIAGRAMA DE RELACIÓN ENTRE ESPACIO PÚBLICO Y COHESIÓN SOCIAL.



Figura 6 : Diagrama de relación del espacio público y capital social Fuente: Elaboración propia (2019)

PRIORIDADES DEL DISEÑO URBANO-ARQUITECTÓNICO.

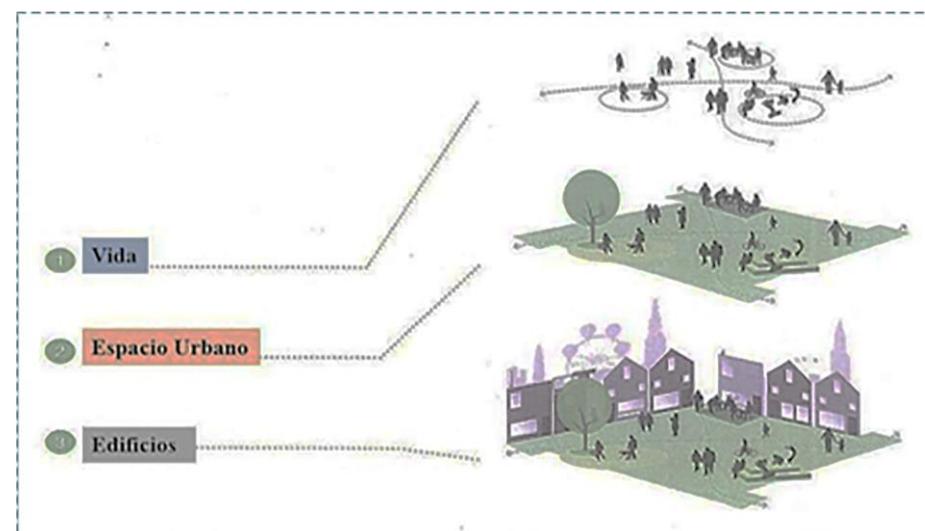


Figura 7 : Prioridades del diseño urbano-público.

Fuente: JAN GEHL (2006). "La Humanización del Espacio Urbano: La Vida Social entre los Edificios"

ESPACIO PÚBLICO PARA EL NUEVO URBANISMO SOCIAL.

Carrión (2001), argumenta que las ciudades deben ofrecer diversidad, por lo tanto los espacios públicos constituyen la esencia social, promoviendo intereses sociales y económicos para todos sin excepción.

A demás, Carrión (2001), argumenta que las ciudades se organizan a partir de infraestructura privada, dejando a lado al espacio público, provocando que sean espacios marginales o residuales, siendo reemplazados por espacios organizados como por ejemplo los centros comerciales.

También, Eckhart Ribbeck (2008), considera que el espacio público es el escenario ideal para promover acontecimientos con énfasis en el bienestar social de las personas y la forma de apropiarse del espacio publico de forma natural.

Con el mismo concepto, Borja (2000), aclara que todo asentamiento urbano necesita un espacio para realizar distintas actividades públicas, las cuales están relacionadas por su uso del suelo, con el objetivo de promover bienestar social y confort a los habitantes.

RESULTADOS DE LA COHESIÓN SOCIAL PARA LA INVESTIGACIÓN.

Para esta investigación se relacionó los conceptos de enfoques de medios de vida como estrategias para promover mayor bienestar social, vinculando el capital social a través del espacio público, con el fin de obtener cohesión social por medio de la forma espacial de un objeto arquitectónico.

CRITERIOS PARA DETERMINAR UN BUEN ESPACIO PÚBLICO.

Según PPS (2019), menciona que para garantizar un buen espacio público, se debe considerar estas cuatro cualidades:

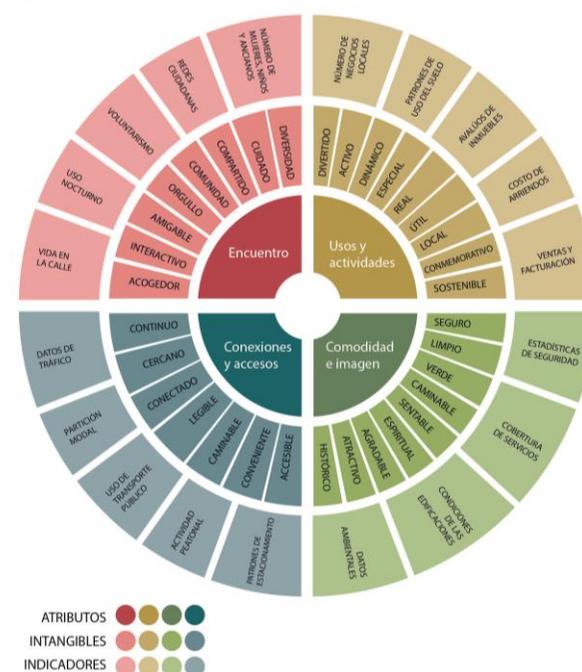


Figura 8 : Diagrama de criterios para el desarrollo de un espacio público. Fuente: PPS (2019)

MAPA CONCEPTUAL DE COHESIÓN SOCIAL COMO INTEGRADOR DE LA CIUDAD.

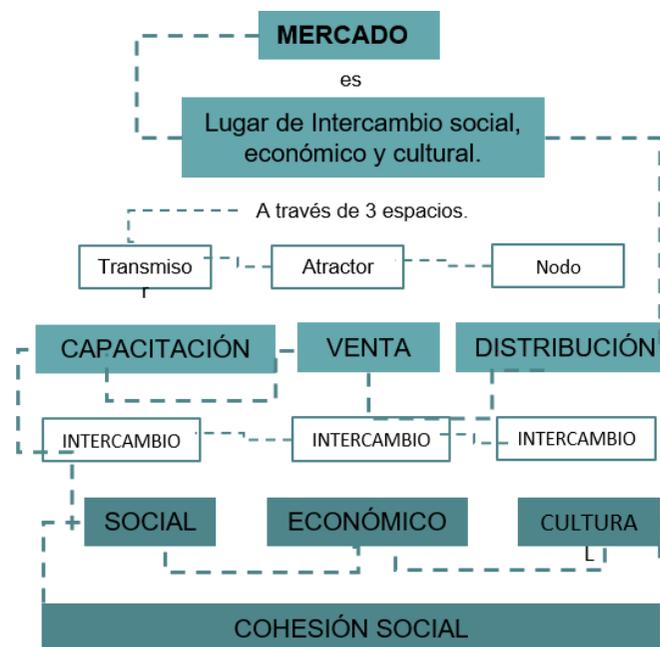


Figura 9 : Mapa conceptual de cohesión social como integrador de la ciudad. Fuente: Elaboración propia (2019)

MERCADO COMO CONFIGURADOR DEL BARRIO Y SUS RELACIONES SOCIALES.

García, Rodríguez y Maiello (2016), aclaran que los mercados tradicionales han constituido desde sus inicios la integración del barrio en una ciudad, promoviendo la base de la expansión del desarrollo urbano con el crecimiento económico y social.

Complementariamente también señala que los mercados ocupan un lugar central en el tejido urbano barrial, principalmente por su estructura de equipamientos asilados, llegando a ser concentradores de actividades sociales y promovedores de la vida social.

Además, el mercado tradicional es un espacio social, donde la convivencia entre usuarios y las actividades que se puedan desarrollar favorecen la unión barrio.

Una de las características importantes del mercado en plaza, es la relación directa entre el cliente, producto y vendedor.

Además, Juan Ignacio Robles (2008), aporta que este tipo de mercado cumple la función de eje estructurador de las relaciones sociales dentro del espacio urbano, dando carácter histórico a la forma de vida del barrio, generando un equilibrio de madurez y sostenibilidad.

CLASIFICACIÓN SEGÚN SU TIPOLOGÍA ESPACIAL DE LOS MERCADOS LATINOAMERICANOS.

Juan Ignacio Robles (2008), clasifica los mercados tradicionales según su tipología espacial en tres grupos:

- 1.- Mercado en plaza
- 2.- Mercado cerrado.
- 3.- Supermercado.

MERCADO EN PLAZA “SAN FRANCISCO”.



Figura 10 : Mercado en Plaza de San Francisco.
Fuente: Fotografía Patrimonial. Autor: Laso José Domingo

Proyecto: Mercado en Plaza “San Francisco”.

Ubicación: Centro Histórico de Quito-Ecuador.

Año: 1906

El mercado San Francisco es la representación de cultura a través de la historia, en la comercialización de productos, ubicado en una plaza, siendo el protagonista de una vida social activa dentro de un barrio histórico.

Su mayor característica es su forma octogonal el cual esta localizado en la plaza central de la ciudad, se encuentra al aire libre con accesos indefinidos y sus puestos de comercio están colocados de forma desordenada.

El artículo mercados y ferias de Quito (Cazamajor Dartois y Luz de Alba Moya, 1984) clasifica a los primeros mercados latinoamericanos como mercados tipo feria o mercados en plaza, donde define como lugares abiertos de comercialización, ocupados por los comerciantes, por concesión municipal, o por toma del espacio público.

Este tipo de mercado funciona de forma periódica, generalmente una o dos veces por semana, la característica espacial más importante es que la circulación es de forma orgánica, no tienen una estructura fija como la cubierta, tiene varios accesos y esta emplazadas en calles secundarias en el centro del barrio

Además Fermín Asencio (2013), corrobora que el mercado en plaza es un lugar característico en los pueblos y ciudades, se emplaza entre cuatro calles secundarias al centro del barrio, conservando una memoria cultural y fortaleciendo la identidad cultural.

2.- MERCADO CERRADO.

Alonso y Sartorius (2007), clasifican al mercado según su forma en un mercado cerrado, el cual se encuentra delimitado por un cerramiento perimetral en sus cuatro lados con poco espacio público, ubicando generalmente los locales comerciales cerca de la calle.

Además señala que el emplazamiento de sus productos y puestos de venta están claramente zonificados por su tipo.

Consecuentemente el tipo de circulación al interior del mercado en su mayoría es lineal y de carácter público.

Alonso y Sartorius (2007), señala también que el comercio informal se desarrolla al exterior.

MERCADO CERRADO “SANTA CLARA”.



Figura 11: Mercado Cerrado Santa Clara.
Fuente: Fotografía Diario La Hora (2015)

Proyecto: Mercado Santa Clara.
Ubicación: Centro Norte. Quito-Ecuador.
Año: 1951.

Es uno de los mercados minoristas más tradicionales de Quito, por su excelente ubicación es considerado como proveedor de toda clase de productos para toda la ciudad.

Una de las características espaciales de este mercado es su forma de zonificación de productos y servicios, la cual están implantados de forma octogonal derivando en circulaciones lineales con escaso espacios de estancia.

Hacia el perímetro exterior del mercado se encuentran los locales comerciales, este tipo de mercados poseen una cubierta características de mercado tradicional.

3.-SUPERMERCADO.

Trujillo (2010), aclara que los supermercados están generalmente ubicados dentro de un centro comercial o cerca de avenidas principales.

Menciona también que los supermercados ofrecen ventajas como: diversidad de productos en un mismo lugar, autoservicio, aceptación de tarjetas de crédito, horarios interrumpidos, amplias zonas de parqueadero entre otros.

A demás poseen circulaciones lineales entre producto y producto con puntos de reservas alimenticias.

Menciona también que la organización o categorización de productos es una de las características más importantes en un supermercado, ya que deben estar perfectamente alineados, ordenados en amplios pasillos y ubicados por categorías o precios, estas son algunas de las técnicas para dar una imagen de calidad a los clientes.

Según Escalante (1996), su flujo de movimientos debe de ser continuo y su recorrido debe de ser lineal, donde el usuario pueda recorrer de forma natural sin interrumpir el paso.

Afirma que en un mismo espacio se pueden encontrar diferentes ambientes con variedad de productos sin que los usuarios cambien de niveles bruscos.

Adicionalmente, Escalante (1996), asegura que su forma espacial depende mucho del objeto arquitectónico que se encuentre ya que se considera como un comercio ancla de un centro comercial más grande.

SUPERMERCADO MEGAMAXI, 6 DE DICIEMBRE.



Figura 12: Supermercado Megamaxi.
Fuente: Corporación La Favorita (2005)

Proyecto: Megamaxi

Ubicación: Norte de Quito. 6 de Diciembre

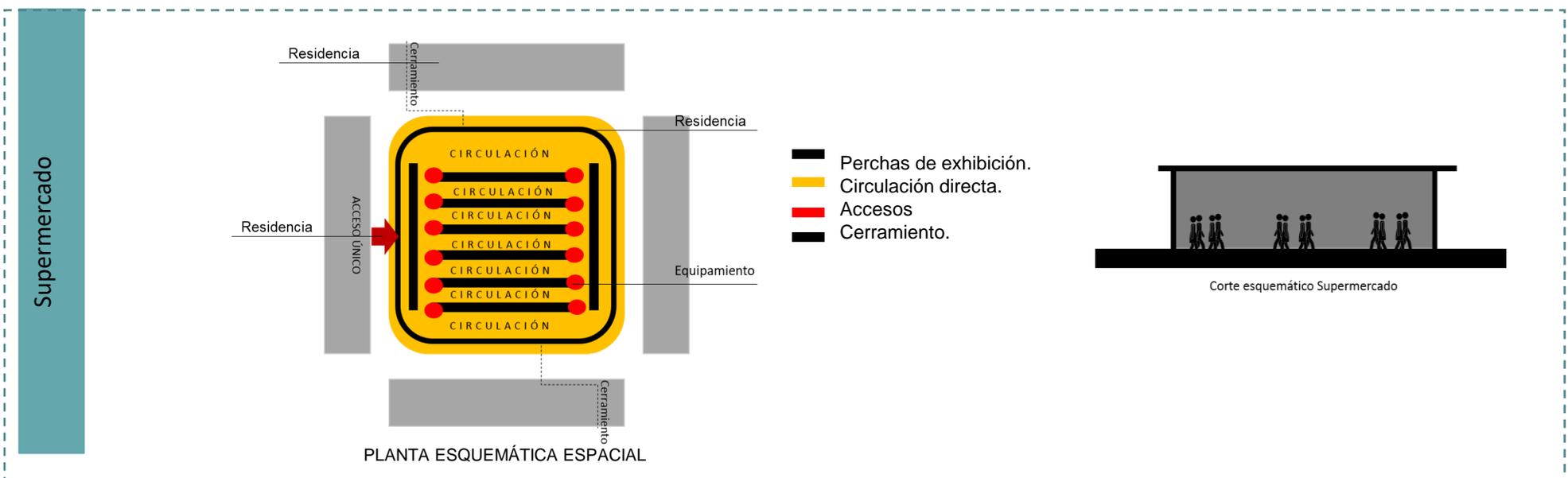
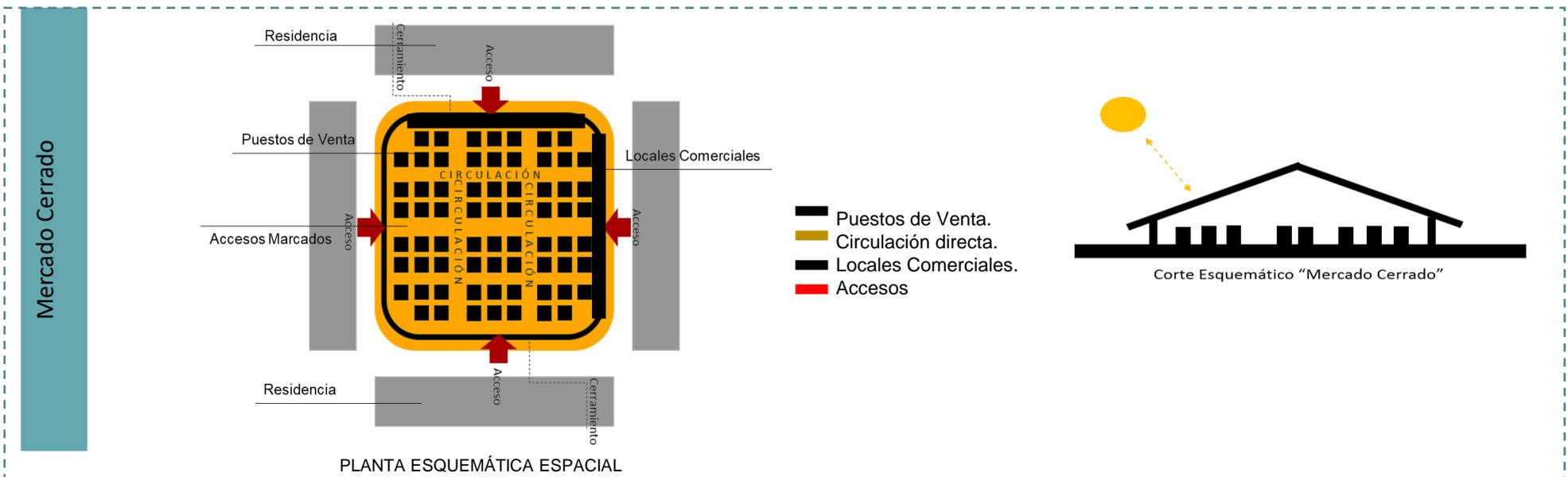
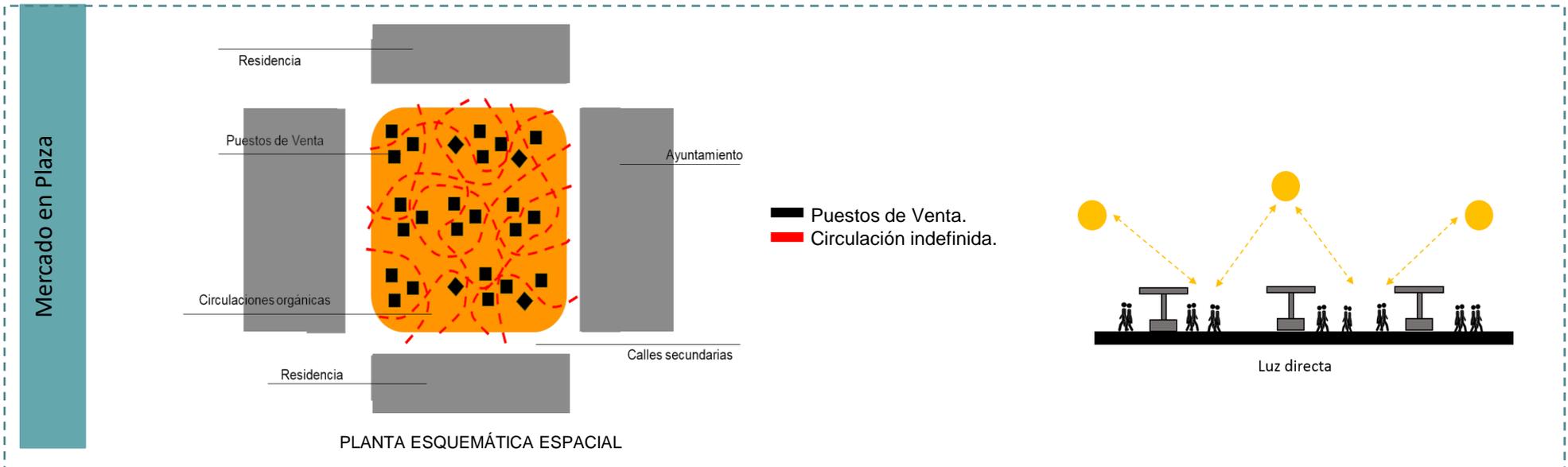
Año: 2005

Se encuentra ubicado a lo largo de una avenida principal, rodeado de residencia colectiva en altura y de edificios de oficinas.

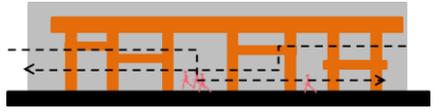
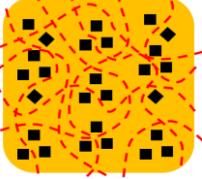
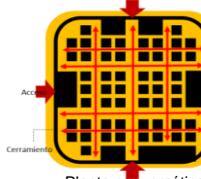
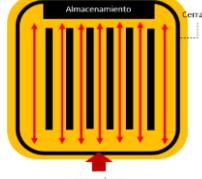
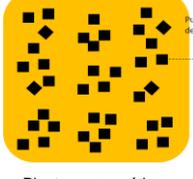
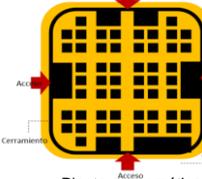
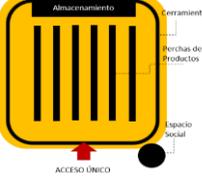
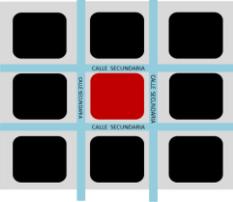
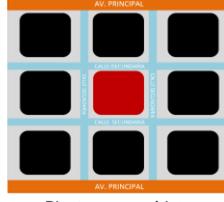
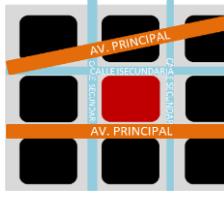
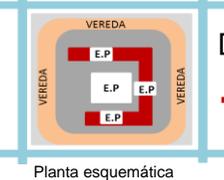
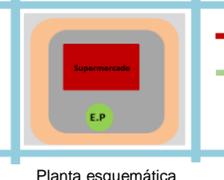
Este tipo de supermercado trata de generar mixticidad de servicios en un solo espacio, con el fin de promover actividades de comercio en la zona para que el usuario no tenga que trasladarse de un lugar a otro.

El espacio público al interior del supermercado es nulo, ya que su prioridad es potencializar la venta de productos sin ofrecer espacios de estancia.

CLASIFICACIÓN DE MERCADOS LATINOAMERICANOS SEGÚN SU TIPOLOGÍA ESPACIAL.



MATRIZ DESCRIPTIVA DE MERCADOS LATINOAMERICANOS SEGÚN SU TIPOLOGÍA ESPACIAL.

		MERCADO EN PLAZA	MERCADO CERRADO	SUPERMERCADO
PARAMETRSO ESPACIALES	FACHADAS ACTIVAS	NO POSSE FACHADAS	 Corte Mercado Cerrado Fachada activa. Fachada Pasiva.	 Corte Supermercado Fachada Pasiva.
	PERMEABILIDAD	 Corte Mercado en Plaza Plaza. Permeabilidad.	 Corte Mercado Cerrado Permeabilidad. M. Cerrado.	 Corte Supermercado Permeabilidad exterior. Supermercado.
	CIRCULACIONES	 Planta esquemática Circulación Puestos de Venta	 Planta esquemática Circulación Puestos de Venta	 Planta esquemática Circulación Puestos de Venta
	ORGANIZACION ESPACIAL	 Planta esquemática Puestos de Venta	 Planta esquemática Puestos de Venta Accesos	 Planta esquemática Puestos de Venta Accesos
RELACION DEL OBJETO CON LA CIUDAD	ACCESSIBILIDAD	 Planta esquemática Calles secundarias Plaza	 Planta esquemática Calles secundarias M. Cerrado Avenidas	 Planta esquemática Calles secundarias Supermercado Avenidas
	ESPACIO PUBLICO	 Planta esquemática Espacio Público Plaza	 Planta esquemática Espacio Público M. Cerrado	 Planta esquemática Supermercado Espacio Público
	ESPACIO Y CONFORT	NO POSEE ESPACIOY CONFORT.	 Planta esquemática Espacios de estancia M. Cerrado	 Planta esquemática Supermercado Espacio Público Espacios de estancia
DESCRIPCIÓN		La circulación es fluida y orgánica donde el usuario decide según su necesidad. Su desplazamiento es en tramos largos. No posee una funcionalidad definida ya que su zonificación es dispersa.	Tiene una circulación de forma de circuito que conecta el interior con el exterior, los desplazamientos son de tramos largos y no tiene una jerarquización por producto. Su funcionalidad depende de la zonificación, que se puede estar en el exterior e interior del mercado.	Esta circulación es lineal, periférica y central, de acuerdo a la funcionalidad y la ubicación de los espacios especializados. Posee una zonificación de espacios especializados.

03

Criterios de Evaluación.

PARÁMETROS DE EVALUACIÓN PARA PROMOVER COHESIÓN SOCIAL EN UN OBJETO ARQUITECTÓNICO.

Introducción:

Para realizar el análisis del proyecto arquitectónico se establecieron escalas de evaluación dividido en tres categorías: a nivel de objeto arquitectónico, relación del objeto arquitectónico con el contexto inmediato y criterios a nivel de sistema vinculados con la ciudad.

1.- A nivel de objeto arquitectónico se analiza las fachadas en su estética y sus principios ordenadores.

Se analiza la organización de circulaciones dentro del objeto arquitectónico: formas de circulaciones, pública o privada, circulaciones principales o secundarias.

Se analiza también que tipo de organización espacial tiene el objeto arquitectónico hacia el interior con la organización de los puestos de venta.

Además se analiza la diversidad funcional del programa arquitectónico y sus tipos de actividades que promueve el objeto.

Se analiza los diferentes ingresos a la edificación.

También se analiza donde se encuentran los lugares de estancia en el interior y su relación con los espacios públicos y circulaciones.

2.- En la categoría con el contexto inmediato se analiza la permeabilidad que existe dentro y fuera del objeto.

DIAGRAMAS DE CRITERIOS EVALUATIVOS PARA PROMOVER COHESIÓN SOCIAL EN UN OBJETO ARQUITECTÓNICO Y DIAGRAMA DE RELACIÓN CON EL CONTEXTO INMEDIATO.

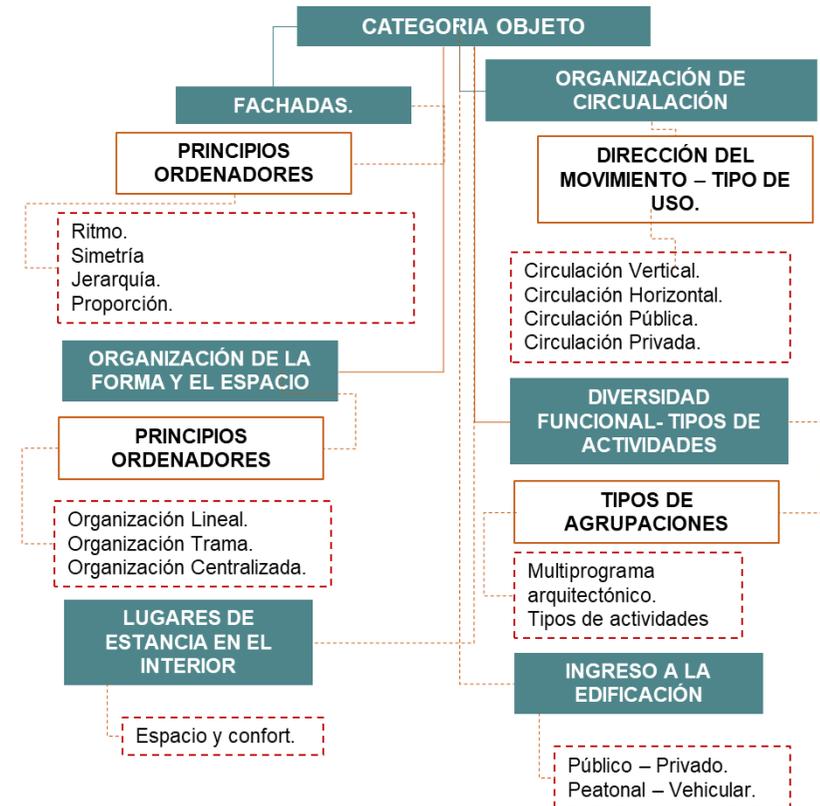


Figura 13 : Diagramas de criterios evaluativos para promover cohesión social en un objeto arquitectónico .
Fuente: Elaboración propia (2020)

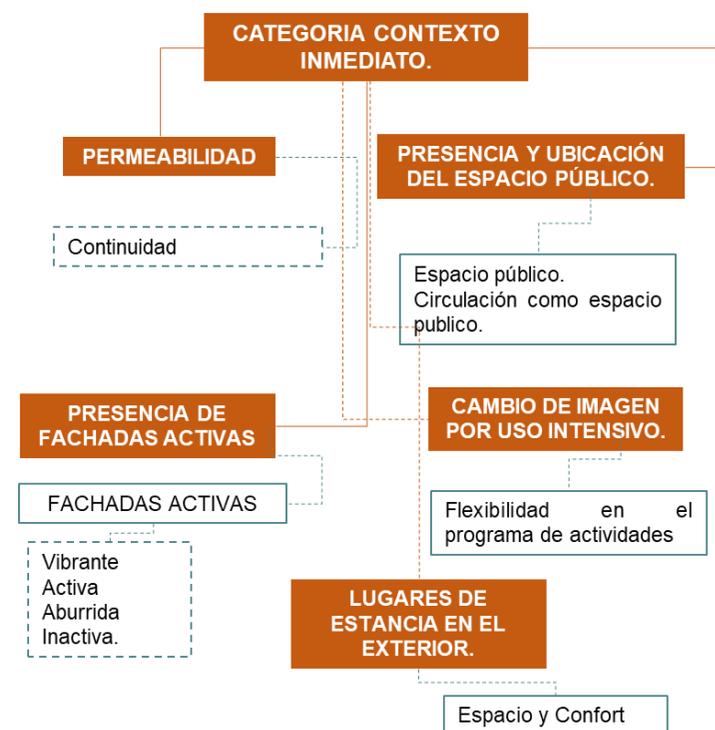


Figura 14 : Diagrama de criterios evaluativos para promover cohesión social en un objeto arquitectónico con el contexto inmediato. Fuente: Elaboración propia (2020)

Se analiza la presencia y ubicación del espacio público que genera el objeto arquitectónico con el contexto inmediato, la presencia de fachadas activas del objeto y su aporte a la imagen del barrio, el cambio de imagen por uso intensivo en días de feria y días comunes, y finalmente se analiza los espacios que brinda el objeto arquitectónico para promover la estancia de las personas fuera del mismo.

2.- En la categoría Sistema a nivel de ciudad se analiza la accesibilidad vehicular y peatonal con sus diferentes tipos de movilidad hacia el objeto arquitectónico.

Además se considera como un parámetro evaluativo a las paradas de buses y rutas de ciclo vías mas cercanas, con el fin de establecer circuitos cercanos que ayuden a la accesibilidad y movilización de las personas con respecto al sector y al objeto arquitectónico.

Este criterio nos ayudara a promover la cohesión social a nivel de sistema.

Llegamos a la conclusión, de cuales son los equipamientos cercanos y cual de ellos puede aportar al desarrollo de la cohesión social.

Finalmente se hace un análisis del funcionamiento y organización de manzanas con el fin de saber si existe un patrón de manzana en el barrio y no alterar su morfología espacial.

Nota:

Todos estos criterios de evaluación tanto a nivel de objeto, contexto inmediato y sistema están analizados en función de mejorar y promover la cohesión social a un objeto arquitectónico con sustentación bibliográfica.

DIAGRAMA DE CRITERIOS EVALUATIVOS RESPECTO AL SISTEMA CIUDAD, PARA PROMOVER COHESIÓN SOCIAL.



Figura 15 : Diagrama de criterios evaluativos para promover cohesión social en categoría Sistema a nivel ciudad.
Fuente: Elaboración propia (2020)

MATRIZ DEL OBJETO ARQUITECTÓNICO vs CRITÉRIOS DE EVALUACIÓN PARA PROMOVER LA COHESIÓN SOCIAL.

CATEGORIA OBJETO.	CATEGORIA CONTEXTO INMEDIATO.	CATEGORIA SISTEMA.
Fachadas. Identidad y cultura	Permeabilidad.	Accesibilidad Vehicular.
Organizaciones de circulaciones.	Presencia y ubicación del espacio público.	Accesibilidad peatonal. Transporte público.
Organización espacial.	Presencia de fachadas activas.	Ubicación en la ciudad.
Diversidad funcional. Tipos de actividades .	Cambio de imagen por uso intensivo.	Equipamientos cercanos. Puntos de encuentro.
Ingreso a la edificación.	Lugares de estancia en el exterior	Funcionamiento o y organización de manzanas.
Lugares de estancia al interior.		

Figura 16: Matriz general del objeto arquitectónico vs criterios de evaluación para promover la cohesión social.
Fuente: Elaboración propia (2020)

Nota: A continuación, se desarrolla la matriz general de forma individual.

CATEGORÍA OBJETO.

FACHADAS – IDENTIDAD Y CULTURA.

LA CULTURA, IDENTIDAD EN FACHADAS.

En el artículo “La fachada como medio de legitimación y cohesión en la vida social” de Lucia Devet Ferrer (1995), señala que los usuarios de un objeto arquitectónico de interés social, intervienen en las fachadas de un objeto arquitectónico con el propósito de comunicar a la gente su posición física, a partir de códigos significantes derivados de su cultura.

Desde esta perspectiva el objeto arquitectónico se convierte en un objeto cultural, capaz de representar para los usuarios un carácter de pertenencia e integración social.

LA FACHADA COMO PORTADORA DE SENTIDO.

En consecuencia, el “elemento fachada” debería analizarse no solo como un elemento físico del objeto, sino como un elemento cultural de gran importancia en el proceso de consolidación del objeto arquitectónico, y promover el mejoramiento de la calidad de vida de los usuarios.

Devet Ferrer (1995), también señala que la intervención de los usuarios en los revestimientos de una fachada es generada por el interés de diferenciarse del conjunto homogéneo del contexto inmediato.

En consecuencia, se establece que la dimensión cultural y subjetiva de la fachada refleja la capacidad de los parámetros socio – espaciales,

visibles en la autoimagen social de los usuarios, su autodefinición de status y la manera en la que se sienten auténticos y cohesionados socialmente con la fachada del objeto arquitectónico.

Según Sepúlveda (1993), las razones por la que los usuarios tienden a cambiar la imagen de las fachadas por mejorar las relaciones sociales son: razones dimensionales, razones funcionales, razones de identidad, razones de status.

EJEMPLO DE FACHADAS COMO PORTADORA DE SENTIDO CULTURAL Y COHESION SOCIAL.



Figura 17. Fachada como portador de sentido cultural y cohesión social.
Fuente: Miguel ángel Camacho. (2018).

Conclusión: Con el fin de promover la cohesión social a través de las fachadas de un objeto arquitectónico con memoria cultural, se debería fortalecer las cuatro elevaciones mediante la diferenciación de su diseño geométrico con respecto al contexto inmediato, ya que generaría un simbolismo de pertenencia cultural e identificación de un mercado tradicional.

CATEGORÍA OBJETO.

CONFIGURACIÓN DEL RECORRIDO

DISTANCIAS PARA CAMINAR Y RECORRIDOS PEATONALES.

Gehl (2005), señala que la configuración de un recorrido dentro o fuera de un objeto arquitectónico depende mucho de las actividades continuas que se puedan generar en un cierto espacio, donde el carácter de público o privado priorizan recorridos amigables o funcionales .

Continuando con esta idea, también agrega que los recorridos largos son cansados a la vista de los usuarios, pero la mejor trayectoria sería de forma directa con espacios de descanso donde la interacción social sea visible a los usuarios.

ESPACIOS FAVORABLES PARA CAMINAR.

Gehl (2005), aclara que una de las exigencias más importantes para que un sistema peatonal funcione, es organizar desplazamientos cortos y directos y al mismo tiempo contengan dimensiones amplias para que grupos de personas transiten sin dificultad.

Con la misma idea propone que es importante señalar las conexiones individuales en el trazado funcional, de manera que todo el sistema resulte atractivo.

SECUENCIAS ESPACIALES PARA LA COHESIÓN SOCIAL.

Según Gehl (2005), afirma que uno de los elementos del desplazamiento peatonal es la experiencia íntima que puede desarrollar el

usuario, para esto el recorrido peatonal debe ser eficaz y dinámico con espacios que aporten a la cohesión social.

Además, señala que el desplazamiento por los bordes de un espacio hace posible experimentar simultáneamente el objeto arquitectónico y los detalles pequeños de las aceras y fachadas.

También señala que los cambios de niveles bruscos afectan el desplazamiento de los usuarios, provocando que eviten recorrer todo el trayecto deseado, este criterio provoca que la cohesión social se genere de forma interrumpida.



Imagen 18. La población estableció sus actividades sociales en el espacio colectivo con circulaciones cortas y dinámicas.

Conclusión: Con el fin de promover la cohesión social a través de la configuración de recorridos se estableció que la mejor manera, es establecer desplazamientos cortos de tipo público y que su trayectoria promuevan espacios sociales a la vista de los usuarios, además incentivar a los usuarios que recorran los bordes del objeto arquitectónico para generar cohesión social en las fachadas.

Además, se prioriza la circulación en trama, ya que genera sinergia entre los usuarios.

CATEGORÍA OBJETO.

ORGANIZACIÓN ESPACIAL : TIPOS DE AGRUPACIONES.

Araujo (1976), describe que la forma de organización espacial de un objeto arquitectónico debe tener un significado simbólico y socio cultural, lo cual se denomina naturaleza esencial del objeto.

Adicionalmente, plantea que la organización espacial influye en la distribución organizada de elementos secundarios que se agrupan entorno a un espacio central, y que dependen de las relaciones sociales y los principios ordenadores.

En consecuencia, una planificada organización espacial de acuerdo a la función del objeto arquitectónico, puede mejorar y promover conexiones sociales e intercambiar actividades vitales para la sociedad.

Además, la organización espacial dependerá de los espacios que den continuidad al desarrollo del desplazamiento peatonal como los entornos naturales, privados y públicos.

Continuamente, concluye que toda expresión de organización espacial esta compuesta en base a su función, la cual puede partir de una forma geométrica y ser el modulo principal para determinar el concepto del emplazamiento del objeto.

El mismo autor señala que la organización espacial de un objeto, se disponen en una modulación organizada con el fin de facilitar la dimensión de elementos que componen el objeto arquitectónico e identificar las posibles circulaciones que se puedan generar.

EJEMPLO DE ORGANIZACIÓN ESPACIAL EN UN OBJETO ARQUITECTÓNICO.

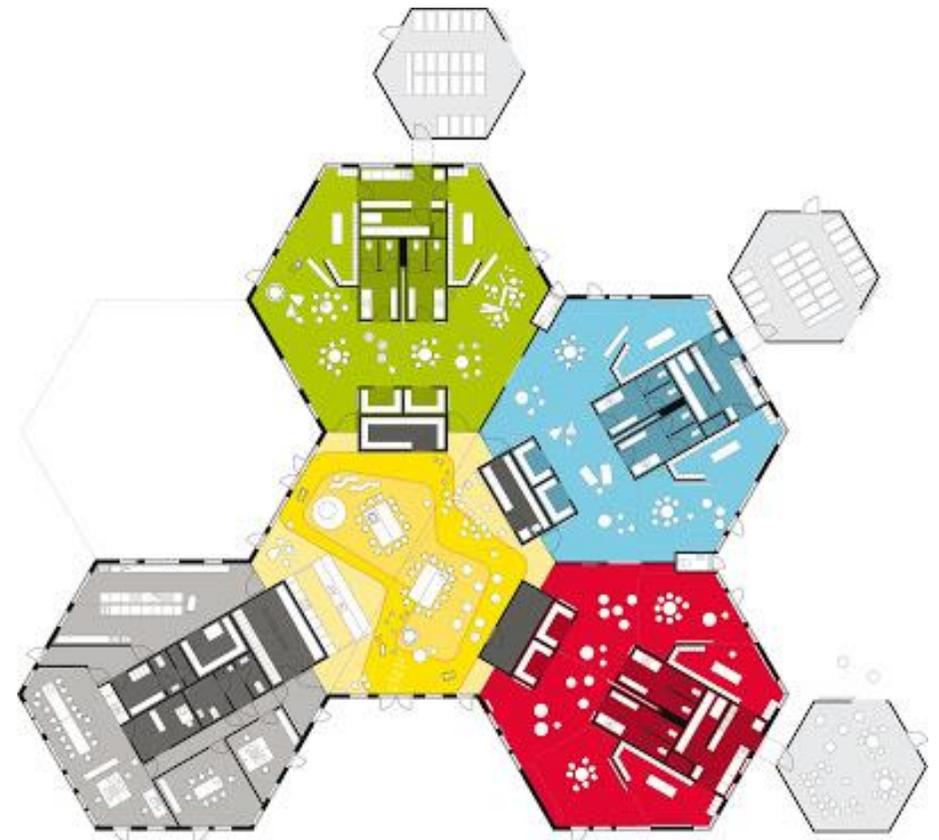


Imagen 19 . Organización espacial mediante su forma geométrica.
Fuente: Cebra (2008).

Conclusión: Con el fin de promover la cohesión social dentro de un objeto arquitectónico se considera el principio de organización en trama y agrupada, ya que es la forma espacial donde las personas pueden relacionarse de forma natural y desarrollar actividades comunes, en un mismo espacio, estableciendo orden e intercambio de productos.

A demás se considera dentro de la organización espacial la inclusión del espacio público como elemento organizador de la modulación del objeto.

CATEGORÍA OBJETO.

DIVERSIDAD FUNCIONAL- TIPOS DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

Gehl (2005), describe a la diversidad funcional como aquellas actividades que permiten alcanzar una mayor interacción entre los usuarios y el programa arquitectónico, con el fin de generar mayor cohesión social dentro del objeto, además promueve la diversidad de funciones en los espacios públicos con actividades sociales.

Adicionalmente, a este concepto Gehl (2005), recomienda crear sistemas dinámicos en función a las actividades necesarias de los usuarios, con el propósito que el tiempo de estancia sea prolongado.

Finalmente, Gehl (2005), divide a las actividades en función de su diversidad de las personas según su función en:

- Actividades necesarias: son aquellas que son obligatorias (ir al trabajo, a la escuela, comprar algo, esperar el bus etc.).
- Actividades opcionales: son aquellas en que las personas deciden involucrarse si están conformes en el tiempo y el lugar, por ejemplo, caminar por deseo o sentarse, las personas toman la decisión de participar o no, están predeterminadas por el clima, depende mucho de la calidad del lugar.
- Actividades sociales: son aquellas que dependen de la presencia de otras personas en el espacio público, donde participan activamente o pasivamente.

LA HUMANIZACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO.



Imagen 20 . Actividad en espacio público necesaria. Fuente: Gehl (2005)



Imagen 21 . Actividad en espacio público opcionales. Fuente Gehl (2005)



Imagen 22 . Actividad en espacio público sociales. Fuente Gehl (2005)

Conclusión: Para promover la cohesión social al interior y al exterior de un objeto arquitectónico se considera la ampliación del programa arquitectónico inicial, en función de nuevas actividades, incluyendo actividades culturales, sociales y de entretenimiento.

Estas actividades se podrían desarrollar alrededor de un gran espacio público común. La planificación de actividades sociales, necesarias y obligatorias en un mismo espacio mejoraría las relaciones sociales de los usuarios.

CATEGORÍA OBJETO.

INGRESO A LA EDIFICACIÓN

Según el artículo publicado por TEMAS CPAU (2008), señala que la ampliación de la esquina como parte del ingreso a la edificación, representa una estrategia espacial en el diseño arquitectónico, generando un impacto visual a los usuarios que recorren los bordes del objeto arquitectónico.

Siguiendo con este concepto, la ampliación de la acera en las cuatro fachadas garantiza una mayor accesibilidad, promoviendo proximidad entre dos espacios continuos.

El ingreso está en función de elementos como la distancia, ubicación con respecto a las calles principales y la orientación, estos elementos generan cohesión social ya que son espacios abiertos y públicos.

Adicionalmente, señala que los ingresos a una edificación pueden ser: peatonales o vehiculares, públicos o privados, los cuales son diferenciados en trayectorias lineales y frontales.

Finalmente, añade que en equipamientos con intereses sociales, la incorporación de una plaza como ingreso a una edificación, mejora la accesibilidad y la proximidad del espacio público con el objeto arquitectónico, dando continuidad al contexto inmediato.

INGRESO A LA EDIFICACIÓN POR LA ESQUINA.



Imagen 23 . Esquina como espacio de ampliación de la calle e ingreso a la edificación. Fuente: TEMAS CPAU (2008)

INGRESO A LA EDIFICACIÓN, AMPLIACIÓN DE LA ACERA.



Imagen 24 . Ampliación de la acera como espacio previo al ingreso a la edificación. Fuente: TEMAS CPAU (2008)

Conclusión: Se podría establecer ingresos por las cuatro fachadas de forma frontal, con el fin de generar una aproximación continua del espacio público con el ingreso al objeto.

También se podría ampliar la acera y vincular con espacios amplios como plazas públicas previo a llegar a los ingresos principales de la edificación, con la finalidad de promover la cohesión social de los usuarios y el objeto arquitectónico.

CATEGORÍA OBJETO.

LUGARES DE ESTACIA EN EL INTERIOR Y EXTERIOR

Gehl (2005), establece que estos espacios o lugares de estancia se diseñan principalmente para realizar actividades de descanso y entretenimiento, en donde los usuarios realizan acciones o actividades tales como: comer, leer, dormir, conversar, etc.

Complementando a la idea anterior, Gehl (2005), aclara que estos espacios conceden al objeto arquitectónico y a la ciudad armonía de bienestar social, ya que poseen una estrecha relación con el espacio público, aportando conexiones sociales en el interior del objeto como al exterior del mismo, este tipo de lugares de estancia provocan al usuario de forma natural estancias prolongadas en un mismo lugar, se debe tomar en cuenta que estos espacios brindan mobiliarios adecuados para cada actividad.

A demás, Gehl (2005), manifiesta que estos espacios o lugares de estancia permiten tener a los usuarios percepciones diferentes dentro de un mismo espacio público o privado, generando desplazamientos continuos con intereses comunes.

También, añade Gehl (2005), que las circulaciones entre espacios deben ser amplias y cortas, con buena iluminación y mobiliario acorde a su función, estos elementos de diseño aclara el autor que brindan confort y seguridad, atrayendo a nuevos usuarios a ingresar a la edificación.

IMÁGENES DE ESPACIOS DE ESTANCIA Y CONFORT.



Imagen 25: Actividades en espacios de estancia. La humanización del espacio urbano. Fuente: Gehl 2005



Imagen 26: Actividades en espacios de estancia. La humanización del espacio urbano. Fuente: Gehl 2005



Imagen 27: Lugares para sentarse .Actividades en espacios de estancia. La humanización del espacio urbano. Fuente: Gehl 2005

Conclusión: Para promover la cohesión social en el interior y exterior, los espacios de estancia están ubicados alrededor del objeto arquitectónico, formado una serie de recorridos dinámicos terminado en una plaza central donde se agrupan actividades sociales y culturales.

CATEGORÍA CONTEXTO INMEDIATO.

PERMEABILIDAD .

Henao (2014), define a la permeabilidad como un elemento de la urbanidad material que constituye una respuesta espacial equivalente a un movimiento y representa secuencias espaciales dinámicas y articuladas.

Adicionalmente, Henao (2014), propone elementos de la permeabilidad como la continuidad física, como conexiones espaciales y visuales de uno o más elementos, con el fin de promover inclusión en un espacio con respecto a una edificación y generar cohesión social entre personas de una misma cultura.

El mismo autor menciona, que existe una percepción de continuidad de límite, definida por la capacidad de estar adentro y a la vez afuera de un elemento arquitectónico.

Los autores Mansilla Tuñón, & Rojo (2013), mencionan que la “arquitectura permeable conducen a la configuración espacial con abundantes transparencias, donde la perforación de un elemento arquitectónico permite que el interior de una edificación sea penetrable y visible desde el espacio público, generando que los espacios exteriores sean controlados de forma segura.

Con la misma idea, Suárez (2013), describe a la permeabilidad como la continuidad física que hace posible dos o más espacios, abriendo o suprimiendo sus límites en común y permitiendo contacto visual, generando desplazamientos continuos sin ningún tipo de barrera.

TIPOS DE PERMEABILIDAD

CONTINUIDAD VISUAL

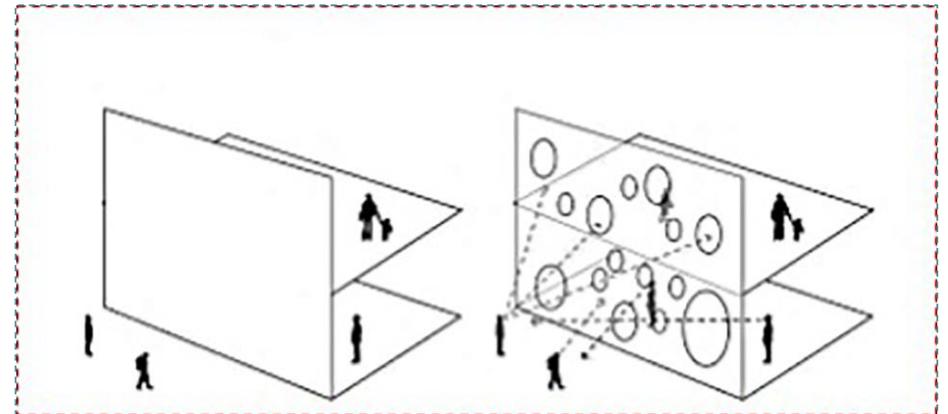


Imagen 28 . Porosidad visual. Continuidad del espacio.
Fuente: Suarez (2013).

PERMEABILIDAD ESPACIAL

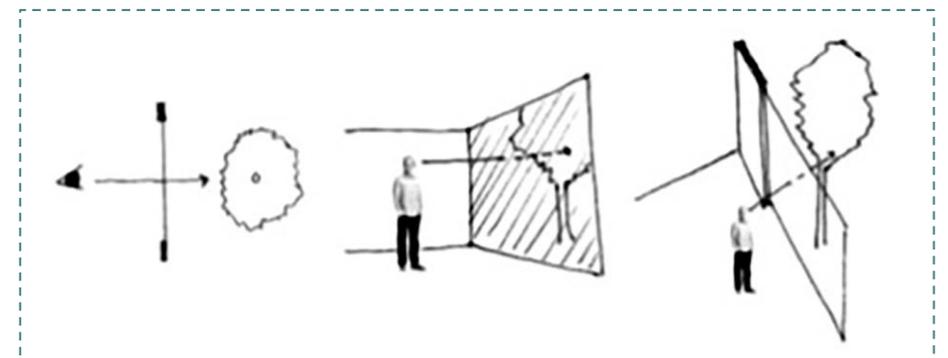


Imagen 29. Diagrama de la continuidad visual. Continuidad espacial en la Arquitectura Moderna.
Fuente: Suarez (2013).

PERMEABILIDAD FÍSICA

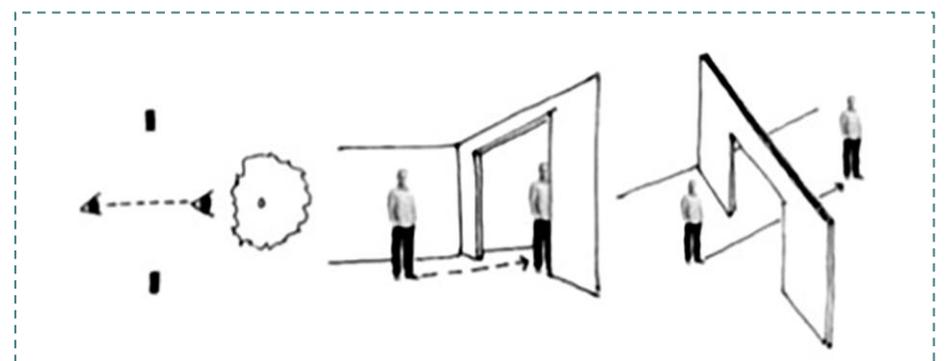


Imagen 30: Continuidad física. Continuidad espacial en la Arquitectura Moderna. Fuente: Suarez (2013).

Conclusión: Para generar cohesión social en un objeto arquitectónico, se considera la permeabilidad visual y permeabilidad física como elementos de conexión entre dos espacios, generando continuidad de movimiento sin barreras arquitectónicas y permitiendo a los usuarios relaciones sociales naturales.

CATEGORÍA CONTEXTO INMEDIATO.

PRESENCIA Y UBICACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO.

Gehl (2005), describe la presencia y la ubicación del espacio público como el área abierta en la trama urbana, destinada al descanso, la recreación, el intercambio social y el ocio, facilitando la movilidad de los ciudadanos la cual es de uso colectivo y dominio público.

Adicionalmente, Gehl (2005), añade que la presencia del espacio público en el tiempo alcanza valores simbólicos e históricos, las cuales definen la identidad social y cultural.

También Gehl, (2005), menciona que la presencia del espacio público refleja la diversidad de los entornos urbanos y naturales, generando el encuentro de grupos sociales de forma libre y voluntaria.

Siguiendo esta idea el autor Dascal (2003), menciona que el espacio público puede cumplir distintas funciones en un objeto arquitectónico, como un espacio ordenador de la forma geométrica, generando control y seguridad, y al mismo tiempo promoviendo escenarios para la conectividad social.

Otro autor, Borja (2000), señala la presencia del espacio público como una forma de representación de la vida colectiva donde posibilita el encuentro de las manifestaciones heterogéneas, de potencializar el contacto social y de generar identidad.

EJEMPLOS DE UBICACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO



Imagen 31: Dinamismo del espacio público en días normales.
Fuente: Gehl 2005.



Imagen 32: Dinamismo del espacio público en días normales.
Fuente Gehl 2005.

Conclusión: Para mejorar la presencia y ubicación del espacio público en un proyecto, se debería vincular los espacios de estancia con recorridos hacia los espacios públicos del objeto arquitectónico con el fin de promover actividades relacionadas a la cohesión social.

La buena presencia del espacio público en una edificación, garantiza la vida social y colectiva de los usuarios, atrayendo actividades de intercambio cultural y generando apropiación del espacio público.

CATEGORIA CONTEXTO INMEDIATO.

PRESENCIA DE FACHADAS ACTIVAS

Gehl (2005), describe a la presencia de fachadas activas como una manera de activar la vida pública en las calles con referencia a un objeto arquitectónico, cuando las fachadas de los edificios son interesantes la gente se detiene y se involucra en otras actividades, y no solo caminar por las calles.

Adicionalmente, describe el autor que la presencia de fachadas activas provoca estímulos visuales, generando que la gente descubra la calle mientras se desplaza, y su estancia sea prolongada.

Concluye, Gehl (2005), que las fachadas activas se pueden clasificar según la escala de activación, basadas en características y calidad de los edificios.

Las fachadas se clasifican en:

- Fachada vibrante, que son generalmente pequeñas con muchas puertas, tiene alta visibilidad al interior tiene buena combinación de materiales y muchos detalles.
- Fachada activa, son unidades pequeñas, tienen algo de visibilidad y transparencia, poseen algo de detalles constructivos.
- Fachada aburrida, son unidades grandes con pocas puertas, tienen poca visibilidad al interior y transparencia, poseen poca o nula articulación y detalles.
- Fachadas inactivas, son estacionamientos o lotes vacíos, son fachadas grandes con pocas puertas y ventanas, son fachadas uniformes sin detalles o nada que admirar.

IMAGEN DE FACHADAS ACTIVAS Y ABURRIDAS.

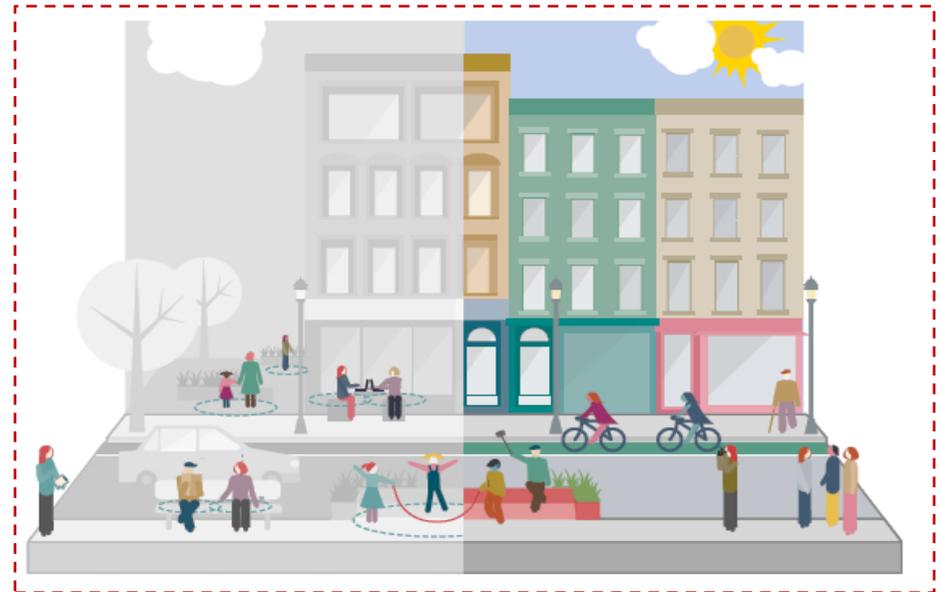


Imagen 33: Adaptado de Fachadas aburridas y fachadas activas. Dimensión Humana. Fuente: Gehl 2014



Imagen34: Dinamismo de fachadas activas en días normales. Fuente: Gehl 2014.

Conclusión: Con la finalidad de promover la cohesión social a través de la presencia de fachadas activas en un proyecto arquitectónico se podría potencializar la permeabilidad visual desde la vista del usuario, implementando el concepto de llenos y vacíos como revestimientos en las fachadas y en la planta baja accesos que permitan dar continuidad entre la calle y el objeto.

CATEGORIA CONTEXTO INMEDIATO.

CAMBIO DE IMAGEN POR USO INTENSIVO.

Juan Carlos Calanchini (2016), argumenta que el cambio de imagen por uso intensivo varía según su temporalidad en el uso del objeto, y marca una pauta que atraen cambios provisionales en un espacio, entonces se podría decir que no es posible una verdadera identidad espacial sin la integración de la dimensión del tiempo.

Adicionalmente, a esta idea el autor menciona que el cambio de imagen puede verse reflejado en su cultura tradicional, y se evidencia en el diseño funcional, por eso este cambio de uso se entiende en diferentes escalas de tiempo distintos, estos espacios son creados de acuerdo a sus necesidades, en los cuales suceden eventos y acciones que transcurren dentro de un período en un tiempo determinado.

A demás, Juan Carlos Calanchini (2016), argumenta que, para que un determinado espacio cumpla la función para el cual ha sido creado, se necesita de los usuarios, que se apropie del espacio por un determinado momento.

Finalmente, para promover la cohesión social con referencia al cambio de imagen por uso intensivo, se considera que los espacios públicos como plazas, son lugares acordes a modificaciones temporales sin alterar significativamente su forma, y además promueven la concentración de personas, brindando seguridad y orden.

EJEMPLO DE CAMBIO DE IMAGEN POR USO INTENSIVO.



Imagen 35 : Temporalidad del espacio geográficos.
Autor: GEO (2011)

EJEMPLO DE CAMBIO DE IMAGEN POR USO INTENSIVO EN DÍAS NORMALES Y EN DÍAS DE FERIA.



Imagen 36: Adaptado a temporalidad en días de feria y días normales.
Autor: Diario la Hora. (2020)

Conclusión: Para que un espacio perdure a consecuencia de un cambio de imagen por su uso intensivo, se debe pensar en prospectiva, ya que el espacio físico es el mismo y lo único que cambia es el tiempo y las personas.

CATEGORÍA SISTEMA.

ACCESIBILIDAD PEATONAL-VEHICULAR-TRANSPORTE PÚBLICO.

La Comisión de las Comunidades Europeas CCE (2008), establece que la accesibilidad se refiere en primer lugar a todas las personas sin excepción, las cuales deben poder acceder fácilmente a la infraestructura de transporte urbano, sin que tengan obstáculos arquitectónicos que dificulten su recorrido.

Adicionalmente, CCE (2008), aclara que existe una conexión entre el peatón y el vehículo privado, donde la adaptación de coexistencia entre las dos partes se sintetiza en promover zonas peatonales con accesos autorizados. Por ejemplo, en residencias, locales comerciales, en zonas de carga y descarga, o de alta calidad de estancia.

Mientras tanto, La Accesibilidad Global (2011), concluye que la circulación peatonal, considera medidas para mejorar la continuidad funcional del desplazamiento informal de las personas, tomando en cuenta la prolongación del movimiento vehicular y del transporte público que se rigen por normas y leyes.

A este concepto, se añade que las calles y aceras se convierten en espacios públicos improvisados, la cual se caracterizan por la convivencia entre peatones, ciclistas y vehículos privados, generando molestias entre ellos.

Molinero A, Sánchez I. (1998), aportan a estas ideas la presencia de avenidas principales y secundarias como ejes jerárquicos y ordenadores de la ciudad, donde se prioriza la circulación del transporte público y privado, las cuales están apoyadas de ciclovías y paradas públicas.

ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD DE COEXISTENCIA DE PEATONES Y VEHICULOS.

PERMEABILIDAD VEHICULAR.

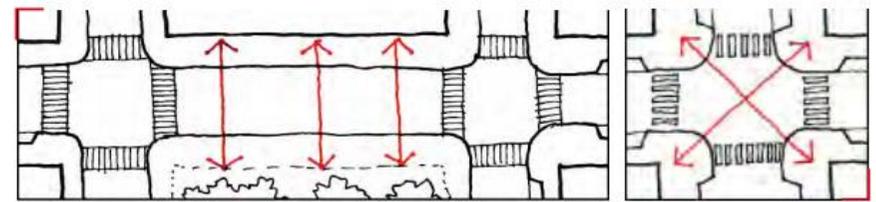


Imagen 37: Esquemas de permeabilidad peatonal entre intersecciones y en intersecciones. Fuente: CCE (2008)

CONTINUIDAD PEATONAL .



Imagen 38: A la izquierda, vista de un paso peatonal sobreelevado. A la derecha, vista de una acera continua. Fuente: CCE (2008)



Imagen 39: Separación de los medios de Transporte. Continuidad vehicular. Fuente: Molinero. (1998).

Conclusión: Para mejorar la cohesión social hacia un objeto arquitectónico, se debería hacer un análisis de la movilidad vehicular y peatonal de mayor interés, y comparar con las paradas del transporte público y ciclo vías mas cercanas, con el fin de que el peatón recorra la zona a pie y además tengan alternativas de movilidad para llegar al objeto arquitectónico.

CATEGORÍA SISTEMA.

UBICACIÓN EN LA CIUDAD.

Carlos Santamariana, (2017), argumenta que la ubicación del proyecto con respecto a la ciudad, toman en cuenta dos aspectos, la macro y la micro localización, estos pueden ser elementos físicos, naturales o socio culturales vistos de forma jerárquica, y a la vez participan actividades complementarias que están orientadas a las relaciones sociales de las personas.

Añade también, Carlos Santamariana (2017), que la macro localización consiste en evaluar la ubicación, considerando las mejores condiciones para el emplazamiento del proyecto, por ejemplo:

- La ubicación de los consumidores o usuarios.
- Vías de comunicación y medios de transporte.
- Infraestructura de servicios públicos.
- Políticas, planes o programas de desarrollo.
- Flujos de personas diarias.
- Interés de fuerzas comunitarias y sociales.
- Tendencia de desarrollo de la región.

Concluye Carlos Santamariana, (2017), que la micro localización es la determinación del punto preciso donde se construirá el proyecto, y se estudia las potencialidades locales del sector.

Conclusión: Con el fin de encontrar la mejor ubicación del objeto arquitectónico con respecto a la ciudad, el análisis urbano debería ser por capas de mapeos, de lo macro a lo micro, con la finalidad de encontrar elementos que nos ayuden a promover cohesión social e identidad del lugar.

EQUIPAMIENTOS CERCANOS

Angela Franco (2012), argumenta que los equipamientos cercanos con respecto a un proyecto arquitectónico con interés social, es uno de los componentes urbanos fundamentales en los asentamientos humanos, ya que aporta para el desarrollo de la inclusión, la equidad y solidaridad, y al mismo tiempo aumenta las prioridades de la gestión pública.

Adicionalmente, Angela Franco (2012), señala que los equipamientos cercanos o complementarios, tienen un carácter predominante de uso público, en donde se realizan actividades públicas y sociales.

Complementariamente a esta idea, señala que la variedad de equipamientos públicos o privados, proporciona bienestar social, económico y cultural, aportando calidad de vida a los habitantes.

Añade también, Angela Franco (2012), que la mayoría de equipamientos consolidados son de interés público, atrayendo a grandes grupos de personas diarias, generando vida colectiva en potencia.

Conclusión: Para promover la cohesión social de los equipamientos cercanos con respecto al proyecto arquitectónico, se debería hacer un mapeo de los puntos de encuentros más cercanos, con el fin de establecer recorridos y vínculos sociales entorno al proyecto arquitectónico.

CATEGORÍA SISTEMA.

FUNCIONAMIENTO Y ORGANIZACIÓN DE MANZANAS.

Altamirano D, Flores A. (2015), señala que el funcionamiento y organización de manzanas es un elemento estructurador de la forma urbana donde la existencia de un patrón identificable permite a la ciudad dar continuidad a ciertos espacios comunes, que garanticen la cultura del sector, donde el funcionamiento y organización de las manzanas tiene un valor universal permanente.

Con este mismo concepto, Altamirano D, Flores A. (2015), aclara que se quiere conseguir un equilibrio en el tejido urbano de la ciudad, y dar continuidad a la trama espacial, generando que el proyecto arquitectónico tenga una referencia espacial en su forma geométrica.

A demás, Kropf (2011), concluye que la organización de las manzanas se debe considerar tres elementos esenciales:

- La forma como resultado de un proceso que no son impuestas, sino generadas por un proceso social y cultural.

- El tejido urbano puede tener varios tipos de formas que se distinguen entre sí, por la configuración de sus partes.

- Cada tipo de manzanas pueden relacionarse con otro en una jerarquía de escalas, primero por la forma de las calles, luego de los predios y finalmente por medio de la forma de los edificios.

ORGANIZACIÓN DE MANZANAS SEGÚN TEJIDO URBANO.

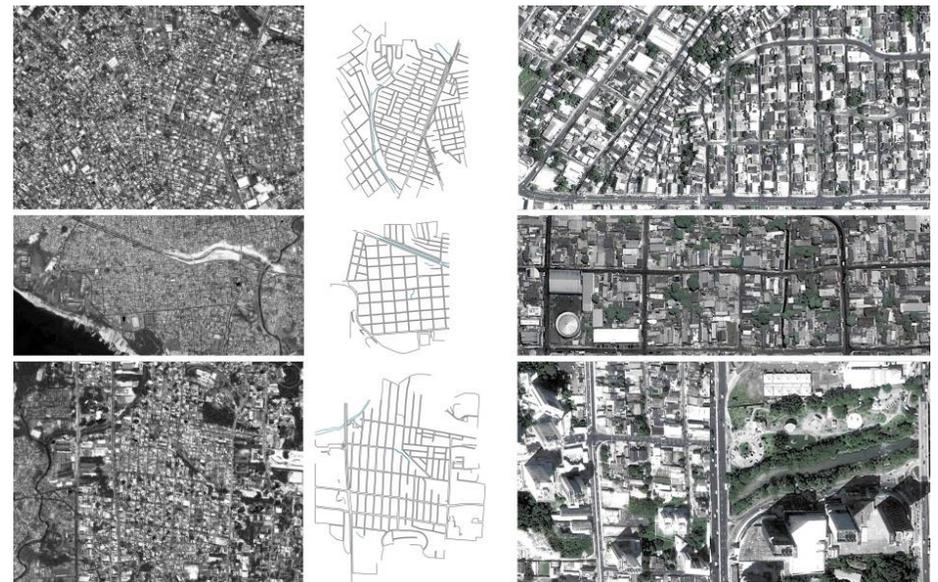


Imagen 40: Organización de manzanas.
Fuente: Altamirano . (2015).

Wheeler (2015) describe al tejido urbano como un área de forma urbana distintiva, equivalente a al menos varias cuadras o un kilómetro cuadrado, es decir, lo suficientemente grande como para que los individuos lo perciban como un tipo de lugar distintivo y para adaptarse a procesos de planificación y desarrollo.

Conclusión:

Al no haber un patrón identificable de organización funcional de las manzanas se busca generar una nueva concepción espacial, basada en el mismo tejido urbano donde el proyecto busca tener equilibrio y autonomía para mejorar la cohesión social.

04

Descripción del Objeto
Caso de estudio Mercado
“La Carolina”

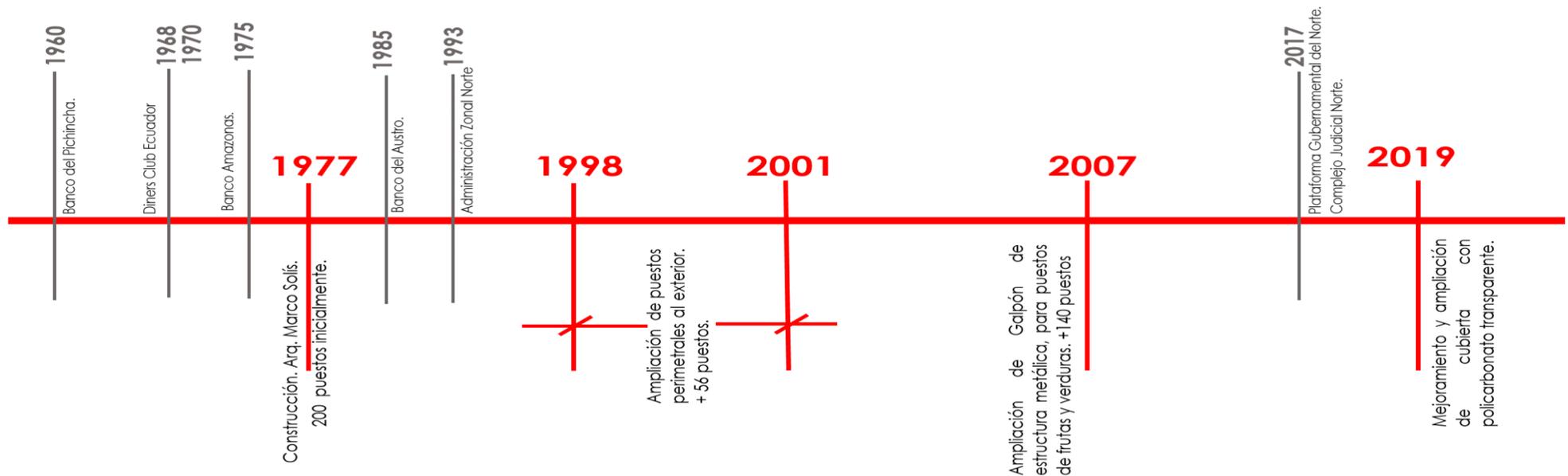


MEMORIA HISTÓRICA.

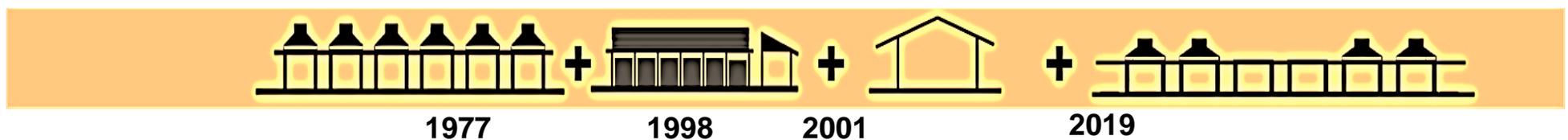
LINEA DE TIEMPO GRÁFICA DEL MERCADO LA CAROLINA .



LINEA DE TIEMPO DE MODIFICACIONES ESPACIALES DEL MERCADO LA CAROLINA .



MODIFICACIONES FÍSICAS DEL MERCADO LA CAROLINA .



SIMBOLOGIA.

- Modificaciones mercado La Carolina
- Línea de tiempo paralela del contexto inmediato

MEMORIA HISTÓRICA.

ANTECEDENTES.

A fines de los años 70 describe Moya (1978), se construye la primera etapa en donde se solventa de forma rápida la necesidad de dar un espacio físico a los comerciantes ambulantes, los cuales se encontraban en las avenidas principales más cercanas.

Para ese momento solo se comercializaba productos agrícolas dejando para una segunda etapa los productos cárnicos, la cual se realizaría 5 años después.

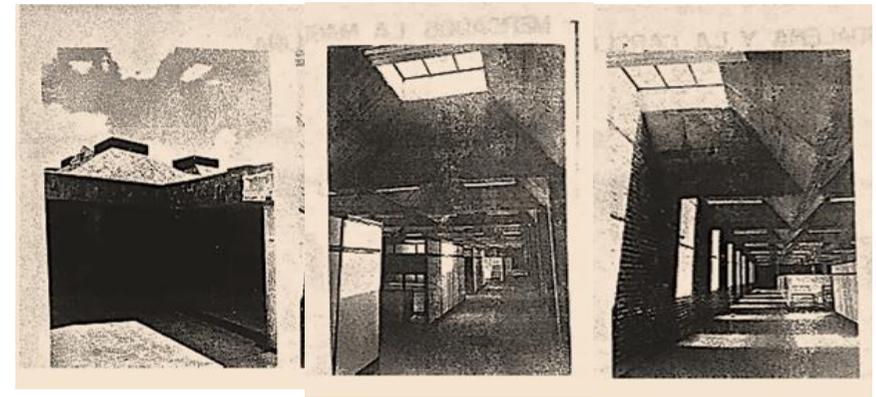
Esto generó que la estructura física y espacial original se transforme, quebrando la continuidad del diseño original y dejando a un lado el carácter de mercado barrial.

Años después se construye una tercera etapa donde por la necesidad de generar ingresos económicos a los comerciantes se construye un espacio para los vendedores de frutas y verduras, a la par se construye en el perímetro de la cuadra locales comerciales donde actualmente se encuentra ubicadas las bodegas de abasto.

En el transcurso de los últimos años se han realizado intervenciones en todo el mercado tanto interna y externamente con el fin de mejorar las condiciones de confort para el usuario que visita el mercado.

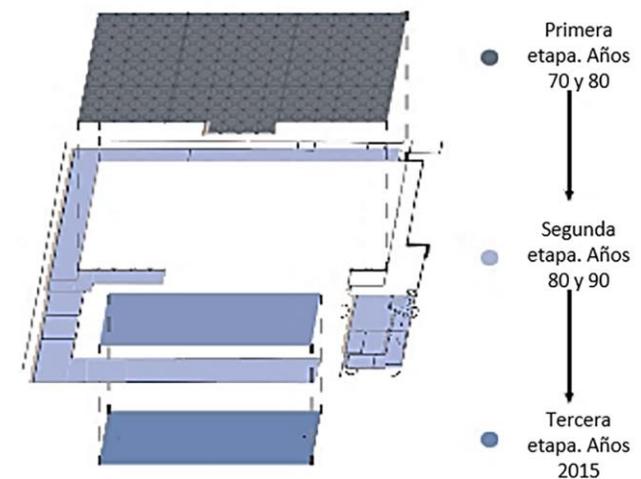
Las últimas intervenciones fueron la implementación del parqueadero mecánico y la colocación de una cubierta en las circulaciones exteriores.

FOTOGRAFÍAS INTERNAS DEL MERCADO LA CAROLINA.



Fuente: Luzuriaga. 1978

3 ETAPAS DE DISEÑO MERCADO LA CAROLINA



Fuente: Luzuriaga (1978)

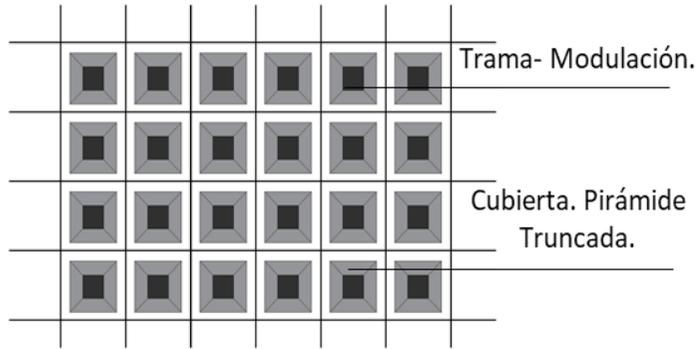
ORGANIZACIÓN ESPACIAL Y PROGRAMA ARQUITECTÓNICO EXISTENTE.



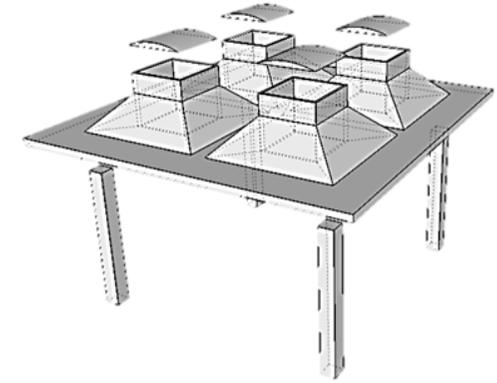
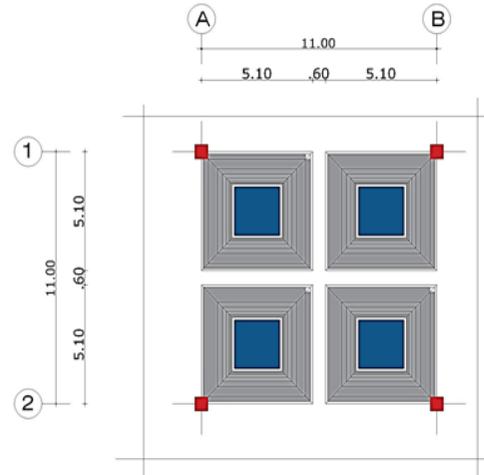
Fuente: Luzuriaga (1978)

MEMORIA HISTÓRICA.

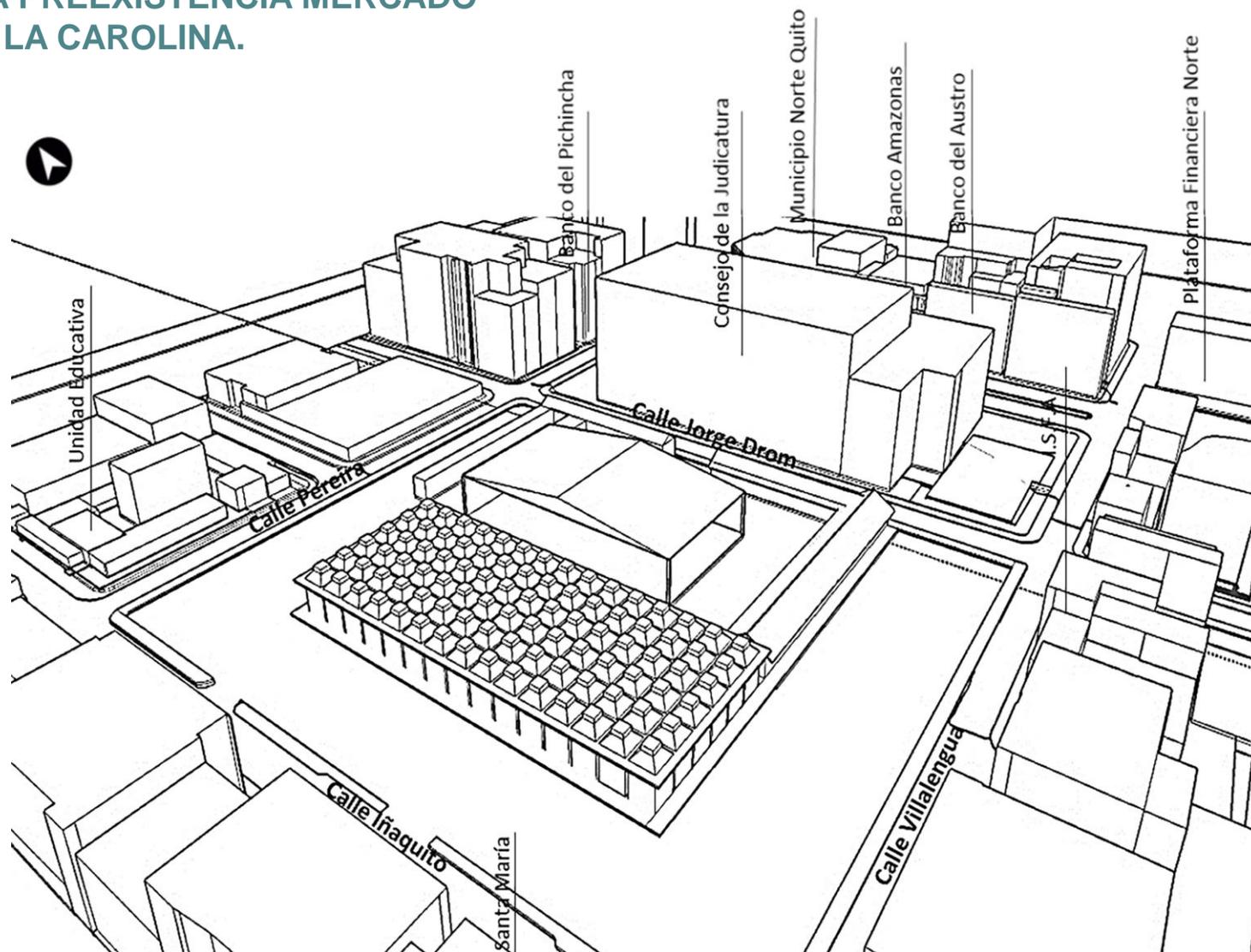
DETALLE DE CUBIERTA ORIGINAL .



Planta esquemática cubierta actual.



PERSPECTIVA PREEXISTENCIA MERCADO LA CAROLINA.



Collage del problema

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En la actualidad el mercado “La Carolina”, de acuerdo a su ubicación con respecto a la ciudad, y a la consolidación de la infraestructura financiera y edificios particulares de gran escala, a generado gran demanda de diferentes usuarios y empleados que visitan esta zona, y con ello ha provocado que exista un impacto sobre el uso de parqueaderos, y de espacios públicos, provocando la falta de relaciones sociales entre las personas que visitan el sector.

Al pasar el tiempo el mercado “La Carolina” ha ido modificando su forma espacial, con infraestructura improvisada y no planificada, estos cambios son productos de la necesidad de los proveedores y de los consumidores, dando como resultado espacios residuales, circulaciones extensas y falta de espacios sociales.

A demás el mercado “La Carolina” tiene como problema la venta informal de productos de primera necesidad que se ubican alrededor del mercado, generando molestias a los usuarios que vistan el lugar.

Otro de los problemas es la falta de áreas para los residuos de desechos solidos, el cual genera problemas de salubridad al diario.

El mercado posee tres accesos principales, las cuales no abastecen la accesibilidad al proyecto, también posee un cerramiento en sus cuatro lados, haciendo que no exista una permeabilidad visual entre el usuario y los productos que se ofrece.

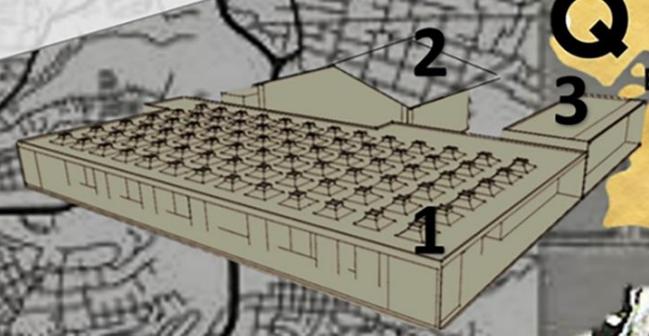
La falta de espacios públicos también es un problema actual del mercado, ya que ha generado poca integración social con el contexto inmediato.

Mercado
infraestructura **uso MIXTO**

QUITO
ECUADOR
0° 14' 0"
78° 31'



calidad
inseguridad
ruido
DESORDEN
caos
desorganización



SIN
ESPACIO
PUBLICO
NO HAY
CIUDAD.



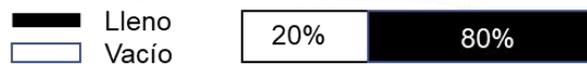
Impacto visual

Mercado "La Carolina"

Congestión vehicular

DIAGNÓSTICO URBANO.

LLENO Y VACIO.



Esc:..... 1:9000

E.P vs VERDE



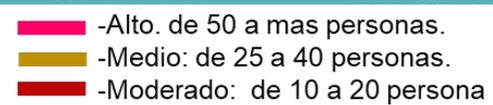
Esc:..... 1:9000

P.PUBLICO vs PRIVADO.



Esc:..... 1:9000

FLUJO PEATONAL



Esc:..... 1:9000



DIAGNÓSTICO URBANO.

FLUJO CONFLICTO



- -Conflicto por semáforo.
- -Conflicto por concent. entidades
- -Conflicto por ancho de vías.
- -Conflicto por paradas de buses
- -Conflicto por falta de parqueadero

Esc:..... 1:9000

HITOS vs NODOS



- Hitos/ Nodos
- 1.-P.F.N
- 2.-Municipio Zonal Norte.
- 3.-Mercado "La Carolina"
- 4.-Edificio Diners Club
- 5.-Consejo de la Judicatura
- 6.-Banco del Pichincha

Esc:..... 1:9000

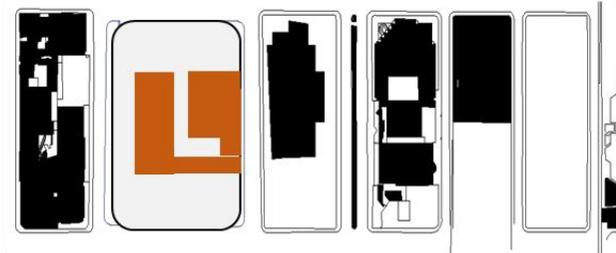
FLUJO VEHICULAR



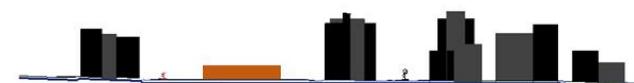
- -Tráfico Lento
 - -Tráfico mediano
 - -Tráfico rápido
- 10% 30% 60%

Esc:..... 1:9000

DEMOGRAFÍA CALLE VILALENGUA



Demografía actual en calle Villalengua



Corte esquemático Demográfico Calle Villalengua.

- - Mercado La Carolina.
- - Edificios en altura

Esc:..... 1:9000

El mercado “La Carolina” es uno de los mercados tradicionales de la ciudad de Quito construido en la década de los 80, por el arquitecto ecuatoriano Mario Solís.

En el cual se observa cómo se desarrollan las actividades cotidianas a partir de la presencia de entidades gubernamentales, provocando situaciones no intencionadas sobre el mercado “La Carolina” como: disminución de ventas de productos, falta de parqueaderos públicos en la zona, etc.

Se puede identificar dos tipos de usuarios en el sector:

-Actores internos como son los propietarios de los puestos del mercado, gente que trabaja diariamente en el sector, funcionarios públicos que trabajan en la plataforma gubernamental, y dueños de los locales comerciales.

-Actores externos están vinculados a los usuarios flotantes que visitan esporádicamente diferentes entidades que se encuentran en el sector como: la plataforma gubernamental, gestión financiera, complejo judicial, entidades bancarias etc.

En el caso de la plataforma gubernamental fue diseñada con el objetivo de brindar varios servicios comunes en un mismo lugar, pero no se analizó las posibles afectaciones en las actividades de otros equipamientos o servicios que están a su alrededor.

Si bien la presencia de las entidades gubernamentales ha atraído un dinamismo mayor al sector tanto económico y comercial, también ha provocado el desplazamiento de la residencia original afectando particularmente al mercado “La Carolina”.

SITUACION URBANA:

Remodelación y Ampliación del Mercado “La Carolina”.

ARGUMENTO

Mediante el estudio de las formas tipológicas de diferentes mercados latinoamericanos, se plantea al mercado como un espacio público donde el capital social promueve el intercambio de actividades vitales para la socialización, comercialización y fomento de cohesión social adquiriendo un carácter de espacio público configurador del barrio atraído por sus relaciones sociales.

ESTRATEGIAS DE DISEÑO.

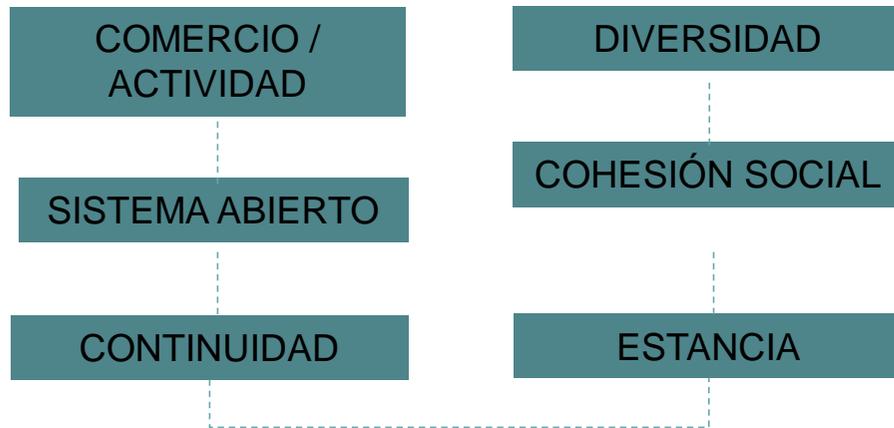
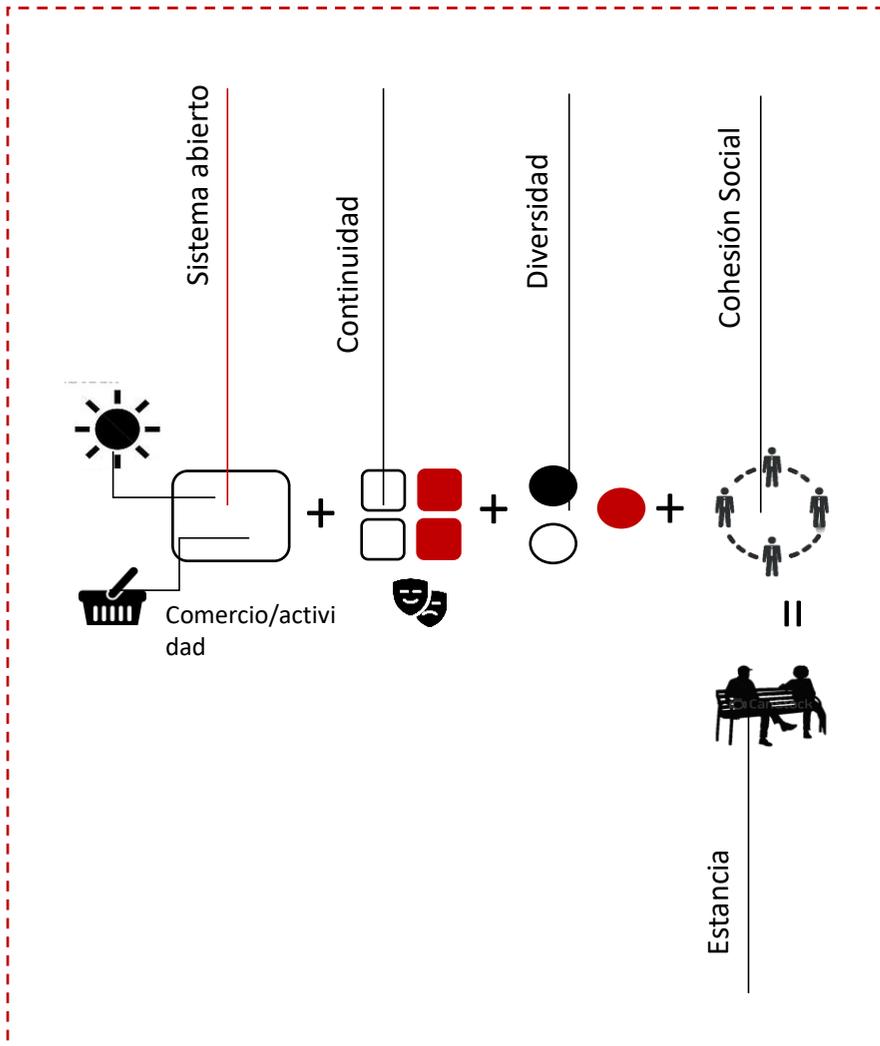
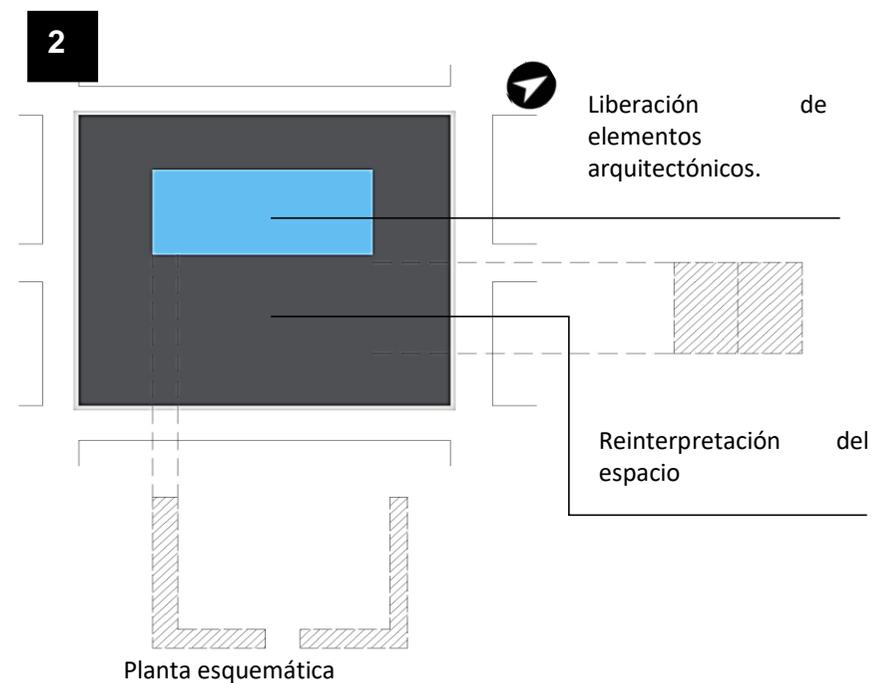
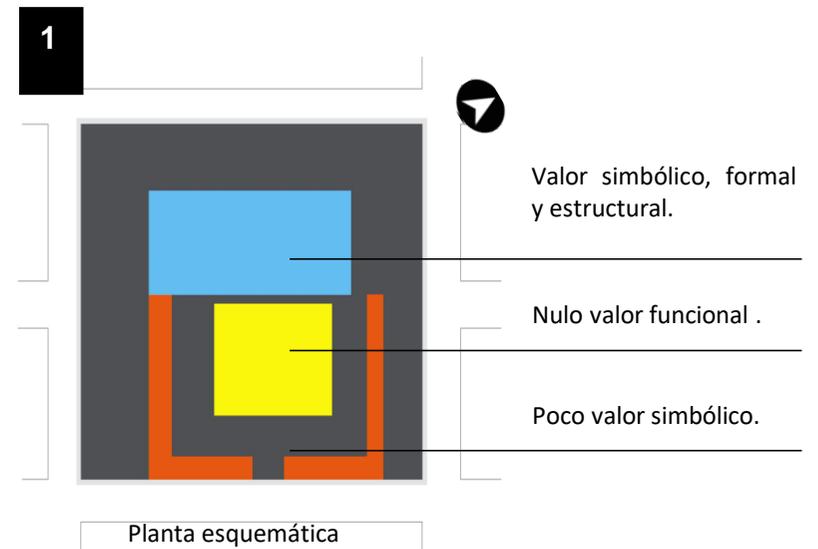


DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS DE DISEÑO ESPACIALES.

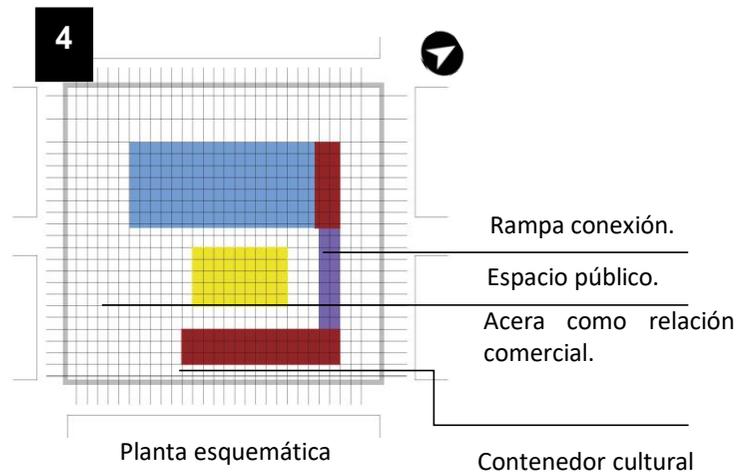
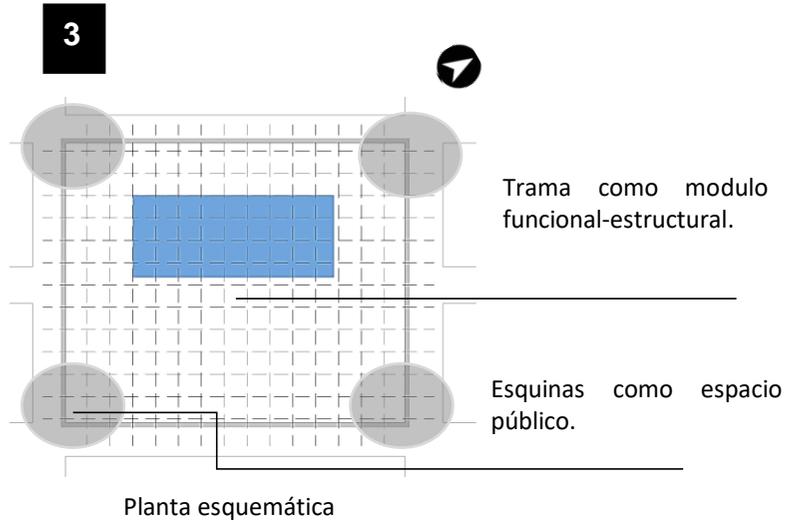


DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO.

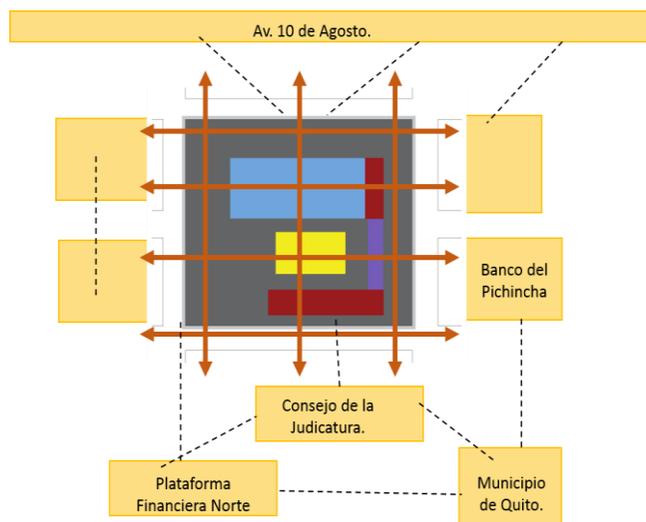
1.- Modulación desde la preexistencia con integración de llenos y vacíos



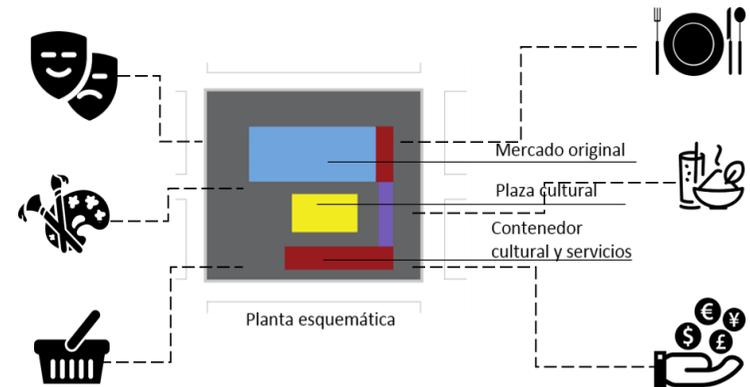
ESTRATEGIAS DE DISEÑO.



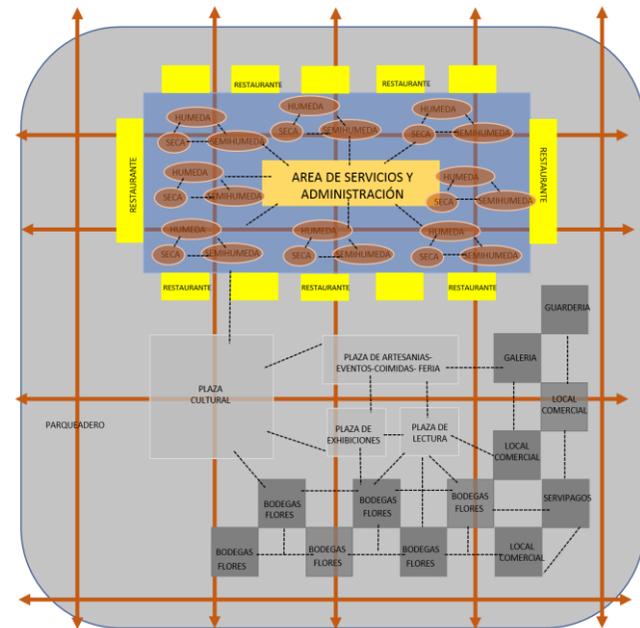
2.- PERMEABILIDAD DEL OBJETO ARQUITECTÓNICO CON EL CONTEXTO.



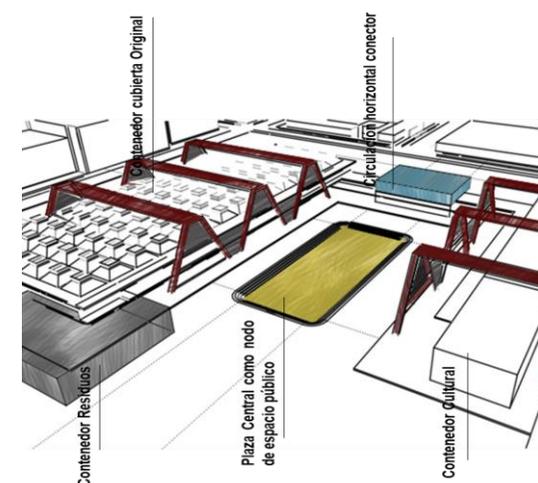
3.- MIXTICIDAD DEL PROGRAMA ARQUITECTÓNICO COMO COMPLEMENTO A LA PREEXISTENCIA.



ESQUEMA ORGANIGRAMA FUNCIONAL.



ESQUEMA ESPACIAL PARA GENERAR CAPITAL SOCIAL.



PROGRAMA ARQUITECTÓNICO.

	AREA LOCALES		
	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	ÁREA m2
ZONA HÚMEDA	Carne	66	70
	Pollo		
	Pescado		
	Mariscos		
	Huevos		
	Lacteos		
	Frutas		
	Verduras		
	Hortalizas Legumbres		
	Total		

	AREA DE SERVICIOS		
	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	ÁREA m2
ZONA MIXTICIDAD	Zona d Feria	1	333
	Zona de artesanías	1	333
	Sanitarios públicos	2	105.6
	Sala de eventos	2	112
	Zona Bancaria	1	65
	Gimnasio	1	65
	Guarderia	1	265
	Food Park	2	390
	Zona de estacionamientos	1	2230
	Total		3898.6

	AREA LOCALES		
	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	ÁREA m2
ZONA SEMIHÚMEDA	Patio de Comidas	1	1450
	Jugos	8	32.9
	Heladaria		
	Cafeteria		
	Aguas aromáticas		
Total		1482.9	

	AREA DE PLAZAS		
	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	ÁREA m2
ZONA DE ESPARCIMIENTOS	Plaza cultural	1	333
	Plazas Sociales	7	350
	Plaza de la música	1	286
	Plaza mirador	1	286
Total		1255	

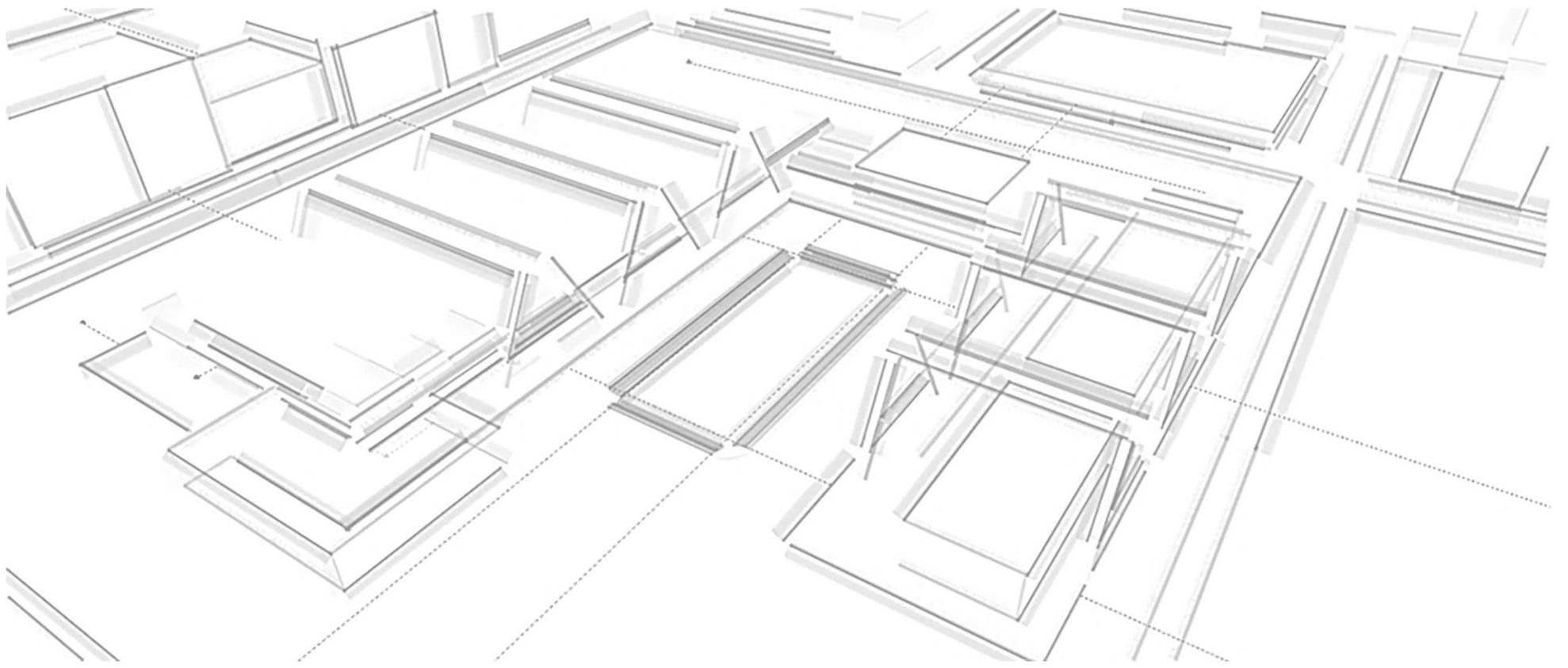
	AREA DE ALMACENAMIENTO		
	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	ÁREA m2
ZONA DE ALMACENAMIENTO-RESIDUOS-RECICLAJE	Carga y descarga	1	415
	Area de control y despacho de productos		
	Cuarto de Maquinas		
	Bodegas		
	Residuos		
Total		415	

	AREA LOCALES		
	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	ÁREA m2
ZONA SECA	Bodega	14	35
	Vestimenta		
	Servivio de Belleza		
	Serv. Técnico.		
	Bazar.		
	Internet		
	Costurera		
Total		490 m2	

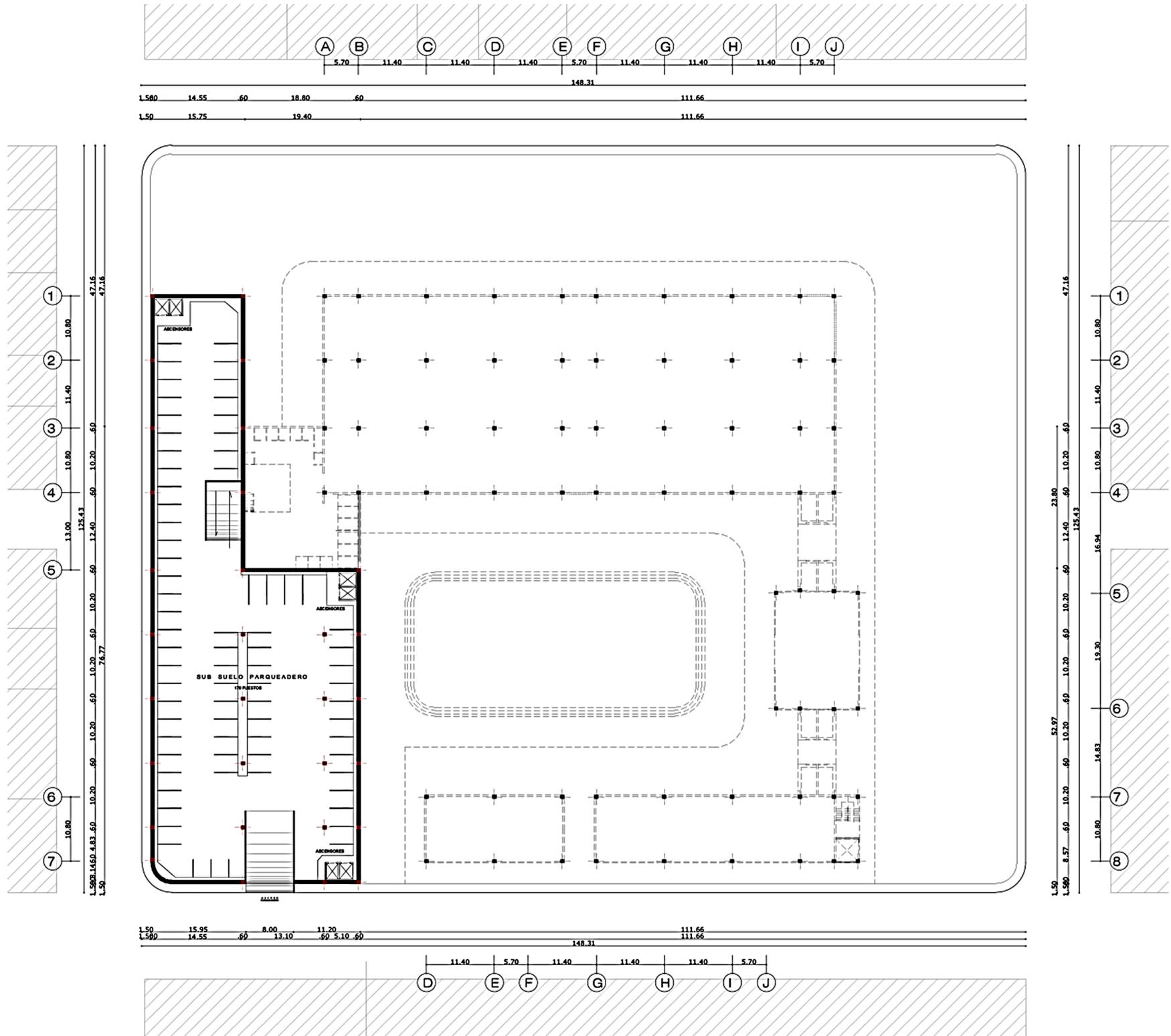
	AREA ADMINISTRATIVA		
	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	ÁREA m2
ZONA ADMINISTRATIVA	Administración	1	90
	Guardiana	1	45
Total		135	

AREA TOTAL PROGRAMA		
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	ÁREA m2
Area Locales		6598.9
Area Plazas		1255
Area Servicios		3898.6
Area Administrativa		135
Area Almacenamiento		415
TOTAL		12302.5

PLANTAS ARQUITECTÓNICAS.

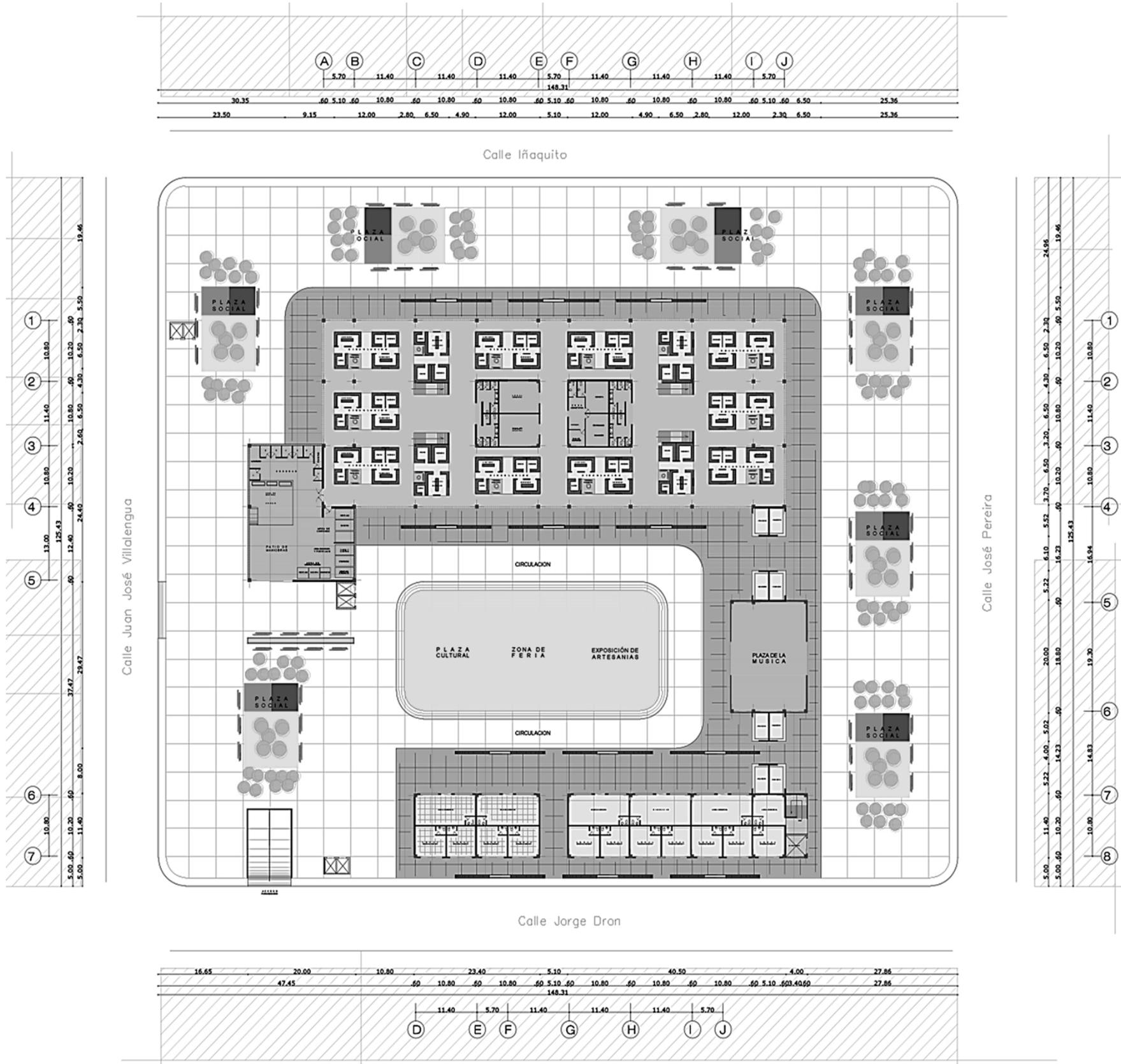


PLANTA SUB SUELO. N-5.00, -10.00.



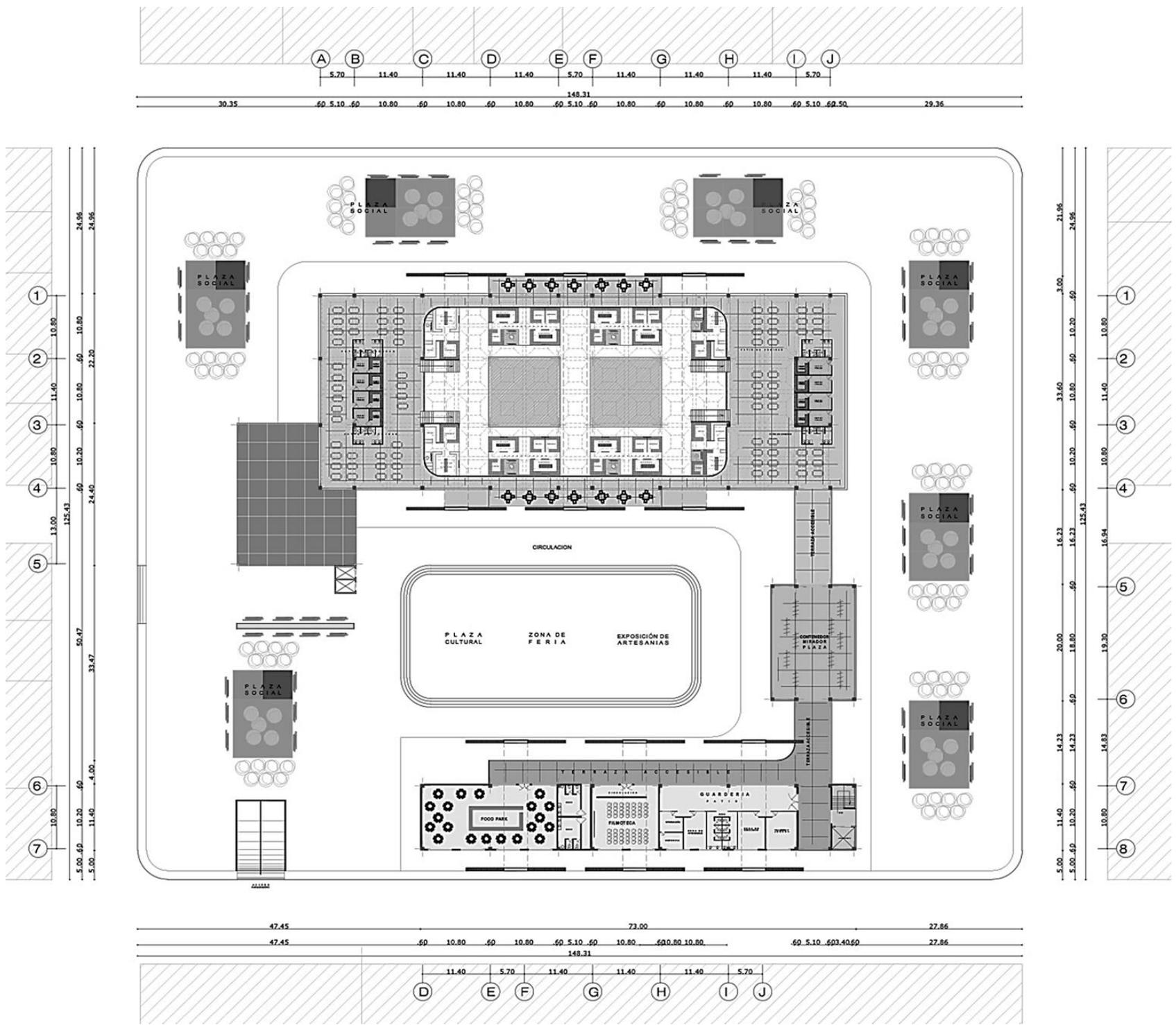
Esc: 1:1000

PLANTA BAJA ARQUITECTÓNICA . N+ .36



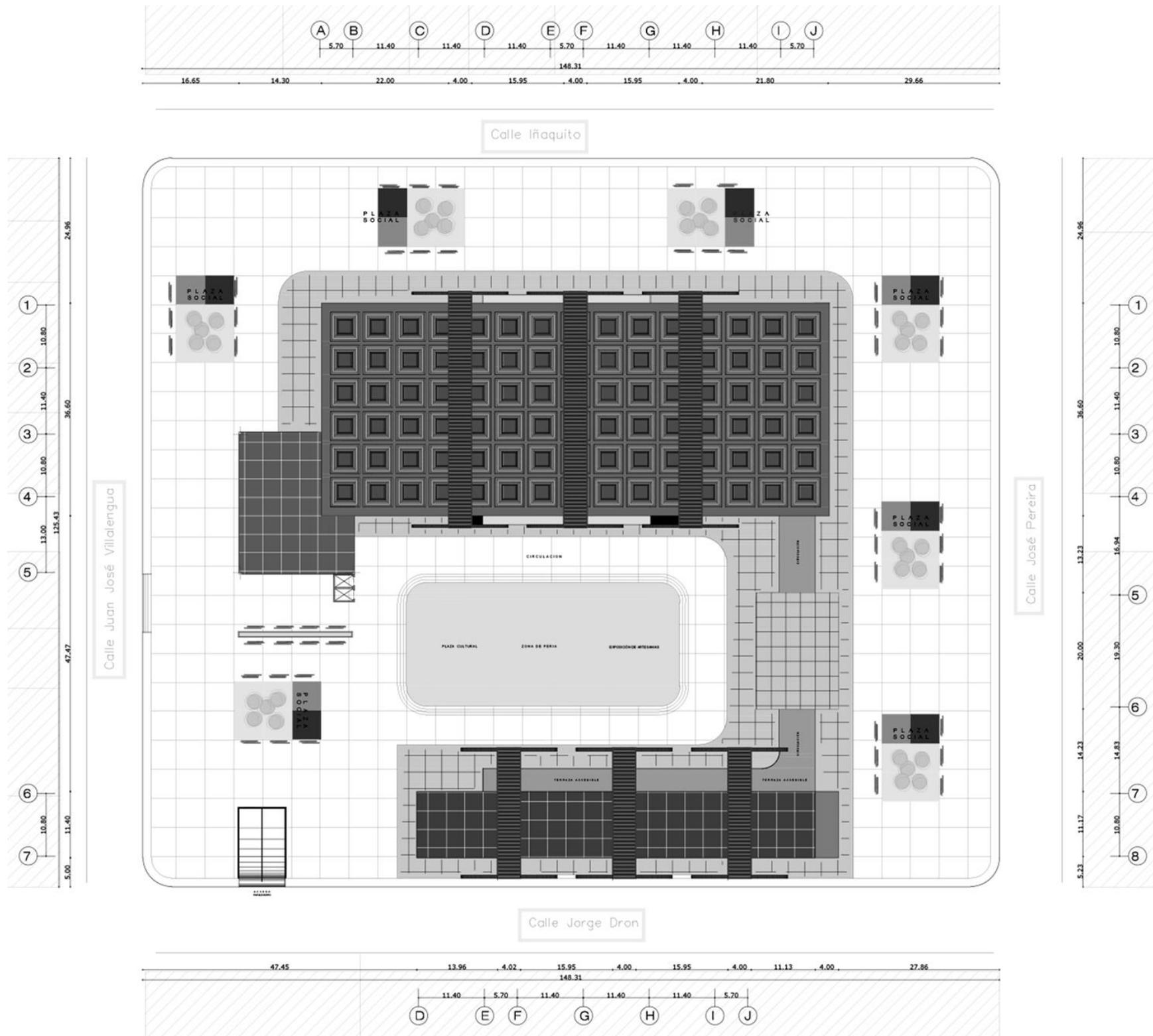
Esc: 1:1000

PLANTA ALTA ARQUITECTÓNICA . N+ 3.00



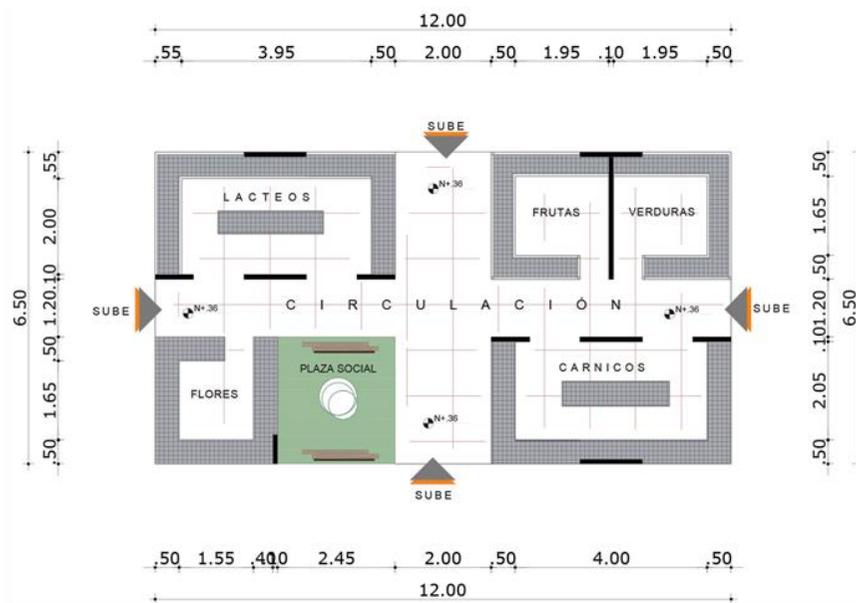
Esc: 1:1000

IMPLANTACIÓN GENERAL . N+ 12.00



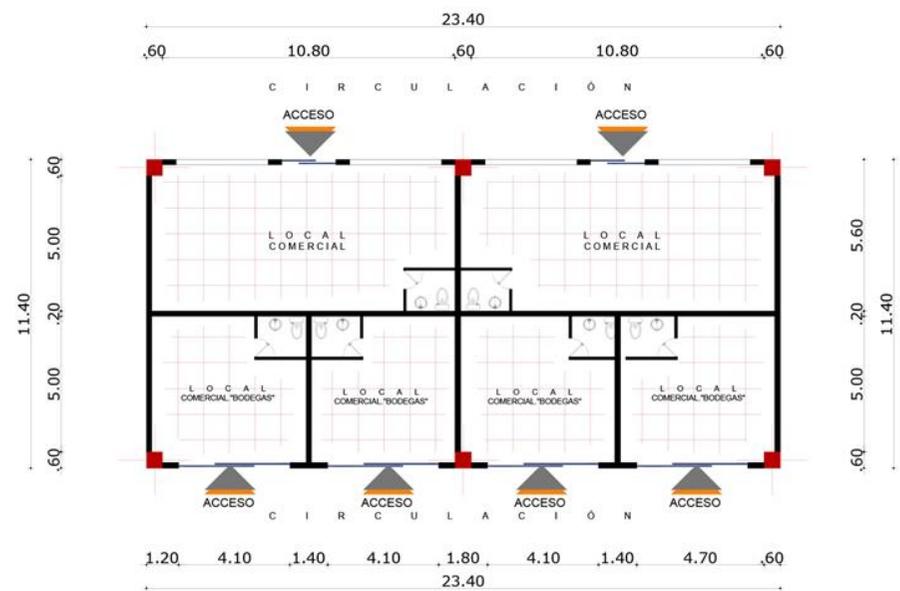
Esc: _____ 1:1000

ZOOM PLANTAS ARQUITECTÓNICAS



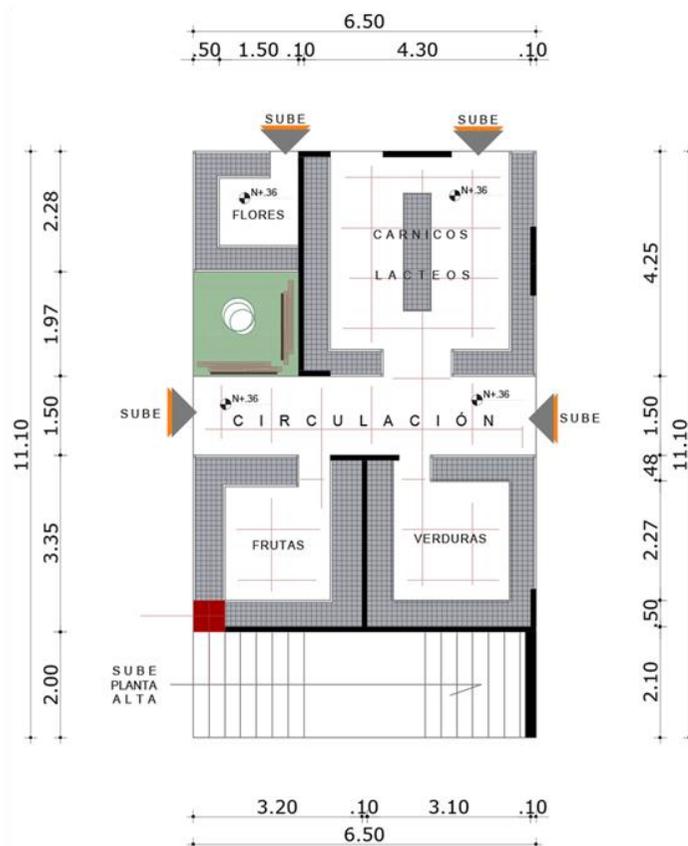
Planta arquitectónica Puesto "1"

Esc: 1:150



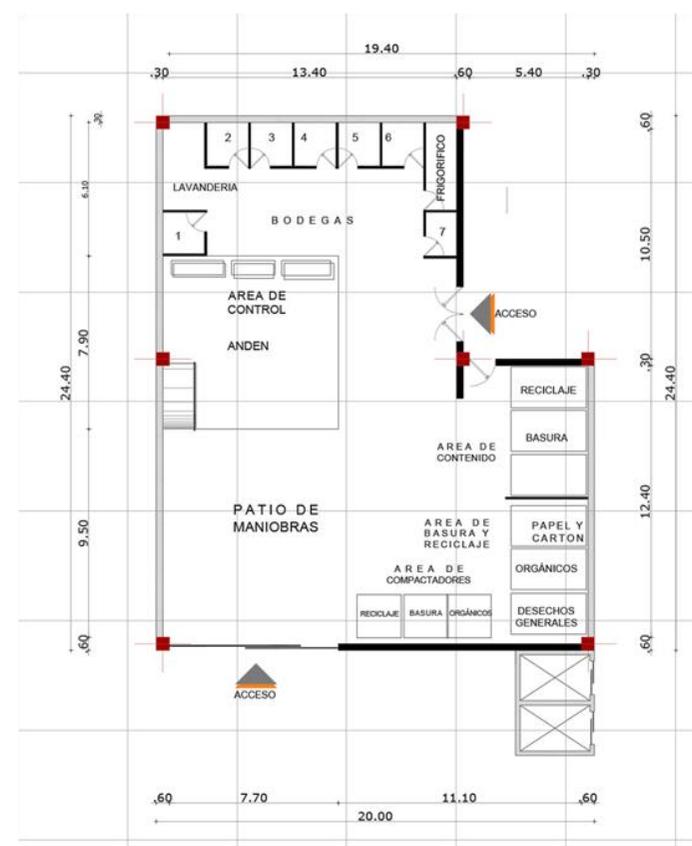
Planta arquitectónica Bodegas

Esc: 1:150



Planta arquitectónica Puesto "2"

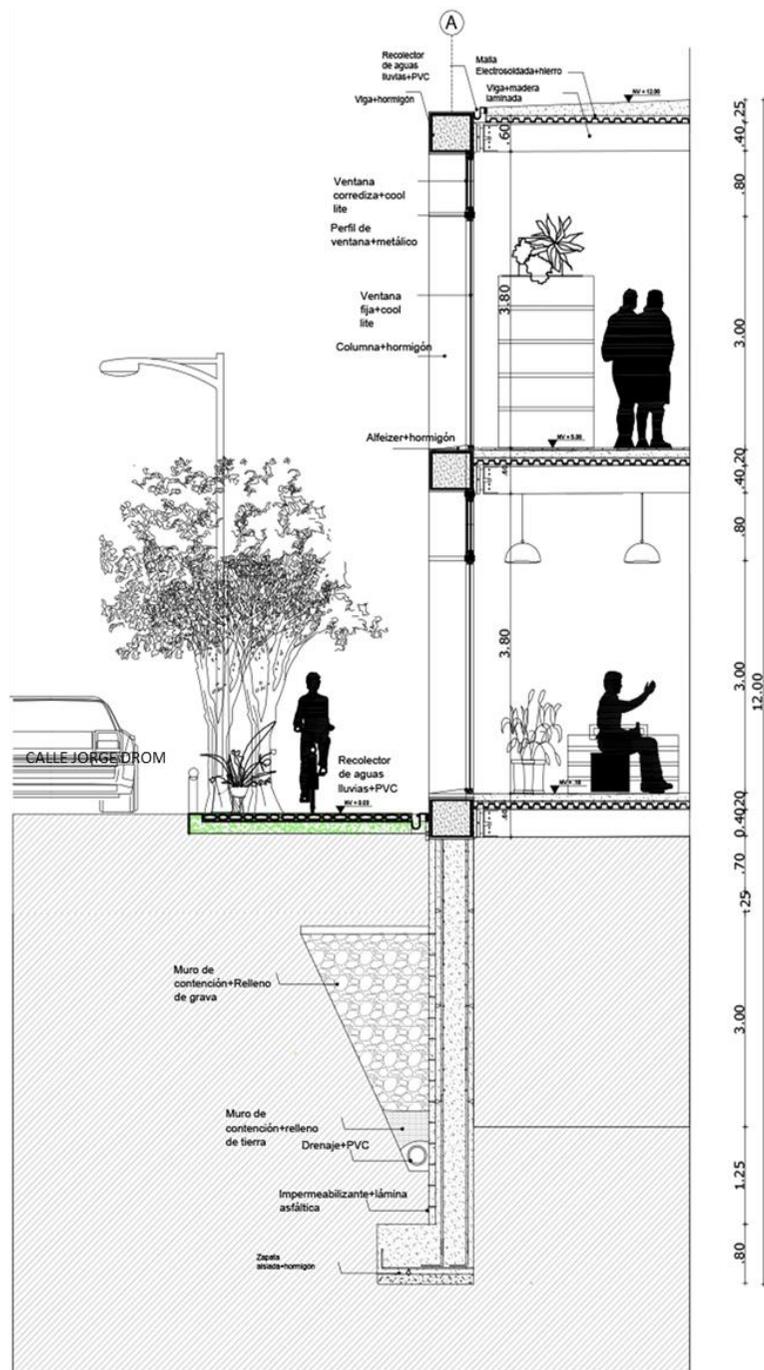
Esc: 1:150



Planta arquitectónica Residuos

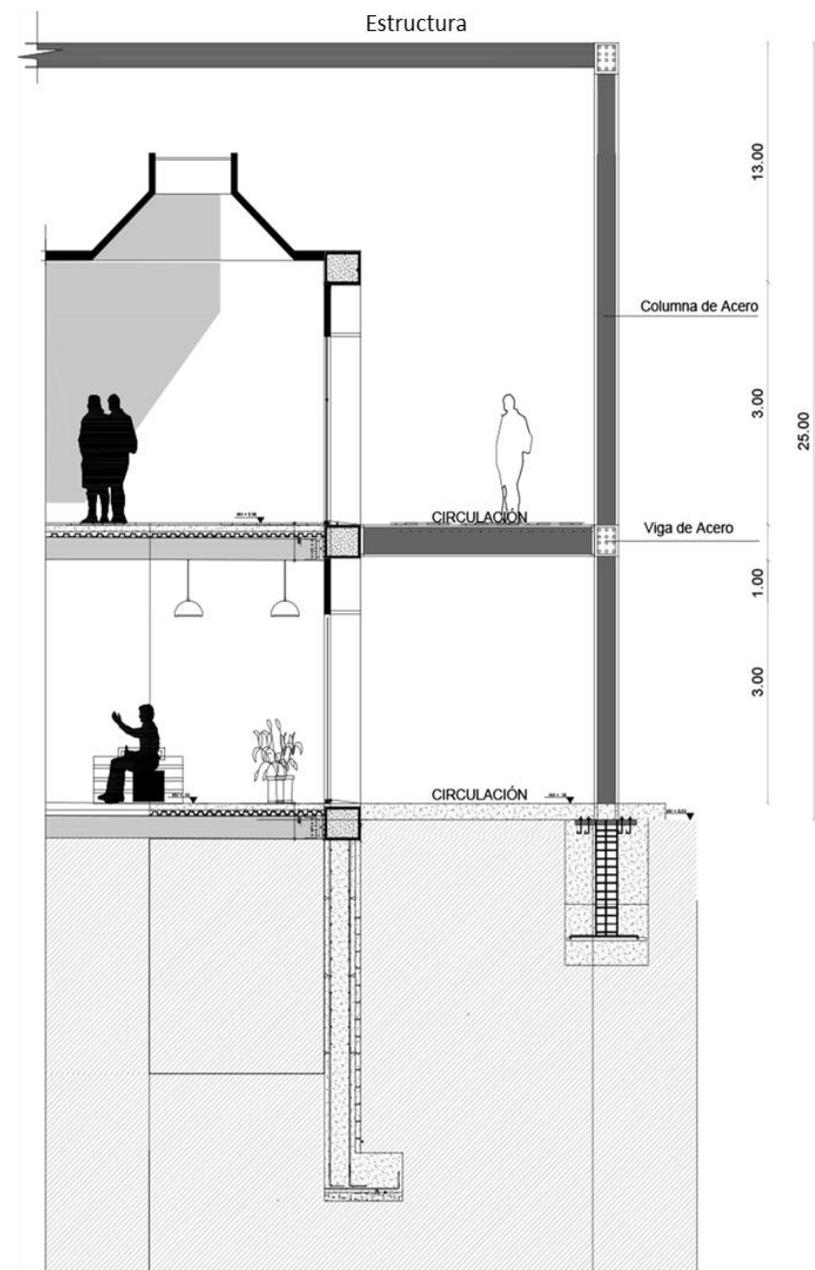
Esc: 1:150

DETALLES CONSTRUCTIVOS



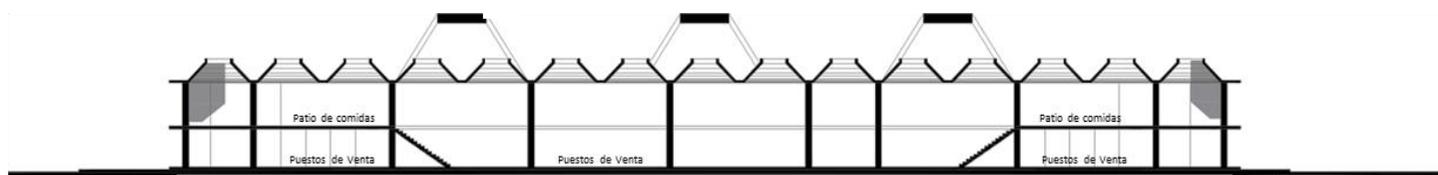
Detalle Bodegas calle "Jorge Drom"

Esc: _____ 1:1000



Detalle Contenedor Principal

Esc: _____ 1:1000



Corte Mercado "La Carolina"

Esc: _____ 1:1000

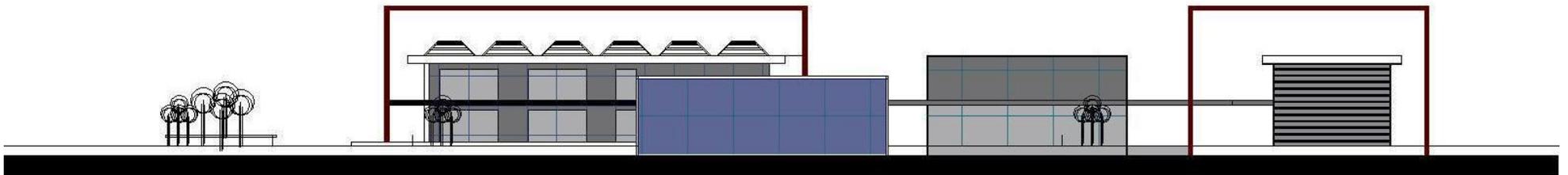




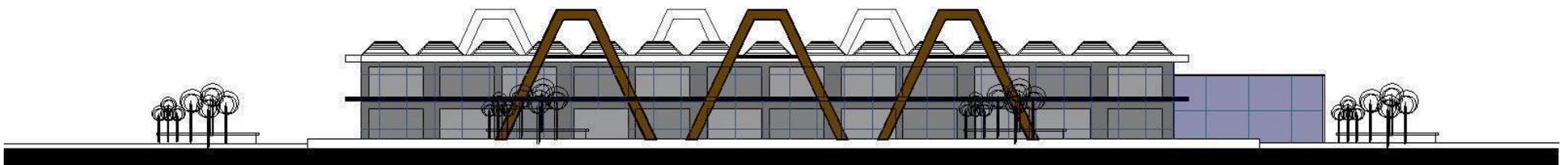




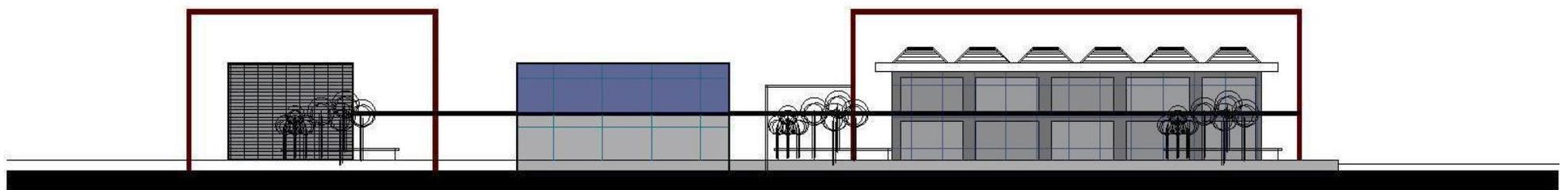
ELEVACIONES



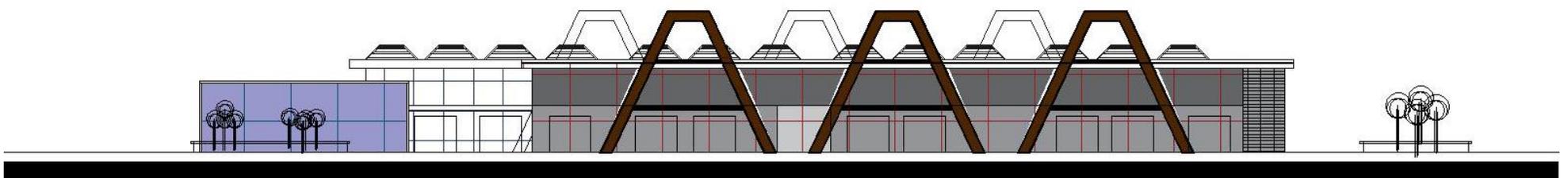
ELEVACIÓN CALLE VILALENGUA
Esc: _____ 1:500



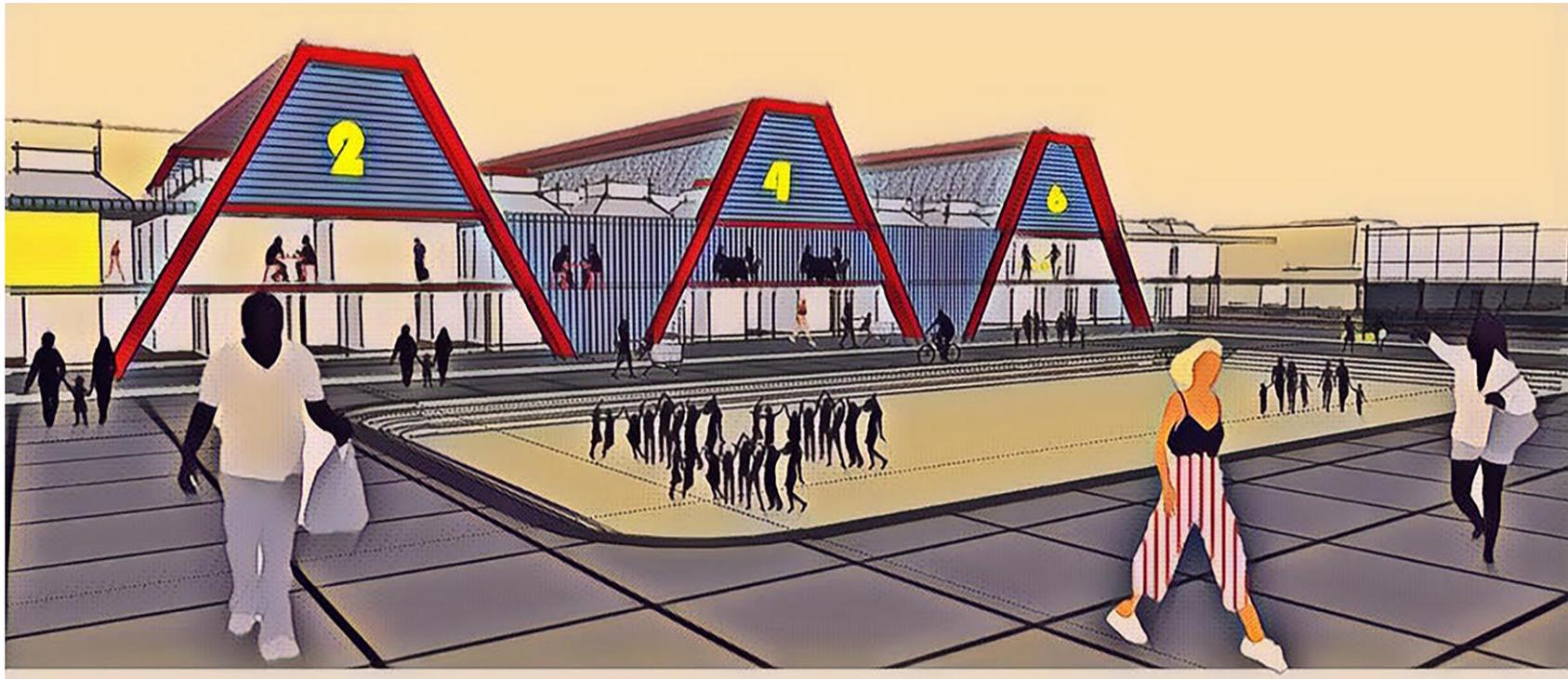
ELEVACIÓN CALLE ÑAQUITO
Esc: _____ 1:500



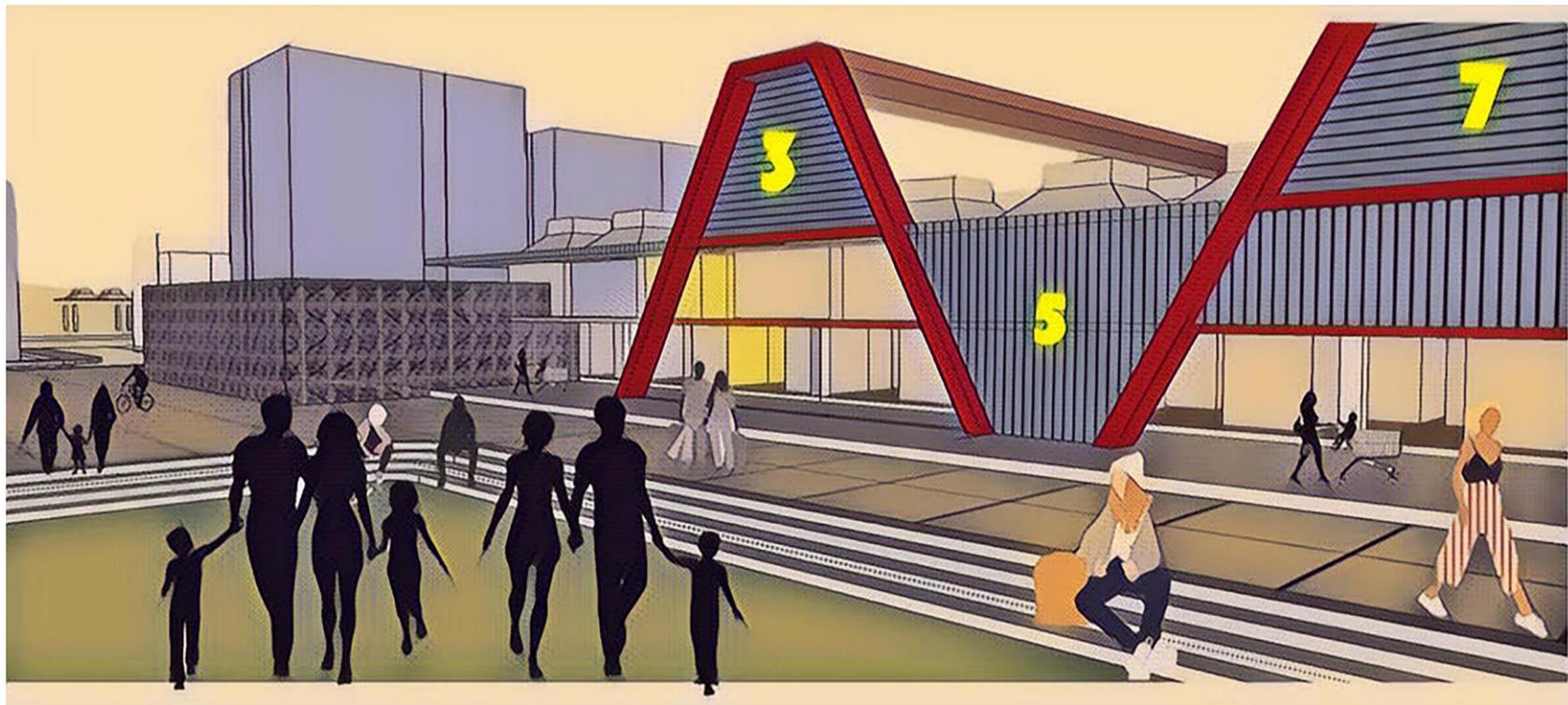
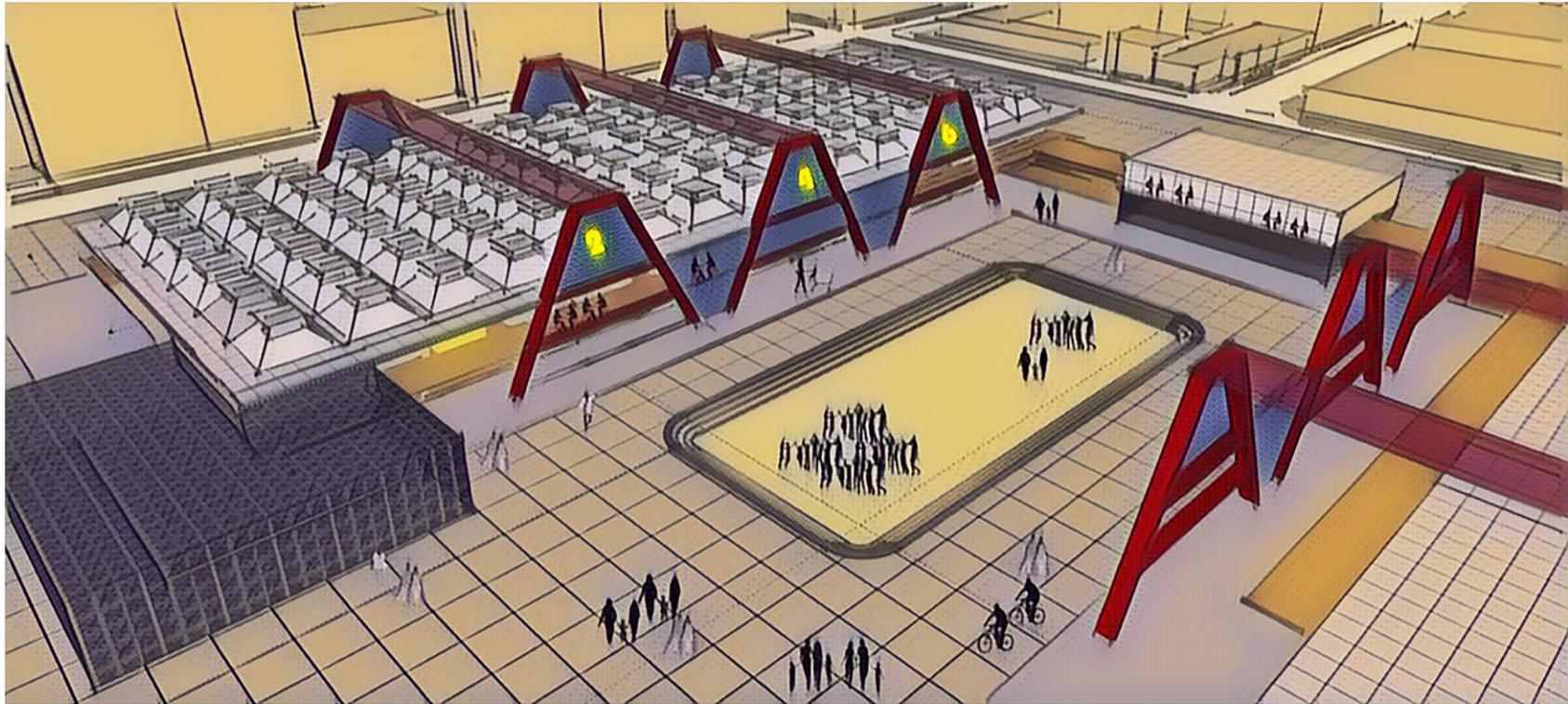
ELEVACIÓN CALLE PEREIRA
Esc: _____ 1:500



ELEVACIÓN CALLE JORGE DRON
Esc: _____ 1:500



VISTAS DEL ESPACIO SOCIAL



05

Evaluación del objeto arquitectónico vs criterios de evaluación para promover la cohesión social.

MATRIZ DEL OBJETO ARQUITECTÓNICO vs CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA PROMOVER LA COHESIÓN SOCIAL.

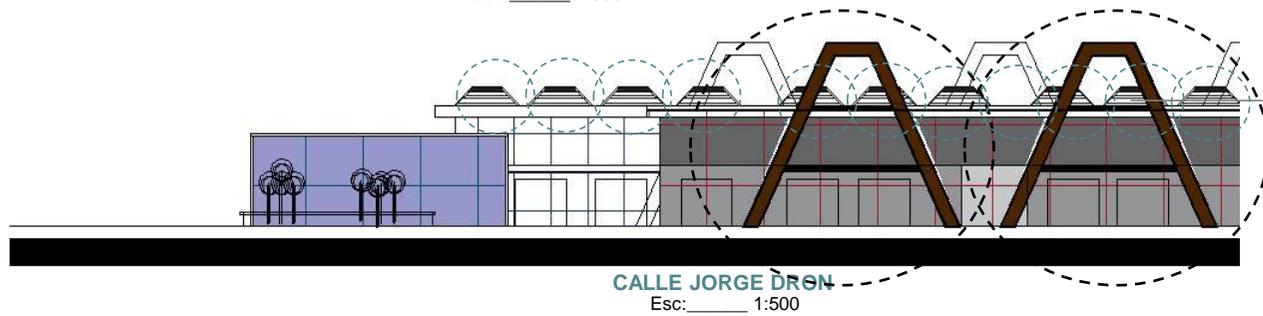
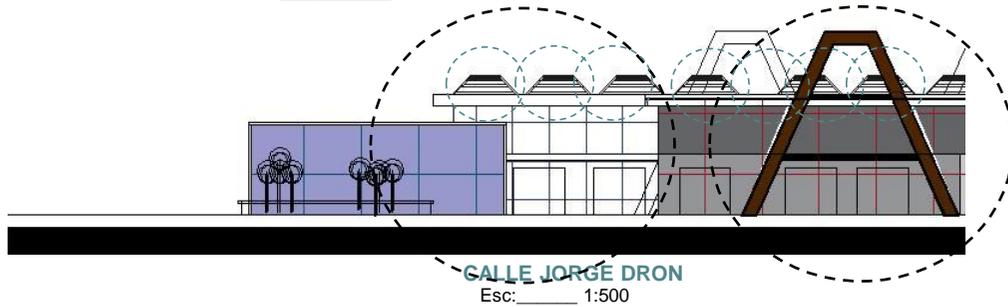
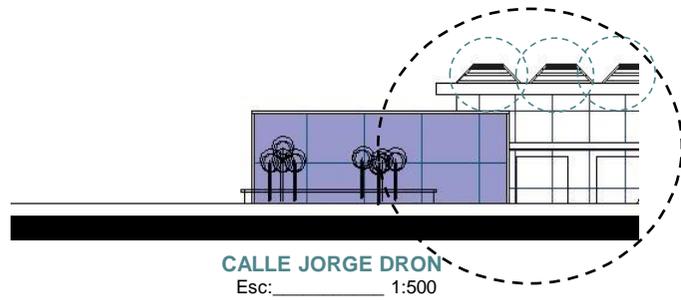
CATEGORIA OBJETO	CATEGORIA CONTEXTO INMEDIATO	CATEGORIA SISTEMA
Fachadas- Principios ordenadores del objeto.	Permeabilidad.	Accesibilidad Vehicular.
Organización de circulación.	Presencia y ubicación del espacio público.	Accesibilidad Peatonal- Transporte público
Organización espacial	Presencia de fachadas activas.	Ubicación en la ciudad.
Diversidad Funcional. Tipos de actividades relacionadas con el contexto inmediato.	Cambio de imagen por uso intensivo.	Equipamientos cercanos - Puntos de encuentro.
Ingresos a la edificación.	Lugares de estancia en el exterior.	Funcionamiento y Organización de manzanas.
Lugares de estancia en el interior.		

Nota: A continuación se desarrolla la matriz de forma separada para su mejor comprensión.

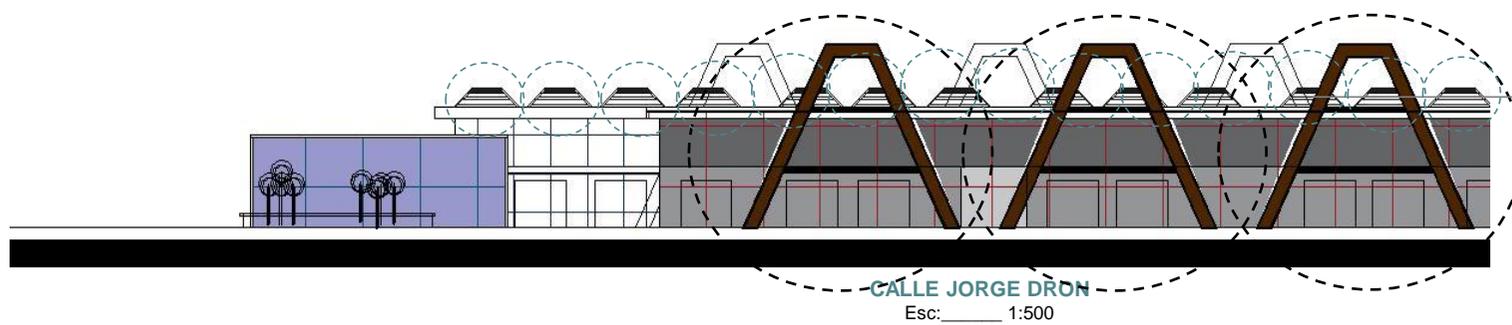
CATEGORÍA OBJETO.

FACHADAS PRINCIPIOS ORDENADORES DEL OBJETO.

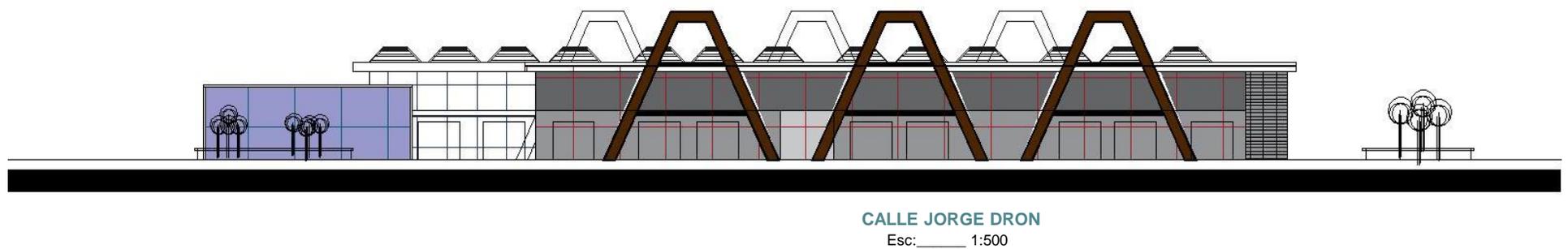
RITMO – JERARQUÍA



Ritmo en cubierta existente



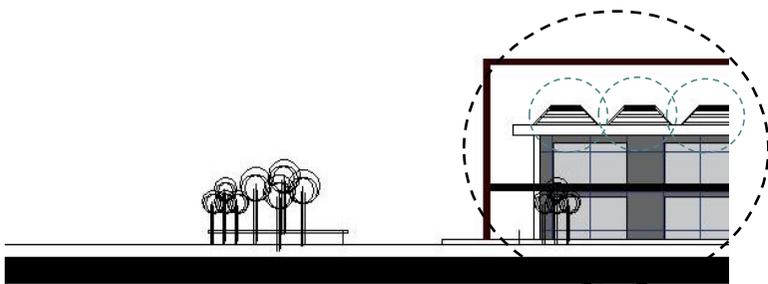
Ritmo - Jerarquía



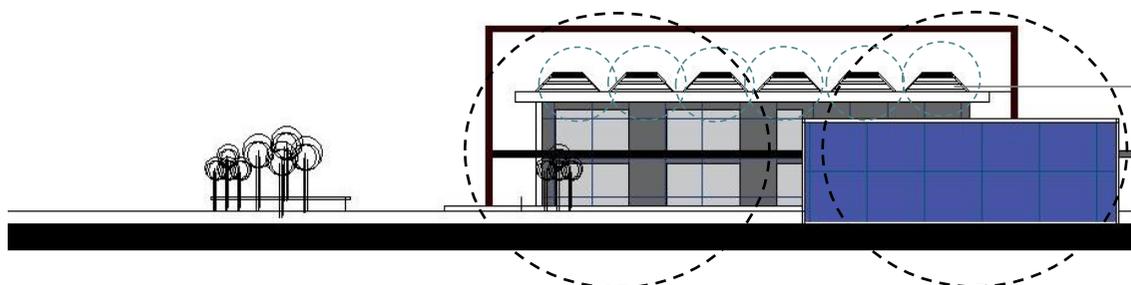
CATEGORÍA OBJETO.

FACHADAS PRINCIPIOS ORDENADORES DEL OBJETO.

RITMO – JERARQUÍA

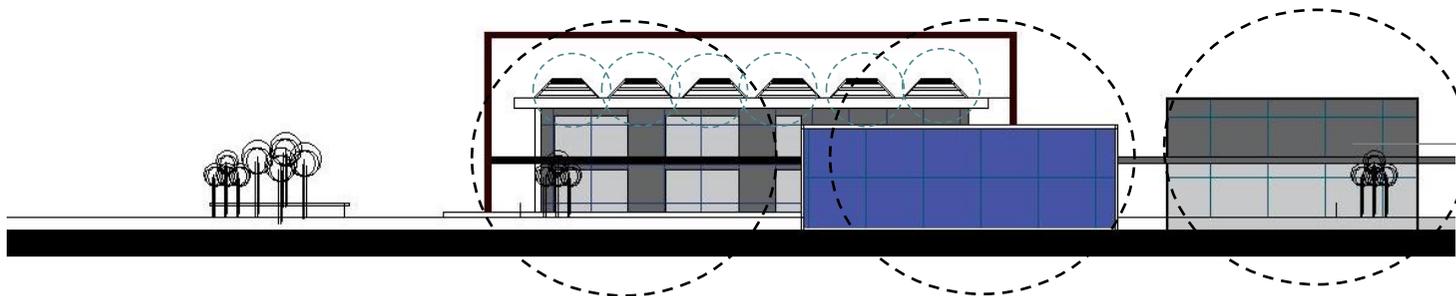


CALLE VILLALENGUA
Esc: _____ 1:500



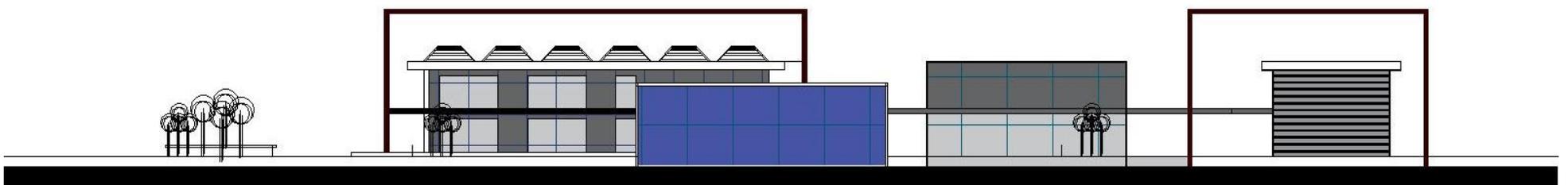
CALLE VILLALENGUA
Esc: _____ 1:500

Ritmo en cubierta existente



CALLE VILLALENGUA
Esc: _____ 1:500

Ritmo - Jerarquía

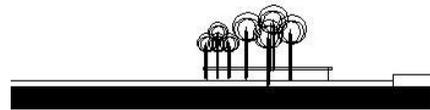


CALLE VILLALENGUA
Esc: _____ 1:500

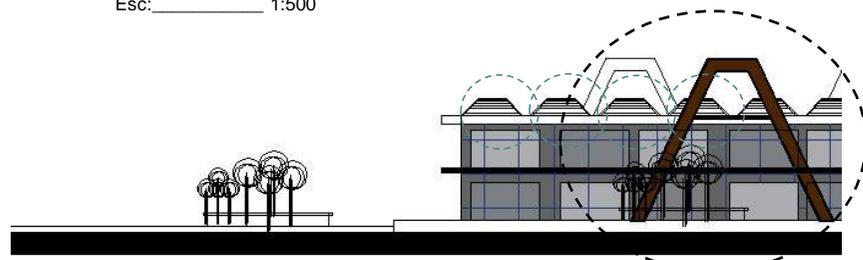
CATEGORÍA OBJETO.

FACHADAS PRINCIPIOS ORDENADORES DEL OBJETO.

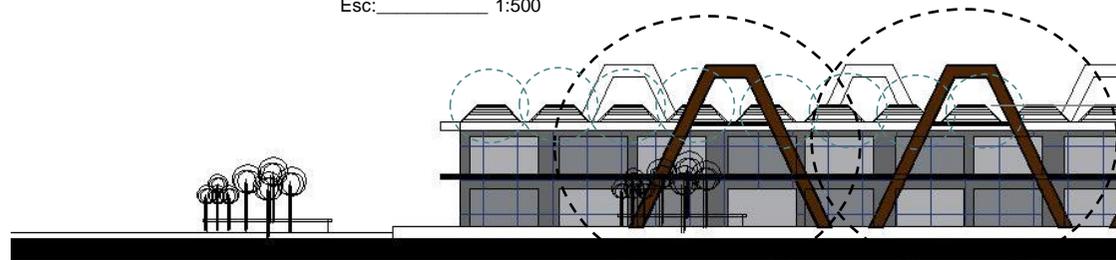
RITMO – JERARQUÍA



CALLE IÑAQUITO
Esc: _____ 1:500

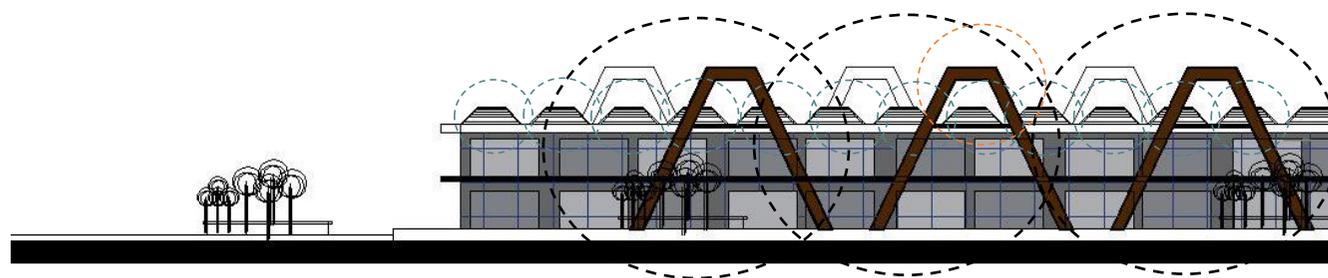


CALLE IÑAQUITO
Esc: _____ 1:500



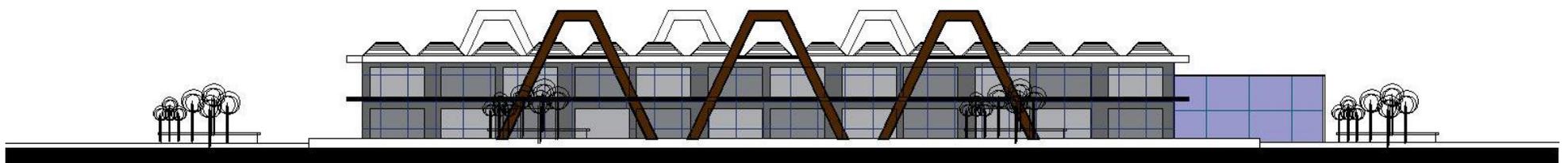
CALLE IÑAQUITO
Esc: _____ 1:500

Ritmo en cubierta existente



CALLE IÑAQUITO
Esc: _____ 1:500

Ritmo - Jerarquía

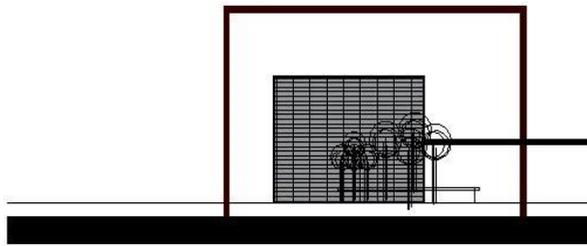


CALLE IÑAQUITO
Esc: _____ 1:500

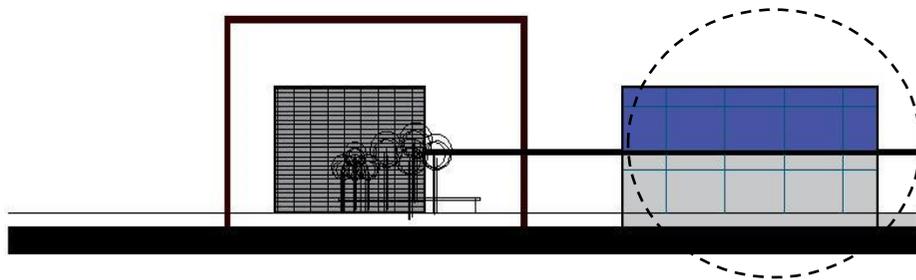
CATEGORÍA OBJETO.

FACHADAS PRINCIPIOS ORDENADORES DEL OBJETO.

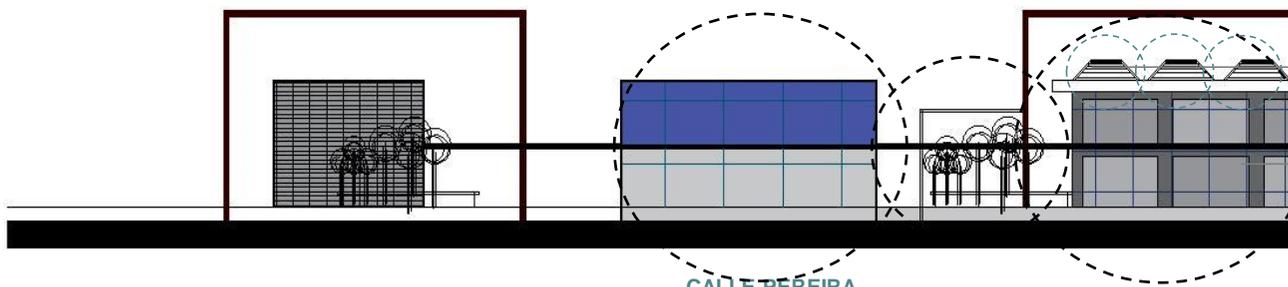
RITMO – JERARQUÍA



CALLE PEREIRA
Esc: _____ 1:500



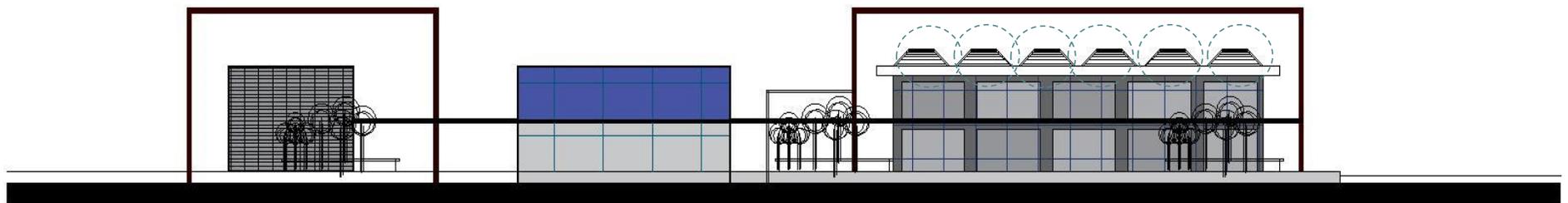
CALLE PEREIRA
Esc: __ 1:500



CALLE PEREIRA
Esc: _____ 1:500

Ritmo en cubierta existente

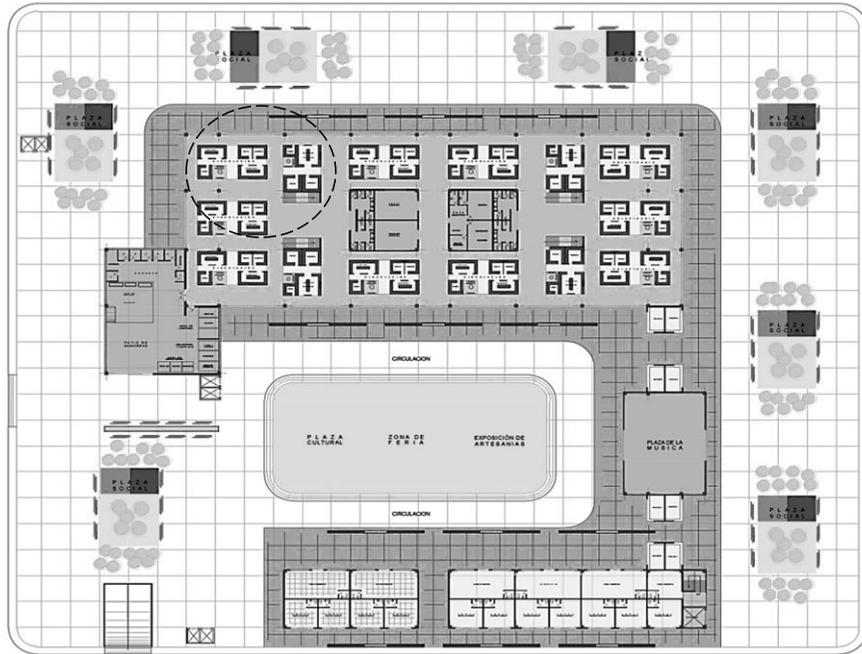
Ritmo - Jerarquía



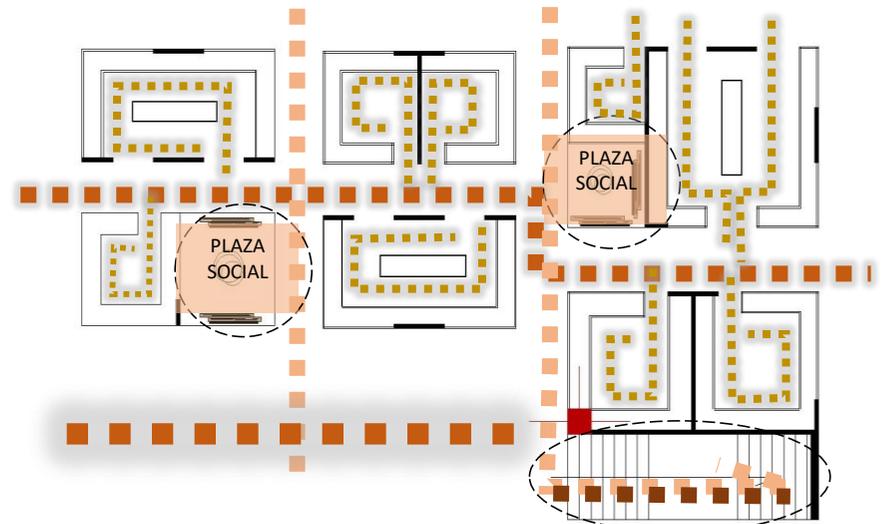
CALLE PEREIRA
Esc: _____ 1:500

CATEGORÍA OBJETO.

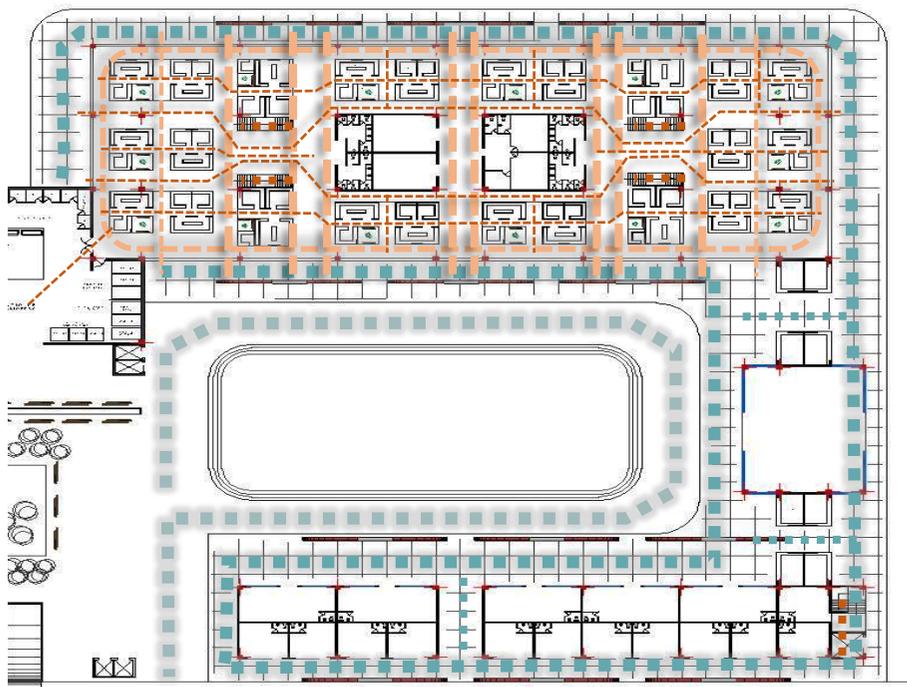
ORGANIZACIÓN DE CIRCULACIÓN CONFIGURACIÓN EN TRAMA - LINEAL



PLANTA BAJA ARQUITECTÓNICA
Esc: 1:2000

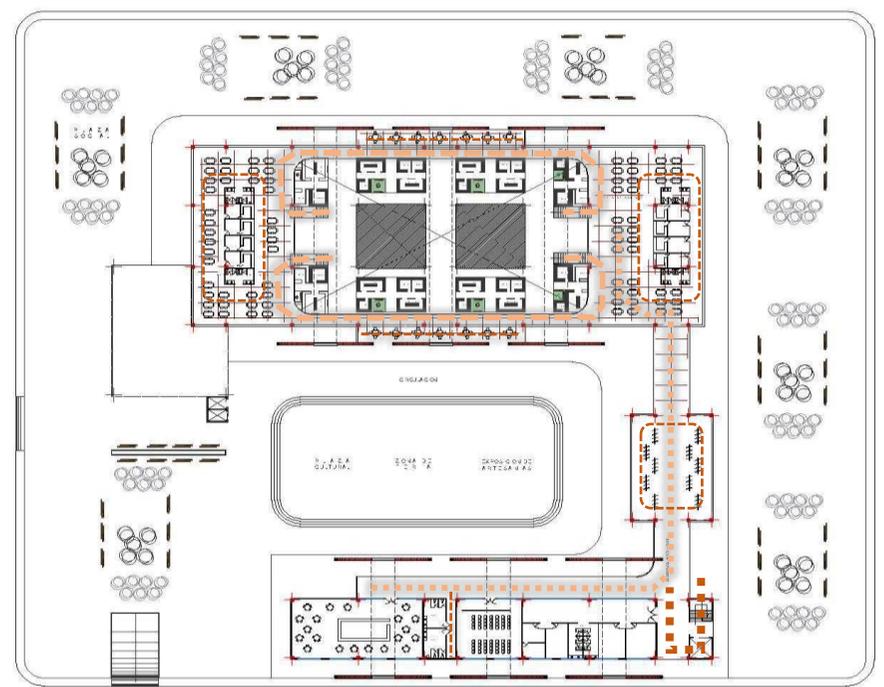


- ■ ■ ■ Circulación Horizontal Pública externa lineal
- ■ ■ ■ Circulación Horizontal Pública interna Secundarias lineal
- ■ ■ ■ Circulación Horizontal Pública interna principales en trama.
- ■ ■ ■ Circulación Privada interna
- ■ ■ ■ Circulación Pública.
- ■ ■ ■ Circulación Vertical.



PLANTA BAJA ARQUITECTÓNICA- TIPOS DE CIRCULACIONES

Esc: 1:2000



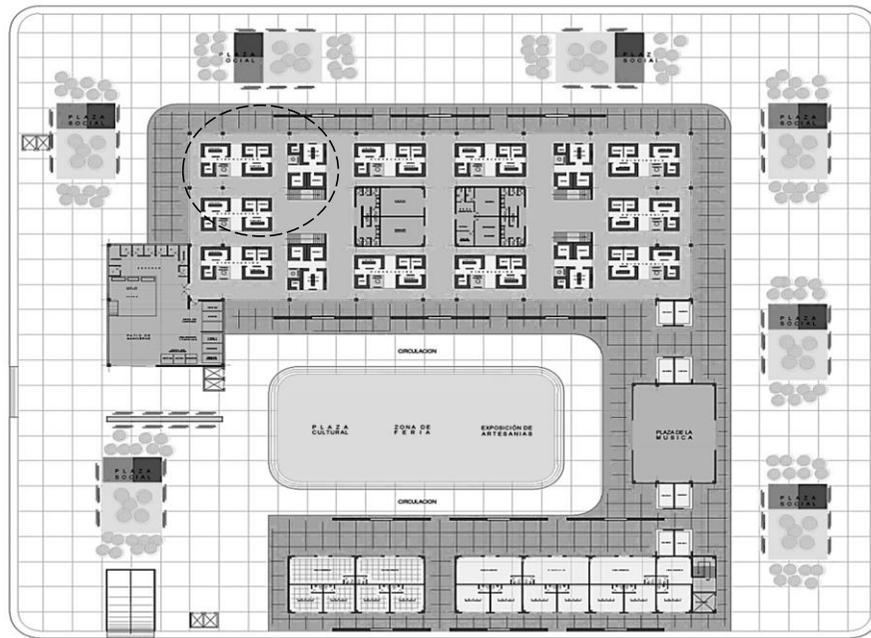
PLANTA ALTA ARQUITECTÓNICA- TIPOS DE CIRCULACIONES

Esc: 1:2000

CATEGORÍA OBJETO.

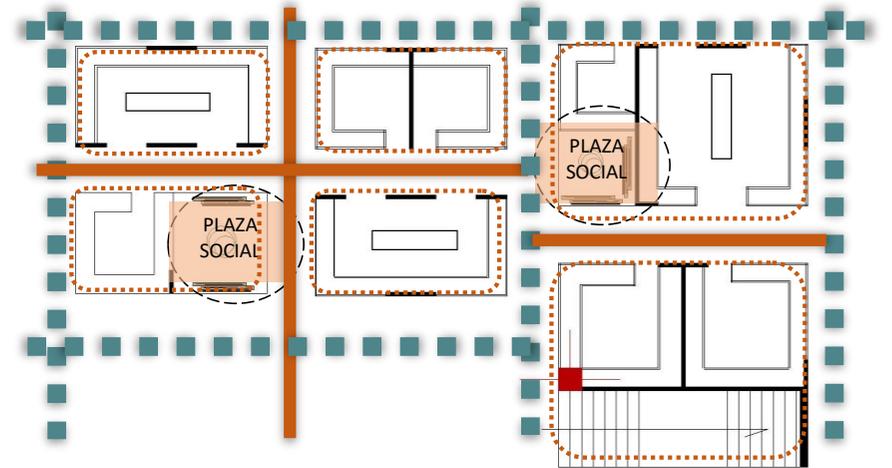
ORGANIZACIÓN ESPACIAL.

LINEAL – TRAMA – CENTRALIZADA



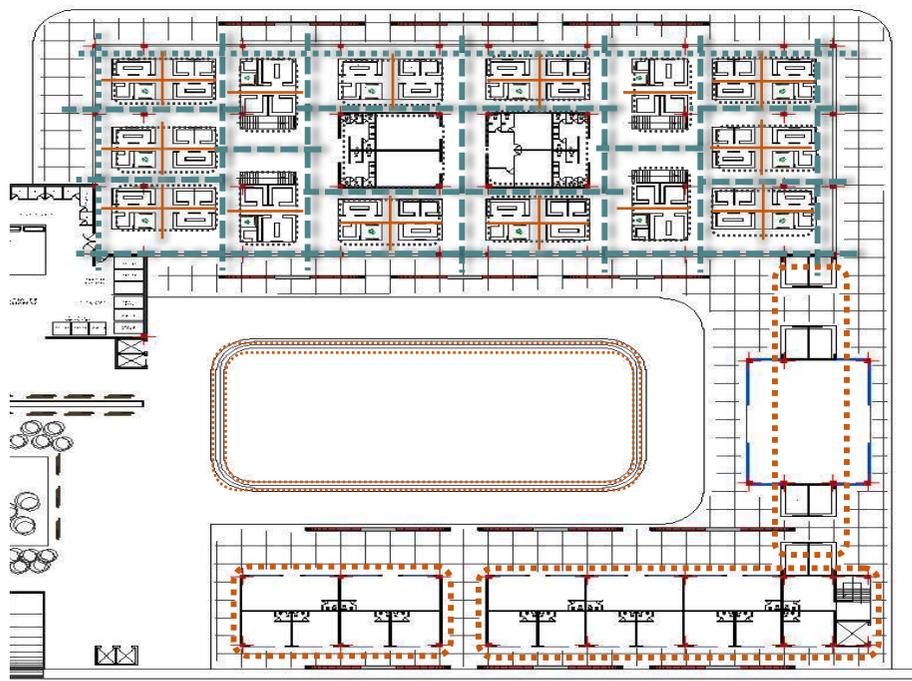
PLANTA BAJA ARQUITECTÓNICA

Esc: 1:2000



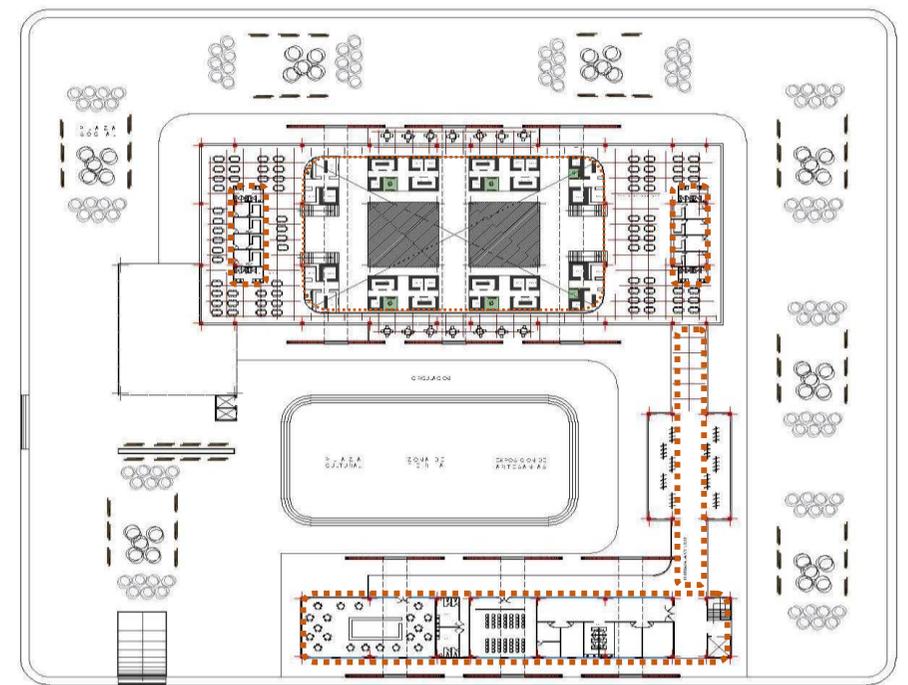
SIMBOLOGÍA:

- ■ ■ ■ Organización en Trama.
- ■ ■ ■ Organización Lineal
- Organización en Trama interna



PLANTA BAJA ARQUITECTÓNICA- TIPOS DE CIRCULACIONES

Esc: 1:2000



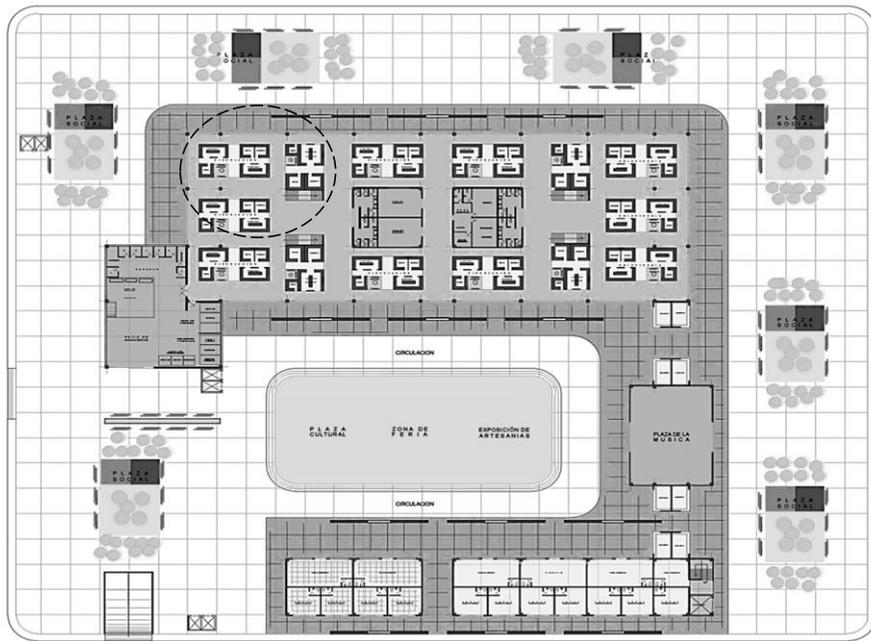
PLANTA ALTA ARQUITECTÓNICA- TIPOS DE CIRCULACIONES

Esc: 1:2000

CATEGORÍA OBJETO.

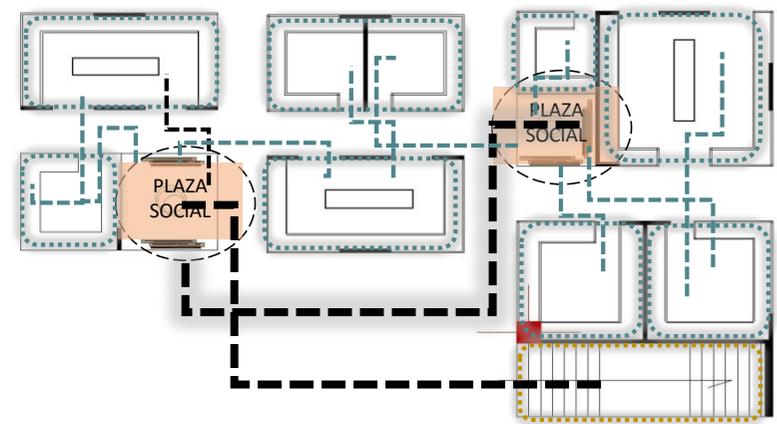
DIVERSIDAD FUNCIONAL- TIPOS DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL PROGRAMA ARQUITECTÓNICO.

NECESARIAS – OPCIONALES - SOCIALES



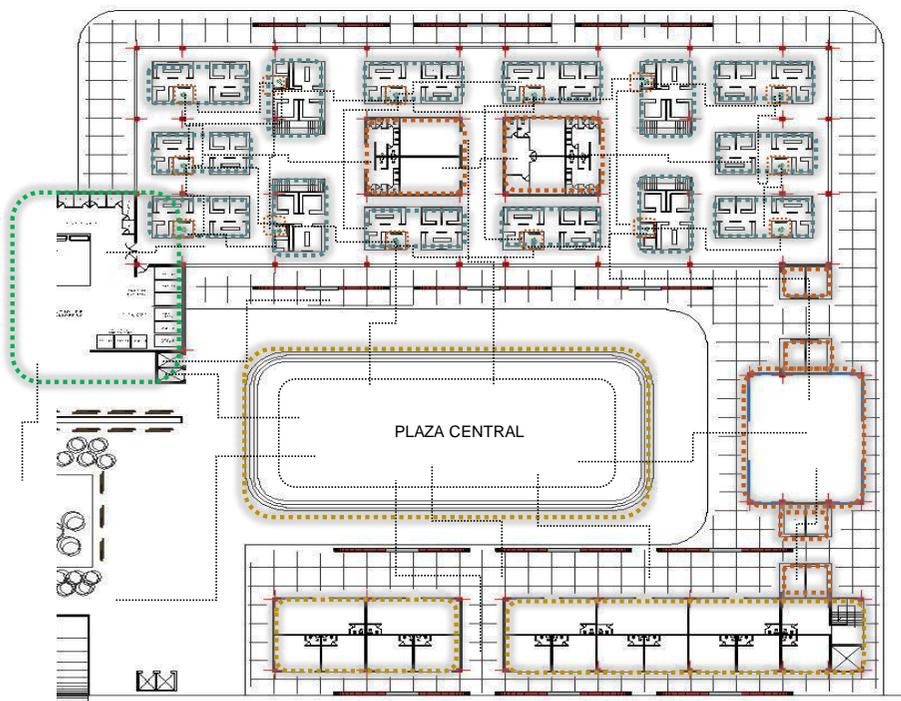
PLANTA BAJA ARQUITECTÓNICA

Esc: 1:2000



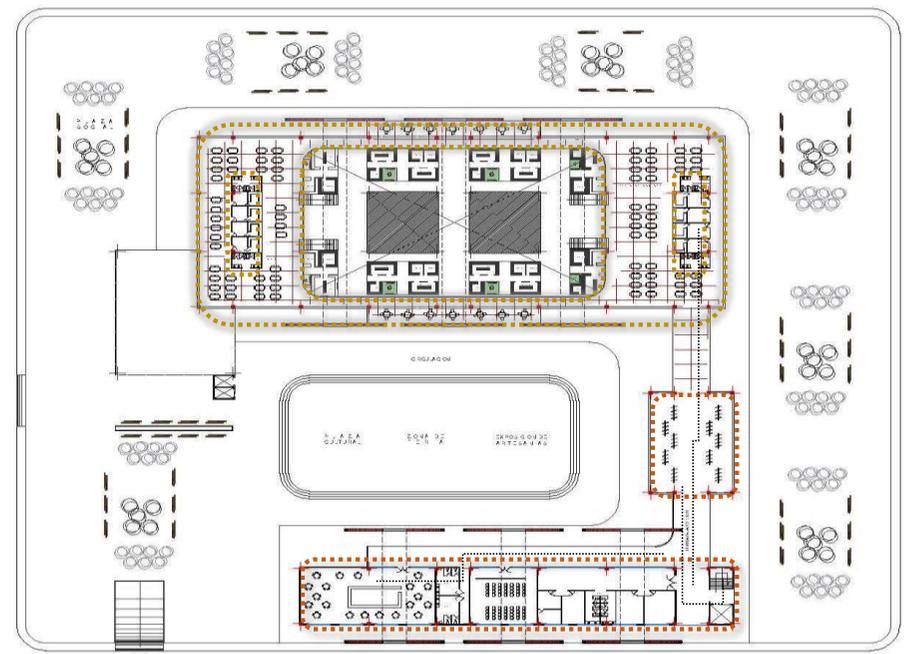
SIMBOLOGIA:

- ■ ■ ■ Área Húmeda, Semi Húmeda – Actividades Necesarias.
- ■ ■ ■ Área Seca – Actividades Opcionales
- ■ ■ ■ Área Administrativa – Actividades Opcionales
- ■ ■ ■ Área Almacenamiento. – Actividades Opcionales
- ■ ■ ■ Área de Plazas, Complementarias. – Actividades Sociales
- ■ ■ ■ Relación entre Programa Arquitectónico con Actividades Sociales.



PLANTA BAJA ARQUITECTÓNICA-

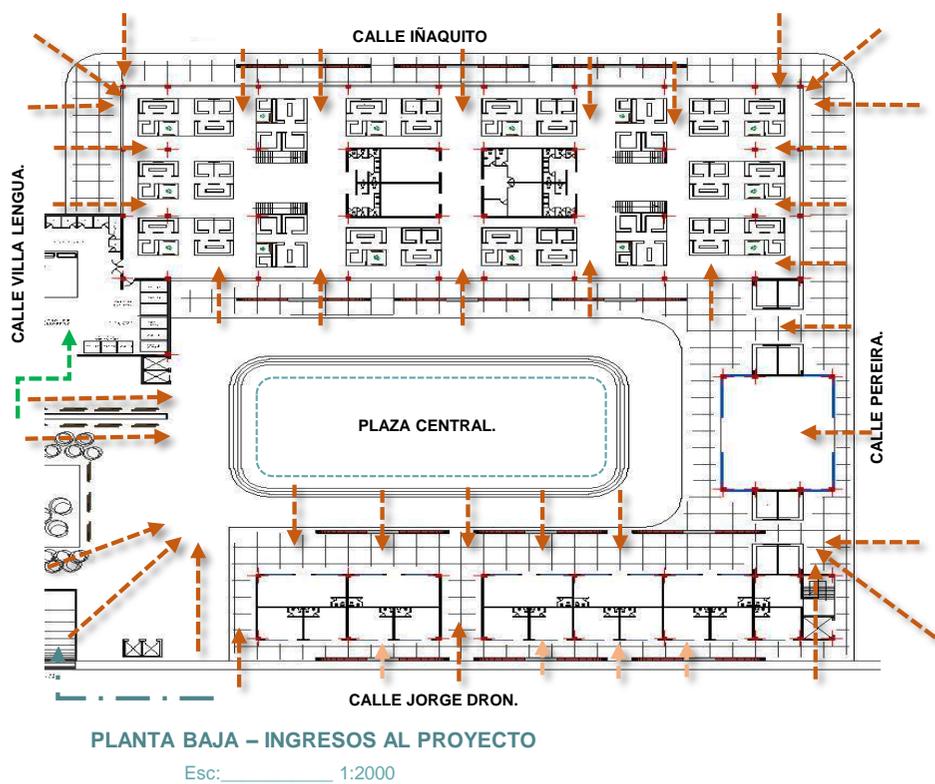
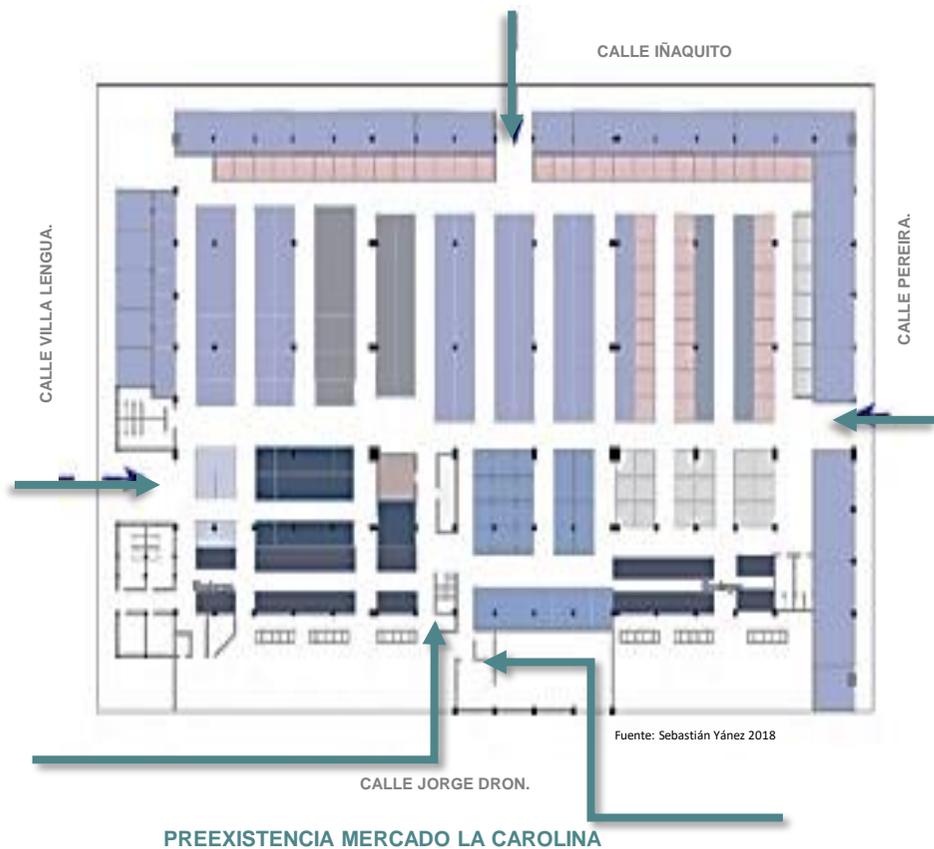
Esc: 1:2000



PLANTA ALTA ARQUITECTÓNICA- TIPOS DE CIRCULACIONES

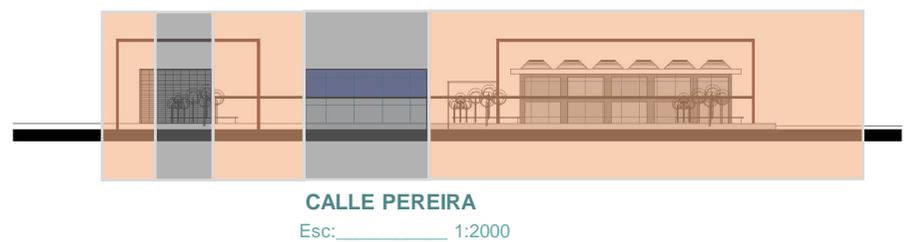
Esc: 1:2000

CATEGORÍA OBJETO.



INGRESO A LA EDIFICACIÓN

APROXIMACIÓN FRONTAL -PUBLICO - PRIVADO - PEATONAL-VEHICULAR

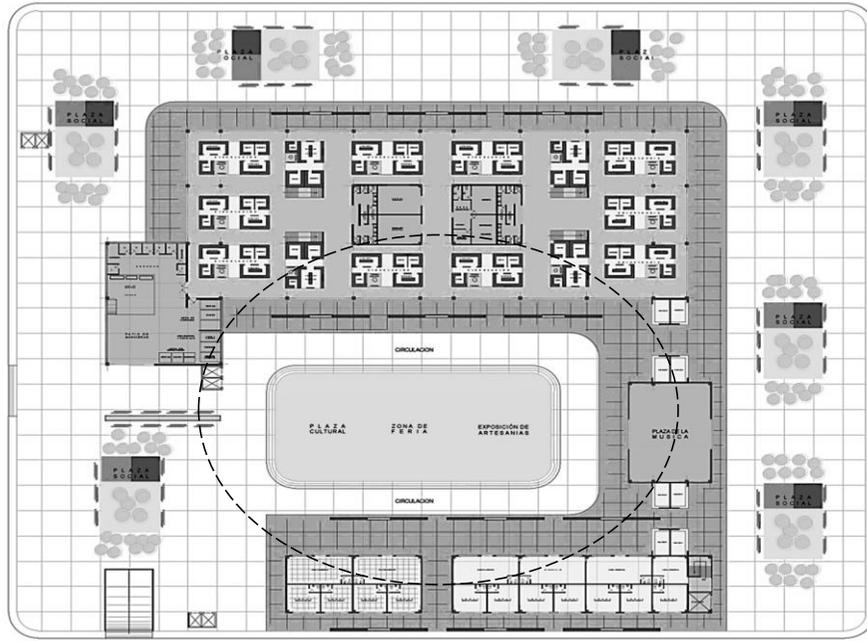


SIMBOLOGIA:

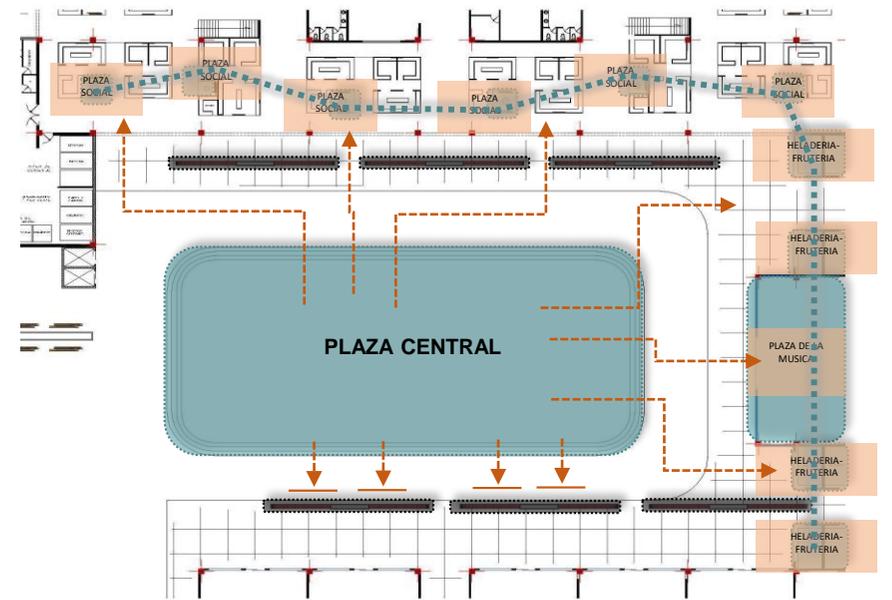
- Accesos existentes peatonal público.
- Ingresos peatonal público frontal.
- Ingreso Vehicular publico
- Ingreso Vehicular privado.
- No existe ingreso .

CATEGORÍA OBJETO.

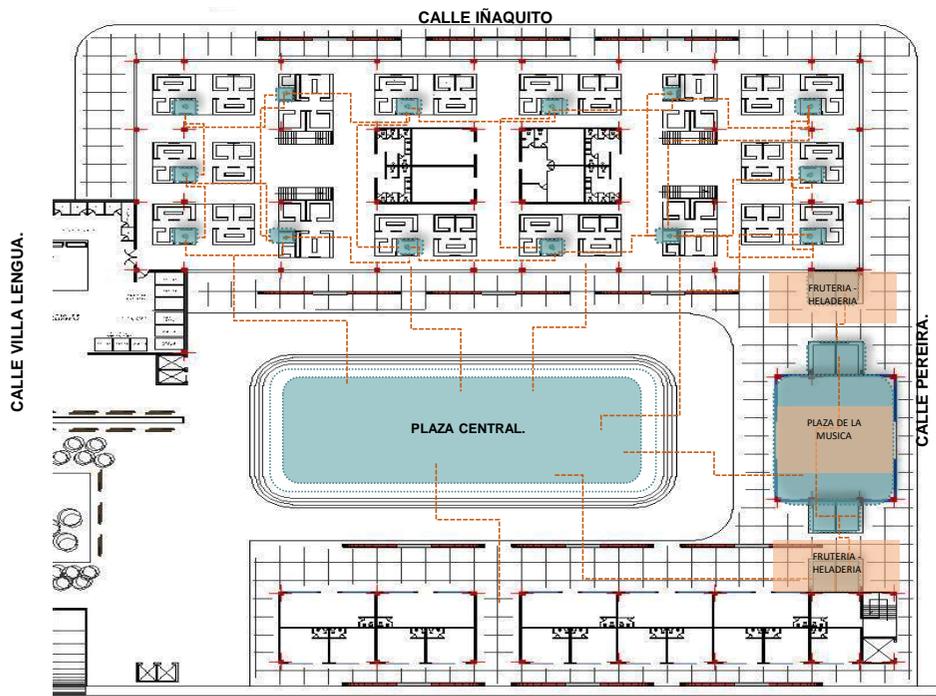
LUGARES DE ESTANCIA EN EL INTERIOR.



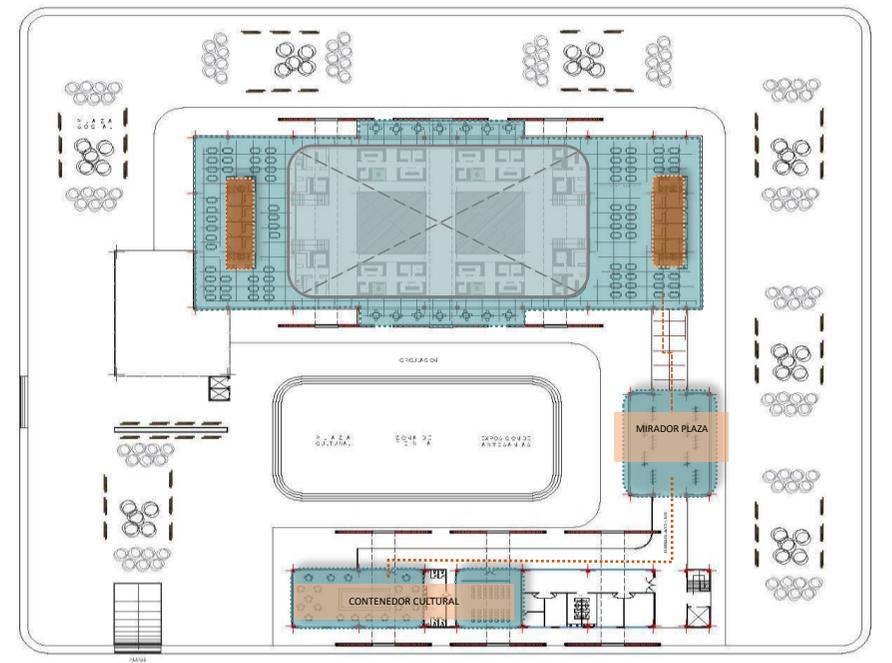
PLANTA BAJA ARQUITECTÓNICA
Esc: 1:2000



SIMBOLOGIA:
 Lugares de estancia al interior
 Relación entre espacios.



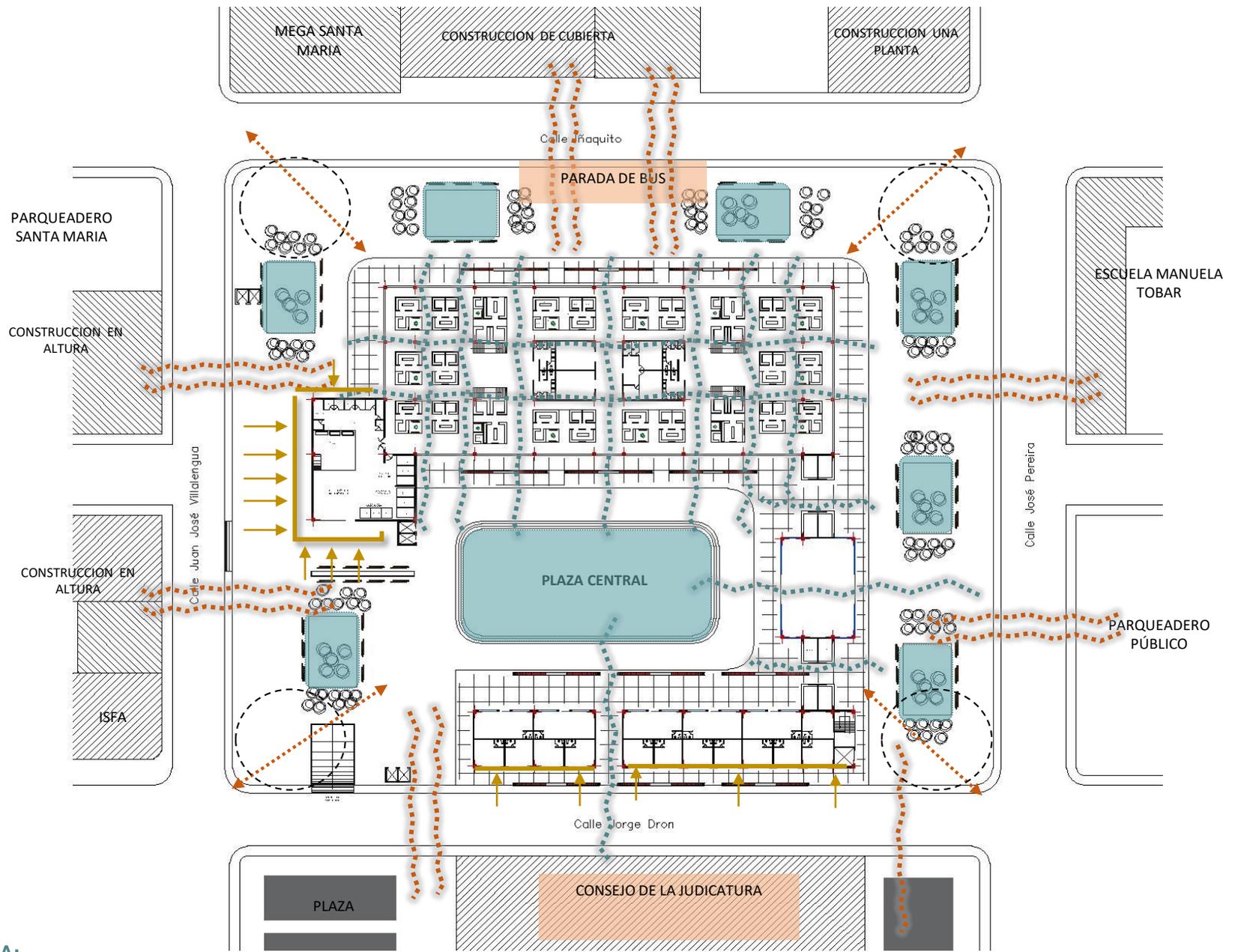
PLANTA BAJA ARQUITECTÓNICA.
Esc: 1:2000



PLANTA ALTA ARQUITECTÓNICA.
Esc: 1:2000

CATEGORÍA CONTEXTO INMEDIATO.

PERMEABILIDAD

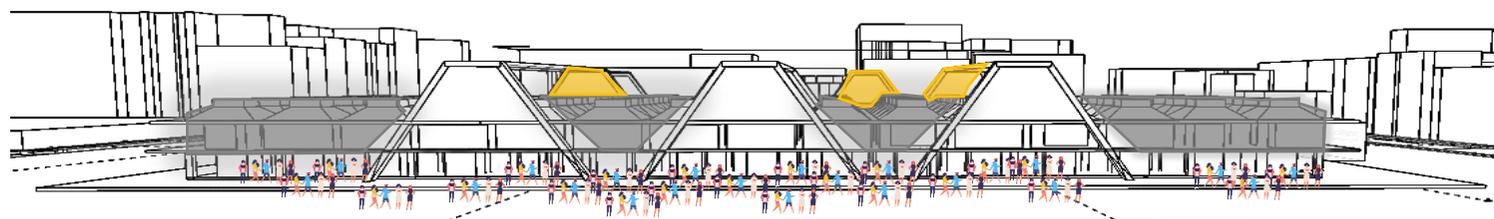


SIMBOLOGIA:

- ■ ■ ■ ■ Permeabilidad desde el exterior
- ■ ■ ■ ■ Permeabilidad interior-exterior.
- Poca permeabilidad

PLANTA BAJA ARQUITECTÓNICA.

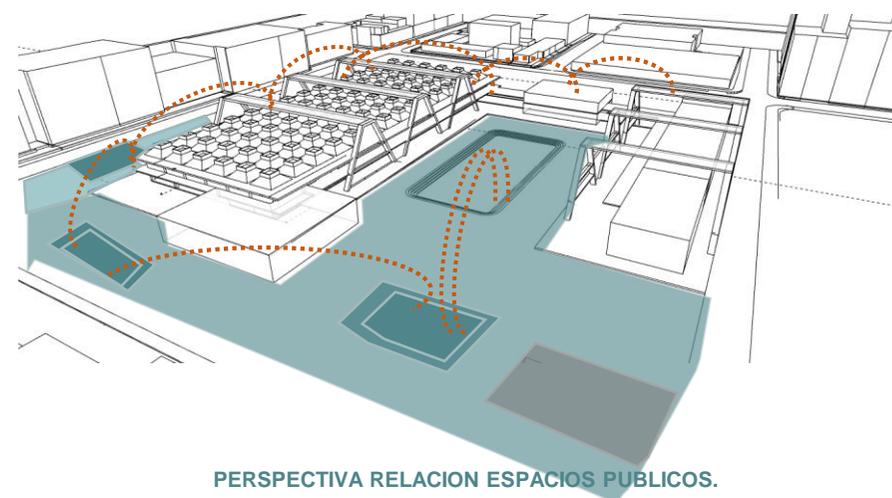
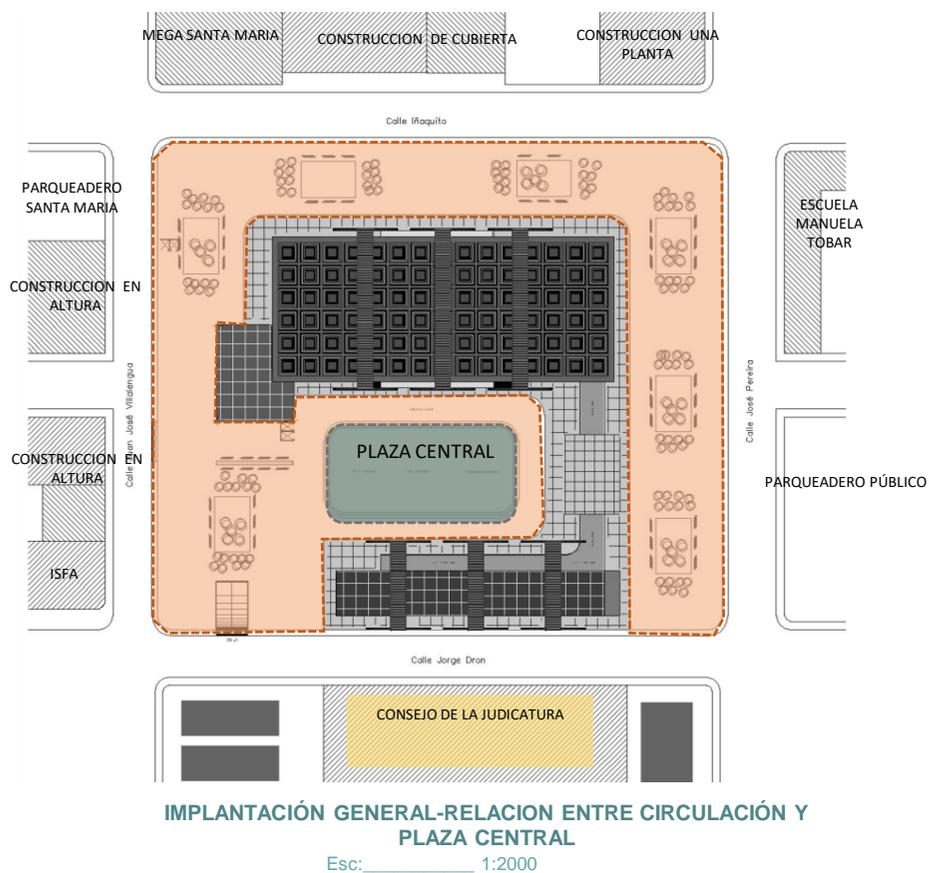
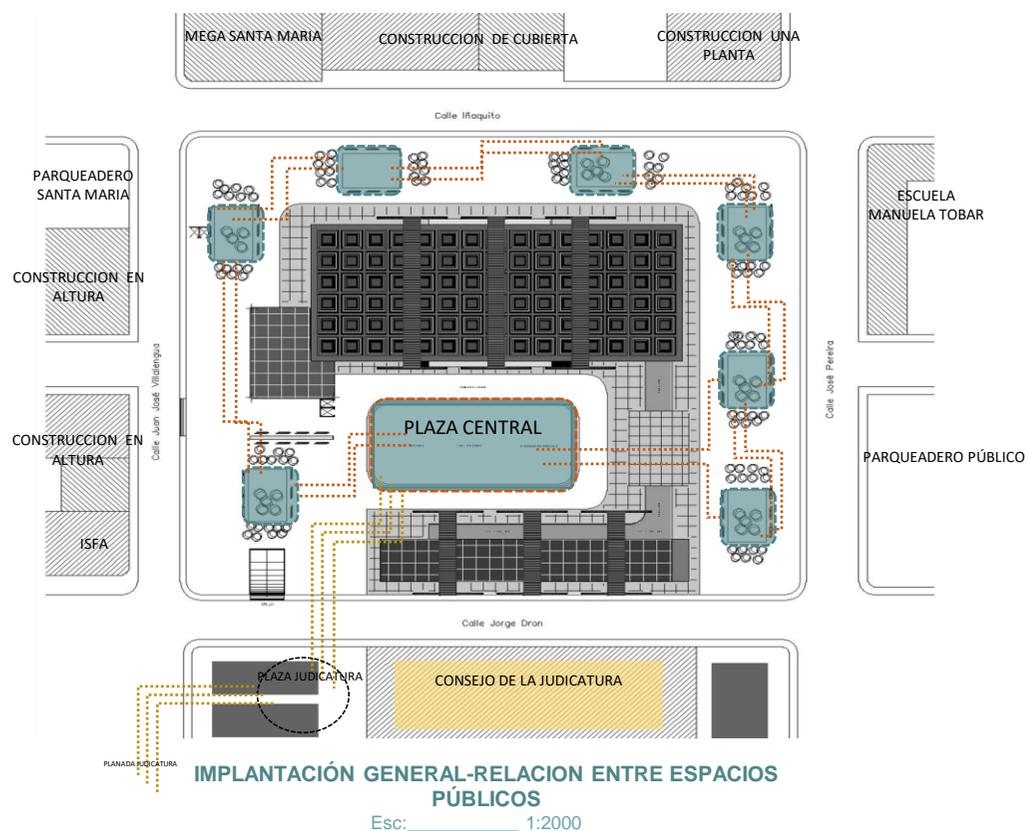
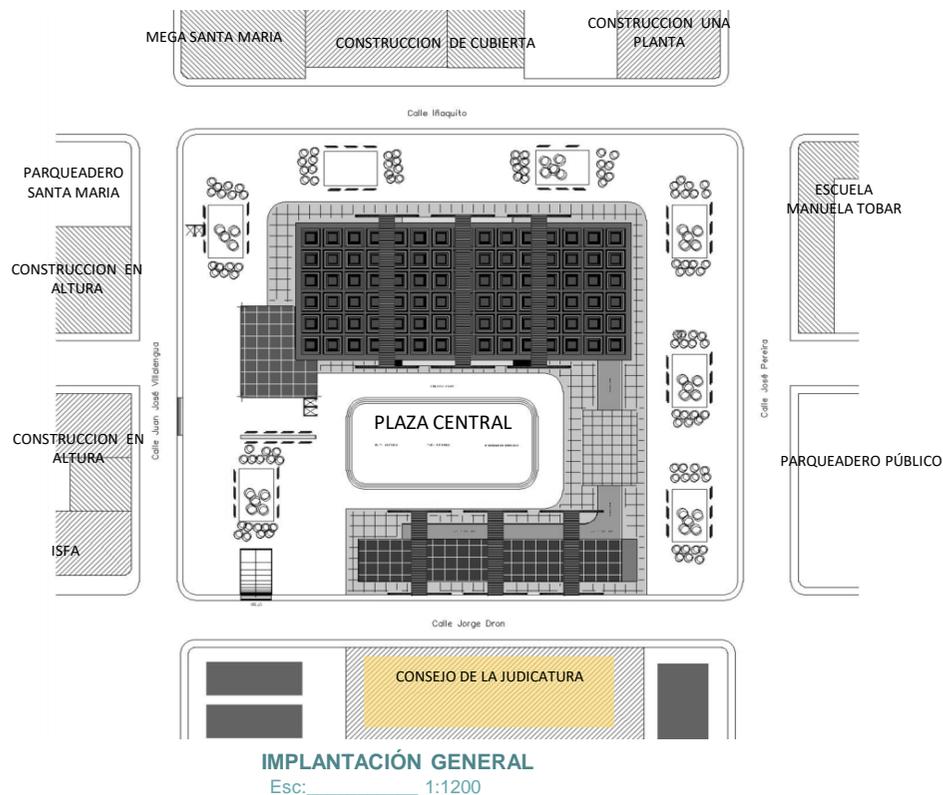
Esc: _____ 1:1500



CALLE IÑAQUITO- PERMEABILIDAD

CATEGORÍA CONTEXTO INMEDIATO.

PRESENCIA Y UBICACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO.

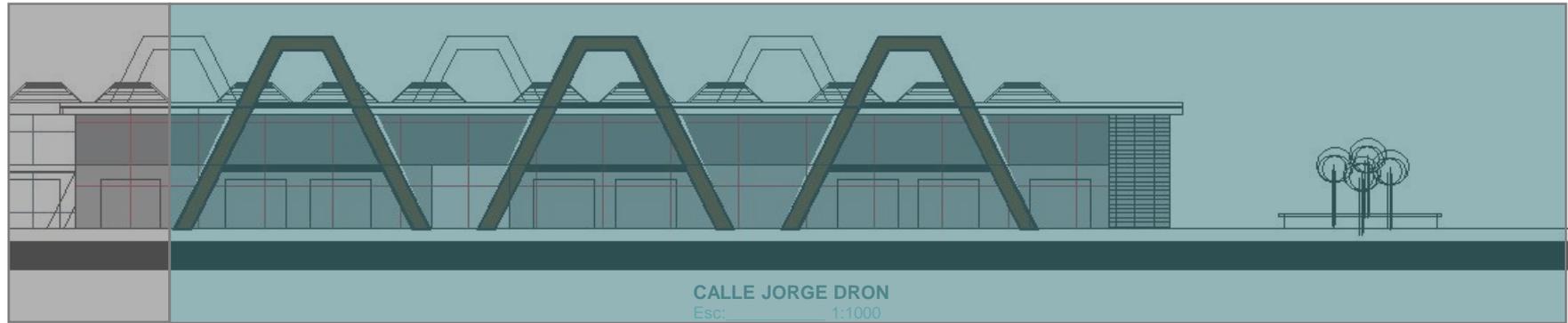


SIMBOLOGIA:

- Circulación como espacio público
- Plaza Central – Plazas sociales.
- Relación entre espacio público.
- Relación con los espacios públicos mas cercanos.

CATEGORÍA CONTEXTO INMEDIATO.

PRESENCIA DE FACHADAS ACTIVAS.



SIMBOLOGIA:

-  Fachada Activa
-  Fachada Pasiva



TRAMO CALLE JORGE DRON.

Esc: _____ 1:1000

SIMBOLOGIA:

-  Fachada Activa
-  Fachada Pasiva

CATEGORÍA CONTEXTO INMEDIATO.

PRESENCIA DE FACHADAS ACTIVAS.



SIMBOLOGIA:

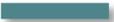
-  Fachada Activa
-  Fachada Pasiva



TRAMO CALLE VILLALENGUA.

Esc: 1:1000

SIMBOLOGIA:

-  Fachada Activa
-  Fachada Pasiva

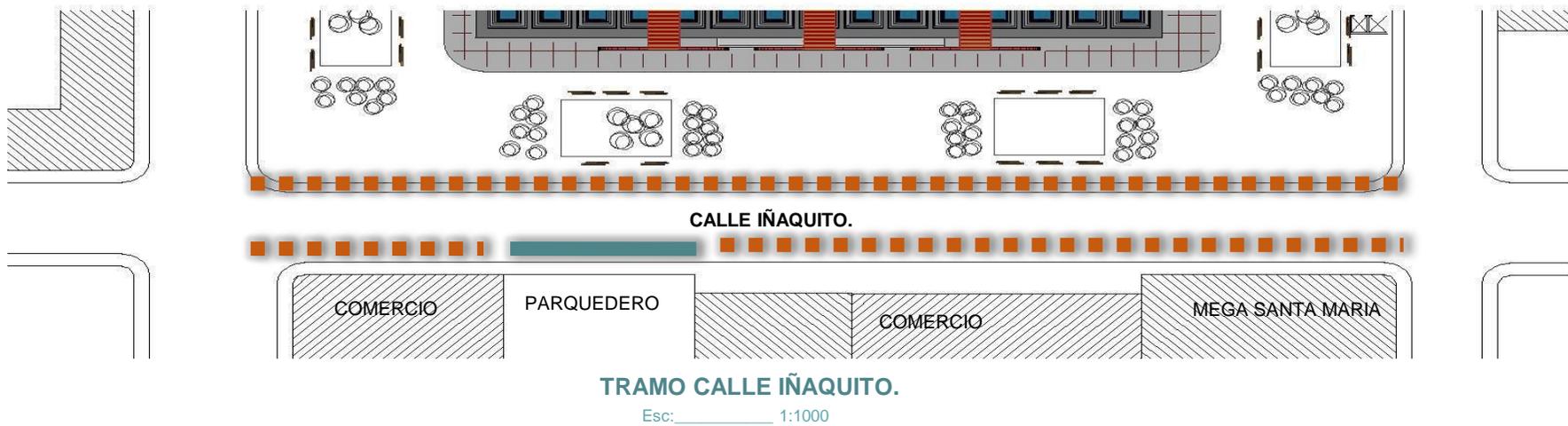
CATEGORÍA CONTEXTO INMEDIATO.

PRESENCIA DE FACHADAS ACTIVAS.



SIMBOLOGIA:

- Fachada Activa
- Fachada Pasiva

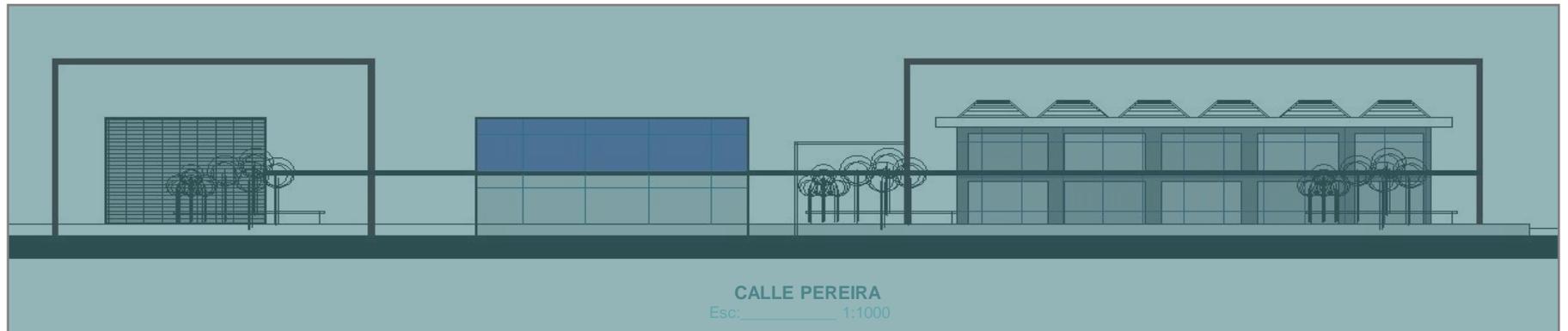


SIMBOLOGIA:

- Fachada Activa
- Fachada Pasiva

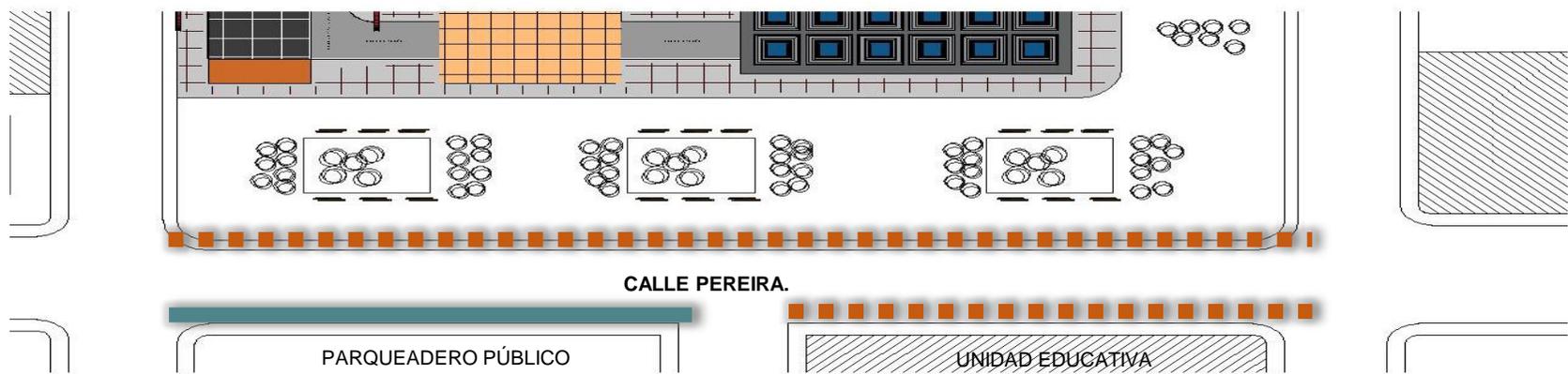
CATEGORÍA CONTEXTO INMEDIATO.

PRESENCIA DE FACHADAS ACTIVAS.



SIMBOLOGIA:

-  Fachada Activa
-  Fachada Pasiva



TRAMO CALLE PEREIRA.

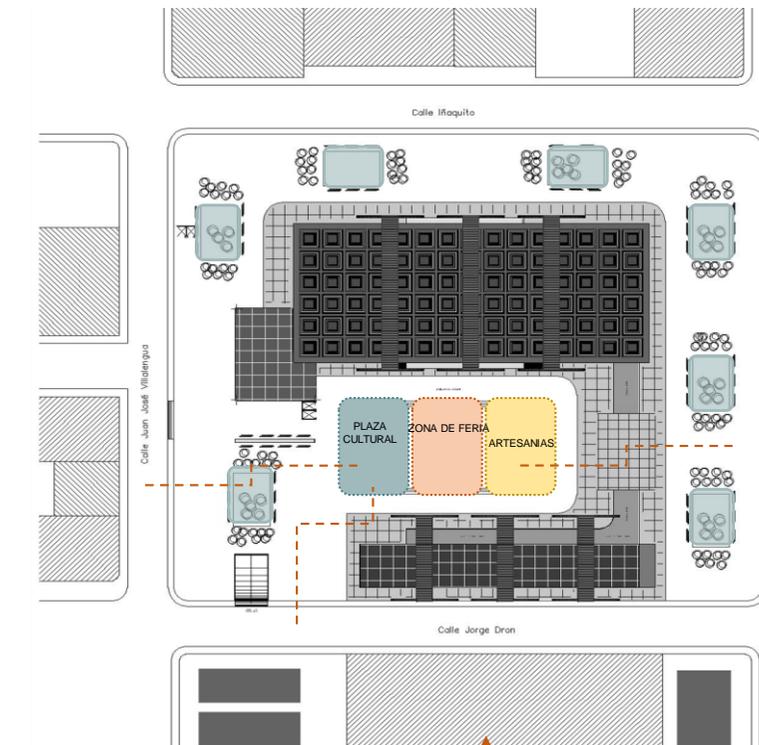
Esc: 1:1000

SIMBOLOGIA:

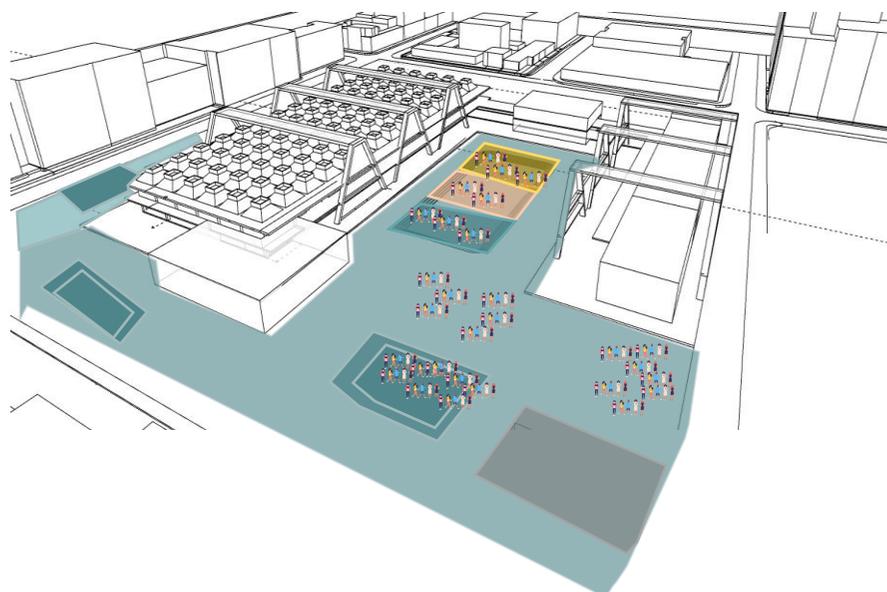
-  Fachada Activa
-  Fachada Pasiva

CATEGORÍA CONTEXTO INMEDIATO.

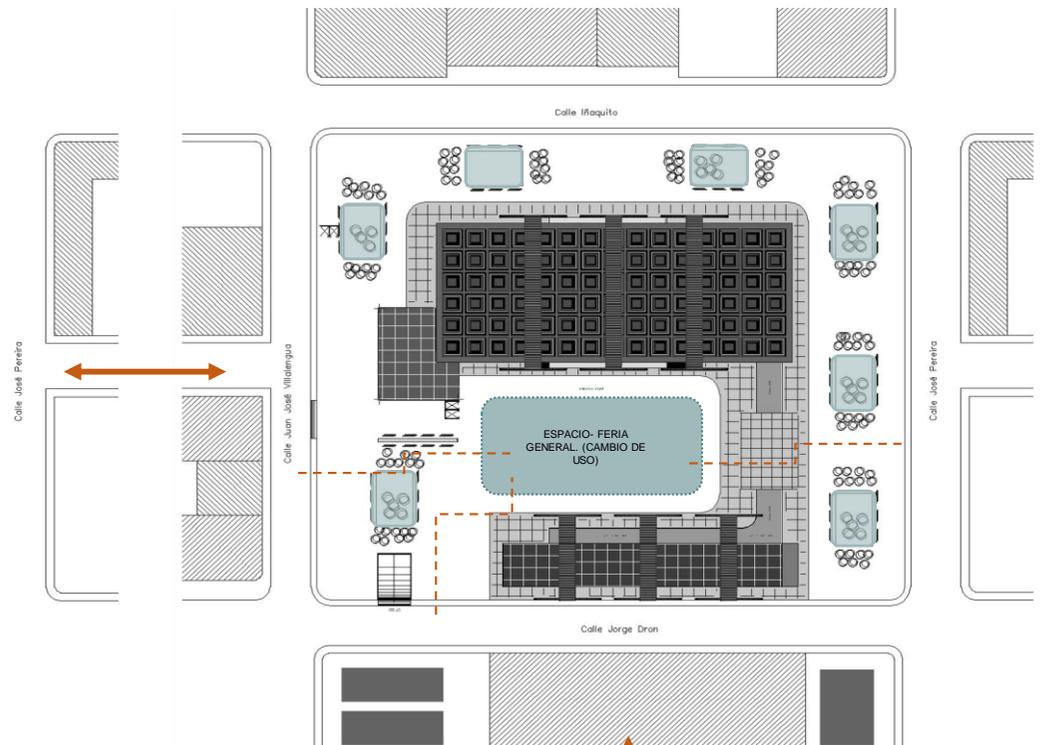
CAMBIO DE IMAGEN POR USO INTENSIVO.



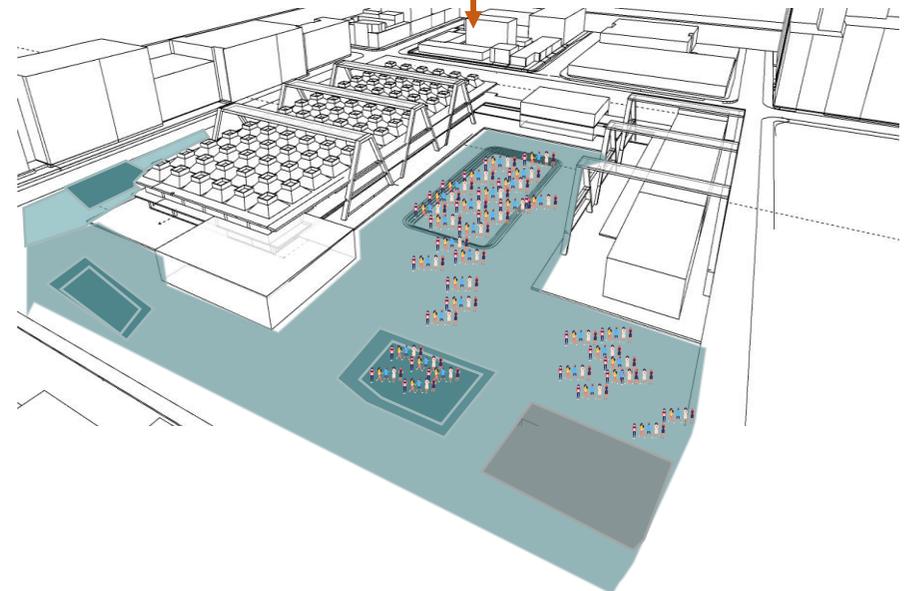
IMPLANTACIÓN GENERAL - DIA NORMAL
Esc: 1:2000



PERSPECTIVA DEL USO DE LA PLAZA EN DIAS NORMALES
Esc: 1:2000



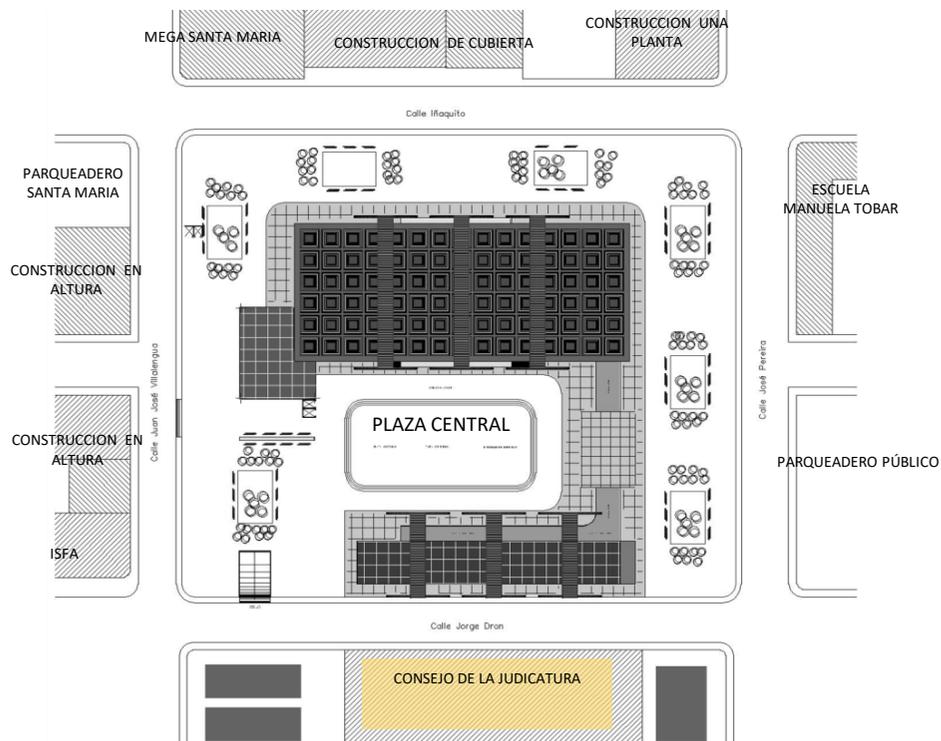
IMPLANTACIÓN GENERAL - DIA DE FERIA
Esc: 1:2000



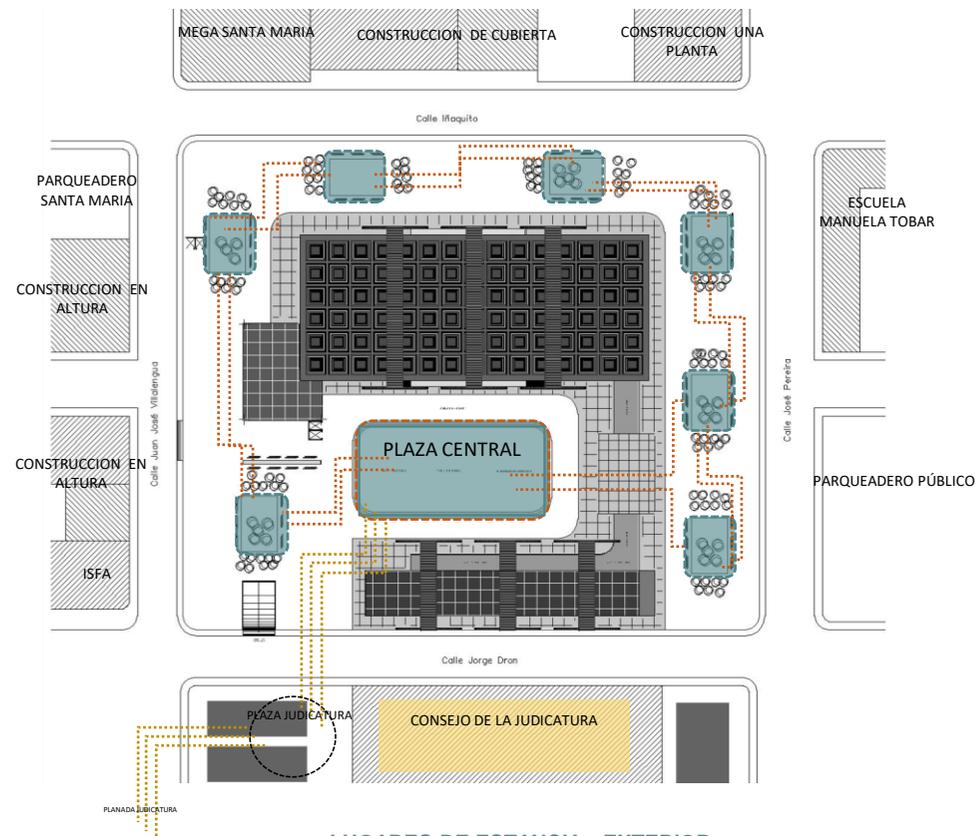
PERSPECTIVA DEL USO DE LA PLAZA EN DIAS DE FERIA
Esc: 1:2000

CATEGORÍA CONTEXTO INMEDIATO.

LUGARES DE ESTANCIA EN EL EXTERIOR.



IMPLANTACIÓN GENERAL
Esc: _____ 1:2000



LUGARES DE ESTANCIA - EXTERIOR
Esc: _____ 1:2000

SIMBOLOGIA:

- Plaza Central – Plazas sociales.
- Relación con los espacios públicos mas cercanos.

- Relación entre espacio publico.



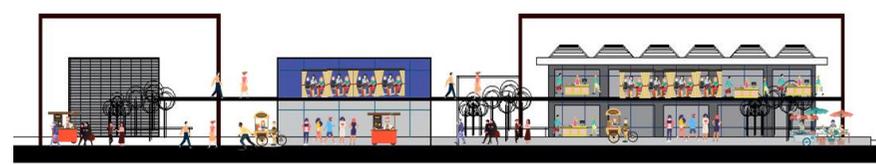
CALLE JORGE DRON
Esc: _____ 1:2000



CALLE IBAQUITO
Esc: _____ 1:2000



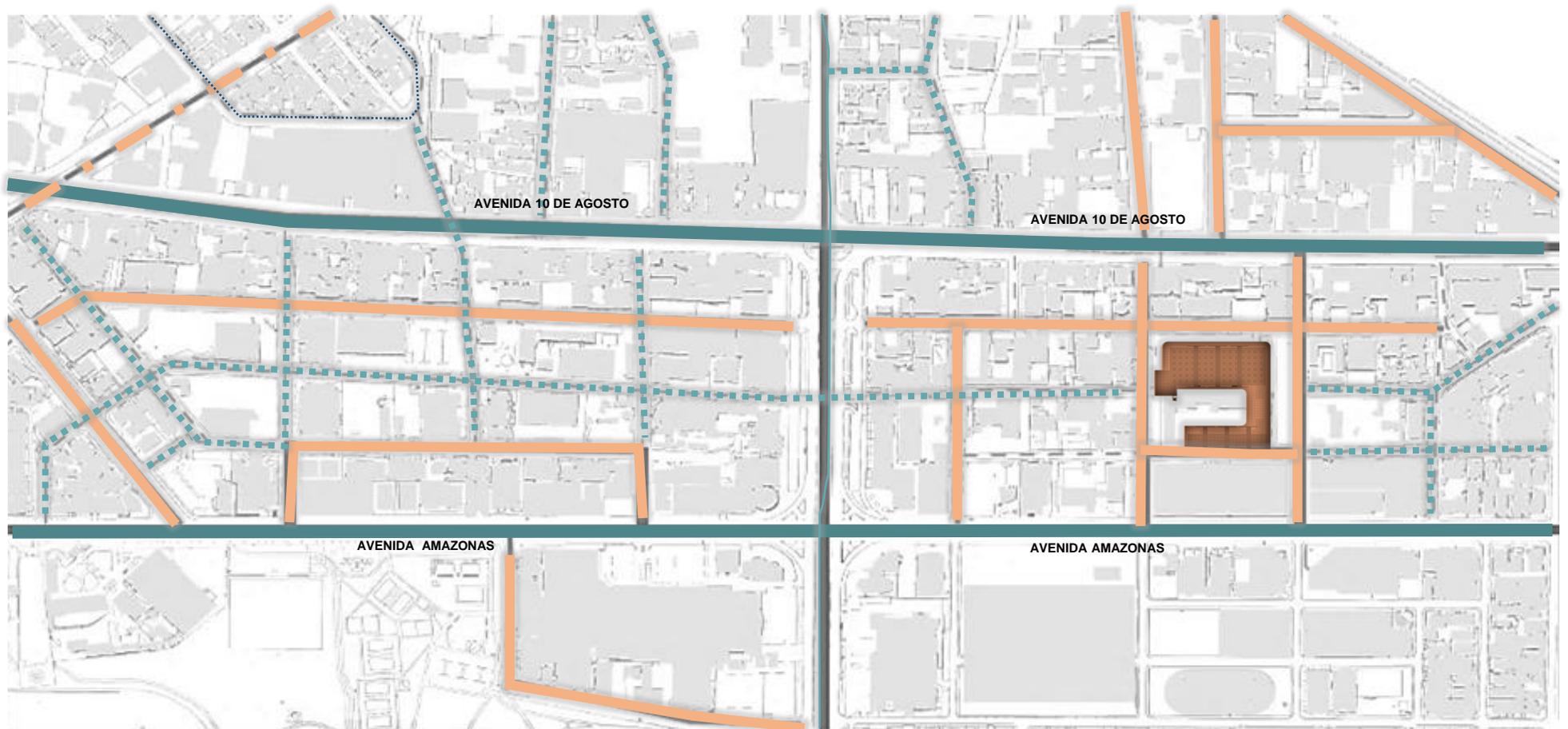
CALLE VILLALENGUA
Esc: _____ 1:2000



CALLE PEREIRA
Esc: _____ 1:2000

CATEGORÍA SISTEMA.

ACCESIBILIDAD. VEHICULAR

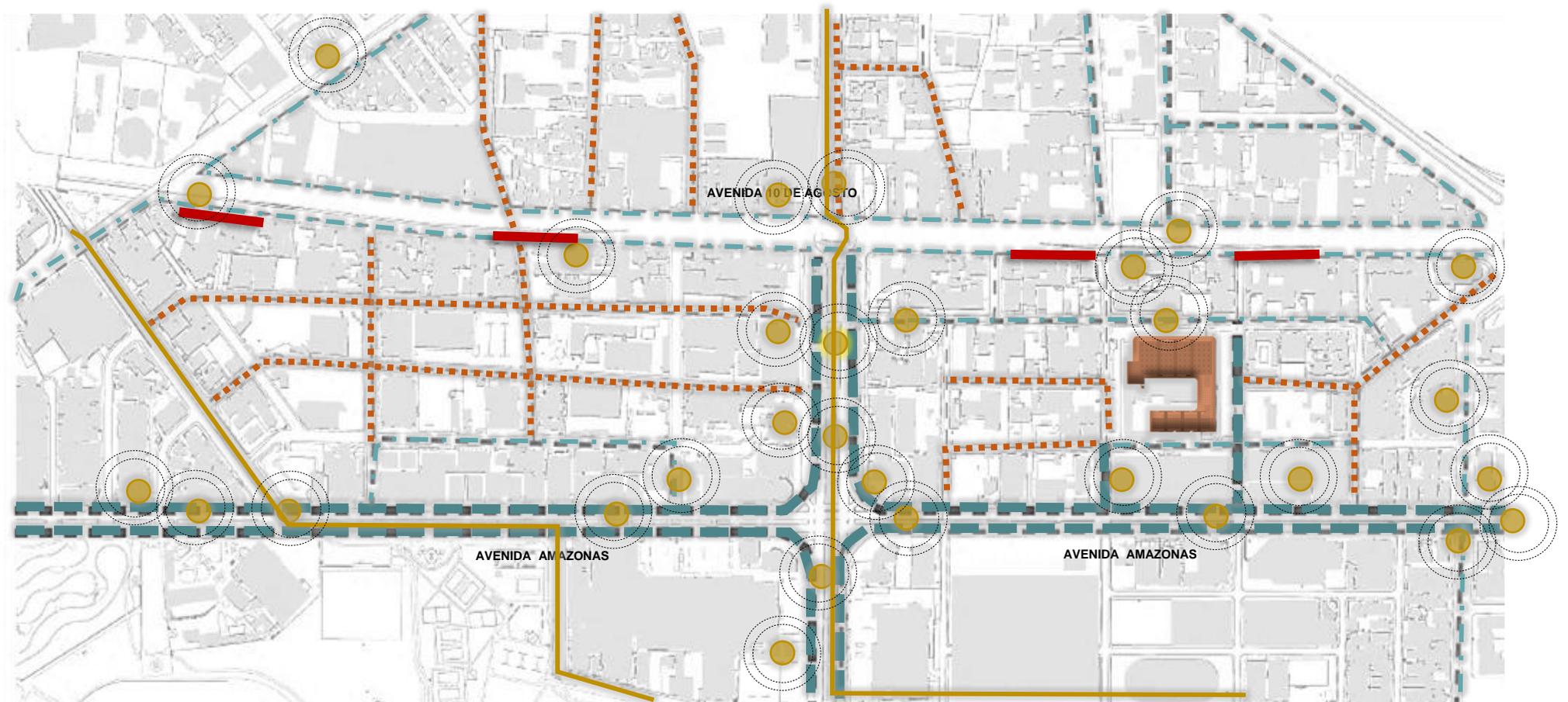


SIMBOLOGIA:

-  Circulación Vehicular Alto.
-  Circulación Vehicular Medio
-  Circulación Vehicular Bajo

CATEGORÍA SISTEMA.

ACCESIBILIDAD. PEATONAL – TRANSPORTE PÚBLICO.



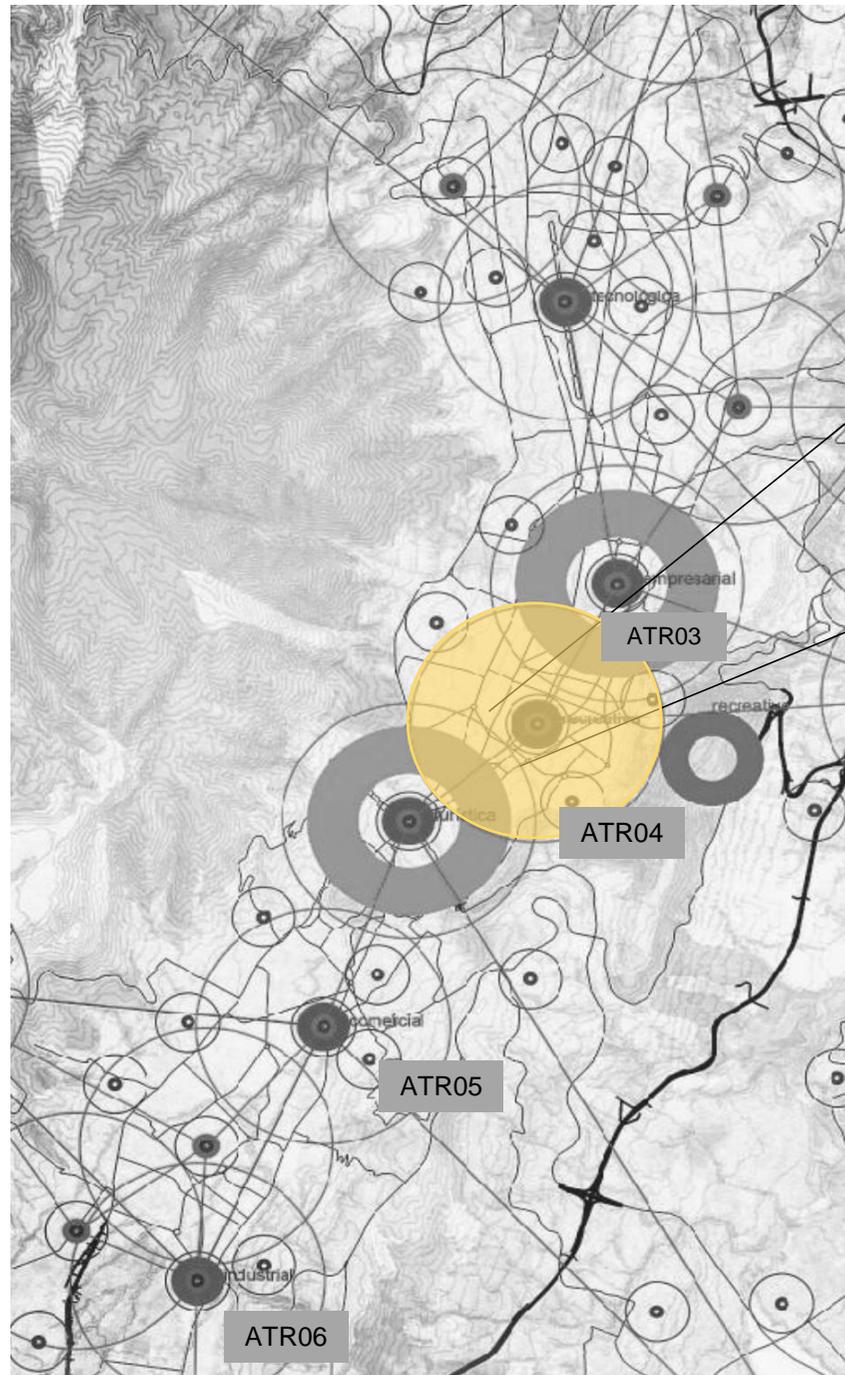
SIMBOLOGIA:

-  Circulación Peatonal Alto.
-  Flujo Peatonal Medio
-  Flujo Peatonal bajo
-  Parada de Trole Bus.
-  Ciclovía.
-  Parada de Bus

CATEGORÍA SISTEMA.

UBICACIÓN EN LA CIUDAD.

CIUDAD DE QUITO



Plan Metropolitano de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. (2015)



SIMBOLOGIA:

 Sector de estudio. Ñaquito

ATR03 – Carácter primario Empresarial. – Parque Bicentenario

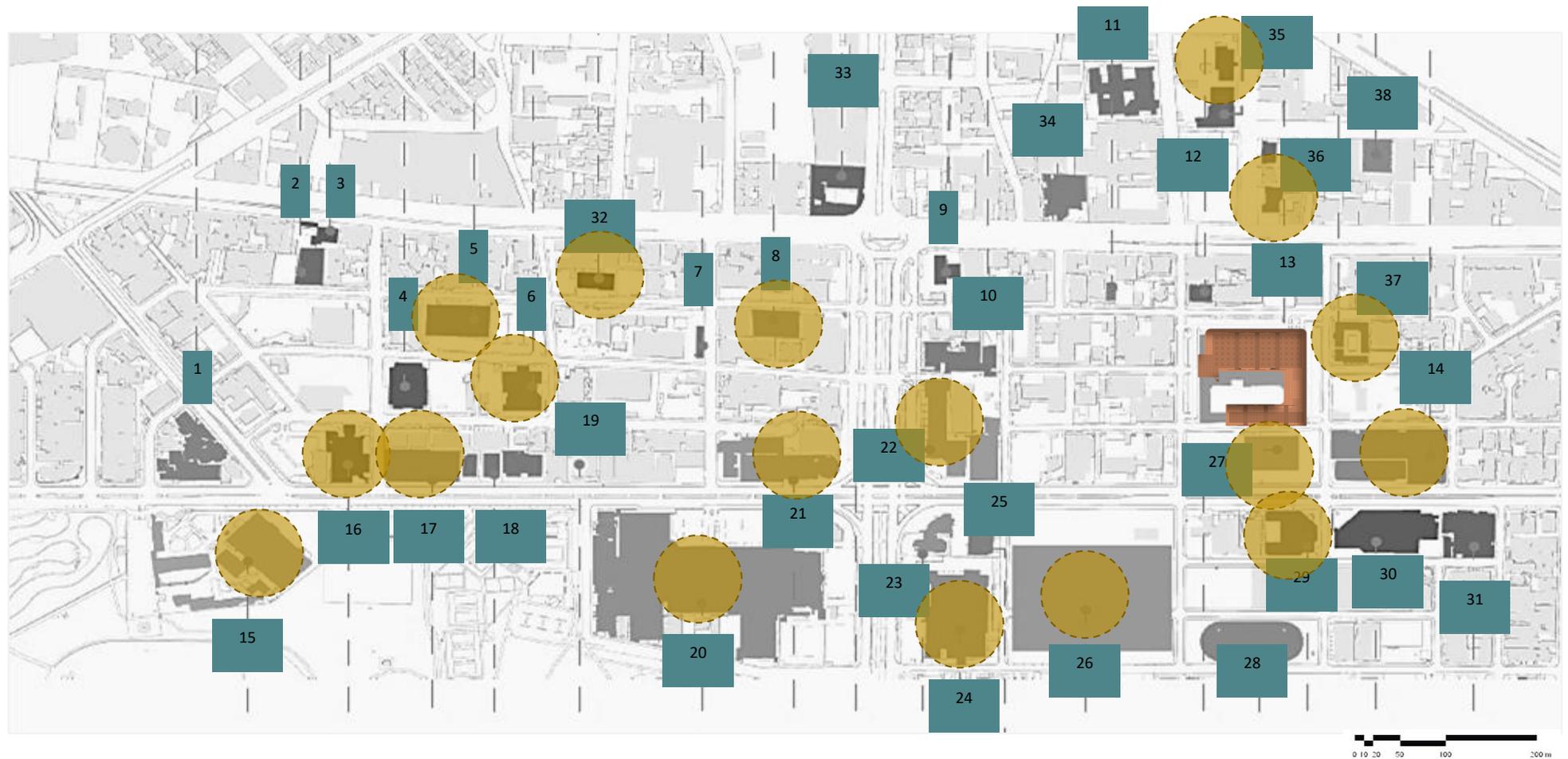
ATR04 – Carácter primario Empresarial. – La Carolina.

ATR05 – Carácter primario Turístico. – Centro Histórico.

ATR06 – Carácter primario Cultural deportivo. - Quitumbe

CATEGORÍA SISTEMA.

EQUIPAMIENTOS CERCANOS – PUNTOS DE ENCUENTRO



EQUIPAMIENTOS CERCANOS- PUNTOS DE ENCUENTRO

SIMBOLOGIA:

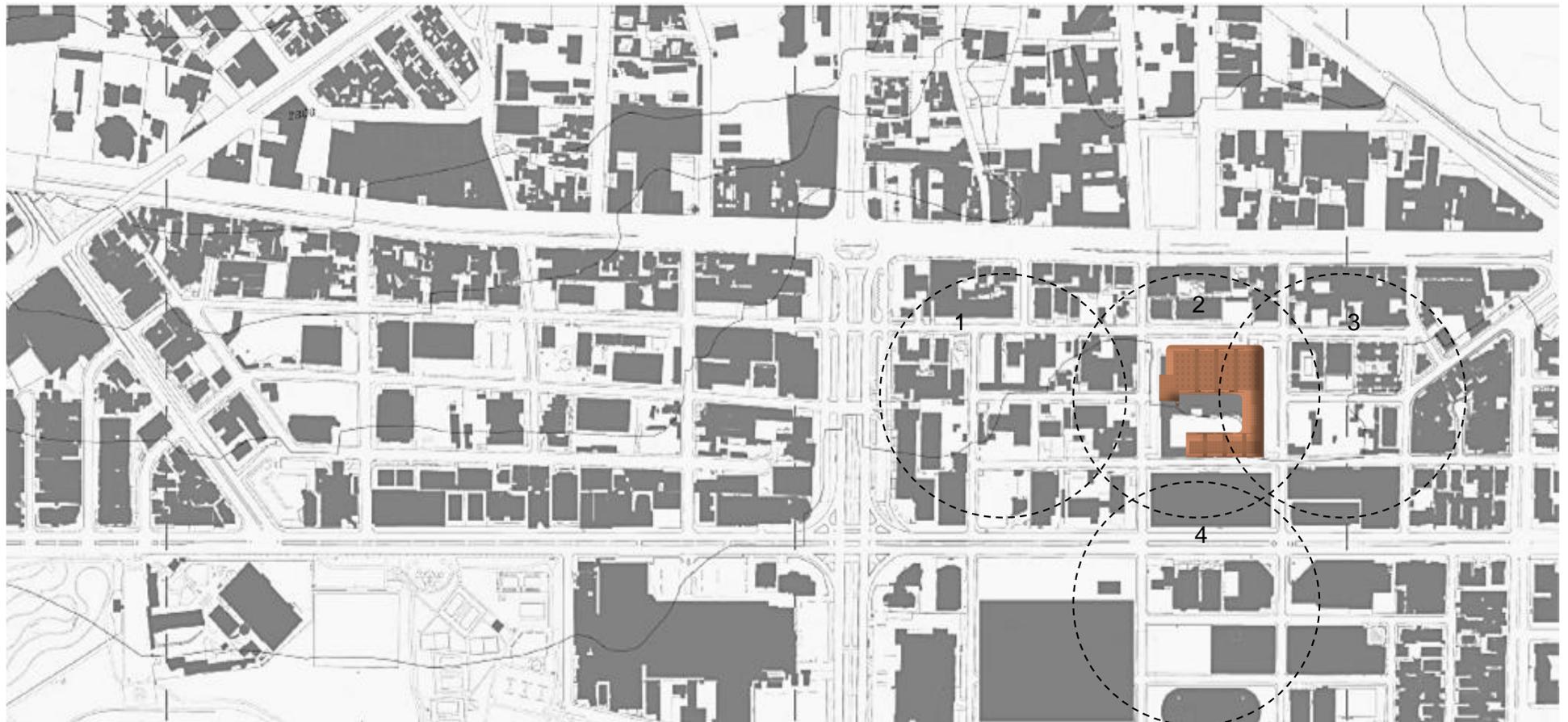
- Equipamientos.
- Puntos de Encuentro.

- 1 Embajada China.
- 2 Colegio de Economistas de Pichincha.
- 3 SUPERCOM.
- 4 Edificio de Parquederos.
- 5 Mi Juguetería.
- 6 Colegio de Arquitectos.
- 7 Colegio de Ingenieros Civiles.
- 8 Corporación Financiera Nacional.
- 9 Primax.
- 10 Clínica Club de Leones.
- 11 Colegio de Contadores.
- 12 Gran Santa María.
- 13 Mercado La Carolina
- 14 Banco del Pichincha.
- 15 Centro de exposiciones Quito.
- 16 Ministerio de Educación.
- 17 Petroecuador
- 18 Comandancia de Policías Nacionales.
- 19 Prosubanco.

- 20 Centro comercial Iñaquito.
- 21 Centro comercial Caracol.
- 22 Edificio La Previsora.
- 23 Chefarina.
- 24 Centro Comercial Naciones Unidas.
- 25 Puertas del Sol.
- 26 Plataforma Gubernamental.
- 27 Complejo Judicial Norte.
- 28 Edificio TATA.
- 29 Municipio de Quito Norte.
- 30 Diners Club
- 31 Banco del Guayaquil.
- 32 Delegación Provincial de Pichincha.
- 33 Electro Ecuatoriana.
- 34 Banco del Pichincha.
- 35 Hospital Vozandes.
- 36 Allance Academy International
- 37 Unidad Educativa Manuela Tobar.
- 38 SECAP

CATEGORÍA SISTEMA.

FUNCIONAMIENTO Y ORGANIZACIÓN DE MANZANAS



FUNCIONAMIENTO Y ORGANIZACIÓN DE MANZANAS



Patrón de manzana no identificado



Patrón de manzana no identificado



Patrón de manzana no identificado



Patrón de manzana no identificado

06

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones .

Sin duda, el mercado tradicional es parte de la memoria histórica cultural de una ciudad, ya que ocupa un lugar central en el tejido urbano, llegando a ser concentrador de actividades sociales y generador de vida social. Al transcurrir el tiempo estas características han ido perdiendo interés, ya que nuevos equipamientos comerciales acorde al crecimiento de la ciudad han ganado espacio dentro de una sociedad en crecimiento.

Con la finalidad de recuperar la integración de un mercado tradicional hacia la ciudad, los objetivos de medios de vida aportan a la recuperación del entorno social y comercial mediante la potencialización de relaciones sociales a través de actividades necesarias y opcionales.

También se concluyó que el capital social proviene de interacciones entre actores con herencia cultural de un determinado territorio, generando nuevas realidades sujetas a normas sociales, dando como resultado la integración de personas que buscan una apropiación de identidad cultural en función de sus actividades

Además, se llega a identificar que el espacio público es el eje conector entre la vida social y la vida diaria de las personas, donde los espacios de estancia, fachadas activas, permeabilidad, circulaciones peatonales y accesibilidad son algunos de los elementos que generan cohesión social en un objeto.

Para promover cohesión social en un objeto arquitectónico se llegó a establecer tres tipos de análisis, a nivel de objeto, a nivel de relación con el contexto inmediato y a nivel de sistema vinculado a la ciudad, estos elementos nos ayudaron a determinar criterios de diseño para mejorar las relaciones sociales.

Finalmente, se concluyó que la forma espacial de un objeto arquitectónico influye en las relaciones sociales de las personas, pero además la presencia del espacio público y los criterios mencionados anteriormente potencializan al objeto de forma íntegra.

Recomendaciones .

Se recomienda que las fachadas del objeto arquitectónico tengan mejor permeabilidad visual desde el exterior, además colocar mobiliario y lugares de estancia en las aceras, con el fin de que el usuario pueda caminar y admirar las fachadas.

En cuanto a la circulación podría existir diferenciaciones de desplazamientos peatonales y alternativas, con el fin de no interrumpir los desplazamientos diarios de las personas.

Además se recomienda la ampliación del programa arquitectónico, de forma que exista la planificación de comercios anclas, vivienda y oficinas que son acordes al sector.

En días de feria el espacio público podría actuar de concentrador de actividades comerciales y sociales.

De igual forma para promover el comercio informal y la gastronomía callejera, se debería implementar el diseño de espacios complementarios adecuados a estos requerimientos, con el fin de tener un espacio formal.

Finalmente se recomienda que el espacio público, particularmente la plaza central se integre a los espacios públicos cercanos con el propósito de promover relaciones sociales con el contexto inmediato.

07

Collage-Prospectiva

PROSPECTIVA EN RELACION CON LA CIUDAD.

Prospectiva en 100 años

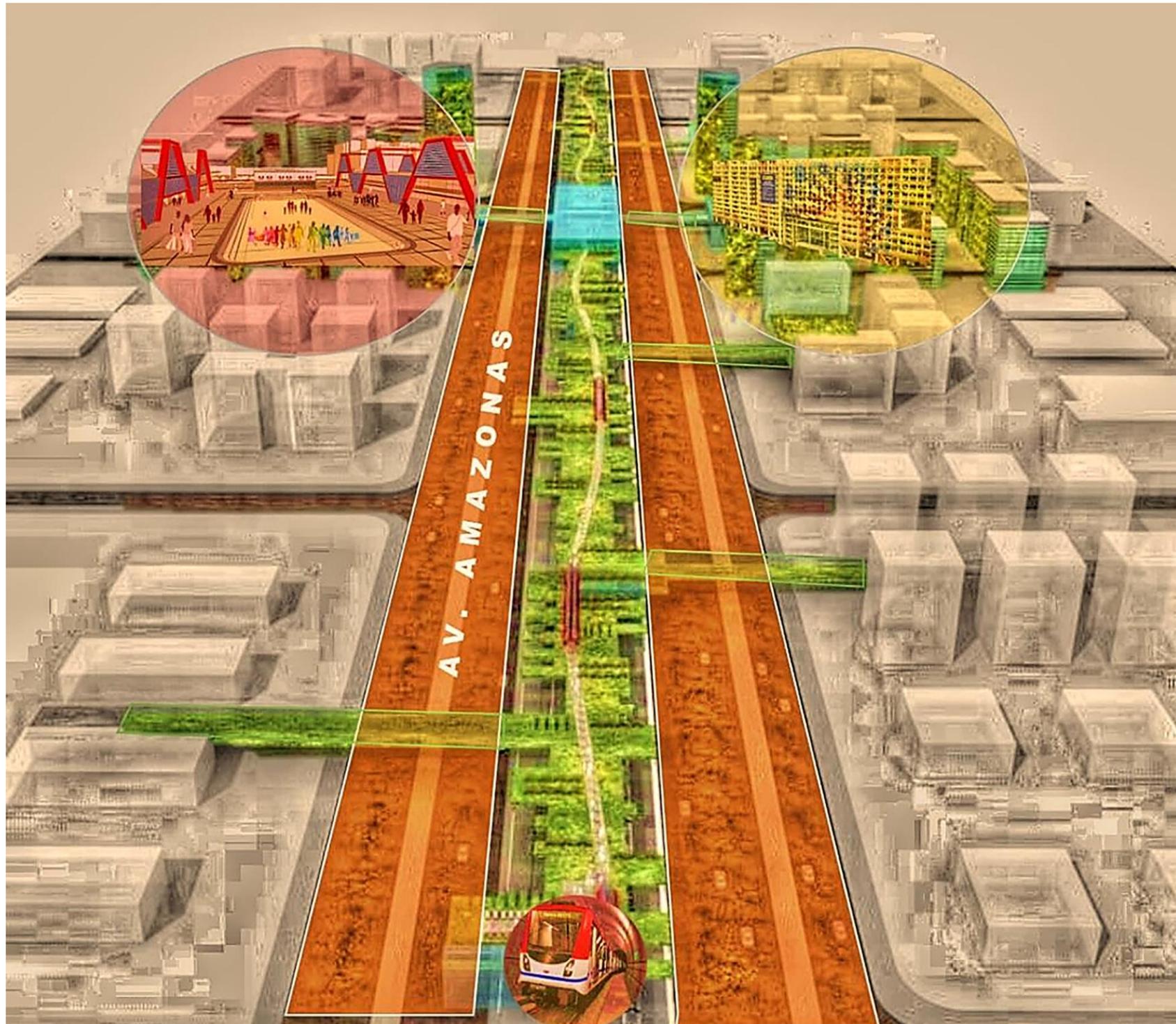


Imagen: Propia del autor. (2020)

En un salto prospectivo en 100 años, el sector de Ñaquito nos podemos imaginar con un transporte público consolidado, con redes subterráneas eficientes, abasteciendo al sector financiero de forma rápida y segura. El crecimiento en altura se apodera de los nuevos edificio públicos y privados. Se potencializa los espacios verdes a través de los parterres dando un significado de continuidad del espacio público.

PROSPECTIVA DEL MERCADO LA CAROLINA CON RELACION AL ESPACIO PÚBLICO.

Prospectiva en 100 años

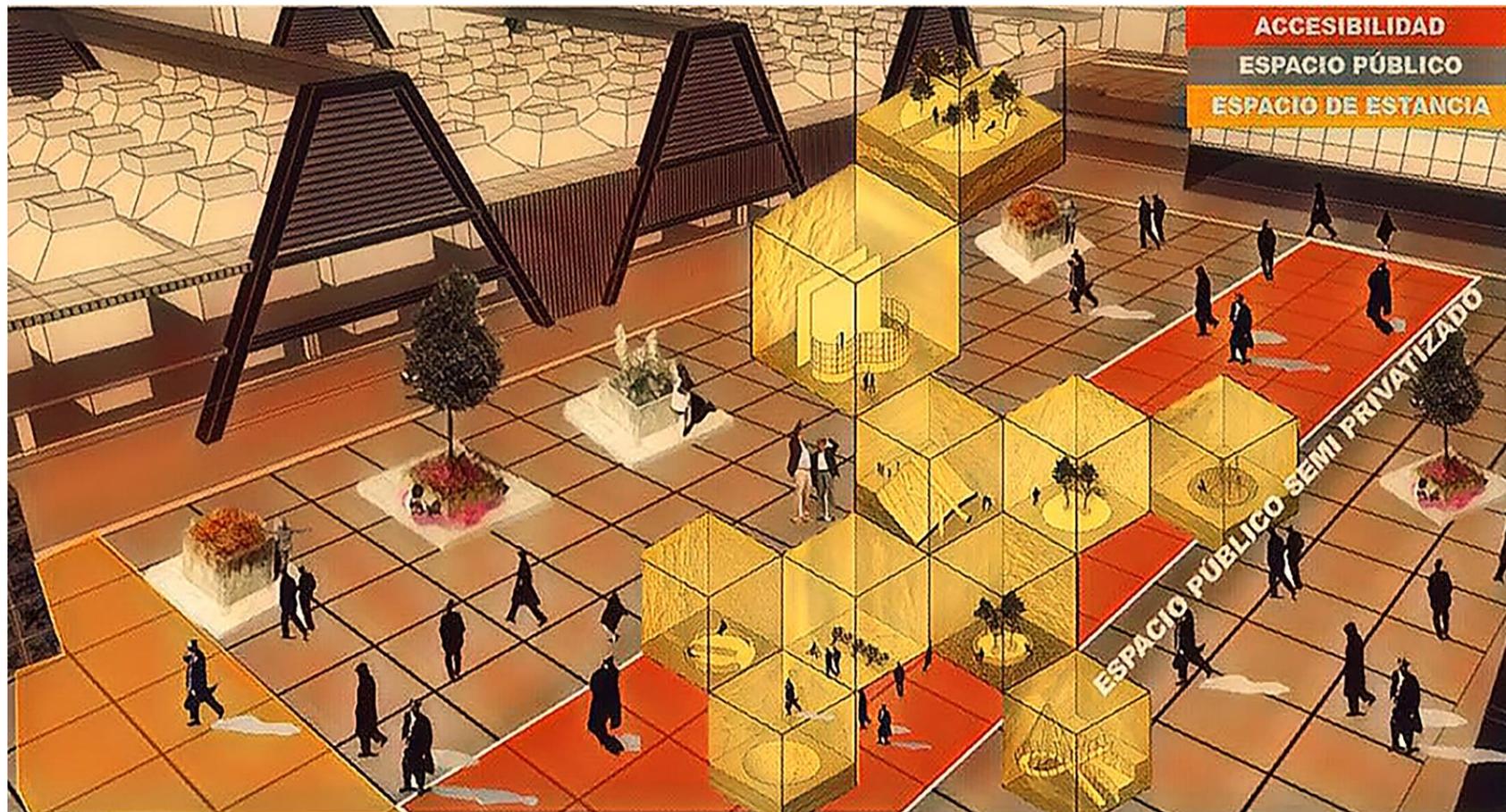


Imagen: Propia del autor. (2020)

En un salto prospectivo en 100 años, el mercado “La Carolina” nos imaginamos con la gran plaza central transformada, por el mal uso de los espacios públicos y de cierta forma se convierte en un espacio semi privatizado, donde se crean módulos en altura, el cual, en el interior se desarrollan las actividades de estancia rescatadas de su cultura inicial.

Hacia el exterior se observan poca área verde, y las personas caminan individualmente. Las fachadas dejaron de ser activas y el comercio se centra al interior del mercado con cerramientos perimetrales.

08

Bibliografía.

- Accesibilidad Global. (2011). Pasos peatonales según normativa de accesibilidad.
- ACNUR. (2014). Global Strategy for Livelihoods.
- ALONSO, R., ESTRADA, M. y SARTORIUS, A. (2007). Los mercados minoristas como motor para el desarrollo económico, social y cultural de una ciudad.
- Altamirano, Flores, A. (2015). Configuración de la trama urbana de Cuenca en sus zonas de expansión 1980-2010.
- Andrés Mideros (2018). Cuadro de Activos que influyen en los Medios de Vida.
- Araujo, I. (1976). La forma arquitectónica.
- Armengol, M. (2004). Los mercados de abastos. Evolución y relación con la transformación de la oferta comercial en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Angela Franco (2012), Los equipamientos urbanos como instrumentos para la construcción de ciudad y ciudadanía.
- Barrera, A. (2012). Miradas sobre Quito. Los fotógrafos de la ciudad.
- Beck, Walker A. (1997) "Social quality: from issue to Concept.
- Borja, J. (2000). El espacio público y sus avatares en la modernidad. El espacio público, ciudad y ciudadanía.
- Bourdieu, P. (1986). "The Forms of Capital".
- Carmona, M. (2010). Public Spaces – Urban Spaces, The Dimensions of Urban Design.
- Carney, D. (1999). Sustainable Livelihoods: Lessons from early experience.
- Carlos Santamarina-Macho. (2017). Algo mas que un lugar: La localización como estrategia de Proyecto en la arquitectura contemporanea.
- Carrión Fernando (2001). Espacio público: Punto de partida para la alteridad.
- Carruthers, M. (2016). Red, ecología, infraestructura. Ciudad mercado, infraestructura en red, Madrid.
- Cazamajor Dartois y Luz de Alba Moya, (1984) Los mercados y ferias de Quito.
- Chambers R & Conway, G. (1991). Sustainable rural livelihoods: practical concepts for 21st century.
- Cebra (2008). Centro de día Lucinahaven
- CCE. (2008). Movilidad urbana europea.
- CEPAL (2007). Herramientas para la cohesión social.
- Coleman, James S. (1990), The Foundations of Social Theory. Cambridge: Harvard University Press.
- CONURBA (2015). Consultoría y Gestión Urbana y Ambiental. Equipamiento Urbano

- Dascal. (2003). Reflexiones acerca de la relación entre los espacios públicos y el capital social.
- DFID (2001). Hojas orientativas sobre los medios de vida sostenibles. Capital Social.
- DFID. (1999). Hojas orientativas sobre los Medios de Vida Sostenibles.
- Eckhart Ribbeck. (2008). Transformación posindustrial del espacio público en la ciudad europea.
- Escalante (1996), Generalidades sobre Supermercados.
- Fermín Asencio (2013). Acerca del valor patrimonial de los mercados municipales y plazas de abastos de nuestro entorno.
- Flores y Rello. (2002). Capital Social: Virtudes y Limitaciones. Ponencia presentada en la Conferencia Regional sobre Capital Social y Pobreza.
- Forrest, Kearns A. (2001). "Social cohesion, social capital and the Neighbourhood.
- Fukuyama, F. (1995). Trust, the social virtues and the creation of prosperity.
- Fukuyama, F. (1997). "Social capital and the modern capitalist economy: Creating a high trust workplace.
- García Pérez, Rodríguez Sebastian, Vincenzo Maiello (2016), La transformación de los mercados municipales de Madrid: nuevas fronteras de la gentrificación comercial.
- Molinero A, Sanchez (1998). Medios de transporte urbano.
- Gehl y Svarre (2013), La dimensión humana. Ciudades para la Gente.
- Gehl, J. (2005). Actividades exteriores y tendencias arquitectónicas. La Humanización del Espacio Urbano
- Gehl, J. (2017). Animación en las calles, ¿una cuestión de importancia creciente?. Bores blandos.
- Gehl, J. (2017). Evaluación de una fachada. Fachadas Activas.
- Guardia, M, Oyón, J. (2007). Los mercados públicos en la ciudad contemporánea. El caso de Barcelona.
- Henao, L. (2014). La permeabilidad de las formas arquitectónicas, los Mercados municipales de Ciutat vella y del eixample de Barcelona.
- Inglehart, R. (1997). Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change.
- Jaime Fisher. (2016), Liberalismo, comunitarismo, cultura y multiculturalismo.
- Juan Ignacio Robles (2008), Comercio urbano en espacios metropolitanos, Mercados, vidas y barrios.
- Juan Ignacio Robles (2008), Pequeños comerciantes: mediadores urbanos.
- Juan Carlos Calachini. (2016), La temporalidad del espacio.
- Kisters C, Montes, M. (2010). Peatones y vehículos, una coexistencia necesaria. Accesibilidad y modalidades de coexistencia de peatones y vehículos. Accesibilidad en espacios públicos urbanizados. Madrid.

- Knoke, D. (1999). "Organizational networks and corporate social capital.
- Kropf (2011), Urbanism, politics and language: The role of urban morphology.
- López, Parrilla Emilio. (2006). Espacio público e implantación comercial en la ciudad de Madrid.
- Lozares, C. López, P. (2011). Cohesión, Vinculación e Integración sociales en el marco del capital social.
- Lucia Devente Ferrer. (1995), La fachada como medio de legitimación y cohesión en la vida social.
- Mansilla, L., Tuñon, E., & Rojo, L. (2013). La libertad de los fragmentos: Permeabilidad Plan b. *Articulo Cientifico*.
- Miguel ángel Camacho. (2018). Arquitectura y cultura material.
- Molinero, A. y Sánchez, I. (1998), Transporte Público: Planeación, Diseño, Operación y Administración.
- Montúfar, M. (2005). Imagen Urbana, Espacio Público, Memoria e Identidad.
- Moody, J. White. (2003). "Social Cohesion and Embeddedness: A hierarchical conception of social groups".
- Moya, L. (1984). Mercados la Magdalena y la Carolina.
- Moya, R. (1978). Mercados la Magdalena y la Carolina. Trama
- Norton y Foster (2001). Social protection concepts and approaches: implications for policy and practice in international development.
- O'Reilly, Roberts K.H. (1977). "Task Group Structure, Communication and Effectiveness in Three Organizations"
- PPS. (2019), Criterios que determinan un buen espacio público.
- Putnam, R. (1993). "The prosperous community: social capital and public life.
- Salazar, M., Tapia, T. (2018). Permeabilidad visual en el diseño arquitectónico caso.
- Sepulveda (1993), La vivienda social en Puerto Montt. Estudio cualitativo de sus transformaciones.
- Suarez, M. (2013). Continuidad espacial en la Arquitectura moderna.
- TEMAS CPAU (2008), Elementos para una política de recuperación del uso del espacio barrial, como soporte de la vida comunitaria.
- Thomas. (1996). Capital markets, financial markets and social capital.
- Trujillo (2010), Mercados y Supermercados.
- Urueña, M. (2017). Principios y componentes del enfoque de medios de vida sostenibles.
- Wheeler, S. M. (2008). The evolution of built landscapes in metropolitan regions. *Journal of Planning*
- Woolley, F. (1998). Social Cohesion and Voluntary Activity.
- Zamorano, C. y Otros (2004). Manual para la planificación, financiación e implementación de sistemas de transporte urbano.

