

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CUENCA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

**UNIDAD ACADÉMICA DE INGENIERÍA,
INDUSTRIA Y CONSTRUCCIÓN**

CARRERA DE ARQUITECTURA

**ANTEPROYECTO DE REGENERACIÓN A TRAVÉS DE
LA IMAGEN URBANA DEL SECTOR DEL MERCADO 25
DE JUNIO DEL CANTÓN GUALACEO**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ARQUITECTO**

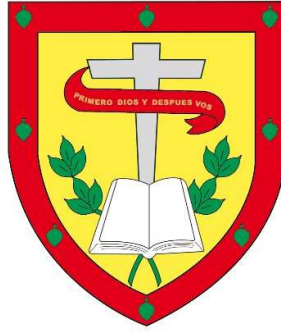
AUTOR: ANDREINA SALOMÉ MAURAD CASTILLO

DIRECTOR: ARQ. JULIO CESAR PINTADO FARFAN

CUENCA- ECUADOR

2024

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

**UNIDAD ACADÉMICA DE INGENIERÍA,
INDUSTRIA Y CONSTRUCCIÓN**

CARRERA DE ARQUITECTURA

**ANTEPROYECTO DE REGENERACIÓN A TRAVES DE LA
IMAGEN URBANA DEL SECTOR DEL MERCADO 25 DE JUNIO
DEL CANTÓN GUALACEO**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ARQUITECTO**

AUTOR: ANDREINA SALOMÉ MAURAD CASTILLO

DIRECTOR: ARQ. JULIO CESAR PINTADO FARFAN

CUENCA-ECUADOR

2024

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO

Declaratoria de Autoría y Responsabilidad

Andreina Salomé Maurad Castillo portador(a) de la cédula de ciudadanía N° **0106889611**. Declaro ser el autor de la obra: **"Anteproyecto de regeneración a través de la imagen urbana del sector del Mercado 25 de junio del cantón Gualaceo"**, sobre la cual me hago responsable sobre las opiniones, versiones e ideas expresadas. Declaro que la misma ha sido elaborada respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros y eximo a la Universidad Católica de Cuenca sobre cualquier reclamación que pudiera existir al respecto. Declaro finalmente que mi obra ha sido realizada cumpliendo con todos los requisitos legales, éticos y bioéticos de investigación, que la misma no incumple con la normativa nacional e internacional en el área específica de investigación, sobre la que también me responsabilizo y eximo a la Universidad Católica de Cuenca de toda reclamación al respecto.

Cuenca, 15 de octubre de 2024

F: 

Andreina Salomé Maurad Castillo

C.I. 0106889611

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del Grado de Arquitecto con el título: "Anteproyecto de regeneración a través de la imagen urbana del sector del mercado 25 de junio, en el cantón Gualaceo.", ha sido desarrollado por el Sra. Andreina Salomé Maurad Castillo, mismo que ha sido realizado con el asesoramiento permanente de mi persona en calidad de Tutor, por lo que certifico que se encuentra apto para su presentación y defensa respectiva.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.



Arq. Julio César Pintado Farfan

DIRECTOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres Luis Maurad y Anita Castillo que me impulsaron en este largo camino. A mi hermana que ha sido mi guía e inspiración.

Agradezco también a mi grupo de trabajo durante toda la carrera universitaria por no dejar que me rindiera. Agradezco a una persona muy especial, a mi primo Pablo Mora, quien me apoyo desde el primer día de la carrera, brindándome su apoyo y consejos. Finalmente, quiero expresar mis más profundos agradecimiento a mi docente tutor, el Arquitecto Julio Pintado. Gracias por su paciencia, sabiduría, por compartir sus conocimientos y sobre todo por enseñarme en las aulas el amor a la arquitectura.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi esposo, quien confió siempre en mí y fue el pilar principal en cada paso de mi carrera y en la elaboración de este trabajo, sin él esto no hubiera sido posible; a mi pequeña Elissa, que con cada sonrisa me dio las fuerzas necesarias para continuar, ella fue quien nunca soltó mi mano y me ayudó a cumplir este sueño.

RESUMEN

El sector donde está ubicado el Mercado 25 de Junio del cantón Gualaceo, ha sufrido por muchos años deterioros en la imagen urbana, que se ha visto afectada por factores como; escaso mobiliario urbano, inexistencia de señalización informativa y preventiva, congestionamiento vehicular, daño en la materialidad de aceras y calles, entre otros. Al iniciar del proceso proyectual se definió una metodología cualitativa basada en los componentes de la imagen urbana. Creando un marco teórico de referencia que ayudará a entender los conceptos básicos y componentes de la imagen urbana. Posteriormente, se desarrolla un análisis de referentes en relación al contexto, este estudio aportará con estrategias proyectuales. Establecidos estos fundamentos, se lleva a cabo una recolección de información y un análisis actual de la zona de estudio, lo que resultará en la identificación de problemas y potencialidades del sector. Finalmente, la conceptualización de estrategias de regeneración a través de los componentes de la imagen urbana, las cuales se aplicarán en el sector de estudio y de esta manera se resuelven los problemas de imagen urbana que tiene Mercado 25 de Junio del cantón Gualaceo

Palabras claves: regeneración, imagen urbana, estrategias proyectuales.

ABSTRACT

The zone where the “25 de Junio Market” of the Gualaceo canton is located has suffered deterioration in the urban image for a long time. It has been affected by factors such as poor street furniture, lack of informative and preventive signals, traffic congestion, and damage to the materiality of sidewalks and streets, among others. At the beginning of the project process, a qualitative methodology was defined based on the components of the urban image. A theoretical framework of reference is created to understand the basic concepts and components of the urban image. Subsequently, an analysis of references about the context is developed; this study will provide project strategies. Once these foundations have been established, data collection and a current analysis of the study area will be conducted, identifying problems and potentialities for the sector. Finally, the conceptualization of regeneration strategies through the components of the urban image will be applied in the place of study. Hence, the urban image problems of the “25 de Junio Market” of the Gualaceo Canton are solved.

Keywords: regeneration, urban image, project strategies

INDICE DE CONTENIDOS

AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
Capítulo I.....	1
1.1. Introducción.....	1
1.2. Problemática.....	1
1.3. Objetivos.....	3
1.4. Definición de regeneración urbana.....	3
1.4.1. Estrategias de regeneración urbana.....	7
1.5. Imagen urbana.....	12
1.5.1. Componentes de la imagen urbana:.....	14
1.6. El espacio público y mercado.....	16
1.6.1. La calle como espacio público.....	17
1.7. El mercado como espacio de encuentro.....	18
1.7.1. Evolución de los mercados en las ciudades.....	20
1.8. La identidad paisajística dentro de la arquitectura: Calidad y fragilidad urbana.....	25
1.8.1. Paisaje.....	25
1.8.2. Metodología para analizar el paisaje.....	25
1.8.3. Valoración del paisaje.....	26
2. Capítulo II.....	32
2.1. Análisis de casos de estudio.....	32
2.2. Metodología.....	32
2.3. Mercado Santa Catarina en Barcelona, España.....	32
2.3.1. Datos generales del proyecto.....	32
2.3.2. Ubicación.....	33
2.3.3. Identidad.....	33
2.3.4. Estructura.....	38
2.3.5. Significado.....	44
2.4. Mercado 9 de octubre.....	45
2.4.1. Datos generales del proyecto.....	45
2.4.2. Ubicación.....	45
2.4.3. Identidad.....	45
2.4.4. Estructura.....	49
2.4.5. Significado.....	56
2.5. Mercado Tirso de Molina.....	57
2.5.1. Ubicación.....	57
2.5.2. Identidad.....	57

2.5.3.	Estructura	61
2.5.4.	Significado.....	67
2.6.	Estrategias o criterios proyectuales encontrados en los casos de estudio.....	68
3.	Capítulo III Diagnóstico de sitio	70
3.1.	Introducción.....	70
3.2.	Mercado 25 de junio.....	70
3.2.1.	Ubicación.....	70
3.2.2.	Identidad.....	70
3.2.3.	Estructura	72
3.2.4.	Significado	76
3.3.	Análisis de tramos.....	78
3.3.1.	Análisis de valoración de la identidad paisajística dentro de la arquitectura: Calidad y fragilidad urbana	78
3.4.	Potencialidades y problemas.....	82
4.	Capítulo IV	83
4.1.	Estrategias e intervenciones.....	83
4.2.	Propuesta urbana a nivel de anteproyecto.....	84
4.2.1.	Identidad.....	84
4.2.2.	Estructura.....	87
4.2.3.	Significado:.....	104
5.	Capítulo V	110
5.1.	CONCLUSIONES.....	110
5.2.	RECOMENDACIONES.....	111
	Referencias bibliográficas	112

INDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Componentes de la imagen urbana.....	15
Tabla 2:	Elementos de organización visual.....	27
Tabla 3:	Tabla de la calidad visual del paisaje.....	27
Tabla 4:	Tabla de la calidad escénica.....	28
Tabla 5:	Tabla de la fragilidad visual del entorno del punto.....	29
Tabla 6:	Tabla de la fragilidad visual del entorno del entorno.....	30
Tabla 7:	Tabla de fragilidad por accesibilidad.....	30
Tabla 8:	Tabla de valoración de los componentes de la calidad visual.....	31
Tabla 9:	Valoración de la fragilidad visual.....	31
Tabla 10:	Componentes de la imagen urbana.....	32
Tabla 11:	Datos generales del mercado Santa Caterina.....	32
Tabla 12:	Mobiliario y señalización urbana ubicados en las calles principales del mercado Santa Caterina.....	42
Tabla 13:	Datos generales del mercado 9 de octubre.....	45
Tabla 14 :	Mobiliario y señalización urbana ubicados en las calles principales del mercado. Fuente: Elaboración propia.....	54
Tabla 15:	Datos generales del mercado Tirso de Molina.....	57
Tabla 16:	Mobiliario y señalización de las calles principales del Mercado Tirso de Molina.....	65
Tabla 17.	Estrategias de intervención que se realizó en los casos de estudio	68

Tabla 18: Elementos urbanos del mercado 25 de junio.....	75
Tabla 19 Potencialidades y problemas de la imagen urbana del sector de estudio.....	82
Tabla 20 Estrategias e intervenciones basados en los componentes de la imagen urbana.....	83

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Regeneración antes y después de la calle padre Alonso, Santiago de Chile	4
Figura 2. Conclusión de concepto de la regeneración urbana según diferentes autores.....	6
Figura 3: La Ciutat Vella antes de la regeneración	7
Figura 4: Símbolo de la acupuntura urbana.....	8
Figura 5: Estación de bus en forma de tubo, ciudad de Curitiba	12
Figura 6: Boceto de calle como espacio público.....	18
Figura 7: Interacción entre vendedor y cliente en el mercado Halles Centrales, París.....	19
Figura 8: El ágora de Atenas.....	21
Figura 9: Mercado del campillo, ubicado al norte de Castilla -España	22
Figura 10: Perspectiva de Mercado Halles centrales de Paris	23
Figura 11: Mercado de Leipzig	24
Figura 12: Macro y Micro Ubicación del mercado Santa Caterina.....	33
Figura 13: Iglesia Santa Caterina.en el Siglo XIII	34
Figura 14: Perspectiva del antiguo mercado de Santa Caterina	35
Figura 15: Forma y Volumetría.....	36
Figura 16: Análisis de la forma cubierta.....	37
Figura 17: Calles principales del mercado Santa Caterina.....	38
Figura 18: Calle principal Av. Francesc Cambo.....	39
Figura 19: Calle secundaria Carrer de Freixures.....	40
Figura 20: Calles secundarias Carrer d' En Giralt Pellicer y Carrer de Colomines	41
Figura 21: Jardineras	42
Figura 22: Luminarias.....	42
Figura 23: Bolardo.....	42
Figura 24: Señalización.....	42
Figura 25: Ubicación de mobiliario en las calles principales del mercado.....	43
Figura 26: Vista lateral del mercado Santa Caterina	44
Figura 27: Macro y micro ubicación del mercado 9 de octubre	45
Figura 28: Mercado 9 de octubre antes de la regeneración	46
Figura 29: Perspectiva del mercado 9 de octubre después de las intervenciones.....	47
Figura 30: Forma y volumetría igual al tiempo.....	48
Figura 31: Fachada del mercado 9 de octubre	48
Figura 32: Calles principales del mercado 9 de octubre.....	49
Figura 33: Calle Gaspar Sangurima ubicada al norte del mercado	50
Figura 34: Calle Mariano Cueva ubicado al este del mercado	51
Figura 35: Calle Mariscal Lamar ubicada al sur del mercado.....	52
Figura 36: Calle Hermano Miguel ubicado al oeste del establecimiento	53
Figura 37. Jardineras.....	54
Figura 38. Luminarias.....	54
Figura 39: Bolardos.....	54
Figura 40: Ubicación de mobiliario en las calles principales del mercado.....	55
Figura 41: Antes y después del mercado 9 de octubre.....	56
Figura 42: Macro y micro ubicación del mercado tirso de Molina.....	57
Figura 43: Vista frontal del mercado Tirso de Molina.....	58
Figura 44: Forma y volumetría del mercado Tirso de Molina	59
Figura 45: Diseño de cubierta del mercado tirso de Molina.....	60
Figura 46: Relación del mercado Tirso de Molina con el contexto	60
Figura 47: Calles principales del mercado Tirso de Molina	61
Figura 48: Av. Sta. María. Ubicada al sur del mercado	62
Figura 49: Av. La Paz ubicada al oeste del mercado.....	63
Figura 50: Calle Artesanos Este.....	64

Figura 51: Alcorques	65
Figura 52: Luminarias.....	65
Figura 53: Bolardos	65
Figura 54. Barandales	65
Figura 55: Ubicación de mobiliario y señalización del mercado Tirso de Molina	66
Figura 56. Antes y después del mercado Tirso de Molina.....	67
Figura 57. Macro y micro ubicación del mercado 25 de junio.....	70
Figura 58 Forma y volumetría del mercado 25 de junio	72
Figura 59.Semáforo en la calle colón.....	75
Figura 60.Cableado eléctrico	75
Figura 61. Señalización para estacionamiento de personas con discapacidad.	75
Figura 62: Ubicación del mobiliario urbano y señalización del mercado 25 de junio	76
Figura 63. Estado actual del mercado 25 de junio.....	77
Figura 64. Estado actual de la fachada principal del mercado 25 de junio	77
Figura 65: Rueda de las emociones según Plutchik.....	85
Figura 66. Selección de colores según la rueda de Plutchik	85
Figura 67. Elementos que forman parte de la estructura de la imagen urbana del sector del mercado 25 de junio.....	87
Figura 68. Distribución de aceras.....	88
Figura 69. Geometría de aceras	89
Figura 70 Diseño de materiales en las aceras.....	90
Figura 71. Ubicación de semáforos.....	91
Figura 72. Diseño de vado peatonal	92
Figura 73 Sección de vado peatonal.....	92
Figura 74. Geometría del paso peatonal.....	93
Figura 75. Ubicación de los pasos peatonales en las intersecciones.....	94
Figura 76. Señalización de calles.....	95
Figura 77. Señalización informativa de velocidad permitida	95
Figura 78. Señalización preventiva	96
Figura 79. Geometría de la calzada	97
Figura 80. Radios de giro.	98
Figura 81. Idea rectora para mobiliario	99
Figura 82. Operaciones de diseño para generar las bancas	99
Figura 83. Diseño de banca implementando jardinera	100
Figura 84. Diseño de banca ergonómicas para niños.	101
Figura 85. Operaciones de diseño para generar los basureros.....	102
Figura 86. Basurero desmontable	102
Figura 87. Boceto de la calle Victoria Peña	103
Figura 88. Diseño de bolardo	104
Figura 89: Perspectiva del anteproyecto con intervenciones en la imagen urbana	105
Figura 90: Perspectiva aérea de las calles Vicente Peña Reyes y Cuenca	105
Figura 91: Imagen urbana de la calle Vicente Peña Reyes.....	106
Figura 92. Bancas y basureros que se integran al contexto.....	107
Figura 93: Paso y vado peatonal.....	107
Figura 94: Imagen urbana de las calles Manuel Moreno y Cuenca.....	108
Figura 95: Mobiliario y señalización en el sector del mercado	109
Figura 96: Mobiliario y señalización en el sector del mercado	109

Capítulo I

1.1. Introducción

Los mercados son espacios que, desde el inicio de la humanidad, han estado presentes en el desarrollo urbanístico de pueblos y ciudades. Con el paso del tiempo, estos equipamientos urbanos se convierten en una parte fundamental de la ciudad, ya que contribuyen, integran y desarrollan actividades en el espacio público (Vispe, 2017). En el pasado estos establecimientos eran visto solo como proveedores de insumos; sin embargo, en la actualidad son considerados espacios donde existe un intercambio cultural y de tradiciones entre visitantes y habitantes. Los mercados han evolucionado en estructura, función y significado; por ello, son valorados como parte de una identidad local

Es por lo mencionado anteriormente que la presente investigación se centra en el sector donde se encuentra el mercado 25 de junio del cantón Gualaceo. Este establecimiento es uno de los que más beneficios económicos y turísticos generan. Sin embargo, a lo largo de los años su imagen urbana se ha deteriorado por el mal uso del espacio público.

Por ello, se busca desarrollar un anteproyecto de regeneración a través de la imagen urbana. Sin embargo, antes de comenzar, es necesario llevar a cabo un proceso informativo e investigativo. En el cual se generará un marco teórico referencial sobre los conceptos básicos de regeneración urbana e imagen urbana, que servirán como base para el desarrollar del anteproyecto. Posteriormente, se realizará un análisis de tres referentes, a nivel nacional e internacional con el fin de identificar estrategias proyectuales. Finalmente, se establecerá problemáticas y potencialidades del sector del mercado 25 de junio en relación con la imagen urbana

1.2. Problemática

El cantón Gualaceo ubicado en la provincia del Azuay cuenta con esplendidos paisajes, climas cálidos y sobre todo genera exquisitas comidas típicas. Cuando se habla de turismo en Gualaceo sobre todo de comida típica, lo primero que se desea

visitar es su mercado, el cual presenta una gran variedad de productos agrícolas y gastronómicos convirtiéndose en un establecimiento de suma importancia. El equipamiento es conocido por moradores y turistas como el mercado 25 de junio, el mismo no es solo importante por su producción económica y turística sino también por la identidad cultural del cantón.

Este establecimiento ha ido evolucionando junto al crecimiento del cantón Gualaceo. Sin embargo, el establecimiento a cubierto algunas necesidades de los habitantes, pero ha producido problemas urbanísticos en el sector con respecto a la imagen urbana. La imagen urbana se encuentra afectada por varios factores que están encadenados por diferentes variables. Se plantea como hipótesis lo siguiente:

Problemas en la imagen urbana del sector como: contaminación auditiva que es provocada por la congestión vehicular de motorizados públicos o privados. La congestión vehicular es producida por la falta de una planificación de desembarque de productos. Este factor crea un problema específico a los moradores del sector, puesto que los vehículos interfieren al ingreso o salida de las viviendas.

La degradación de la imagen paisajística, se ve afectada por problemas en el saneamiento, electrificación, asfaltados e infraestructura. Por ejemplo, existe un excesivo cableado aéreo, el cual es de alto riesgo para los habitantes y genera contaminación visual. No cuenta con mobiliario adecuado y necesario como: botes de basura, paradas de transporte, señalética y los semáforos peatonales/vehiculares, no están en buen estado. Existe un desorden en las actividades de la zona como el uso de la vía pública como estacionamientos improvisados para los vehículos. Estos factores son los que han afectado negativamente a la imagen urbana, ya que agrega una inseguridad, insalubridad y obstaculización en los trayectos.

Justificación

Lynch (1978) sugirió que una imagen urbana eficaz, requiere de elementos que hacen auténtico a un lugar o espacio. Gordon Cullen, dice que la imagen urbana de una ciudad se consigue mediante la forma y el impacto emocional que perciben las personas (Benitez, 2015). En conclusión, la imagen urbana hace referencia a la

identidad que tiene un lugar para las personas. Es por esto que se propone el desarrollo de un anteproyecto del sector donde está ubicado el mercado 25 de junio de Gualaceo. Esta zona es considerada una identidad gastronómica y un generador económico y turístico.

Con este trabajo se pretende renovar el uso del espacio público, crear calidad en el turismo y confort en los moradores del sector. El anteproyecto también efectuará un aporte técnico dado que, podría utilizarse por el GAD cantonal o cualquier entidad pública o privada como guía de estrategias para recuperar dicha zona expuesta.

1.3. Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un ejercicio proyectual de regeneración a través de la imagen urbana del sector del mercado 25 de junio- Gualaceo.

Objetivo específico

1. Establecer un marco referencial teórico sobre regeneración urbana, imagen urbana e influencia de los mercados con relación al espacio público.
2. Desarrollar el análisis de mercados turísticos a nivel nacional e internacional que tengan similares problemáticas respecto a los componentes de la imagen urbana.
3. Realizar un análisis urbano de la zona, a través de los componentes de la imagen urbana y una valoración paisajística
4. Proponer un anteproyecto a través de estrategias basadas en los componentes de la imagen urbana.

1.4. Definición de regeneración urbana

El origen de regeneración urbana se remonta a los años setenta en los países europeos y latinoamericanos, debido a que sufrieron un proceso de desindustrialización que ocasionó que las poblaciones sufran crisis económicas y sociales. Esto generó varias consecuencias y una de ellas fue la destrucción, declive

y abandono de innumerables espacios públicos (Bustos & Castrillo, 2020). Ante esta problemática, las autoridades tuvieron que encontrar soluciones para que nuevamente se activara la economía es por esto que surge la idea de reconstruir la ciudad.

Para lograr este propósito de reconstrucción, se comienza interviniendo en la imagen urbana y los espacios públicos, lo que da lugar a la estrategia de mejorar, transformar o restablecer dichos espacios, estas acciones en conjunto son conocidas con el término de regeneración urbana. Aunque no existe un concepto preciso sobre la regeneración urbana, sí hay un objetivo claro: intervenir una ciudad o un espacio público con la finalidad de crear, desarrollar o construir zonas urbanas donde se genere nuevas actividades económicas o sociales, generando así un cambio en la imagen urbana (Paquette, 2020).

Con el tiempo, el término de regeneración urbana se convierte en un tema de discusión que se va impregnando en el ámbito urbanístico, dando lugar a debates, ideologías y metodologías constructivas para arquitectos, urbanistas y otros profesionales.

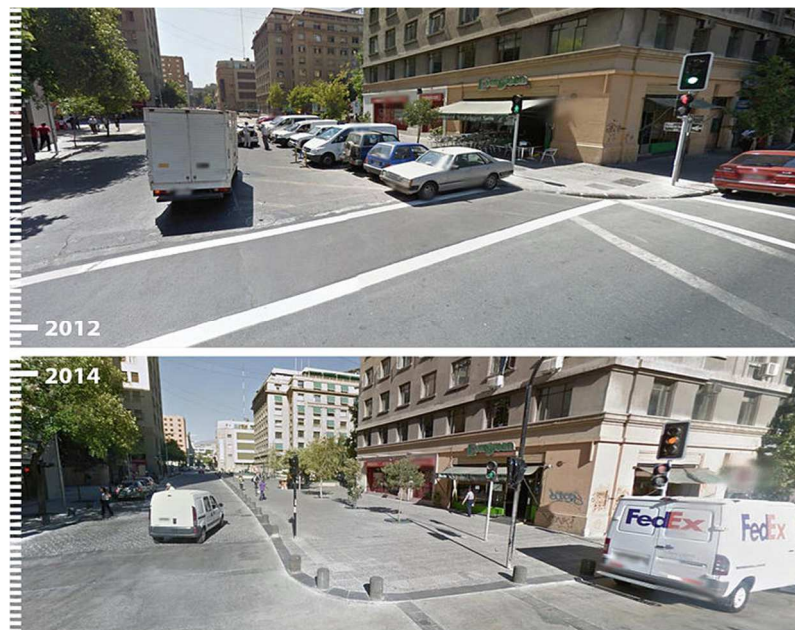


Figura 1: Regeneración antes y después de la calle padre Alonso, Santiago de Chile
Fuente: Adaptada (Urb-I, 2015).[Fotografía]. Recuperada de <https://www.plataformaurbana.cl/archive/2015/08/05/antes-despues-30-fotos-que-demuestran-que-es-posible-disenar-pensando-en-los-peatones/padre-alonso-de-ovalle-santiago-chile-2/>

Es por esto que es crucial comprender las ideas de varios autores y organizarlas de manera coherente, entendiendo y descifrando los aspectos que contribuirán a desarrollar un concepto sólido de una regeneración urbana eficaz. Por esta razón, se analizaron diferentes profesionales y artículos, como:

Los miembros de Sepes (Entidad Estatal de Suelo), Isabela Velázquez Valoria y Carlos Verdaguer, plantean que " La regeneración urbana se refiere a proyectos en sectores o espacios públicos que inciden en un suelo reutilizable; estos lugares tienen un condicionante que es, ser influyentes e importantes en menor y mayor escala en la transformación del área donde se llevará a cabo la intervención. En el proceso de regeneración aparece la participación y criterios de los ciudadanos son fundamentales la sostenibilidad en los espacios " (Velázquez & Verdaguer, 2011). Según lo planteado por la Entidad Estatal de Suelo, la regeneración implica revitalizar zonas específicas de la ciudad que tengan impacto para la vida urbana. Así, se introduce el concepto que ayuda a definir y aclarar el término de regeneración.

Estos dos autores describen a la regeneración urbana como una solución para mejorar los elementos espaciales y físicos que componen una superficie urbana que se encuentre en estado de degradación. Sin embargo, se destaca la participación ciudadana como un factor clave para lograr una regeneración urbana. Para ser más preciso, se considera que esta estrategia es una intervención determinada que va más allá del carácter físico, es decir, no se soluciona simplemente construyendo o destruyendo, sino que siempre requerirá la participación de los ciudadanos (Moya & Díez, 2012).

Con estos conceptos se inicia a construir una definición, con la idea de que la ciudad o el espacio público al momento de presentar un problema, cambio o necesidad, la regeneración urbana es una solución. Es por esto que, se nombra otra teoría escrita por el autor José Prada (2015), quien define a la regeneración poniendo como ejemplo el país del Ecuador. Este proceso comienza, en el siglo XX en la ciudad de Machala, donde hubo un auge en la exportación del banano y cacao, por consecuencia, existió un incremento de población y economía. Sin embargo, esto trajo problemas ya que, la población creció de manera acelerada y la ciudad no estaba

preparada para este cambio, lo que generó un crecimiento desordenado en la organización de la planificación urbana (Prada, 2015). Es por ello que se necesita resolver esta dificultad planteando una regeneración urbana de la ciudad. Lo que Prada intenta transmitir en su artículo, es que para que la ciudad progrese y no se quede paralizada por motivos políticos o crecimiento poblacional, se necesita una regeneración basada en las necesidades de los habitantes, pero siempre relacionándose con la ciudad.

Se puede concluir que hay un factor clave en los pensamientos e ideologías de estos autores, el cual es que la regeneración urbana se relaciona con la participación de los ciudadanos (Figura 2). Sin embargo, aunque haya una buena intervención constructiva en alguna zona específica o ciudad, si no existe una correcta utilización o función de la misma esta no progresará. Otra hipótesis urbanística, es que precisan que la regeneración urbana es una metodología de intervención, donde lo importante es reconvertir espacios o sectores urbanos que realmente modifiquen la ciudad.

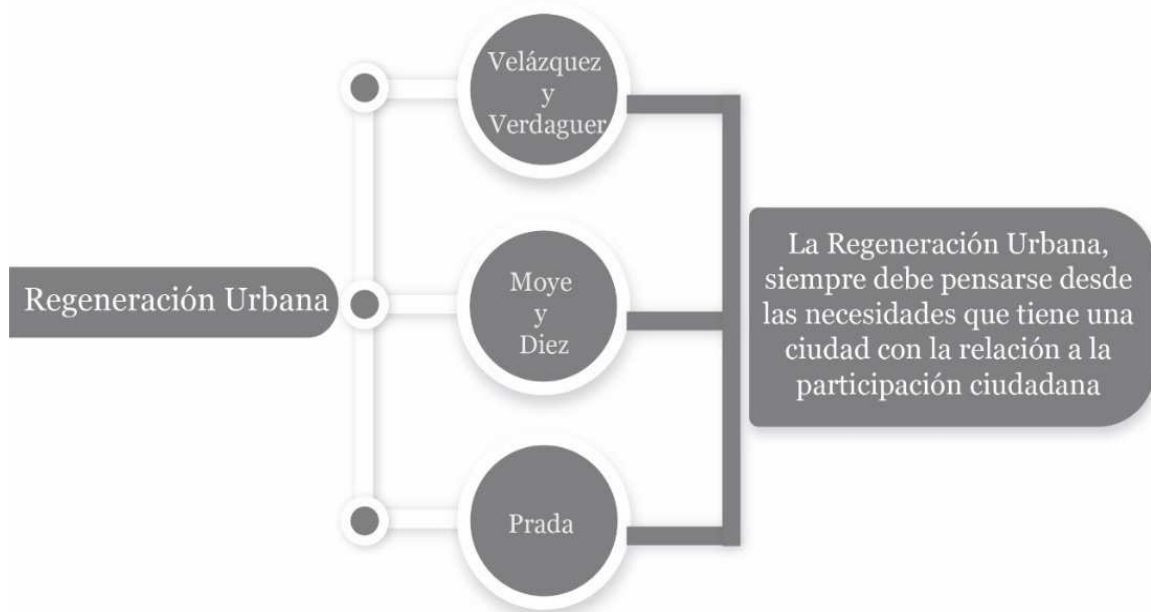


Figura 2.

Conclusión de concepto de la regeneración urbana según diferentes autores.

1.4.1. Estrategias de regeneración urbana

1.4.1.1. Modelo Barcelona

En Barcelona en los años setenta, se inició una serie de transformaciones en el proceso de desarrollo urbano, con el objetivo de recuperar el centro de la ciudad y engrandecer la periferia. Es aquí donde aparece la primera metodología que fue denominada como el Modelo Barcelona. Aunque inicialmente se planteó intervenir en toda la ciudad, se determinó que la mejor opción era renovar espacios públicos específicos. Es por ello, que su primera rehabilitación fue en La Ciutat Vella (Figura 3), que se encontraba abandonada y deteriorada. El proceso de intervención tenía como punto de partida el centro histórico de la ciudad, y de este modo se fue transformando todo a su alrededor, modificando funciones urbanas y exigiendo una participación social activa (Borja, 2010).



Figura 3: *La Ciutat Vella antes de la regeneración*

Fuente: [Fotografía]. Recuperada de <https://ajuntament.barcelona.cat/ciutatvella/es/conozca-el-distrito/historia>

1.4.1.2. Acupuntura urbana

Con el paso del tiempo se estudia, analiza y examina más las estrategias de intervención que se puede realizar en una ciudad. Es por esto que en el año 2005 se da a conocer una nueva metodología, esta fue propuesta inicialmente por Jaime Lerner y posteriormente por Marco Casagrande y Manuel Solá - Morales.

La misma se trata de "Acupuntura urbana" la cual, es una estrategia de regeneración que intenta proyectar una intervención en puntos estratégicos y que está relacionada con la participación ciudadana. Es decir, la acción principal, se enfoca en tres pasos; primero en buscar y comprender las carencias de los habitantes, segundo analizar las aspectos negativos y positivos del espacio público y tercero regenerar los sectores que se encuentren en deterioro (Ramírez & Kapstein, 2016).



Figura 4: *Símbolo de la acupuntura urbana*

Fuente: (SIAGUTATEMP, 2015). Símbolo de regeneración. [Dibujo]. Recuperada de <https://siagutatemp.wordpress.com/2015/04/08/acupuntura-urbana-arquitectura/>

Citando a (Lerner, 2004) "Una buena acupuntura urbana intenta mantener o rescatar nuestra pérdida de memoria y de identidad". Esto se ve reflejado en su libro "Acupuntura" donde menciona "Viejo Nuevo Cine", este es un programa que refuerza

la identidad cultural del estado brasileño de Paraná. Otro de los temas expuestos es "La ciudad 24 horas", que trata sobre el Zócalo de la ciudad de México, en el cual existe una fuerte aglomeración de gente por los vendedores ambulantes; aquí la acupuntura se realiza con la participación de los habitantes, brindándoles horarios de ingresos.

Con la misma idea se presenta el arquitecto Marco Casagrande, quien colabora en la definición del concepto de acupuntura urbana. El arquitecto sugiere desarrollar intervenciones puntuales en espacios públicos, los mismos son elegidos por los beneficios que dan a la ciudad (Pérez, 2016). Casagrande genera un nuevo aporte llamado "La teoría de la Ciudad de Tercera Generación". En esta teoría menciona que la regeneración urbana es un proceso de intervención donde los ciudadanos deben participar para que el territorio funcione de una manera adecuada.

A continuación, el arquitecto Solà-Morales tiene la misma referencia y propósito. Sin embargo, su aporte consiste en crear una conexión entre la ciudad y el tejido del ser humano. "Su epidermis (ciudad) es lo que estudio, disfruto y es lo que me permite sumergirme en sus estructuras más profundas. Esa arquitectura de tejidos epidérmicos es, la materia prima con que se constituye la ciudad, la cual está conformada por construcciones, texturas y contrastes" (Solà-Morales, 2008). Para Morales la acupuntura va más allá de un sutil tratamiento, ya que sostiene que debe ser un proceso de mayor amplitud, donde cada punto de intervención debe ser estratégico para tener una influencia global en toda la ciudad. Es por esto que el arquitecto Morales, crea el término de "terrain vague".

El terrain vague, hace referencia a los espacios vanos que producen una interrupción en el tejido de la piel de una ciudad, estos espacios deben representar identidad, cultura o tener sucesos históricos, para ser estratégicos al momento de intervenir (Florez, 2021). Es decir, el arquitecto Solà-Morales propone estos espacios como elementos urbanos estratégicos para intervenir y regenerar tejidos a partir de ellos.

De igual manera el arquitecto Solà-Morales sigue un proceso para llevar a cabo acupuntura urbana que consta de tres simples pasos relacionados entre sí:

la realidad actual del lugar o espacio, investigar los antecedentes y reorganizar los asuntos de la ciudad, estos pasos se desarrollan siempre en alerta a las carencias de los habitantes y los objetos que se necesitan agregar, eliminar o modificar en la piel de la ciudad. (Florez, 2021).

La acupuntura es una estrategia de regeneración, que no se puede desarrollar sino se analizan primero las necesidades de la población y posteriormente que exista la participación de los ciudadanos. Creando una comparación entre estos tres autores se puede concluir que el arquitecto Manuel de Solà-Morales crea una similitud entre la ciudad y la piel, donde el arquitecto sería el cirujano que va realizar una pequeña incisión en ciertos puntos estratégicos (terrain vague). En cambio, para Jaime Lerner, lo que tiene mayor importancia es el actuar de los ciudadanos en los espacios que se necesitan intervenir, ya que Lerner reflexiona que los habitantes deberían ayudar a “acupunturizar”. Para Marco Casagrande, la acupuntura es una metodología que conecta una zona intervenida con la ciudad y los ciudadanos. En otras palabras, para este arquitecto los espacios que se quieren intervenir deben ir de acuerdo a la ciudad, no ser regenerados solo por cumplir un proceso sino por crear una solución para todo el entorno y esto debe ir conjuntamente con la participación ciudadana para así lograr la llamada “ciudad de la tercera generación”(Florez, 2021). Con una breve conclusión, la regeneración urbana y sus estrategias se resumen en una sola idea que es: “Intervenir cualquier espacio público basándose en necesidades de los usuarios que los habitan y que dichos espacios creen un progreso en la ciudad ”

Ejemplos de regeneración urbana.

Concretando todo lo descrito anteriormente, se puede decir que la regeneración urbana es considerada una necesidad para potenciar un espacio público convirtiéndose en una estrategia de intervención. Donde la reconstrucción o intervención total del sitio solo funcionará, si se resuelve las necesidades de la

población y si existe la participación de los habitantes. Para entender mejor las estrategias o conceptos de regeneración urbana se exponen algunos ejemplos.

El primer ejemplo de regeneración, es cuando las obras inician en los espacios público los mismos eran fundamentales para el progreso de una ciudad. Uno de ellos fueron los mercados públicos, los cuales llegaron a ser considerados como espacios estratégicos para impulsar la transformación urbana de las ciudades, es por esto que se crea el Instituto Municipal de Mercados de Barcelona. El cual tiene como objetivo transformar los mercados en espacios armoniosos y turísticos.

Otro ejemplo de regeneración urbana es la que se realizó en la ciudad de Curitiba, donde el arquitecto Jaime Lerner era alcalde. En la mayoría de los casos, existe un exagerado incremento de la ciudad, lo cual genera varios problemas y uno de ellos es el aumento de tráfico automovilístico, que por ende también desarrolla otros factores como: la contaminación, desconexión en cada espacio existente, etc. La ciudad de Curitiba no era la excepción, es por ello que Jaime Lerner toma la decisión de intervenir puntos específicos donde existía mayor congestión vehicular.

El arquitecto crea una solución donde el protagonista es el transporte público, así inició el desarrollo de un sistema estructural de pasillos que están ordenados por cinco grandes ejes radiales los cuales, inician desde la periferia y su sitio de llegada es el centro de la ciudad (Pérez, 2016). Este proyecto concluyó implementado unas “estaciones-tubo” (Figura 5), donde solamente ingresaban los vehículos que estaban diseñados con respecto a estas estaciones, un dato importante sobre estos coches es que abarcan un mayor número de personas y van a una velocidad superior al vehículo común. (Pérez, 2016).



Figura 5: Estación de bus en forma de tubo, ciudad de Curitiba

Fuente: (Arquitectura, 2010). Estación de bus en la ciudad de Curitiba. [Fotografía]. Recuperada de http://2.bp.blogspot.com/_IBWPPsPQZcc/TLgEUOpN2YI/AAAAAAAAHrU/U9BKuwGhkrG/s1600/bus+c uritiba.jpg

También se realizó otra regeneración en Curitiba, donde su objetivo principal era recuperar la esencia e identidad de la ciudad. Es así que aparece el proyecto llamado "Viejo cine nuevo", el cual se restablece la cultura de la ciudad rescatando los cines municipales. Esto fue generado de igual manera por Jaime Lerner, donando equipos modernos para poder crear circuitos de cine nacional y artístico (Lerner, 2004).

1.5. Imagen urbana

Antes de profundizar en la imagen urbana, es necesario explicar estos dos términos por separado:

Imagen: Según Moles la imagen es " Un soporte de comunicación visual de un fragmento del entorno " (Moles, 1991).

Urbano: El término urbano, descrito por la Real Academia Española como "Perteneiente y relativo a la ciudad ". En ámbito de la arquitectura la palabra urbano abarca muchas ideas, es por esto que se menciona a Castells (1972), quien propone que lo urbano es la unidad económica, política e ideológica, las cuales al estar en conjunto crean una ciudad (Valdivia, 2014).

Estas dos definiciones crean lo que conocemos como "Imagen urbana". Estas palabras juntas hacen su primera aparición en el año de 1960 gracias a Kevin Lynch y su libro "The image of the city"(Inzulza et al., 2019). El arquitecto Kevin Lynch inicia una investigación más profunda y relaciona que la imagen urbana siempre se enlazaría directamente con la cultura, debido a que estos aspectos conjugados forman identidad para los residentes o visitantes de una ciudad o pueblo.

De igual manera, Armando Silva menciona que la imagen de una ciudad se va formando a través de aspectos físicos y estos van construyendo lo simbólico (Silva, 2006). Es decir, un establecimiento que llama la atención a los ciudadanos comienza a generar diferentes actividades (compras, descanso, turismo, meditación, etc.) o se convierte en puntos de encuentro, entonces es aquí cuando el habitante crea un lazo simbólico con el equipamiento.

Al leer el "Manual de protección y mejoramiento de la imagen urbana en ciudades turísticas con patrimonio histórico ", se entiende a la imagen urbana, como la suma de componentes naturales y edificados que constituyen el paisaje en una ciudad. Sin embargo, para obtener un contexto entre los elementos, estos deben estar obligados a tener un dominio óptimo, en la estructura de elementos como; forma, textura y color. Para que una imagen urbana se impregne en la mente de los ciudadanos o turistas es necesario que exista una relación entre lo sensible y lo lógico; lo natural y artificial, de esta manera se logra una composición agradable y armonioso (Urbanos, 1997).

Imagen urbana respecto a la identidad cultural

«Si el urbanismo desea preservar la mínima esperanza de convertirse en una actividad científica, lo puede hacer solo si registra sus "historias", intentando detectar las "regularidades" que las gobiernan» (Friedman, 1971: 68).

De acuerdo a Brenda Callejas (2009) autora de la tesis "Imagen y contextos urbanos", la imagen en una ciudad se comprende como un juicio subjetivo de diferentes estilos de vida, acciones culturales o identidades, que se expresan a través de mensajes entre las diversas comunidades que lo conforman; en otra palabras, la imagen urbana se presenta como un lenguaje de comunicación pública (Callejas,

2009). Por lo tanto, el concepto de imagen urbana se va moldeando por los criterios de cultura, identidad, política y participación social de un pueblo. Es por esto que se encadena a la imagen urbana con la identidad cultural.

Estos términos descritos se definen entre sí ya que, la identidad cultural y la imagen urbana, se crean por medio de las actividades diarias o costumbres que realizan los ciudadanos en sitios comunes o puntos de encuentro como; barrios, colonias, corredores, áreas verdes, parques, áreas recreativas, calles y mercados, es por ello que estos conjuntos urbanos, empiezan a representar simbolización para la población (Callejas, 2009). Para ser más precisos, la imagen urbana surge a partir de los acontecimientos que tienen lugar en una ciudad, contribuyendo así a la formación de la identidad cultural.

Un claro ejemplo es; Cuando se escucha el proceso de la paja toquilla, la mente de las personas relacionan esta actividad directamente con el país del Ecuador. Otro ejemplo es la fe y religión que se enlaza con la ciudad de Cuenca o la gastronomía con el cantón Gualaceo, todas estas acciones son lo que crea la identidad. Es por todo lo mencionado que se concluye que la imagen urbana siempre se relacionará con la identidad cultural de una ciudad.

1.5.1. Componentes de la imagen urbana:

Otro dato de este término urbanístico, es que cuando se habla de imagen urbana, se relaciona directamente con el urbanista Kevin Lynch, quien piensa que el ser humano capta un ambiente, sitio u objeto. Lo escoge, organiza y da un significado, creando así una identidad a lo que observa (Lynch, 1959).

Lynch fue el creador del primer libro que habla de este tema, el cual es conocido como "The Image of the city". En este libro se menciona diferentes argumentos que ayudan a comprender el paisaje a través de la observación del usuario. Lynch expone temas como: La imagen del medio ambiente, tres ciudades, la imagen de la ciudad, la forma urbana, etc. Sin embargo, existe uno en específico que ayuda a la correcta lectura de la imagen en la ciudad y es: "Estructura e Identidad" este contenido describe

como debe estar compuesta la imagen urbana y se subdivide en los siguientes elementos: identidad, estructura y significado (Tabla 1).

1.5.1.1. Identidad.

La identidad es la individualidad o autenticidad que reconoce el observador. Según (Kubat, 2010) la forma crea la identidad. Basándose en este concepto se analiza la forma, textura, color e historia del lugar que se necesita examinar. Un punto que se puede agregar a la identidad es el análisis del paisaje ya que este también crea una identidad en el contexto.

1.5.1.2. Estructura.

Con respecto a la estructura se refiere a la organización del contexto del lugar, es decir "la imagen debe introducir una relación espacial entre el objeto y observador"(Lynch, 1959). Para una mejor comprensión, la estructura hace alusión al aspecto morfológico de un espacio público analizando elementos como: usos de suelo, elementos urbanos, sistema vial, espacios vacíos, etc (Tabla 1).

1.5.1.3. Significado.

El componente "significado" se refiere a cómo una ciudad puede incorporar un concepto mediante la imagen, el cual se logra a través de espacios, monumentos o zonas integradas a la ciudad. Esto permite que el observador pueda identificar cualidades y valores simbólicos.

Según Espinoza (2012), estos tres componentes (Identidad, estructura y significado), están formados por distintos elementos, lo que lleva a una clasificación detallada de cada uno de ellos para desarrollar un análisis sobre la imagen urbana.

Tabla 1: Componentes de la imagen urbana.

Componentes de la imagen urbana			
Componente	Elementos		
Identidad	- Forma.	Historia	La historia de un lugar es la esencia que crea una identidad de pertenencia para el usuario

		El estudio de la forma tiene el objetivo de identificar, si el objeto o construcción tiene una identidad en el entorno.	Textura
			Color
			Materialidad
			Análisis de tramos
Estructura	-Sistema vial.	En este análisis se observa si el sitio de estudio, tiene accesibilidad automovilística. Se analiza el estado y morfología de las vías	Vía arterial
			Vía local
			Vía peatonal
			Materialidad
	- Uso del Suelo.	Estudio para definir las características de una zona antes de comenzar una intervención.	Dimensiones
			Uso comercial
			Uso residencial
			Uso mixto
			Uso administrativo
			Uso educativo
	-Elementos urbanos.	Los elementos urbanos son equipamientos que hacen a una zona segura y armoniosa para el usuario.	Uso recreativo
			Mobiliario
			Vegetación
			Señalización
Significado	-Imagen resultante.	Es el reconocimiento del observador que tiene ante un objeto.	La imagen urbana otorga un significado a cualquier sitio.

Elaboración: Propia.

1.6. El espacio público y mercado.

Desde los inicios de la vida humana, se han fijado puntos de encuentro para la interacción social. Por ejemplo, las primeras civilizaciones tenían espacios destinados al trueque e intercambio de productos y cultura, lo que contribuyó a su evolución y desarrollo. En la actualidad no es diferente en la ciudad, ya que existen lugares como calles, plazas, jardines, mercados, parques, entre otros, donde los habitantes se reúnen y generan su vida social. Estos lugares se definen como "espacios públicos.

Relacionando el concepto anterior, se recalca la definición de espacio público según la Ley Orgánica De Ordenamiento Territorial, Uso Y Gestión De Suelo (2005), que menciona al espacio público como zonas de la ciudad en las cuales los habitantes poseen derechos de recorrer o realizar actividades libremente, estos han sido creados y fabricados con el objetivo de uso social, recreacional o de reposo, donde suceden acciones grupales materiales, simbólicas y reuniones entre la población (LOOTUGS, 2016). Otro concepto desde un enfoque urbano, es que los espacios públicos pueden

ser un conjunto de recursos de uso colectivo que tienen el fin de cumplir necesidades independientemente de la escala o función (Holguín, 2018).

El concepto de espacio público, tiene una amplia información, pero todos llegan a un solo punto, es un lugar de acceso independiente en el cual los usuarios realizan todo tipo de actividades. En la información anterior se mencionan necesidades o acciones de los habitantes, esto se debe a que los espacios públicos se estructuran en formas y modos diferentes basándose en las actividades de los individuos (Callejas, 2009).

1.6.1. La calle como espacio público.

Posteriormente de condensar la información sobre el espacio público, se hace una indagación de un espacio en particular que ayudará a solventar este tema, el cual es el concepto de calle. La historia de la calle es más antigua que de la ciudad, ya que se dice que apareció mucho antes de que los pueblos se asentaran, dado que las primeras civilizaciones creaban caminos al momento de desplazarse de un sitio a otro. El término calle se refiere a un espacio delimitado que se encuentra entre edificios o casas, que separa el espacio público del privado, pero que a su vez conectan un lugar con otro (Camacho & Moscozo, 2022). Otra característica de las calles es que son las que ayudan a identificar a los ciudadanos o turistas los equipamientos, casas, parques, etc. existentes en una ciudad.

Se cree que las calles solamente tienen el objetivo de brindar circulación a vehículos, pero es importante considerar que las calles son mucho más que eso. En realidad, las calles son el escenario donde se desarrolla la vida cotidiana. Esto se debe a que en las calles se encuentran las conexiones de servicios básicos como agua, luz, alcantarillado, además de servir como vías de comunicación entre ciudades, transporte de materiales de construcción, insumos alimenticios y escenarios de manifestaciones o procesiones. En resumen, las calles son espacios de convivencia, interacción social y cultural. Por otro lado, al mencionar la palabra "calle", muchas personas tienden a asociarla automáticamente con otro elemento que está vinculada a ella y creen que están compuestas el uno por el otro, pero no es así, esto hace referencia a la acera.

Sin embargo, es importante destacar que la acera es otro elemento completamente distinto. Aunque se encuentre junto a las calles, las aceras tienen diferentes objetivos. Estas zonas son consideradas incluso más importantes que la calle, ya que están diseñadas para garantizar la seguridad de los peatones. Además, las aceras también son consideradas puntos de encuentro y largos pasillos que permiten a las personas conocer y disfrutar de una ciudad. Por estas razones, el diseño y construcción de calles y aceras se debe basar en las necesidades de la ciudad y de la comunidad. Siempre deben estar compuestas por elementos funcionales para proporcionar una circulación vehicular y peatonal adecuada.



Figura 6: Boceto de calle como espacio público.

Fuente: Las calles deben ser espacios donde un individuo pueda relacionarse de manera armoniosa y segura. (Muñoz, 2013) [Ilustración]]<https://www.plataformaurbana.cl/archive/2013/04/18/patrimonio-espacio-publico-y-sustentabilidad-urbana/#more-57305>

1.7. El mercado como espacio de encuentro.

“ El mercado se define como un espacio público por excelencia en pueblos y ciudades, siendo el protagonista de una poderosa identidad (González, 2011)”.

Con lo analizado sobre el concepto de espacio público, se puede vincular a los mercados como uno de ellos. Se llega a esta conclusión ya que, estos establecimientos

son los que generan construcción social para los ciudadanos, no solo a nivel donde están emplazado sino en todas las calles y zonas que lo rodean.

Los mercados son establecimientos que se relacionan con acciones comerciales que tienen el objetivo de abastecer a una ciudad y mantener la actividad urbana, esto tiene como consecuencia el desarrollo de intercambios económicos, sociales y culturales (Baquero, 2011).



Figura 7: Interacción entre vendedor y cliente en el mercado Halles Centrales, París.
Fuente: La relación directa entre el vendedor y comprador, es la esencia de cualquier mercado. (Alamy, 1899). Mercado Halles, París.[Fotografías]. Recuperada de <https://www.alamy.es/foto-paris-halles-centrales-vintage-postal-1900-95731209.html?imageid=9414DE0D-DED1-4C03-B134->

Según Robles(2014), en su artículo define al mercado, como un equipamiento social que está fundamentado en una la relación de seguridad y amistad entre mercader y cliente, donde se fomentará una circulación de intercambios de conocimientos gastronómicos o culturales (Robles, 2014). Se menciona esta convivencia entre vendedor y comprador ya que, esto ha incrementado y creado una nueva oferta turística cultural. Es por esta razón que en la actualidad los mercados han adquirido otra perspectiva de función, ya no son considerados solo como centro de abasto sino como establecimientos de puntos de encuentro que generan turismo y por ende desarrollo económico a las ciudades. Por ejemplo, en algunas ciudades de América Latina como, el Mercado 9 de octubre que está ubicado en el centro histórico

de la ciudad de Cuenca-Ecuador o el mercado 25 de junio del cantón Gualaceo, son equipamientos que se han convertido en espacios que representan tradición, cultura y actividad económica de una ciudad.

Los mercados han experimentado un crecimiento significativo en el ámbito turístico, lo que ha generado cambios importantes en las ciudades. Esta nueva función de los mercados impacta tanto en los comerciantes como en los residentes y usuarios, modificando su uso tradicional (Crespi & Domínguez, 2016). Por todo lo mencionado, la importancia de un mercado trasciende su estructura física, siendo un reflejo vivo de la cultura y la identidad de una ciudad.

1.7.1. Evolución de los mercados en las ciudades.

Los mercados comenzaron con el único propósito de facilitar el intercambio de productos entre pueblos y dentro de la ciudad. Sin embargo, este establecimiento se convirtió en una estrategia de arquitectura y urbanismo que contribuye en el crecimiento y desarrollo a las ciudades (Vispe, 2017). El diseño original de los mercados se basaba en la disposición de los espacios no edificados de la ciudad, como: plazas, plazuelas, calles, cruces y soportales, que eran considerados espacios públicos (Guárdia & Oyón, 2010). Para comprender mejor la forma y origen de los mercados, es útil retroceder en el tiempo, cuando estos lugares eran conocidos como plazas de abastos y eran el centro de la vida urbana. Este concepto inicial se designa con el nombre de "ágora". En la antigua Grecia el ágora era uno de los primeros espacios públicos al aire libre, con una estructura rectangular delimitada por columnas (Figura 8). Su propósito era servir como lugar para la organización política, anuncios cívicos y discusiones de los habitantes, al mismo tiempo que ofrecía productos de primera necesidad a los ciudadanos locales y forasteros (Mirón, 2014).



Figura 8: El ágora de Atenas

Fuente: El ágora fue el primer espacio considerado punto de encuentro donde se realizaba diversos intercambios. (Kamilalis, 2017). El ágora de Atenas. [Fotografía]. Recuperada de <https://www.worldhistory.org/image/6811/temple-of-hephaestus/>

Para fundamentar el concepto “La ciudad se ha desarrollado alrededor de los mercados”, se expone a la plaza mercado Salisbury – Inglaterra. Esta plaza es un ejemplo importante de las modificaciones del mercado ya que, en este sitio se desarrolla las actividad partiendo desde el espacio público hacia las edificaciones adyacentes que simbolizan a la zona, actualmente es un mercado con un alto grado de turismo (Baquero, 2011).

Evolución del mercado en su función.

Hoy en día, el mercado ha evolucionado en dos aspectos en su estructura y función: Estos aspectos han influenciado en el progreso urbanístico, económico, social, cultural y turístico de la ciudad. Para aclarar estas ideas se acude a la historiadora María Cabañas quien explica el progreso de la función del mercado, tomando como ejemplo, al mercado de la ciudad de Cuenca en Castilla-España (Figura 9). Este establecimiento se desarrolló por tres modalidades con respecto a la función: La feria, el mercado semanal y mercado diario.

La feria, se realizaba por quince días corridos, pero no tuvo una evolución por la crisis del siglo XV. Es por esto que aparece el mercado semanal, el cuál contaba con una organización espacial de los productos que se vendían y el comercio iniciaba solo

los días martes. Sin embargo, la población comenzó a aumentar y se necesitaba abastecer a los habitantes, es por ello que aparece el mercado diario. En esta etapa ya se tenía definido los espacios de venta y ya no tenía solo el objetivo de abastecer, sino de aumentar la economía. Es así, que esta modalidad se consolidó como un eje comercial y permanece hasta la actualidad.



Figura 9: Mercado del campillo, ubicado al norte de Castilla -España

Fuente: Los mercados de abastos se convirtieron en una tradición histórica. (Valladolid, La Mirada Curiosa, 2015). Mercado del campanillo. [Fotografía]. Recuperada de https://jesusantaroca.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/01/mercado-campillo_01.jpg

Evolución del mercado en la estructura:

Para analizar la estructura de los mercados, se toma como referencia a Manuel Guárdia Bassols, José Luis Oyón Bañales y Paula Ramos López quienes han realizado diferentes investigaciones que hablan de este desarrollo, sin embargo, en estos trabajos no solo hablan de la parte estructural o material sino del valor cultural que ha creado, es aquí donde aparece el tema de "turistificación". La evolución de los mercados consta de cuatro generaciones que inicia desde el año 1800 a 2000:

Primera generación (1800-1850): A nivel mundial los mercados de abastos son considerados parte fundamental de la parte económica de las ciudades. Como se explicó en temas anteriores el mercado inició siendo una plaza descubierta, pero en esta etapa se toma la decisión de que el mercado ya no esté al aire libre, sino que se

implemente una cubierta. La cubierta, sería la nueva estructura del establecimiento teniendo dos objetivos, el primero brindar protección y segundo crear una separación entre la calle y el mercado. Es por ello que los mercados inician a ser completamente cubiertos y edificados, pero esta nueva implementación es para perfeccionar la calidad de la imagen urbana, mantener un orden e higiene en la ciudad. Con estos cambios estructurales el concepto de los mercados, comienza a orientarse a una arquitectura basada en solidez, belleza y comodidad.

Segunda generación (1850-1900): En esta etapa aparecen nuevos materiales de construcción como, el hierro y vidrio los mismo fueron utilizados para la estructura de los equipamientos. El primer mercado que fue construido con estos materiales es el mercado Les Halles Centrales de París, diseñado por Víctor Baltarde (Figura 10). Este diseño se convirtió en un modelo para los países europeos y latinos. En el año de 1868, con el comienzo del Sexenio Democrático, se dio importancia a los servicios municipales y comenzó la generación de los nuevos mercados (Ramos, 2020).



Figura 10: Perspectiva de Mercado Halles centrales de Paris
Fuente: (Outhwaite, 1863). Perspectiva del Mercado Halles. [Dibujo]. Recuperada de <https://www.loc.gov/item/2006686191/>

Tercera generación (1900-1950): En este periodo se desarrolla la primera y segunda guerra mundial, estos acontecimientos generaron graves consecuencias como la escasez de materiales constructivos, sobre todo del hierro. Es por esto que

los profesionales de la construcción sustituyen el hierro por otro material. Es aquí cuando se implementa el hormigón como nuevo material, el mismo se convirtió en el más utilizado para la construcción, sobretodo de los mercados. Donde se puede evidenciar por primera vez estos materiales en los mercados de Fráncfort y Leipzig (Figura 11).

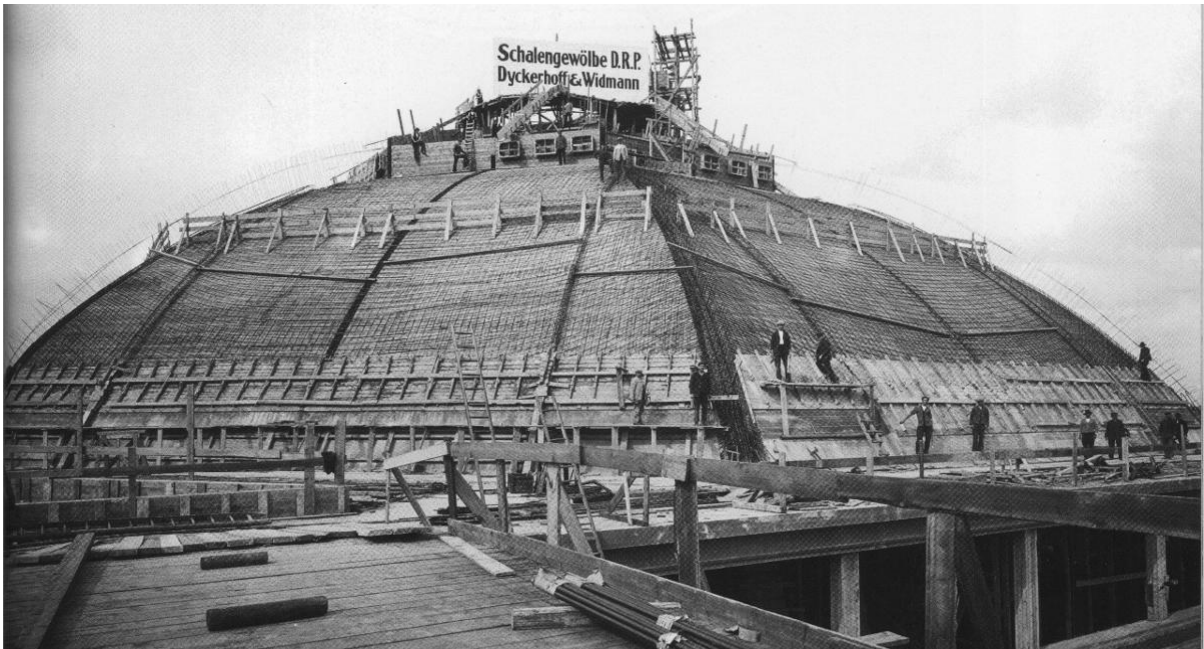


Figura 11: Mercado de Leipzig

Fuente: En la actualidad este establecimiento está protegido y su función es de una sala de usos múltiples. Construcción de la estructura de la cúpula. (Walter, 1928). [Fotografía]. Recuperada de https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/c/c9/AHW_Bau_Kuppelkonstruktion_Grossmarkthalle_Leipzig_1_9_1928.jpg

Turistificación: Gracias a la cuarta generación e implemento de nuevos servicios, el mercado de abastos ya no se utiliza solo para la venta y adquisición de artículos, sino se convierte en un sitio turístico, en el que se puede apreciar gastronomía, productos manufacturados por artesanado e identidad cultural de la ciudad. Es así como nacen los mercados turísticos y la modalidad de buscar destinos en donde las experiencias sean de espectadores que escogen un lugar para conocer la cultura e incluso obtener aprendizaje de los nativos de la ciudad (Chiriboga et al., 2019). Es aquí que aparece el termino de "turistificación", el mismo ha tenido un mayor impacto en los años 90, este nuevo concepto influye directamente desde la tipología

hasta la función de cualquier mercado. La turistificación es un aspecto que se centra en cumplir las necesidades de los visitantes, es por esto que los alrededores de los mercados inician a generar desconfort a los habitantes originarios de la zona.

1.8. La identidad paisajística dentro de la arquitectura: Calidad y fragilidad urbana.

1.8.1. Paisaje

El paisaje es el conjunto de construcciones y elementos de la naturaleza que se fusionan para crear un escenario donde el ser humano desarrolla su vida cotidiana.

Paisajes naturales: El paisaje natural es el área geográfica donde el individuo no ha intervenido de manera artesanal o constructiva. Este paisaje está compuesto por montañas, ríos, lagos, relieves, etc.

Paisajes urbanos: El paisaje urbano es la estructura del resultado de las actividades y creaciones del ser humano y está conformado por: calles, avenidas, parques, plazoletas, edificios, rascacielos e infraestructura.

El paisaje va más allá de un aspecto físico, es la imagen resultante de un lugar. De igual manera esto se relaciona con la obra "La imagen urbana", escrita por Kevin Lynch. Específicamente en el tema de "imagen del medio ambiente", este argumento plasma el mundo físico exterior, donde el individuo forma un paisaje gracias a sensaciones, texturas colores, recuerdos o experiencias que van creando un conjunto de información para interpretar un lugar como propio. Ahora es importante saber cómo evaluar un paisaje ya que este es primordial para definir la imagen de una zona.

1.8.2. Metodología para analizar el paisaje.

El análisis del paisaje, tiene como objetivo recuperar la identidad paisajística de un lugar, es por ello que existen varios métodos para analizar el paisaje, pero para la selección de ellos depende del enfoque que el individuo quiera dar a la evaluación del paisaje (Cardenas & Quezada, 2022)

Método directo con enfoque subjetivo: Este método propuesto por (Contreras et al., 2019), sirve para evaluar el paisaje mediante la observación del sujeto, a través de una fotografía, video o una visualización directa. De esta manera se analiza de modo subjetivo empleando escalas de rango y evalúan elementos estéticos, concepciones culturales, entre otros.

Método indirecto con enfoque objetivo: Se analiza detalladamente los componentes físicos dentro del entorno y sus categorías estéticas como; uso del suelo, vegetación, relieve, colores y construcciones humanas. Se evalúa cada componente dando valores numéricos los cuales generan un resultado final que define el paisaje (Contreras et al., 2019).

Método mixto con enfoque subjetivo y objetivo: Este método combina los dos métodos explicados anteriormente, con el objetivo de que los enfoques subjetivo y objetivo colaboren con la toma de decisiones dentro de un paisaje (Cardenas & Quezada, 2022).

1.8.3. Valoración del paisaje.

La valoración del paisaje se analiza según su calidad paisajística y fragilidad visual. Este análisis es un instrumento cualitativo y cuantitativo para encontrar los problemas que tiene la identidad paisajística en la arquitectura. Esta valoración fija un rango numérico con cifras entre 1, 3 y 5 generando una sumatoria la cual lanzará un promedio, el mismo será el resultado que define si existe daños dentro del paisaje.

1.8.3.1. Según su calidad paisajística.

En esta evaluación se estudia tres factores organización visual, calidad visual y calidad escénica.

Organización visual: Este factor analiza lo que predomina en un paisaje, en el mismo se estudia elementos como: Contraste visual, dominancia visual e importancia relativa de las características visuales. Estos factores se les da una puntuación (Tabla 2).

Tabla 2: *Elementos de organización visual*

Elementos	Descripción	1	3	5
Contraste visual.	Son los elementos que crean un contraste.	Cuando hay un paisaje natural y en medio se coloca una fábrica.	Los elementos crean un contraste medio.	Existe un contraste alto entre los elementos del paisaje.
Dominancia visual.	Lo que predomina en un paisaje.	Elementos que afectan al paisaje de forma negativa	Cuando existe construcciones que no afectan por completo al paisaje.	Existencia de elementos que afectan por completo al paisaje. Por ejemplo; erosiones mineras .
Importancia relativa de las características visuales	Lo más importante entre elementos de contraste y dominación del paisaje.	Es cuando el contraste y dominancia son bajas	Interrelación entre contrastes y dominación de carácter medio (Cardenas & Quezada, 2022).	Contraste y dominancia de cada una de las características visuales (Cardenas & Quezada, 2022)

Fuente: (Cardenas & Quezada, 2022)

Elaboración: Propia

Calidad visual: Se analiza todos los elementos de un paisaje (Tabla 3). De igual manera se define con una calificación.

Tabla 3: *Tabla de la calidad visual del paisaje.*

Términos	Alta(5)	Media(3)	Baja (1)
Diversidad	Cuando existe mayor cantidad de elementos biofísicos	En el paisaje los elementos biofísicos son medios.	No existe o es casi nula la existencia de diversidad.
Naturalidad	La naturaleza no se encuentra intervenida	Poca intervención humana	La naturaleza se encuentra completamente alterada.
Singularidad	Presencia de elementos con alto grado de atracción visual debido a la valoración histórica (Cardenas & Quezada, 2022).	Elementos con escaso grado de atracción visual y sin un realce histórico (Cardenas & Quezada, 2022).	Los elementos no tienen relevancia.
Complejidad Topográfica	Existencia de relieve montañoso.	Conjunto de elementos montañosos, pero de poco dominio.	Escasas relieves u ondulaciones en el terreno.

Superficie y límite de agua	Superficies con existencia de abundante agua.	Presencia de agua de manera moderada.	Presencia de agua, casi nula.
Actuaciones Humana	Presencia de actividades humanas que no afectan al entorno	Actividades moderadas que no afectan en su totalidad.	Actuaciones humanas que afectan completamente al entorno.
Degradación de la capacidad visual	Equilibrio de diferentes elementos paisajísticos	Armonía entre la distribución de los elementos.	Falta de organización en todos los elementos

Fuente: (Cardenas & Quezada, 2022)

Elaboración: Propia

Calidad escénica: se distingue la calidad escénica del fondo de un paisaje, donde los elementos que se estudian son: la topografía, vegetación, forma de ríos o lagos, colores, elementos poco corrientes y actuaciones humanas (Tabla 4).

Tabla 4: *Tabla de la calidad escénica.*

Términos	Alta(5)	Media(3)	Baja (1)
Morfología o topografía	Relieves con pendientes de 60 %, erosionadas o sistemas de dunas.	Superficies con pendientes entre el 30-60 %, con formas erosiva, pero no dominantes.	Pendiente entre 0-30%. Son Colinas suaves, con fondos de valles planos sin rasgos dominantes.
Vegetación	Grandes masas boscosas, con diferente tipos de vegetación.	Existencia de vegetación pero con escasa variedad de especies.	Vegetación continua pero ninguna variedad de vegetación.
Formas de agua, ríos y lagos.	Existencia de ríos, cascadas cristalinas que sean protagonistas en un paisaje.	Formas de agua con características comunes que no generan un impacto en el paisaje	Arroyos y lagos pequeños ausentes
Color	Colores que contrastan y dominan el contexto.	Poca variedad, contraste e intensidad en colores del suelo, roca y vegetación, sin ser dominantes	Muy poca o escasa variación de color o contraste.
Fondo escénico	El paisaje es el elemento principal en el entorno.	El paisaje del entorno no es el elemento principal, pero incrementa la calidad visual del conjunto.	El paisaje no tiene influencia en la calidad visual.
Rareza	Elementos de flora y fauna únicos en una región	Elementos que sean similares o únicos en una región	Elementos que sean comunes en la región

Actuaciones humanas	Actividades que sean favorables para el paisaje	Actuaciones que sean poco favorables para el paisaje	Intervenciones que modifiquen y perjudiquen el paisaje
---------------------	---	--	--

Fuente: (Cardenas & Quezada, 2022)

Elaboración: Propia

1.8.3.2. Según su fragilidad paisajística.

La valoración se hace según la fragilidad visual del entorno del punto, fragilidad visual del entorno y fragilidad de accesibilidad. A continuación, se explica cada uno de estos aspectos.

Fragilidad visual del entorno del punto (Factores morfológicos): Se define una fragilidad del entorno del paisaje mediante el análisis de factores morfológicos (Tabla 5)

Tabla 5: *Tabla de la fragilidad visual del entorno del punto.*

Factores	Alta (5)	Media (3)	Baja(1)
Tamaño de Cuenca visual. (Sección de un territorio determinados por barreras visuales naturales o antrópicas)	Cuando la zona de la cuenca visual entorno al punto de observación, mayor vulnerabilidad	Superficies intermedias con vulnerabilidad media	Cuencas visuales pequeñas son de menor fragilidad
Compacidad de la cuenca visual	Relieves de menor complejidad morfológica y ondulaciones. (Son más frágiles)	Relieves con morfologías menos complejas	Relieve con alto número de ondulaciones y
Forma de la cuenca visual	Superficies extremadamente alargadas	Superficies de formas variadas y orientadas	Cuencas visuales redondeadas y de orientación no definida
Altura relativa del punto respecto a la cuenca visual	Puntos visuales que estén a mayor altura o por debajo de la cuenca visual	Alturas medias	Puntos de observación al mismo nivel de la cuenca visual

Fuente: (Cardenas & Quezada, 2022)

Elaboración: Propia

Fragilidad visual del entorno del entorno (Factores históricos- culturales):
Este análisis describe la accesibilidad del paisaje según la ubicación del observador

desde el exterior, influye los factores de cultura e historia que tenga un paisaje (Tabla 6).

Tabla 6: *Tabla de la fragilidad visual del entorno del entorno.*

Factores	Alta(5)	Media(3)	Baja(1)
Existencia y proximidad a puntos y zonas singulares	Sectores que son cercanos a puntos singulares son frágiles	Zonas que no tienen singularidades pero están cercanas a ellos	Lugares que no tienen puntos singulares
Unicidad	Sectores que poseen equipamientos, parajes y monumentos únicos	Zonas con poca presencia de equipamientos, parajes y monumentos únicos	Lugares que no tengan equipamientos, parajes y monumentos únicos
Valor tradicional	Zonas morfológicas con un alto valor tradicional	Sectores con valor tradicional casi nulo	Sitios con poco valor tradicional
Intereses Históricos	Existencia de monumentos históricos que sean importantes para los antecedentes del sector. Que sean de relevancia local y fuera de la zona	Monumentos con valor histórico y relevancia local	Existencia de monumentos que su valor histórico sea escaso

Fuente: (Cardenas & Quezada, 2022)

Elaboración: Propia

Fragilidad por accesibilidad: Aquí se examina el sistema vial de paisaje, si tiene accesos, carreteras, etc. (Tabla 7)

Tabla 7: *Tabla de fragilidad por accesibilidad.*

Factores	Alta(5)	Media(3)	Baja(1)
Distancia a carreteras y pueblos	Zonas con alto valor que se encuentren cerca de pueblos y carreteras	Sectores de alto valor y que estén a una distancia media de carreteras y pueblos	Lugares con valor que estén a distancias muy prolongadas de carreteras y pueblos
Accesibilidad a pueblos y carreteras	Lugares que se observen desde varios puntos en un recorrido desde la carretera	Sitios con poca visibilidad desde una carretera	Zonas con visibilidad nula desde una carretera

Fuente: (Cardenas & Quezada, 2022)

Elaboración: Propia

Como se explicó, el rango numérico de la valoración es del 1 al 5. La puntuación 1 es baja, 3 media, 5 muy alta. Esta valoración de los componentes de calidad visual, se puede observar en la (Tabla 8) y la fragilidad visual en la (Tabla 9). A estos valores se les realiza una sumatoria la cual es el resultado que determina el nivel.

Tabla 8: *Tabla de valoración de los componentes de la calidad visual.*

Valoración de la calidad visual		
Puntuación	Rango	Nivel de la calidad visual
0-37	1	Baja
38-47	2	Media
48-57	3	Alta
58-90	5	Muy alta

Fuente: (Cardenas & Quezada, 2022)

Elaboración: Propia

Tabla 9: *Valoración de la fragilidad visual.*

Valoración de la fragilidad visual		
Rango	Puntuación	Nivel de la fragilidad visual
1	22-35	Alta
3	8-21	Media
5	0-7	Baja

Fuente: (Cardenas & Quezada, 2022)

Elaboración: Propia

Capítulo II

2.1. Análisis de casos de estudio.

2.2. Metodología.

En este capítulo, se seleccionó dos proyectos internacionales y un nacional: Mercado Santa Caterina, España-Barcelona, Tirso de Molina, Chile y Mercado 9 octubre, Cuenca-Ecuador. Esta selección tiene el objetivo de generar un análisis basado en los componentes de la imagen urbana (Tabla 10), los mismos fueron identificados y explicados en el capítulo anterior. También se desarrollará un cuadro de estrategias y criterios proyectuales que serán base para el ejercicio proyectual de este anteproyecto.

Tabla 10: *Componentes de la imagen urbana.*

Componentes de la imagen urbana		
Componente	Elementos	Sub elementos
Identidad	Historia	
	- Forma	Materialidad y textura. Análisis de contexto.
Estructura	-Sistema vial	Vía local y arterial
		Calles peatonales
		Materialidad
	- Usos del Suelo	
	-Elementos urbanos	Mobiliario urbano
		Señalización
Significado	-Imagen resultante	Edificación

2.3. Mercado Santa Catarina en Barcelona, España

2.3.1. Datos generales del proyecto

Tabla 11: *Datos generales del mercado Santa Caterina.*

Autores	Arquitecto Enric Millares y Benedetta Tagliabue
Promotor	Foment de Ciutat Vella, S.A.
Área	7000 m ²
Altura	40 m
Año de construcción:	1997-2005

2.3.2. Ubicación

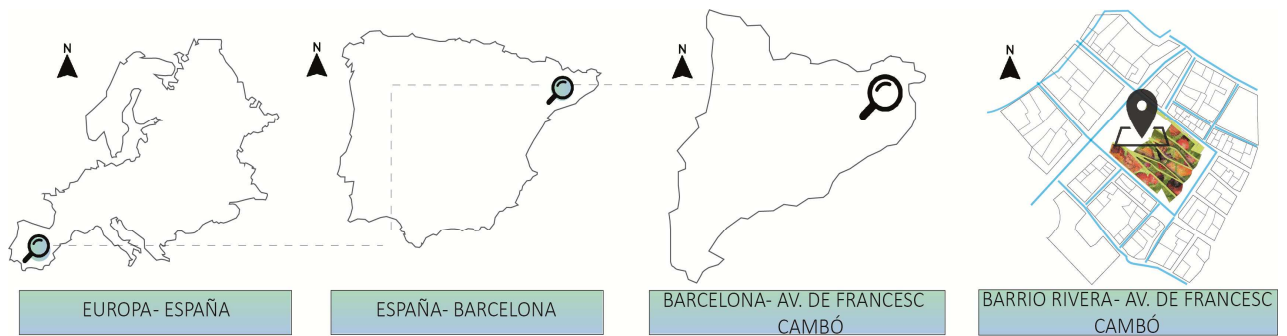


Figura 12: Macro y Micro Ubicación del mercado Santa Caterina

2.3.3. Identidad.

2.3.3.1. Antecedentes Históricos.

Santa Catarina es un barrio que está ubicado en el casco histórico de Barcelona. Es aquí donde está emplazado el caso de estudio, el cual ha pasado por un proceso de 3 fases:

Fase 1: En los años 1800 y 1900 a.c. se creó una necrópolis donde se enterraban a personajes de alta jerarquía de esta época. Los restos arqueológicos de esta construcción, señala la existencia de dos muros que sectorizan el sitio pero que aún no se ha definido su función.

Fase 2: Este periodo va desde el siglo XI hasta XIX. Durante este tiempo, se construyó una gran iglesia y un convento, pero respetando el espacio de la necrópolis. La iglesia estaba conformada por una nave cubierta y una bóveda de cañón que se recargaban sobre muros de carga, lo que otorgaba una sensación de solidez (Martín, 2021). Sin embargo, a finales del siglo XIII, empiezan procesos urbanísticos debido al aumento de la población en la ciudad.

La iglesia fue adaptándose al crecimiento de la ciudad, lo que llevó a una remodelación más compleja. Ahora estaría conformada por tres naves y un ábside más grande, pero en el siglo XIX los dominicos lo transformaron en un establecimiento con una arquitectura gótica. En el año de 1835, durante la noche de Santiago, estallaron las revueltas contra los grupos religiosos, resultando en la quema de convento y la

expropiación de propiedades religiosas. Fue entonces que la iglesia de Santa Caterina desapareció por completo.



Figura 13: Iglesia Santa Caterina en el Siglo XIII

Fuente: (Blanchard, 1826). Santa Caterina Claustro. [Dibujo]. Recuperado de <https://www.monestirs.cat/monst/bcn/cbn02scat.htm>

Fase 3: Después de la destrucción de la iglesia, Barcelona quiso desarrollar nuevos proyectos urbanísticos con el objetivo de que el espacio público crezca. Es por esto, que surge la idea de construir un mercado. Este proyecto estuvo dirigido por el arquitecto Josep Mas i Vila, quien propone un diseño sencillo y simétrico partiendo de una planta rectangular. Con esta construcción el entorno inicia a configurarse, y nace la primera avenida Francesc Cambo.

El mercado tuvo una excelente acogida, ya que también fue creado para que los ciudadanos tengan una relación social entre ellos. Sin embargo, las actividades que se generaban en el mercado comenzaron a afectar el espacio público, surgiendo

delincuencia, contaminación, desorden, aglomeraciones, tampoco existía iluminación, etc. Estos aspectos dañaron la imagen urbana del sector, lo que generó nuevamente una remodelación del sector. Los arquitectos Enric Miralles y Benedetta Tagliabue fueron los protagonistas de esta nueva regeneración.

El objetivo de la intervención era modificar la estructura, función y el perímetro del establecimiento. En esta etapa, los autores buscan un emblemático elemento el cual genere una identidad y significado, el cual resulta ser la cubierta.



Figura 14: Perspectiva del antiguo mercado de Santa Caterina
Fuente: (Ribera, 1955). Mercado de Santa Caterina, en el solar del convento [Fotografía]. Recuperado de <https://www.monestirs.cat/monst/bcn/cbn02scat.htm>

2.3.3.2. Forma y volumetría

Del arquitecto Millares se conserva la conjugación entre lo nuevo y lo antiguo. Conservando las fachadas del mercado, sin embargo, interpone la cubierta con una arquitectura actual. De esta manera, el autor resalta la idea principal de la construcción, que es la plaza de mercado como referente simbólico. En el análisis de la forma y volumetría del mercado se puede organizar en una sola idea que es: La forma es igual tiempo, esta opinión hace referencia a la relación de lo nuevo con lo antiguo (Figura 15). Lo que se intenta transmitir es que la volumetría y forma del mercado están compuestas por lo antiguo que sería las fachadas con un estilo neoclásico y la arquitectura nueva de la cubierta.

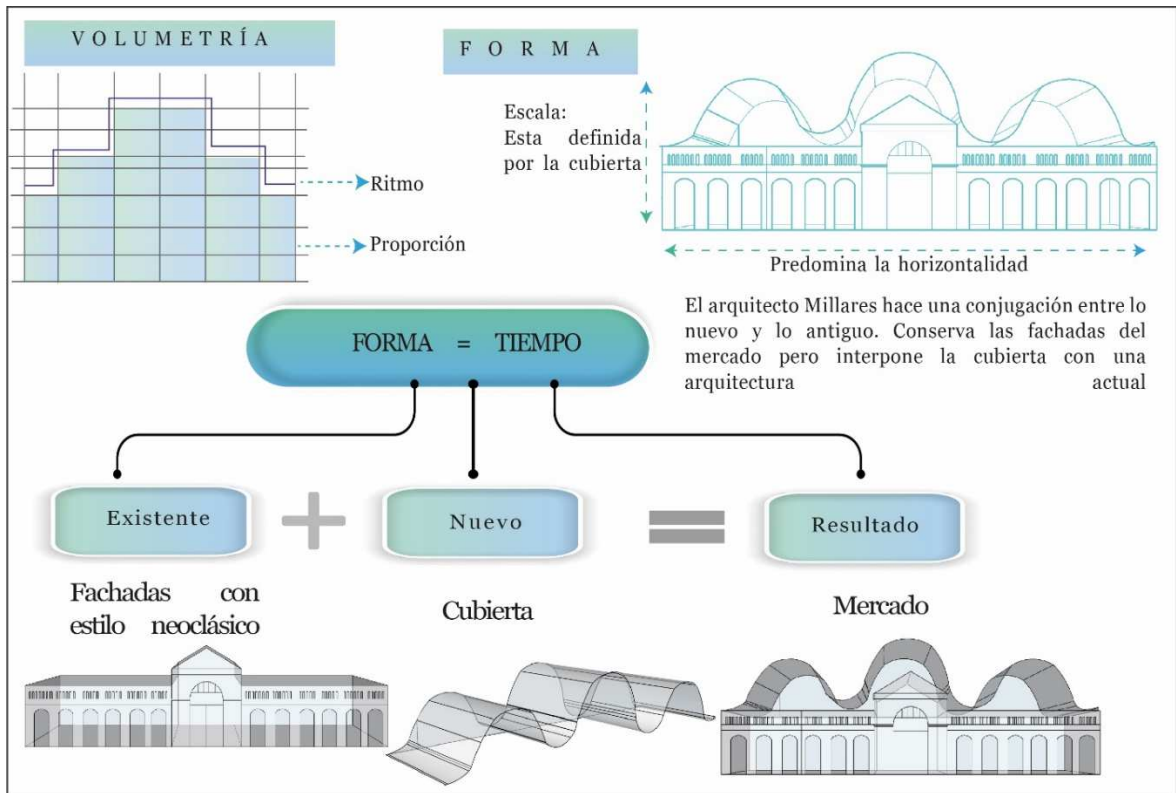


Figura 15: Forma y Volumetría

Los habitantes y visitantes toman a la cubierta como un símbolo del sector. Gracias a la regeneración realizada, la cubierta es la nueva fachada del mercado, es la parte principal de conjugación entre la tradición y la modernidad. Este modelo se adapta tanto al espacio público como al interior. Sin embargo, lo que caracteriza y hace simbólica a la cubierta es el recubrimiento multicolor de las cerámicas teselas que fueron colocadas con la técnica de trencadís modernista. Esta técnica forma mosaicos que reproducen un fragmento de un bodegón vegetal (Figura 16). Se menciona esta técnica arquitectónica ya que la misma nació en Barcelona y se convirtió en una imagen icónica del modernismo. Es por esto que el mercado de Santa Caterina se

pone al mismo nivel con los otros valiosos monumentos de la ciudad creando así una identidad

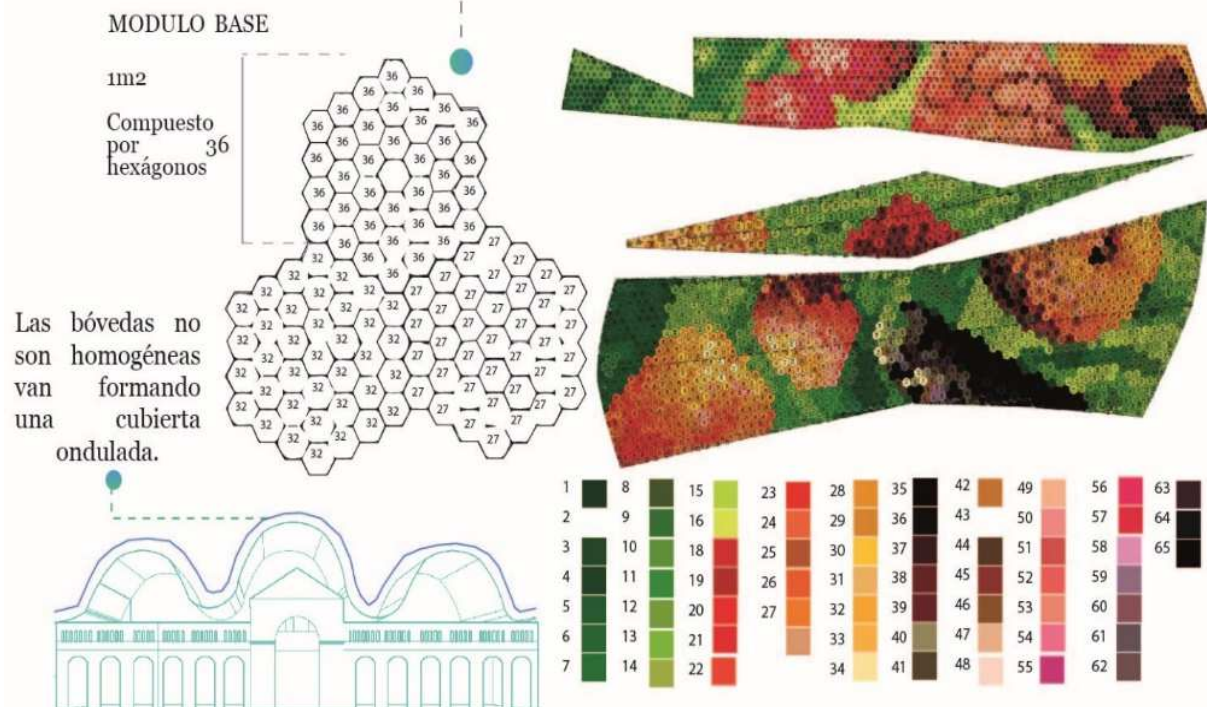


Figura 16: Análisis de la forma cubierta

2.3.3.3. Identidad en fachadas.

El mercado Santa Caterina está rodeado de edificios con una altura mayor a seis metros, estos niveles proporcionan una visualización de la cubierta al momento de subir a ellos. Después de la regeneración del mercado, no existieron cambios en las fachadas de estos edificios sino solo un mantenimiento, con el fin de que el mercado y su entorno se conjuguen y formen un solo conjunto.

Las fachadas del entorno se conservaron, generando una relación entre el mercado y el entorno. Se concluye gracias al análisis, que no existe daño en la imagen urbana, el estado actual del entorno no está deteriorado y la colorimetría de los tramos se fusiona al contexto

2.3.4. Estructura.

2.3.4.1. Sistema Vial.

Las calles que rodean al mercado Santa Caterina, son de tipo arterial, local y peatonal. Las calles peatonales fueron creadas con el propósito de reducir el tráfico vehicular y dar prioridad al peatón. La fachada principal del equipamiento está adosada a la Av. Francesc Cambó, la cual es una vía que permite un alto flujo vehicular, donde las calles locales y peatonales se intersectan (Mapa 1).

En este análisis se observa que la estrategia que mejora el tráfico vehicular y peatonal es el implemento de calles peatonales.

2.3.4.1.1. Calles principales del mercado.

Las calles que rodean el mercado son: Av. Francesc Cambó, Carrer de Freixures, Carrer d' En Giralt Pellicer y Carrer de Colomines (Figura 22).



Figura 17: Calles principales del mercado Santa Caterina.

Av. Francesc Cambo:

- Es la avenida que se encuentra en la fachada principal del mercado. La misma fue intervenida y se mantiene en buen estado. Está compuesta por calzada y acera. Esta avenida está compuesta por dos carriles de doble sentido.
- Se implementó hormigón gris en el pavimento. Este material por su textura y color neutro se integra al contexto. Este material hasta la actualidad se encuentra en buen estado. Para la seguridad de los habitantes y turistas se agregó iluminación alta y baja con cableado subterráneo
- Se adicionó mobiliario urbano como: basureros, bancas, jardineras y bolardos.

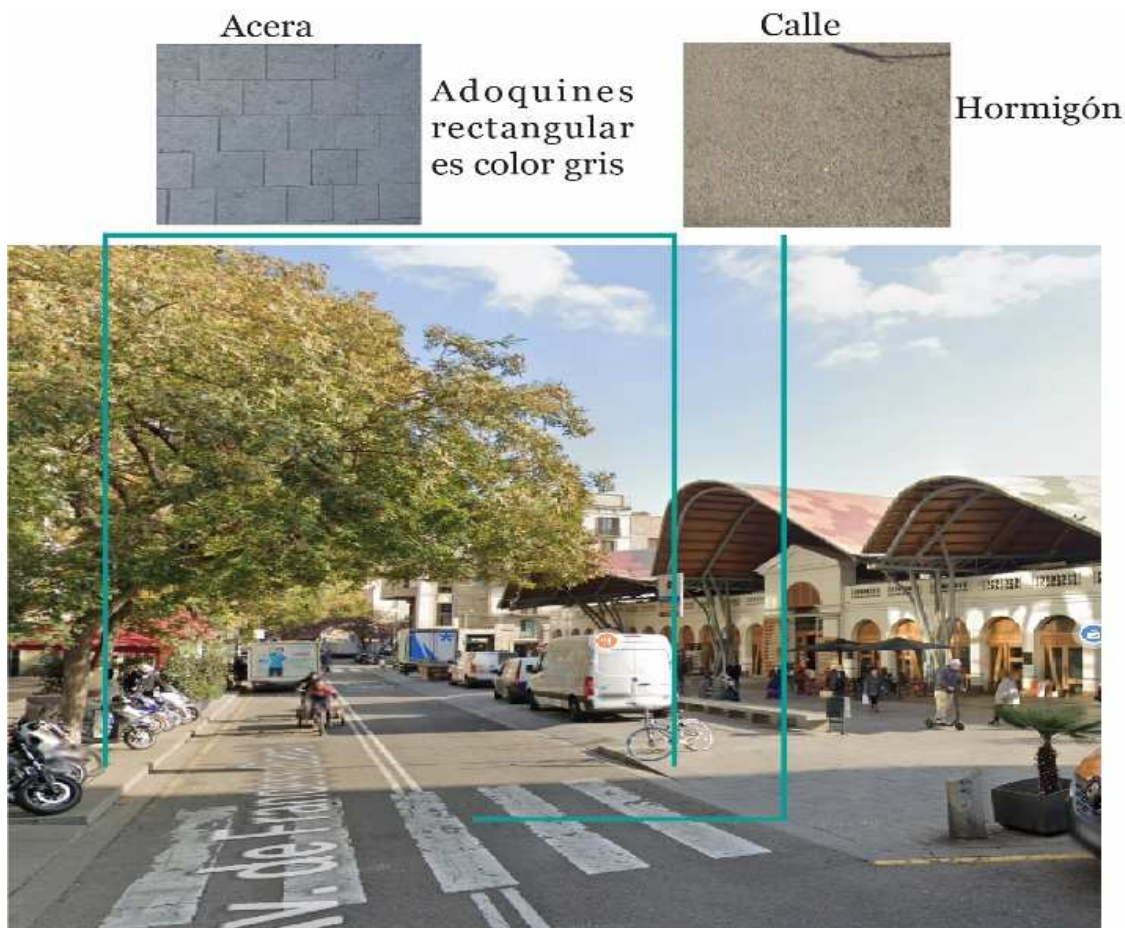


Figura 18: Calle principal Av. Francesc Cambo

Carrer de Freixures

- Después de la intervención esta calle se convirtió en una calle local.
- La calzada es hormigón armado.
- Se implementó aceras a los dos lados de la calle, con medidas aproximadamente de 1.50m. El revestimiento de las aceras es de adoquines rectangulares de color gris con el objetivo de integrar al entorno.
- Está compuesta por bolardos que limitan el paso vehicular y peatonal
 - La iluminación esta adosada a las fachadas, creando seguridad en la zona

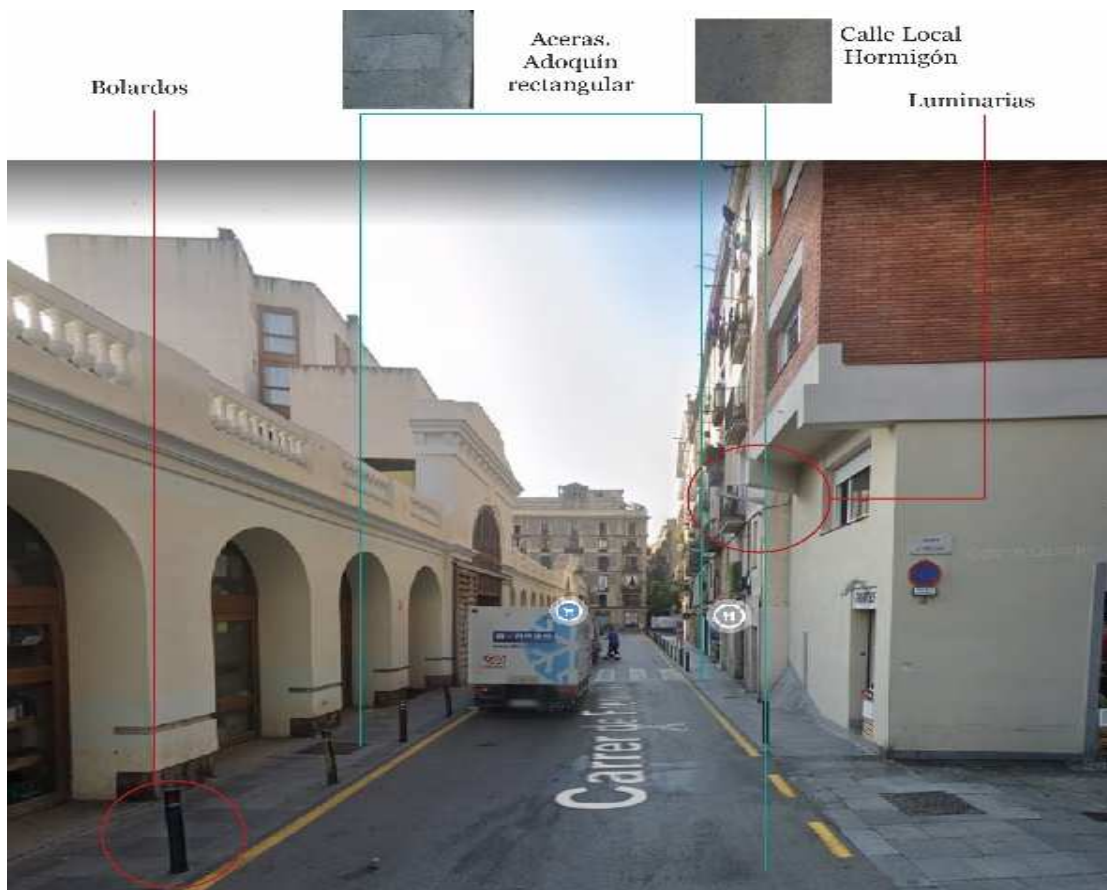


Figura 19: Calle secundaria Carrer de Freixures

Carrer d' En Giralt Pellicer y Carrer de Colomines

- Son calles peatonales, sin embargo, se permite la circulación de motocicletas.

- Se colocaron diferentes tamaños de adoquín, ya que al existir la circulación de motocicletas los usuarios deben diferenciar los espacios para poder orillarse.
- Las luminarias están adosadas a las fachadas.
- Existe vegetación propia del sector.



Figura 20: Calles secundarias Carrer d' En Giralt Pellicer y Carrer de Colomines

2.3.4.2. Uso del suelo

Al momento que el mercado comenzó a funcionar con su nueva tipología, las calles que lo rodean se transformaron (Mapa 2). Se hicieron más seguras y por consecuencia los habitantes comenzaron a invertir en esta zona, surgieron locales comerciales, hoteles, escuelas, restaurantes, estacionamientos, etc.



Título: Usos de suelo

Mapa 1

Escala 1: 5000

Fuente: Elaboración Propia

Simbología

 Vía Arterial

 Calle peatonal

 Vía Local

 Mercado Santa
Caterina

Descripción:

La estrategia principal que se aplica en esta zona es redefinir las vías locales y transformarlas por calles peatonales.

En esta zona dan prioridad al peatón, por eso la mayoría de las calles son peatonales. Existe dos vías locales muy estratégicas, la primera conecta al resto de la ciudad y la calle posterior es para el embarque y desembarque de los productos del mercado

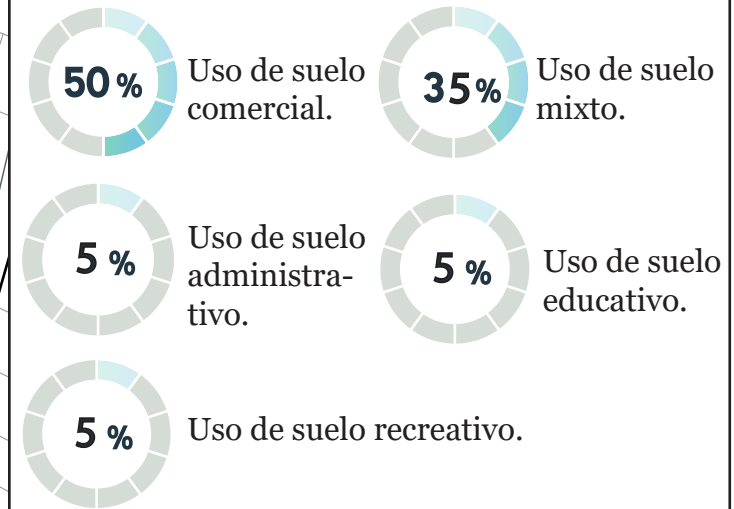
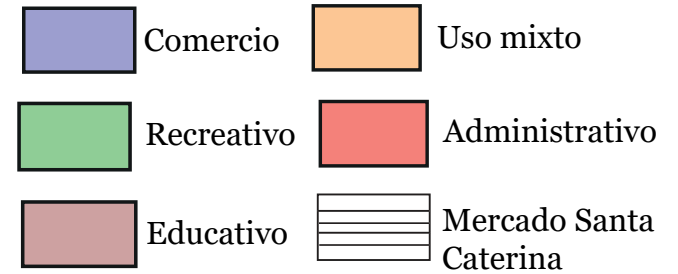
Título: Usos de suelo

Mapa 2

Escala 1: 5000

Fuente: Elaboración Propia

Simbología



Descripción:

Al momento que el mercado comenzó a funcionar con su nueva tipología, las calles que lo rodean se transformaron. Se hicieron más seguras, surgieron locales comerciales, hoteles, escuelas, restaurantes, estacionamientos, etc.



200 m



2.3.4.3. Elementos urbanos

2.3.4.3.1. Mobiliario urbano y señalización

El mobiliario y señalización es adecuada para las necesidades del usuario. Los materiales de los mobiliarios como, bancas, luminarias, jardineras, anclajes de bicicletas y bolardos son de colores neutros lo que hacen que se integren al entorno.

Tabla 12: Mobiliario y señalización ubicados en las calles principales del mercado Santa Caterina

Mobiliario y Señalización	Estado actual
<p>Figura 21: Jardineras</p>  <p>Fuente: Google maps. Elaboración: Propia</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Jardineras ubicadas en la calle principal del mercado Santa. Las jardineras son móviles, sirven como bolardos en la avenida principal
<p>Figura 22: Luminarias</p>  <p>Fuente: Google maps. Elaboración: Propia</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Existente algunas luminarias que se adosan a las fachadas. -Luminarias altas aproximadamente de 12m de alto, ubicadas en las aceras. -El material de fabricación es de acero
<p>Figura 23: Bolardo</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Se encuentran ubicados en todas las veredas principales del mercado. - Los materiales con los que fueron hechos son de hormigón y hierro
<p>Figura 24: Señalización</p>  <p>Fuente: Google maps. Elaboración: Propia</p>	<ul style="list-style-type: none"> -La señalización se encuentra en las aceras o adosadas a las luminarias. -Pasos peatonales marcados con pintura color blanco.



● Señalización ● Mobiliario Urbano

Figura 25: Ubicación de mobiliario en las calles principales del mercado

2.3.5. Significado.

2.3.5.1. Imagen resultante.

Los autores de la regeneración del mercado Santa Caterina, han conservado su historia a través de la fachada, manteniendo la arquitectura neoclásica de sus inicios, pero agregando un toque de arquitectura contemporánea. Esta construcción crea un valor simbólico para la ciudad de Barcelona por su historia, forma, materiales y servicios. Estos elementos en conjunto mejoraron la imagen urbana transformando esta zona en un lugar completamente comercial y turístico.

Al transcurso de la investigación se notó que la regeneración fue un pequeño pinchazo de acupuntura, dado que la intervención se centró en dos elementos la **cubierta y el espacio público**, sin embargo, el cambio fue a gran escala urbanística.



Figura 26: Vista lateral del mercado Santa Caterina

Fuente: El estilo y la técnica arquitectónica del mercado son el simbolismo de Barcelona. Tomada de: (Casalas, 2005)

2.4. Mercado 9 de octubre

2.4.1. Datos generales del proyecto

Tabla 13: Datos generales del mercado 9 de octubre

Autores	Arquitecto Boris Albornoz
Promotor	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cuenca
Área	5.190 m ²
Altura	15 m
Año de construcción	2009

2.4.2. Ubicación.

El mercado 9 de octubre está emplazado en la provincia del Azuay, en la ciudad de Cuenca- Ecuador. El establecimiento se sitúa en el centro histórico de la ciudad, exactamente en las calles Mariscal Lamar y Hermano Miguel.

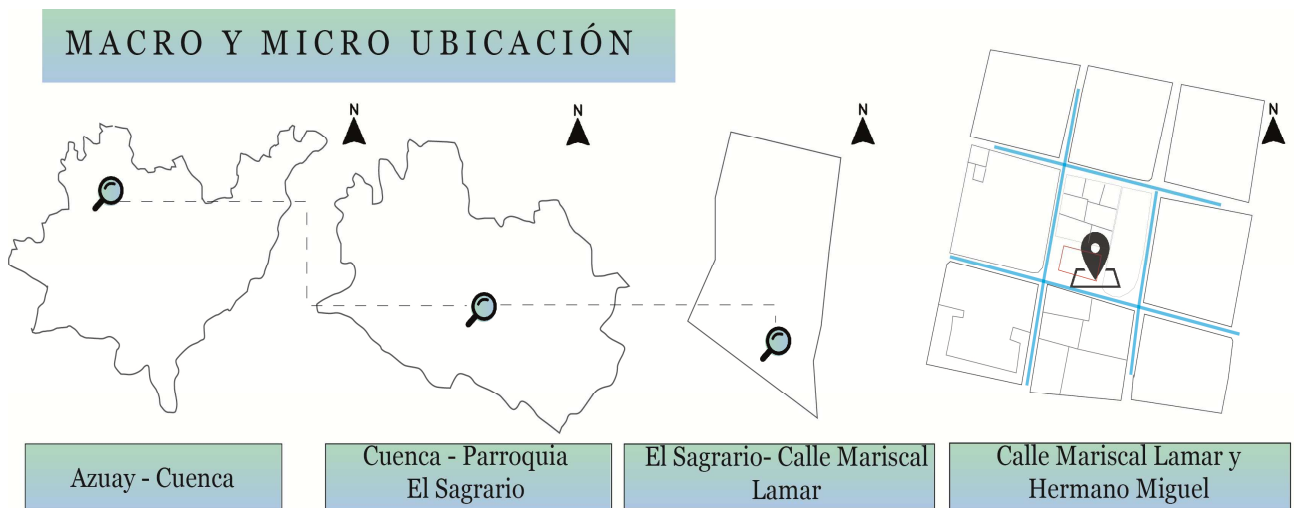


Figura 27: Macro y micro ubicación del mercado 9 de octubre

Nota. El mercado 9 de octubre se encuentra ubicado en las calles Mariscal Lamar y Hermano Miguel.

Fuente: Propia

2.4.3. Identidad.

2.4.3.1. Antecedentes Históricos.

El mercado 9 de octubre, fue edificado a principios de los años treinta, el estilo arquitectónico corresponde a los de aquella época, es decir una arquitectura colonial. Está ubicado en la provincia del Azuay, en la ciudad de Cuenca, dentro del Centro Histórico.

Sin embargo, en 1936 este establecimiento originalmente no fue creado para abastecer, sino estaba destinado para ser la Biblioteca Municipal, pero al analizar las necesidades de la ciudadanía, se optó por cambiar la funcionalidad y construyó un mercado. Es así como la implantación de este equipamiento inició el cambio de uso de suelo.



Figura 28: Mercado 9 de octubre antes de la regeneración

Nota. Estado inicial del mercado 9 de octubre. (Albornoz, 2009). [Fotografía]. Recuperado de https://www.borisalbornoz.com/wp-content/uploads/2016/04/1.-Mercado_9_de_Octubre1.jpg

A pesar de que el mercado cubría algunas necesidades de los ciudadanos, con el transcurso del tiempo esta construcción comenzó a generar dificultades. Primero conflicto que se dio fue que los puestos comerciales colapsaron y los vendedores tuvieron que tomar otras medidas como asentarse alrededor del mercado para comercializar sus productos. Es aquí que donde empiezan graves problemas hasta el punto de dañar la imagen urbana de esta zona.

Es por esto que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cuenca decidió que el equipamiento debía ser mejorado para las demandas futuras e inmediatas, de esta manera se decide realizar una rehabilitación en el antiguo inmueble (Celi, 2018). El proyecto estuvo dirigido por el arquitecto Boris Albornoz y con la colaboración de la Unidad Técnica de la Fundación Municipal El Barranco, esta obra inició su proceso en el año 2004 y finalizó en el año 2009 (Celi, 2018). Es

importante mencionar que los encargados no querían que la edificación perdiera su esencia por lo mismo se conservó su estética, pero sin perder su objetivo que era resolver los problemas en la eficiencia comercial, salubridad y accesibilidad.



Figura 29: Perspectiva del mercado 9 de octubre después de las intervenciones

Fuente: (Albornoz, 2009). [Fotografía]. Recuperado de <https://www.boraisalbornoz.com/mercado-9-de-octubre/>

2.4.3.2. Forma y volumetría

La forma y volumetría del mercado se mantiene respecto a su original edificio, tiene simetría, proporción y ritmo. Sin embargo, en la regeneración el principal protagonista fueron las alturas, ya que se incrementó niveles para que el edificio pueda abarcar un mayor número de personas y proponer más espacios.

El arquitecto Albornoz mantiene la planta principal, pero añade un subsuelo y la altura de la cubierta. La altura de la cubierta se manejó con el objetivo de que el edificio pueda abarcar un mayor número de personas y proponer más espacios, pero respetando la forma del estado original.

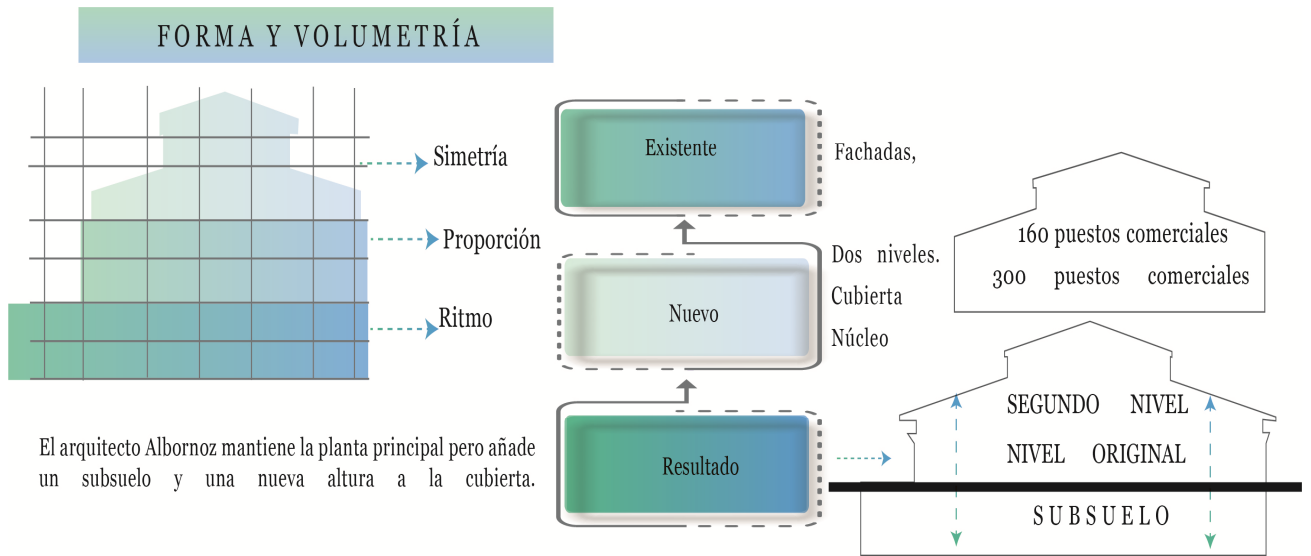


Figura 30: Forma y volumetría igual al tiempo.

Las fachadas del mercado mantienen la tipología arquitectónica inicial del equipamiento, lo cual se conjuga con las características del entorno.

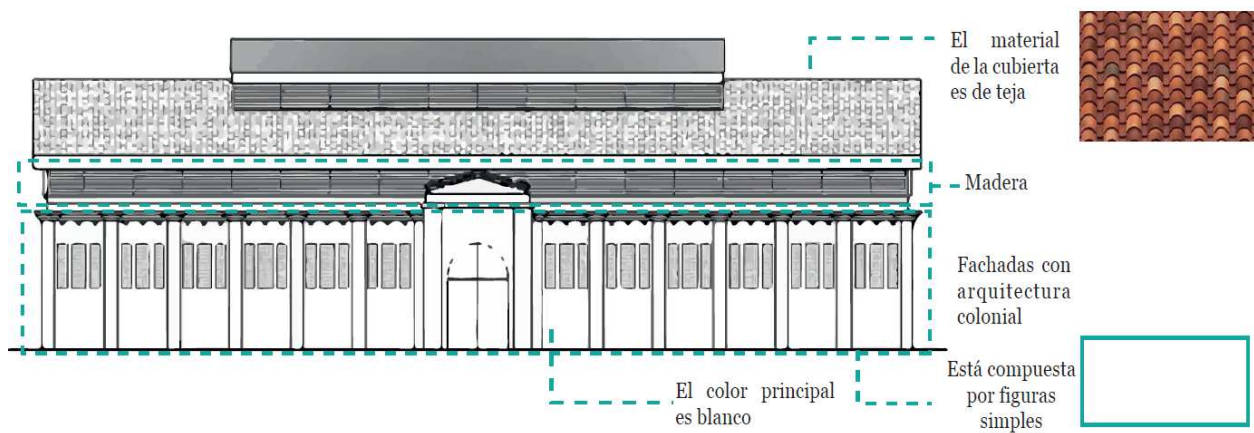


Figura 31: Fachada del mercado 9 de octubre

Nota. La materialidad, colorimetría y forma de las fachadas del mercado se integra al contexto. Estos elementos se conjugan y empiezan a formar una identidad.

2.4.3.3. Identidad de fachada

Esta zona, es parte del casco histórico de la ciudad, la misma se caracteriza por la arquitectura colonial. Las fachadas de las edificaciones y del mercado crean una imagen urbana simbólica y armoniosa para el sector, ya que la colorimetría y tipología son del mismo estilo

calzada está hecha de adoquines artesanales propios de la ciudad. Estos materiales se encuentran en buen estado (Figura 33).

- Esta calle tiene bolardos metálicos.
- Cuenta con semáforos peatonales y vehiculares.



Adoquín rojo

Bolardos

Adoquín gris



Figura 33: Calle Gaspar Sangurima ubicada al norte del mercado

Mariano Cueva.

-La calle Mariano Cueva cuenta con una acera con diseño de adoquines color gris y con cerámicas de color beige que están colocadas de manera intercaladas las mismas que se encuentran en la plaza (Figura 34).

– Cuenta con bolardos cilíndricos de hormigón que se ubican a una distancia de 1m entre ellos.

– La iluminación tiene cableado eléctrico subterráneo, que mejora la calidad paisajística.



Figura 34: Calle Mariano Cueva ubicado al este del mercado

Mariscal Lamar.

– Existe lámparas que están adosadas en las fachadas de las viviendas y luminarias altas diseñadas con relación al entorno.

– Los materiales de la acera y calzada son de adoquín color gris.

–Actualmente en esta calle existe un contraste ya que circula el tranvía de la ciudad.

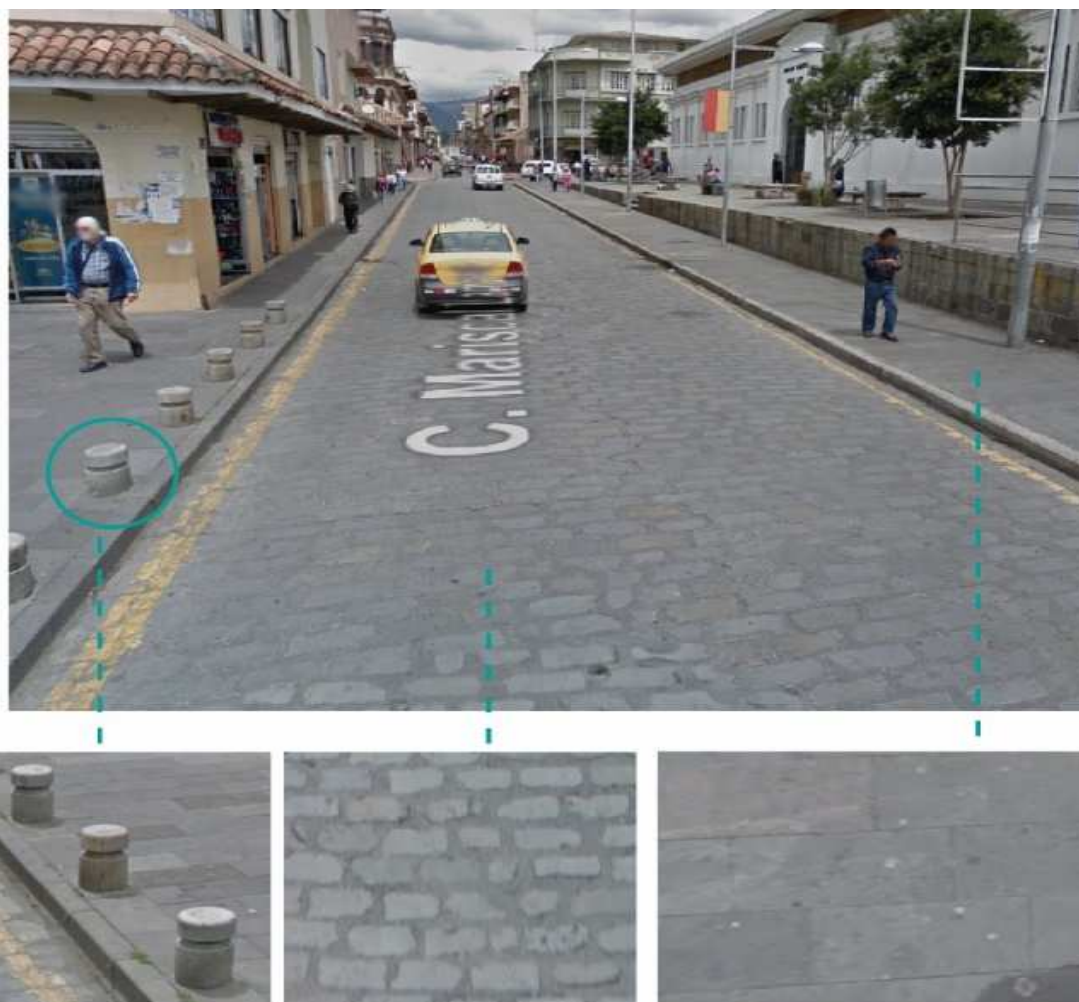


Figura 35: Calle Mariscal Lamar ubicada al sur del mercado

Hermano Miguel.

–Esta calle está conformada por una calzada con adoquines color gris propios de la ciudad.

–Las aceras tienen adoquines con diseño de rombos en color magenta y franjas de adoquines color gris.



Figura 36: Calle Hermano Miguel ubicado al oeste del establecimiento

2.4.4.1. Usos de suelo

En los inicios este sector era residencial, pero con el transcurso del tiempo el lugar fue creciendo y el flujo de personas y autos aumento. Entonces los habitantes implementan nuevos servicios que atraen más consumidores convirtiéndose esta zona en comercial. Este sector se convirtió en un punto económico, social y turístico para la ciudad (Mapa 4).



Título: Usos de suelo del mercado 9
Mapa 3

Escala 1: 2000

Fuente: Elaboración Propia

Simbología

- Vías Locales
- Mercado 9 de Octubre
- Calles peatonales
- Vía del tranvía
- Vías arteriales

Descripción:

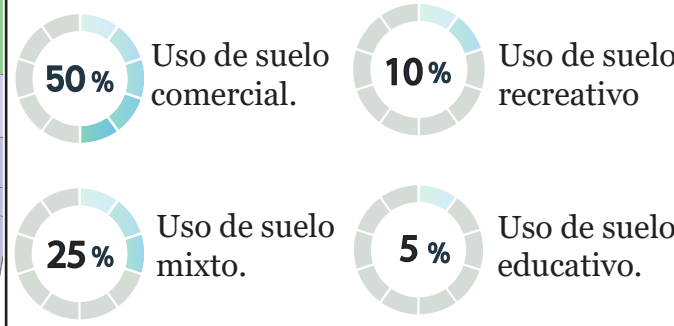
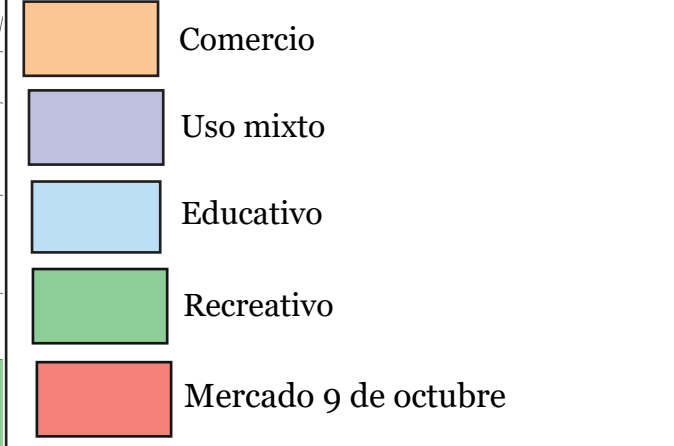
El sistema vial en este sector incluye vías locales, arteriales unidireccionales y una vía para el tranvía. Como se observa en el mapa existe dos calles peatonales pero que no son relevantes en el sistema vial, ya que no conecta directamente al mercado. Sin embargo, se puede sugerir que esta zona necesita una nueva planificación vial para poder controlar y regular la seguridad y eficiencia en el transito



Título: Usos de suelo del mercado 9
Mapa 4

Escala 1: 2000

Fuente: Elaboración Propia



Descripción:




Desde la creación del mercado el uso de suelo a ido cambiando, por ejemplo en el año de 1970 las viviendas, comercios tradicionales y lugares de encuentro eran los que dominaban en esta zona. Sin embargo, según Briones, Heras & Heras (2021), en los últimos años el uso de suelo comercial aumentado al 15%, generando que en este sector el uso que predomine sea el comercial.

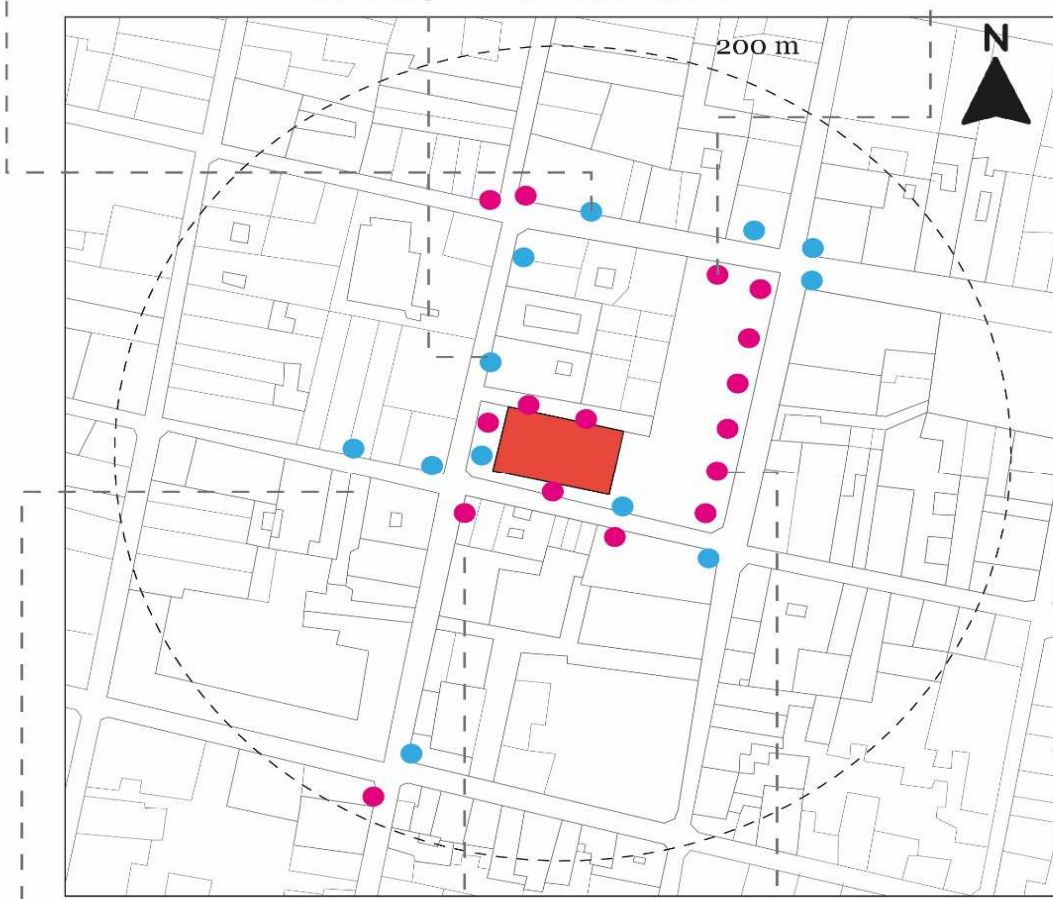
2.4.4.2. Elementos urbanos

2.4.4.2.1. Mobiliario urbano y señalización.

La zona cuenta con iluminación suficiente que ayuda con la seguridad y circulación libre de habitantes y turistas. La señalización es adecuada, existe señales informativas y preventivas. Existen semáforos vehiculares y peatonales ubicados en cada cambio de dirección.

Tabla 14 : *Mobiliario y señalización urbana ubicados en las calles principales del mercado. Fuente: Elaboración propia.*

Mobiliario y Señalización	Estado actual
<p data-bbox="354 684 737 716">Mobiliario y Señalización</p> <p data-bbox="386 722 704 753">Figura 37. Jardineras.</p>  <p data-bbox="240 1014 537 1045">Fuente: Googlemaps</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Las jardineras están ubicadas en la plaza, su material es de madera y hierro, lo que hace que se integre al entorno. - Sirven como bolardos para la protección de usuarios
<p data-bbox="386 1052 704 1083">Figura 38. Luminarias.</p>  <p data-bbox="704 1234 813 1304">Fuente: Google maps</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Luminarias adosadas a las fachadas. - En las aceras se encuentran luminarias de sistema mástil, con una altura aproximadamente de 1om -El material de fabricación es de acero
<p data-bbox="402 1394 688 1425">Figura 39: Bolardos</p>  <p data-bbox="240 1701 537 1732">Fuente:Google maps</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Están ubicados en las aceras para proteger al peatón. - Bolardos cilíndricos de hormigón.
<p data-bbox="456 1801 634 1833">Señalización</p>	<ul style="list-style-type: none"> -La señalización esta adjunta a las fachadas de las casas o a los postes de las luminarias. -Los pasos peatonales no están en mantenimiento.



● Mobiliario urbano ● Señalización

Figura 40: Ubicación de mobiliario en las calles principales del mercado

2.4.5. Significado.

2.4.5.1. Imagen resultante.

Después del análisis se puede identificar que este sector es completamente comercial, ya que el mismo establecimiento ha generado este comercio por los servicios que brinda. Lo más importante del mercado 9 de octubre es que no funciona por sí solo, sino que conjuntamente con el entorno se establecen como un espacio histórico, simbólico y turístico para la ciudad.

Las intervenciones que realizó el arquitecto Albornoz, ayudaron con la calidad urbana del sector creando sentimientos de seguridad y confort para los turistas y los ciudadanos del sector.

Antes



Actualidad



Figura 41: Antes y después del mercado 9 de octubre.

2.5. Mercado Tirso de Molina.

Tabla 15: Datos generales del mercado Tirso de Molina

Autores	Oficina Iglesias PRAT arquitectos
Promotor	Dirección de Arquitectura Ministerio de Obras Públicas
Área	8.200 m ²
Altura	15 m
Año de construcción:	2011

2.5.1. Ubicación.

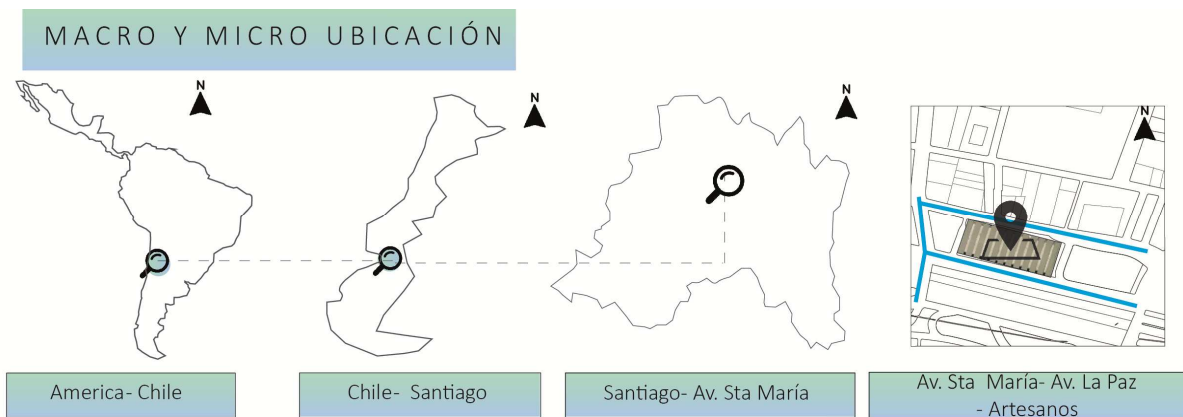


Figura 42: Macro y micro ubicación del mercado tirso de Molina

2.5.2. Identidad.

2.5.2.1. Antecedentes.

El establecimiento de abastos Tirso de Molina aparece por la década de los 50, en un terreno vacío donde se agrupaban vendedores de diferentes productos. Los comerciantes en un inicio utilizaban canastos y cajas para colocar las frutas y verduras. Posteriormente comenzaron a construir pequeños puestos de madera y finalmente en los años 70 se construyó una estructura metálica.

En varias ocasiones se intentó demoler por completo al mercado, pero este establecimiento cuenta con una identidad cultural de generaciones lo cual imposibilitó este hecho. Es por ello, que en el año 2011 se generó la rehabilitación del mercado por la oficina Iglesia Prat Arquitectos. Este mercado tenía el objetivo de integrarse al contexto en su totalidad y gracias a los arquitectos fue así, y se acopló en diseño escala y proporción.



Figura 43: Vista frontal del mercado Tirso de Molina

Fuente: (Prat, 2011) Mercado Tirso de Molina [Fotografía]. Recuperado de <https://images.adsttc.com/media/images/512b/6d54/b3fc/4b11/a700/b85c/slideshow/1314217397-pergolas-y-mercado-2.jpg?1414276713>

2.5.2.2. Forma y volumetría

El mercado se conforma de dos pisos que se constituyeron por simples figuras, las fachadas y cubierta son rectángulos horizontales que crean simetría. La cubierta es principalmente un prisma rectangular que posteriormente se aplican operaciones de diseño y se divide en primas triangulares.

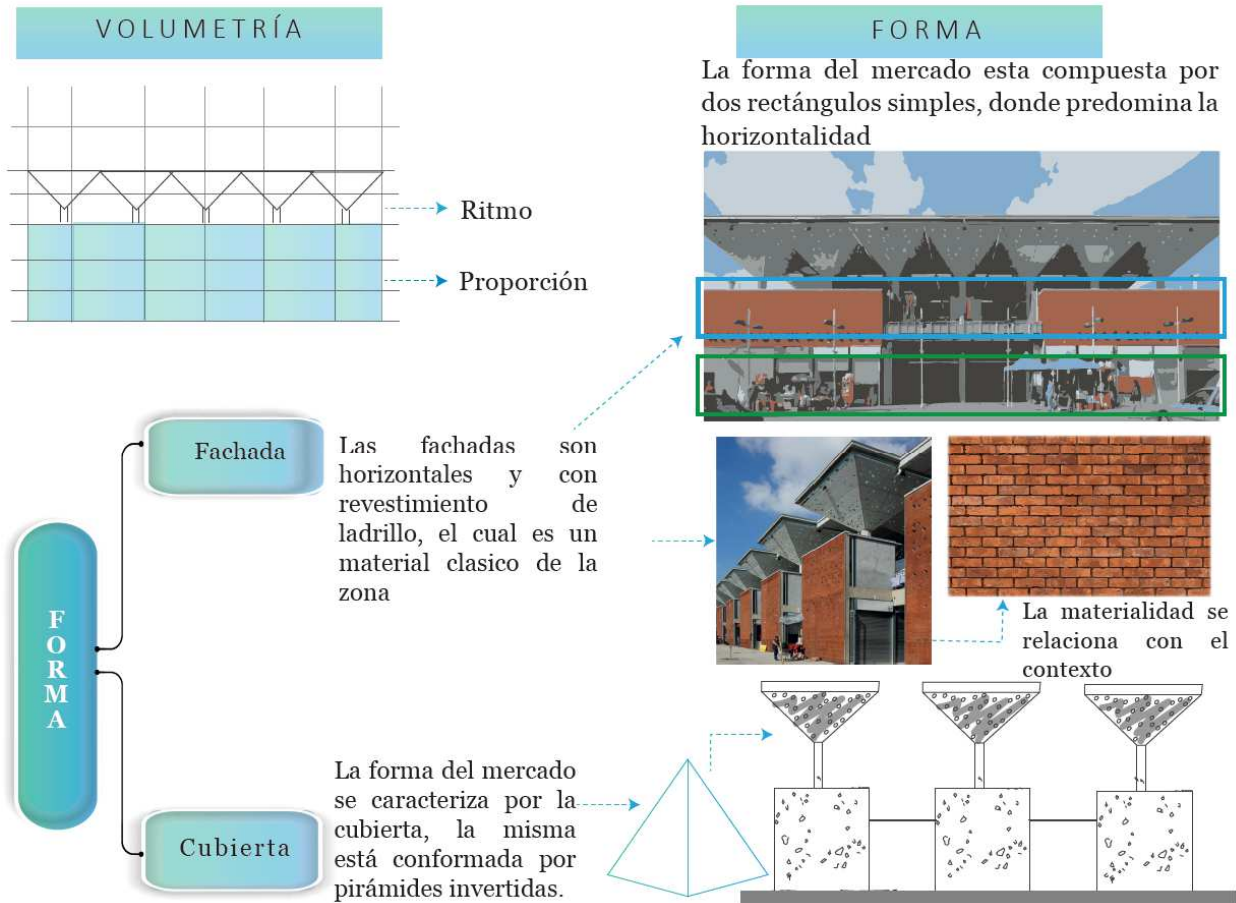
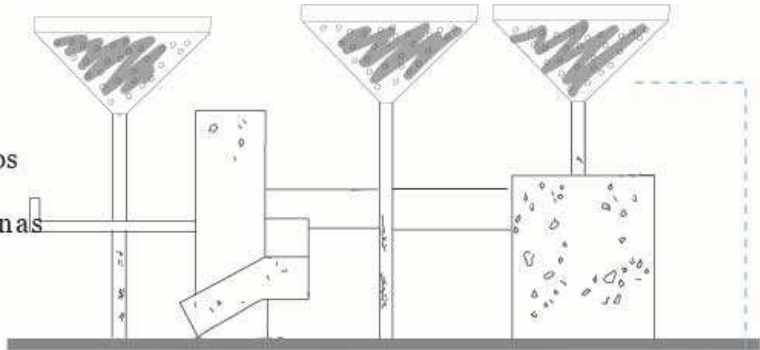
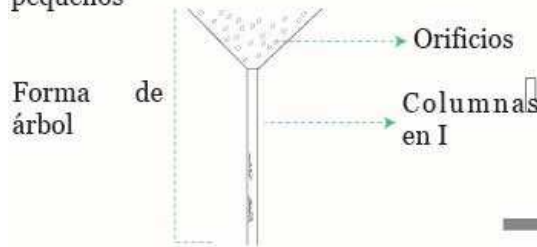


Figura 44: Forma y volumetría del mercado Tirso de Molina

La cubierta del mercado no solo es un elemento que caracteriza al equipamiento, sino también es considerado como un elemento bioclimático, ya que su sistema estructural proporciona iluminación, sombra, ventilación y recolección de agua (Aviles, 2014)

Según el análisis de la Figura (45), el mercado de las flores, la pérgola de las flores y la piscina de la universidad de Chile se relacionan con el mercado Tirso de Molina, estos forman un circuito comercial o turístico. De igual manera la volumetría horizontal, la simpleza, la materialidad y estilo crean una sola unidad así crean una identidad.

La cubierta esta inspirada en los árboles, es por esto que tiene orificios pequeños



La estructura de la cubierta da una simulación de un árbol. Cumple con varios objetivos; Sirve como cerramiento, ayuda en la iluminación y ventilación.



El material que se ocupó fue acrílico blanco, para que sea facil la perforación. Este material es actual, lo que distorciona en el contexto pero es recompensado con la fachada

Figura 45: Diseño de cubierta del mercado tirso de Molina.

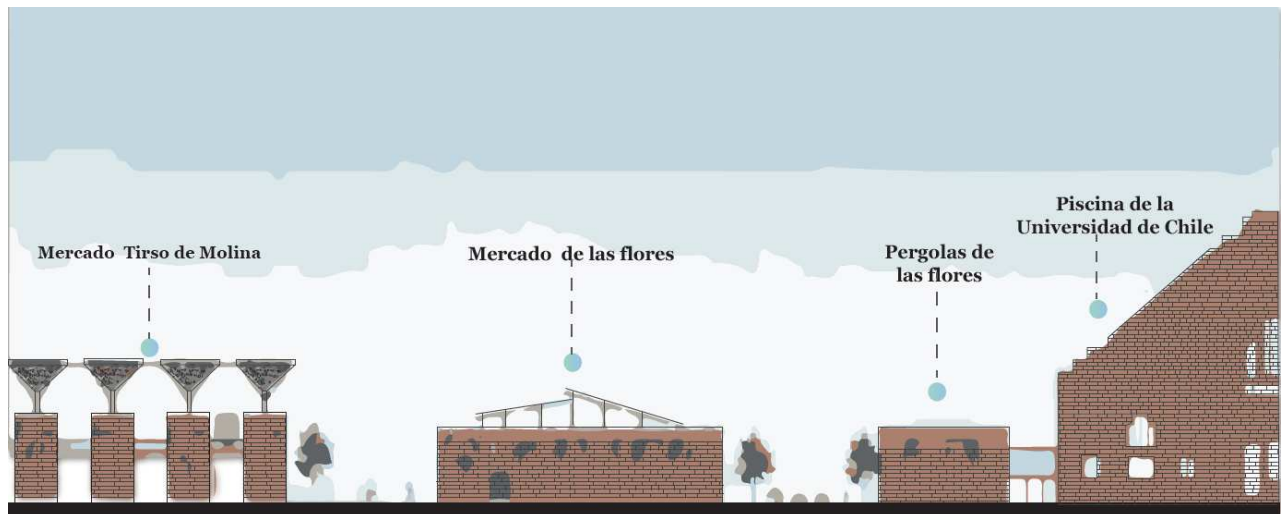


Figura 46: Relación del mercado Tirso de Molina con el contexto

2.5.3. Estructura

2.5.3.1. Sistema vial

Esta zona está situada en el centro de la ciudad es por esto, que existe una gran concurrencia y capacidad vehicular. El mercado Tirso de Molina se encuentra emplazado en toda la cuadra es por ello que está rodeado por 4 vías, tres arteriales y una local (Mapa 5).

2.5.3.1.1. Calles principales del mercado Tirso de Molina



Figura 47: Calles principales del mercado Tirso de Molina

Av. Sta. María

- Al ser una vía arterial la circulación de vehículos y camiones es mayor a las otras calles vecinas. Esta autopista cuenta con señalización y vegetación local, pero con escasas de mobiliario urbano.
- La iluminación está ubicada en las aceras por postes públicos.
- Al ser una autopista con un flujo vehicular alto, desarrollan la estrategia de cercar las aceras con barandas de metal para evitar accidentes.

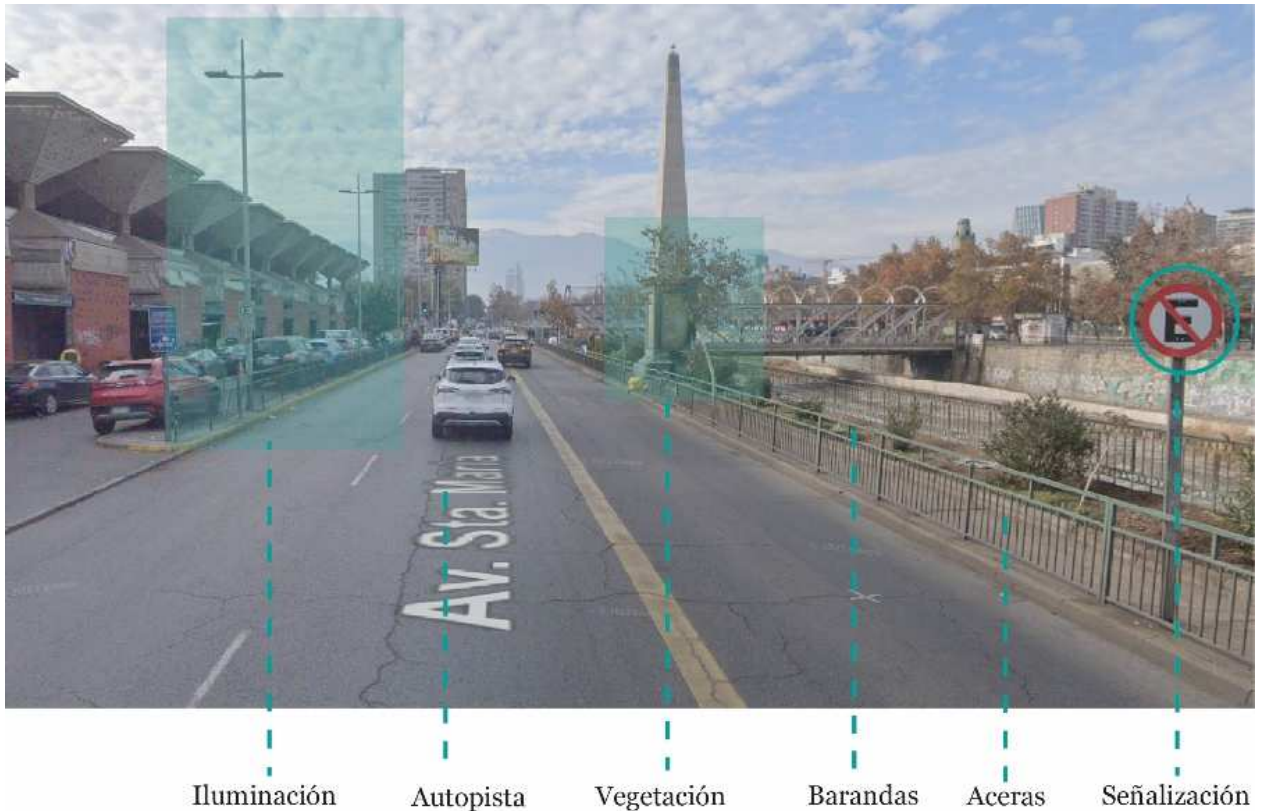


Figura 48: Av. Sta. María. Ubicada al sur del mercado

Av. La Paz.

- Esta avenida actualmente cuenta con una calzada en buen estado, el material del pavimento es hormigón.
- El material que se elige para las aceras son adoquines de color blanco, para que se fusione con el entorno
- Se colocó señalización informativa en lugares estratégicos para que los conductores y peatones puedan recibir la información.
- En las aceras existe vegetación local y barandales de acero para la seguridad de los peatones. Sin embargo, se cree que los barandales antes de ser un elemento positivo para la zona son una barrera arquitectónica



Figura 49: Av. La Paz ubicada al oeste del mercado

Calle Artesanos.

- El pavimento de esta calle es de hormigón.
- Las aceras están hechas por adoquines texturizados con medidas de 2m aproximadamente
- Existe vegetación y señalización que están ubicadas en la acera

Calle Artesanos Este.

- Esta calle tiene una alta circulación de vehículos es por ello que se colocaron barandales en las aceras para evitar accidentes. Sin embargo, esto se puede
- Tiene una adecuada señalización y luminarias altas y bajas.
- La calle está vinculada al mercado, es la que dirige a los estacionamientos del mercado



Figura 50: Calle Artesanos Este.

2.5.3.1. Usos de suelo

El mercado Tirso de Molina ha influido en todo el sector donde se encuentra emplazado. Actualmente este sector es de uso comercial lo que ha generado que en esta zona existe mayor flujo de automóviles y peatones (Mapa 6)







Título: Sistema vial del mercado Tirso de Molina
Mapa 5

Escala : 1:1200

Fuente: Elaboración Propia

Simbología

-  Vía Arterial
-  Vía Colectora
-  Mercado Tirso de Molina
-  Calle peatonal

Descripción:
Las calles en sus inicios eran de tipo local, pero con el transcurso del tiempo transformaron el lugar e implementaron vías arteriales, ya que el tránsito vehicular es a media o alta fluidez. Se diseñó avenidas de dos carriles pero tomando en cuenta el tránsito peatonal se busca estrategias para la seguridad de los habitantes.












Título: Usos de suelo
 Mapa 6

Escala: 1200

Fuente: Elaboración Propia

Simbología

-  Comercio
-  Educativo
-  Equipamiento de cultura
-  Recreativo
-  Mercado Tirso de Molina

 70% Uso de suelo comercial.	 5% Equipamiento cultural
 20% Uso de suelo recreativo	 5% Uso de suelo educativo.




Descripción:

El mercado Tirso de Molina se encuentra ubicado en una zona completamente comercial. Existe espacios recreativos junto al mercado, los cuales permiten una visualización completa de la volumetría del mercado.

2.5.3.2. Elementos urbanos

2.5.3.2.1. Mobiliario urbano y señalización

Tabla 16: Mobiliario y señalización de las calles principales del Mercado Tirso de Molina.

Mobiliario y Señalización	Estado actual
<p>Figura 51: Alcorques</p>  <p>Fuente: Google maps.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -La vegetación está ubicado en alcorques en todas las aceras que rodean el Mercado - Lamentablemente los alcorques han sido utilizados de una forma inadecuada ya que, los ciudadanos y turistas los han ocupado como almacenamientos de basura -Los alcorques están ubicados en las calles principales del mercado tirso de Molina
<p>Figura 52: Luminarias</p>  <p>Fuente: Google maps.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Las luminarias que se encuentran en esta zona son dobles Las luminarias miden alrededor de 12m y 6m -Están ubicadas en todas las aceras que rodean el mercado, lo que proporciona sentimientos de seguridad en la zona
<p>Figura 53: Bolardos</p>  <p>Fuente: Google maps.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los Bolardos están ubicados en las calles principales del mercado. El diseño de los bolardos es circular, están hechos de hormigón y con revestimiento de pintura color rojo. - Este diseño al parecer no cuenta con una idea rectora o con una selección favorable de textura y color ya que, no se integran al contexto.
<p>Figura 54. Barandales</p>  <p>Fuente: Google maps</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los barandales miden aproximadamente 60 cm de alto, el material es de hierro color verde. -El objetivo de estos elementos es la protección del peatón. -Sin embargo, estos elementos han creado dificultades para que los peatones transiten libremente.
<p>Señalización</p>	<ul style="list-style-type: none"> -La señalización es de tipo informativa y de prevención, el diseño es en pedestales con tablero

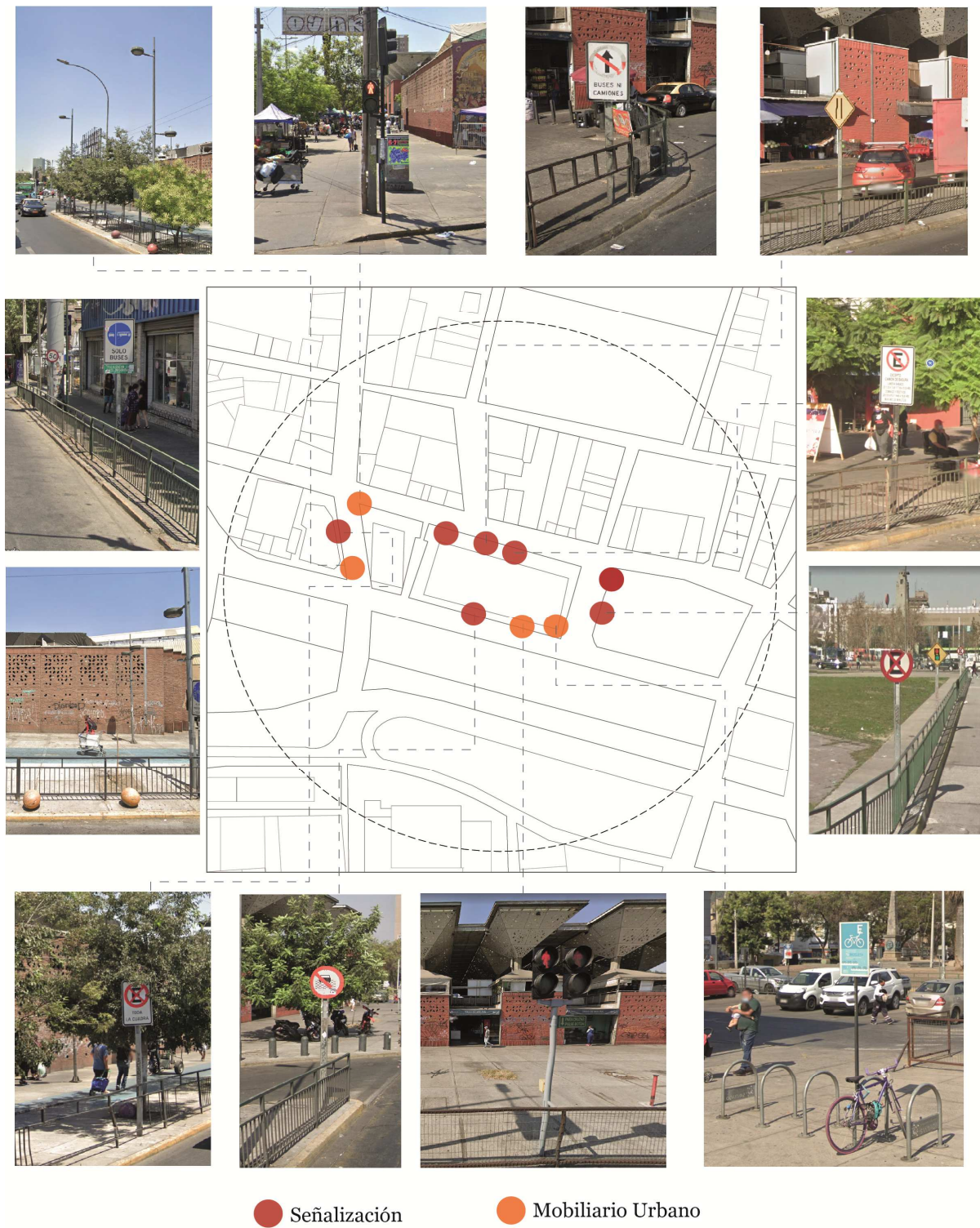


Figura 55: Ubicación de mobiliario y señalización del mercado Tirso de Molina

2.5.4. Significado.

El mercado Tirso de Molina inicia su historia junto a los primeros asentamientos de barrios populares. Es por ello que los habitantes y especialmente los dueños de los locales comerciales, han creado un vínculo histórico y de identidad. Actualmente se habla aproximadamente de cuatro generaciones que han formado parte de este equipamiento. Es por ello que la ubicación y el edificio arquitectónico del mercado actúan en conjunto, transmitiendo sentimientos de identidad, seguridad y confort.

Figura 56.

Antes y después del mercado Tirso de Molina

Antes



Actualidad



2.6. Estrategias o criterios proyectuales encontrados en los casos de estudio

Tabla 17.

Estrategias de intervención que se realizó en los casos de estudio

Caso de estudio	Componentes de la imagen urbana			
Mercado Santa Catarina	Identidad	Estructura		Significado
	<ul style="list-style-type: none"> -Identidad histórica, por los diferentes usos que se han desarrollado en la edificación. -Tecnología estructural utilizada en la cubierta que relaciona su forma con el pasisaje. 	Sistema vial.	<ul style="list-style-type: none"> -Desarrollo de espacios públicos como calles peatonales. -Liberación de las aceras. -Diseño de calzadas, marcando el paso peatonal y vehicular. -Colocación de nuevos materiales 	<p>Con todas las intervenciones, este espacio se convierte en:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Espacio seguro y confortable. -Espacio cultural y simbólico.
	<p>Mosaicos diseñados con la técnica trencadís originaria de Barcelona.</p> <p>Empleo de la cerámica tesla colorida.</p>	Uso de suelo	<ul style="list-style-type: none"> -La zona se convirtió de un lugar abandonado a un sector comercial y turístico. 	
	Elementos urbanos	<ul style="list-style-type: none"> -Instalación de mobiliario, señalización, vegetación, iluminación. -Las bancas y basureros cuentan con una idea rectora y la materialidad y textura se integran al mercado y al contexto urbano. -Colocación de bolardos para la limitación entre calle y acera. 		
Mercado 9 de octubre	Identidad	Estructura		Significado
	<ul style="list-style-type: none"> -El estilo arquitectónico colonial utilizado, que guarda relación con las edificaciones 	Sistema vial	<ul style="list-style-type: none"> - Incrementación de calles peatonales. -Colocación de material en el pavimento de calzadas y aceras con una colorimetría que se integre al entorno. 	<p>Gracias a la infraestructura del equipamiento crea una relación de pertenencia</p>

	<p>del centro histórico de la ciudad.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilización de teja en la cubierta, el cual es un material tradicional de la ciudad de Cuenca. - Simetría, proporción y ritmo que caracterizan la morfología de las fachadas del mercado. - Utilizan colores que se integran al contexto urbano de la zona. 	<p>Uso de suelo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se cambia el uso de suelo convirtiéndose en una zona comercial y turística. 	<p>para los habitantes.</p> <p>Genera sentimientos de seguridad y confort.</p> <p>Espacio limpio.</p>
		<p>Elementos urbanos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Crean mobiliario, con diseños adecuados para que se integren al contexto urbano. - Iluminarias con cableado eléctrico subterráneo, señalización y semaforización. 	
	<p>Identidad</p>	<p>Estructura</p>		<p>Significado</p>
<p>Mercado Tirso de Molina</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El mercado Tirso de Molina se lo identifica por la estructura de la cubierta, que hace alusión a árboles 	<p>Sistema vial</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Accesibilidad vehicular al mercado. - Las calles que rodean al mercado se convirtieron en avenidas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Crea un resultado de identidad por su estructura. - Se convierte en un espacio cultural.
		<p>Uso de suelo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Esta zona se transforma en un sector comercial y forma un circuito turístico 	
	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de identidad en las fachadas por la utilización de los materiales originarios de la zona (ladrillo). 	<p>Elementos urbanos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación de señalización informativa y preventiva - Implementación de vegetación local. 	

Capítulo III

Diagnóstico de sitio

3.1. Introducción

Para comenzar con el ejercicio proyectual, es fundamental llevar a cabo un estudio del sector utilizando la metodología basada en los componentes de la imagen urbana, los cuales fueron explicados en los anteriores capítulos. Este análisis generará un resultado sobre el estado actual del sitio. Posteriormente, se elaborará una matriz de potencialidades y problemas, que nos ayudará a definir los espacios que deben intervenir en relación con la imagen urbana del sector del mercado.

3.2. Mercado 25 de junio

3.2.1. Ubicación

Figura 57.

Macro y micro ubicación del mercado 25 de junio



3.2.2. Identidad

3.2.2.1. Antecedentes históricos

La palabra Gualaceo, se origina del vocabulario cañarí Gualasseo, el cual proviene del prefijo Gual que tiene como significado Guacamaya, según Jesús Arriaga, esta teoría se basa en la tradición Cañarí sobre el origen del ser humano (Angamarca, 2015). Gualaceo, es el cantón más visitado de la provincia del Azuay, gracias a su

cultura, tradiciones, lugares turísticos, confección del calzado y gastronomía. Se puede mencionar como ejemplo a las orillas del río Santa Bárbara, las cuales poseen de una gran belleza paisajística y de actividades como; caminatas, cabalgatas, conciertos y sobre todo sumergirse en su río.

Otra actividad que está más arraigada a la cultura y que produce movimiento económico al cantón, es la gastronomía gualaseña. Cuando se menciona la gastronomía del cantón Gualaceo, se quiere saborear los platos típicos como; el hornado, cuy, tortillas, morocho, jugos de cocó, etc. Es aquí cuando los turistas o habitantes de la zona se ubican directamente con el mercado 25 de junio. Este establecimiento es un mercado turístico y de abastecimiento, el cual está emplazado a unas pocas cuadras del casco histórico de Gualaceo y a tres cuadras de las orillas del río Santa Bárbara.

El mercado 25 junio se convirtió en un establecimiento muy importante para el cantón, sin embargo, no contaba con una imagen urbana adecuada es por eso, que en el año 2017 se realizó una regeneración de la fachada principal y un mantenimiento interior de los locales comerciales, a pesar de esta intervención su entorno fue olvidado y hasta en la actualidad no es modificado

3.2.2.2. Forma

Este establecimiento tiene una visualización de las cuatro fachadas, a simple vista este equipamiento está compuesto por dos volúmenes horizontales en donde se puede observar simetría y en la cubierta ritmo.

Como se observa en el análisis de la (Figura 58), el mercado intenta crear una identidad con los materiales y colores implementados. La cubierta tiene un revestimiento de teja, los materiales que más resaltan son la piedra natural color gris y el canto rodado. Otro elemento que caracteriza al mercado es el logo, ya que su forma es del principal santo que veneran en el cantón.

Figura 58

Forma y volumetría del mercado 25 de junio



3.2.3. Estructura

3.2.3.1. Sistema vial

Para iniciar con el ejercicio proyectual, es importante reconocer con qué tipo de vías cuenta el sector de estudio. Es por esto que se desarrolla un levantamiento de información (Mapa 7), en el cual se determina que la zona cuenta con vías de tipo local. Se conoce que las calles locales son: La calle Manuel Moreno, Colón, Vicente Peña Reyes, Cuenca y Victoria Peña.

3.2.3.1.1. Flujos viales

Con la información recolectada se puede corroborar que este sector tiene un mayor tráfico vehicular. El estudio revela un resultado de un 80% en el tráfico automovilístico y un 60% de circulación peatonal (Mapa 8). Se puede deducir que una

razón por la cual el porcentaje de flujo vehicular y peatonal es alto, es debido a que la zona de estudio es completamente comercial (Mapa 14). También un factor importante que no se encontró mientras se realizaba el estudio de campo es, que este sector no cuenta con señales de velocidad, lo cual produce un tráfico irregular e inseguridad en las vías

3.2.3.1.2. Calles como espacio público: estado actual.

Calle Vicente Peña Reyes: La calle Vicente Peña Reyes, está ubicada al norte del mercado, es unidireccional y se conecta con el centro histórico de la ciudad. Esta calle por falta de mantenimiento se encuentra en muy mal estado, los materiales están deteriorados y por consecuencia existe desigualdad en el pavimento de la calle. Las aceras no son aptas para la circulación de peatones o para personas con discapacidad física (Mapa 9).

Calle Manuel Moreno: Se encuentra al sur del mercado igualmente esta calle no tiene ningún mantenimiento. Aquí se pudo observar que existe más deterioro en las aceras ya que existe una falta de adherencia en el revestimiento lo cual ha generado grietas y hoyos que imposibilitan la circulación de peatones. Las aceras tienen medidas reducidas aproximadamente 0,60 m (Mapa 10).

Calle Cuenca: La calle Cuenca, es una vía local unidireccional, de igual manera está en decadencia urbana (Mapa 11)

Calle Colón: El estado actual de la calle Colón, está deteriorado debido a las negligencias municipales (Mapa12)

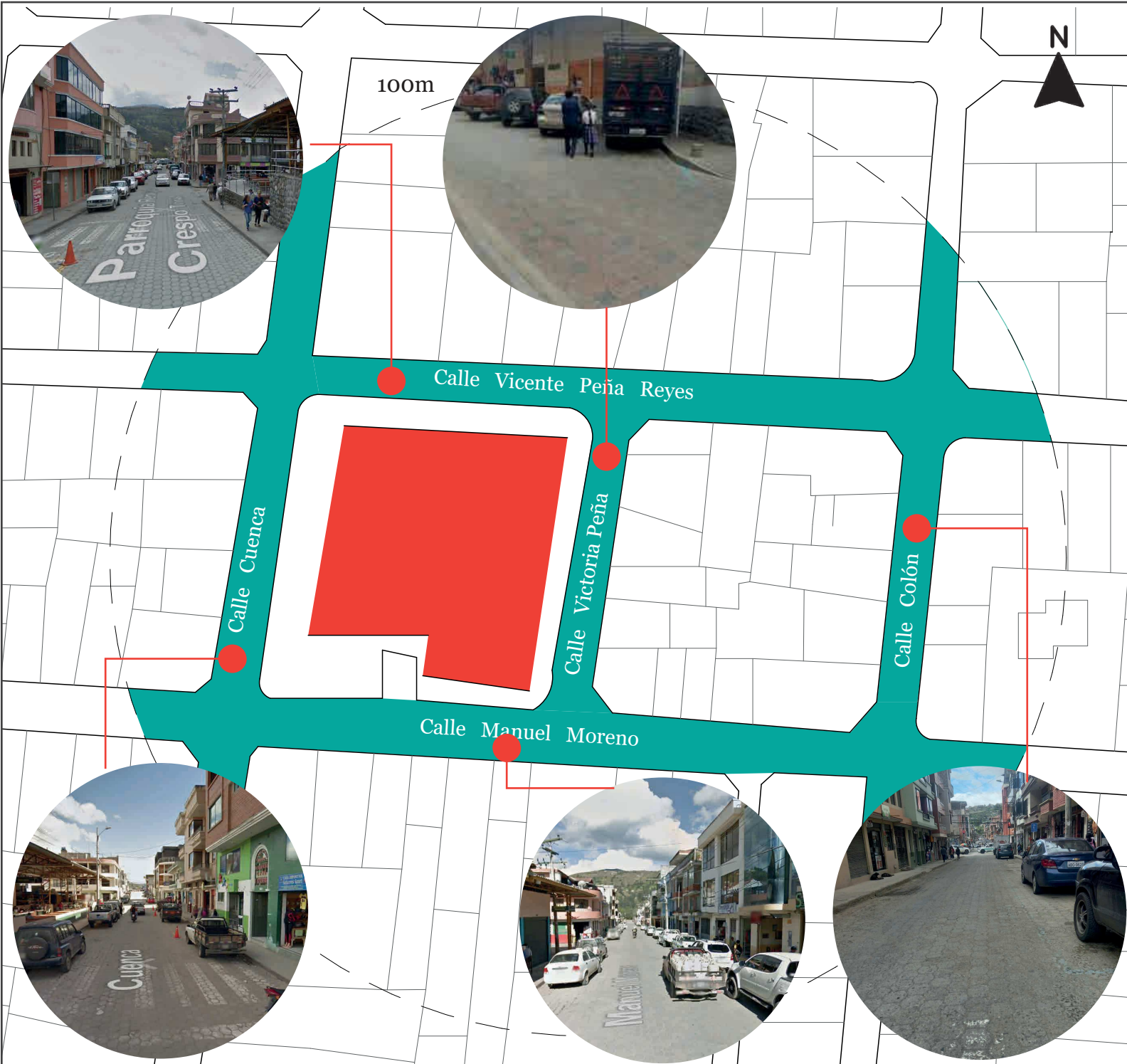
Calle Victoria Peña: El estado de la calle Victoria Peña no es diferente a las demás, esta vía es una de las más abandonadas no tiene iluminación suficiente lo que provoca actividades delictivas (Mapa13)

3.2.3.2. Usos de suelo

Los diferentes usos de suelo tienen el poder de definir una zona y de crear flujos peatonales y vehiculares. Por ejemplo, en la mayoría de suelos comerciales el flujo

peatonal y automovilístico es alto, debido a que turistas y habitantes acuden a ellos para diferentes servicios.

El sector del mercado 25 de junio en la actualidad es completamente comercial, generando que el lugar se convierta en un punto estratégico para la ciudad de Gualaceo. En el estudio que se realizó se observa que el área cuenta con un 60% de uso comercial y un 40% de uso mixto (Mapa 14).



Título: Tipo de vías
 Mapa 7

Escala 1: 2000

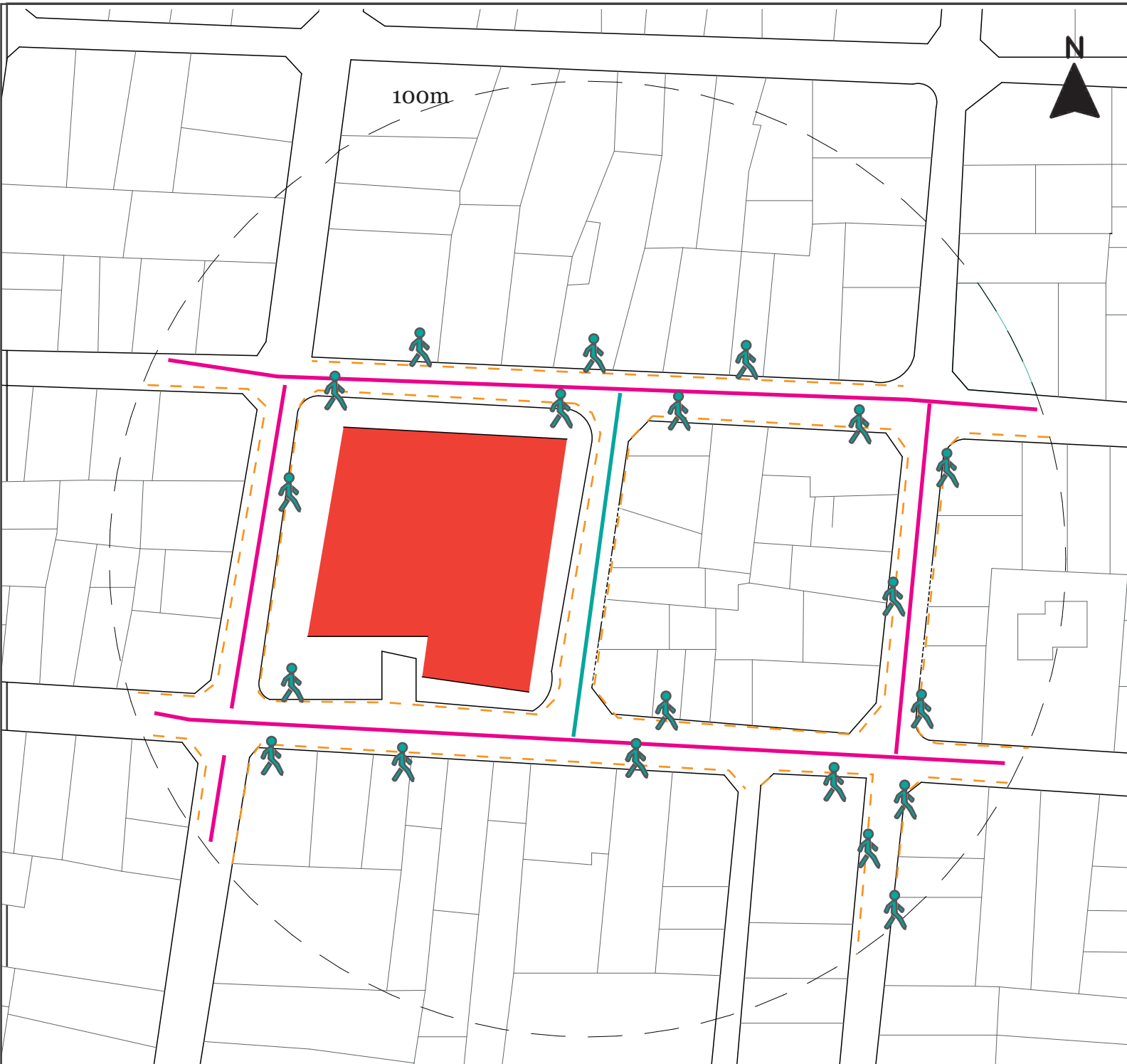
Fuente: Elaboración propia

Simbología

- Vías Locales
- Mercado 25 de junio

Descripción:

Se puede observar mediante el levantamiento de información que las cuatro calles que rodean al mercado son de tipo locales .
 Las calles Vicente Peña Reyes, Colón, Manuel Moreno, Cuenca y Victoria Peña, proporcionan al sector conexión con diferentes puntos del cantón

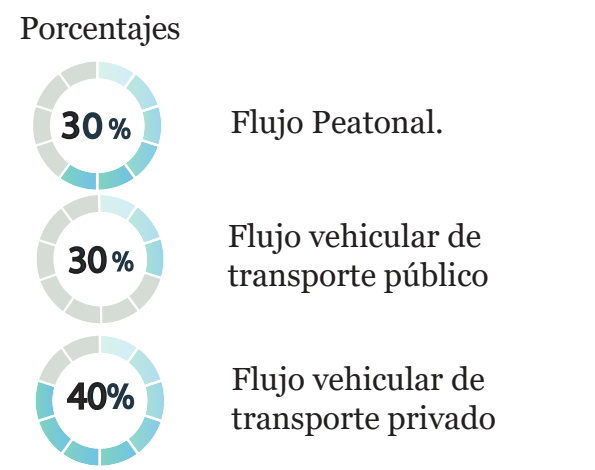


Título: Tipo de vías
 Mapa 8

Escala 1: 2000

Fuente: Elaboración propia

- Simbología**
- Flujo vehicular alto
 - Flujo vehicular bajo
 - Flujo peatonal



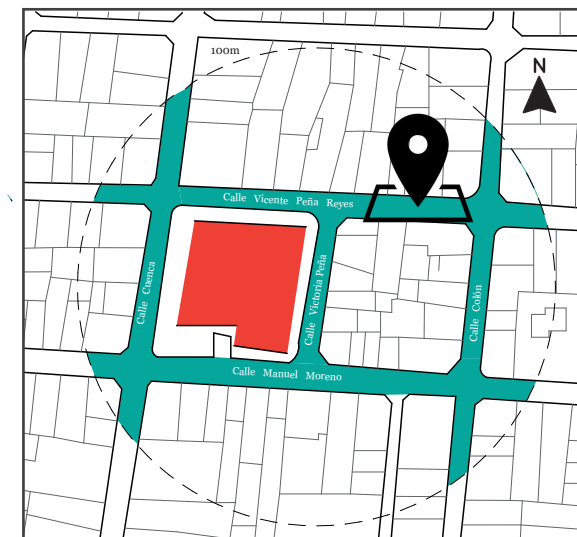
Descripción:

En este sector, el flujo vehicular es elevado, comenzando desde las 10 am y aumentando a lo largo del día hasta las 8 pm.

De igual manera, el flujo peatonal es alto, ya que esta zona es completamente comercial lo que lleva a las personas a salir a realizar actividades cotidianas en este sector. También al ser un sitio turístico, el flujo peatonal y vehicular aumenta los fines de semana.



Ubicación



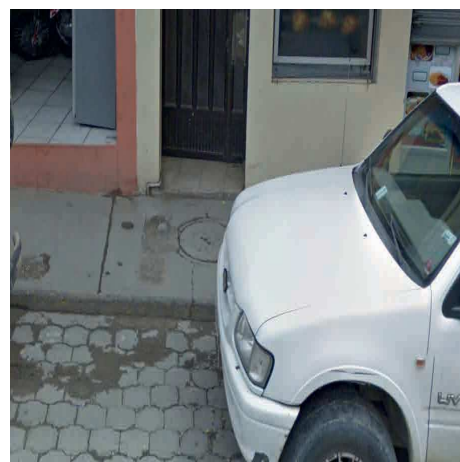
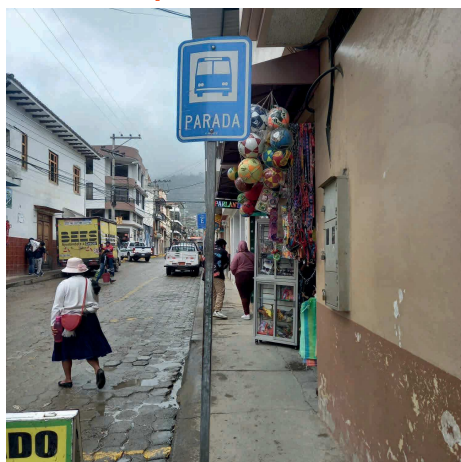
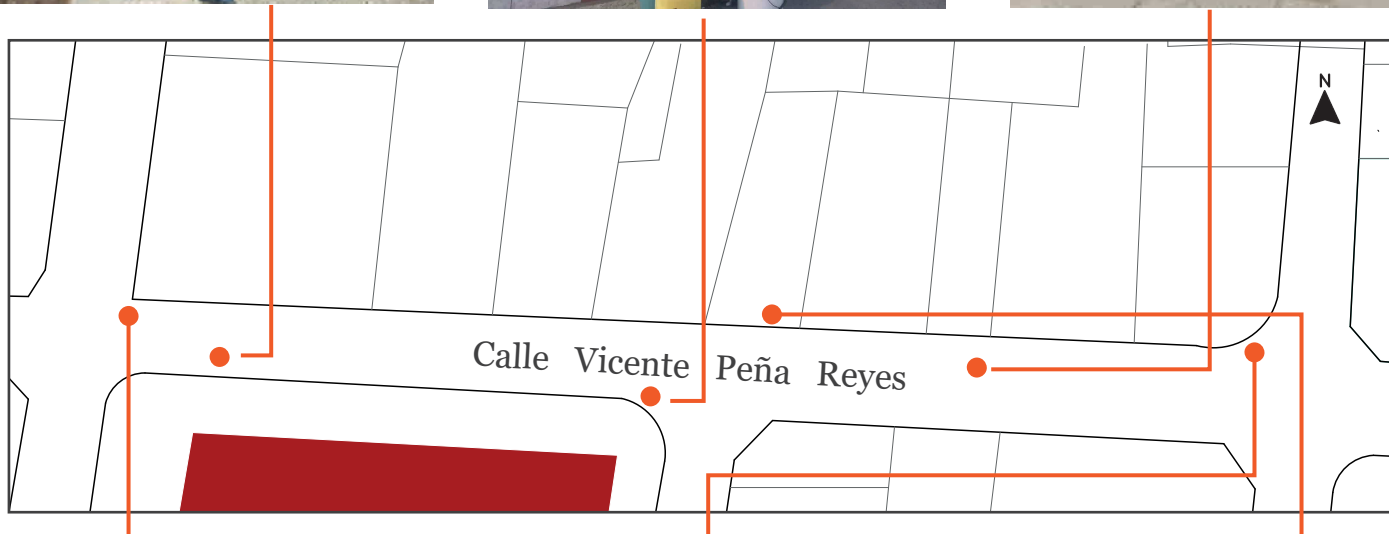
Titulo: Calle Vicente Peña Reyes

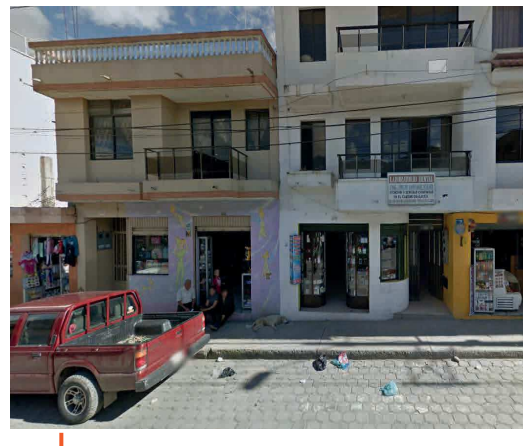
Mapa 9

Descripción:

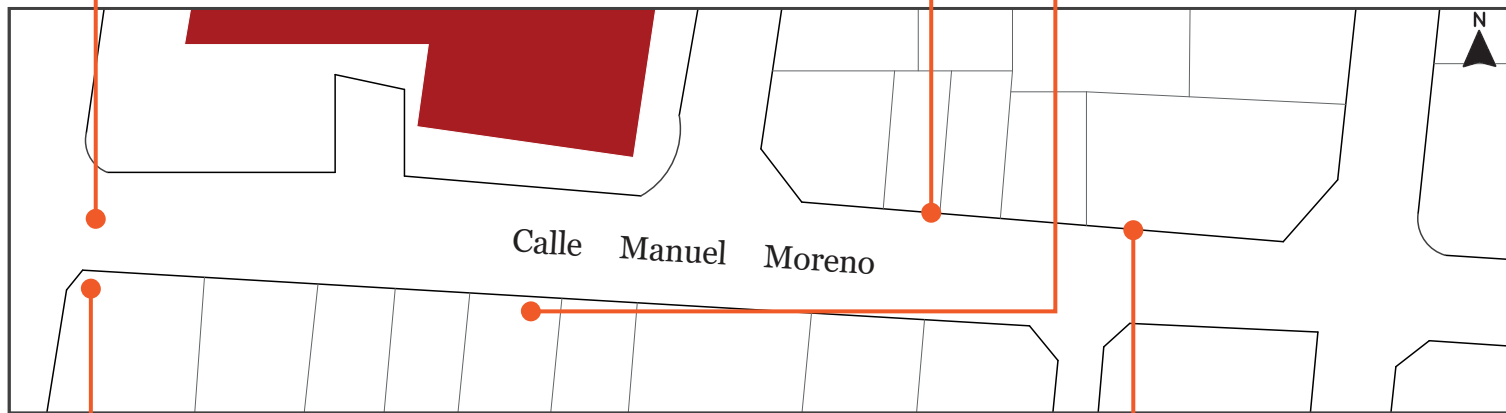
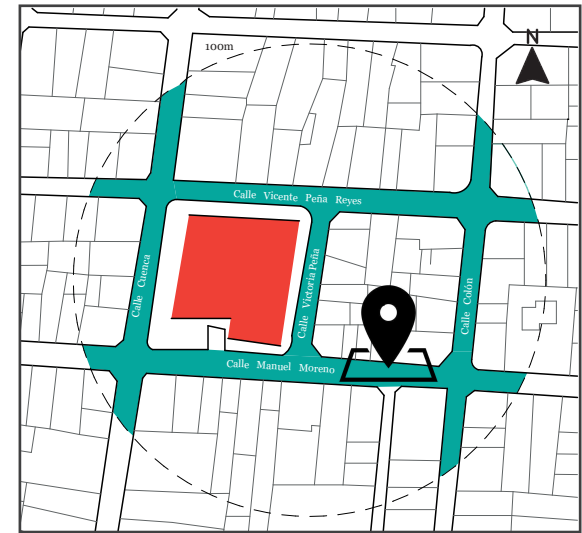
La calle Vicente Peña Reyes es la que mayor influencia tiene en toda esta zona. La cual delimita la parte norte del mercado. Es aquí donde ocurre la carga y descarga de los productos del mercado, creando paradas no autorizadas a los dos lados de la calle por lo mismo produce un mayor congestionamiento vehicular.

Existe daños en el material y fisuras en la superficie de la calle, las veredas son de dimensiones reducidas lo cual perjudica la circulación de los peatones y sobre todo para personas con discapacidad física. La señalética es mínima en esta zona.





Ubicación



Título: Calle Manuel Moreno

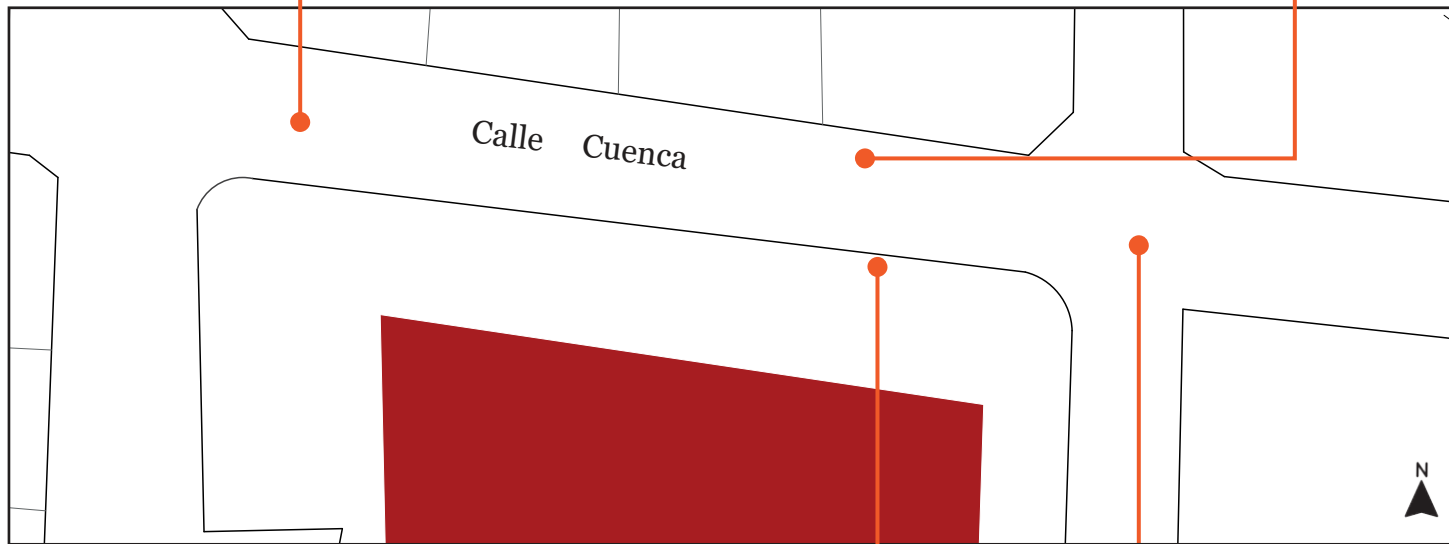
Mapa 10

Descripción:

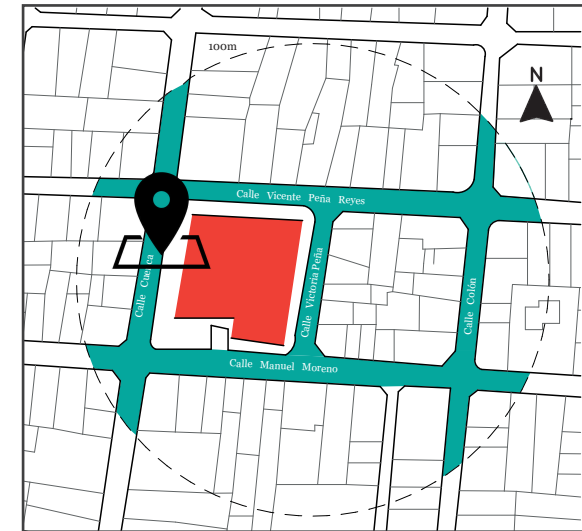
La calle Manuel Moreno delimita la parte sur del mercado, esta vía también es una de las que tienen mayor tráfico vehicular ya que, los usuarios crean paradas no autorizadas a los dos lados de la calle, no existe señalización y semáforos.

De igual forma los materiales se encuentran en pésimo estado, las veredas son de dimensiones reducidas y no cuentan con vados peatonales. En esta calle no existe señalización.





Ubicación



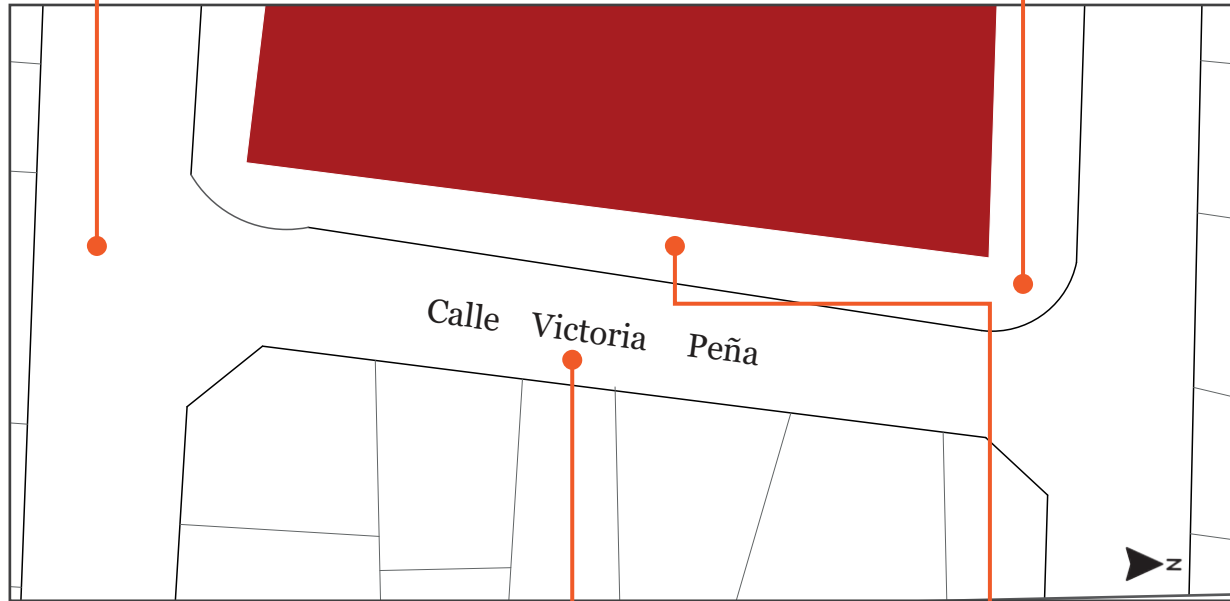
Titulo: Calle Cuenca

Mapa 11

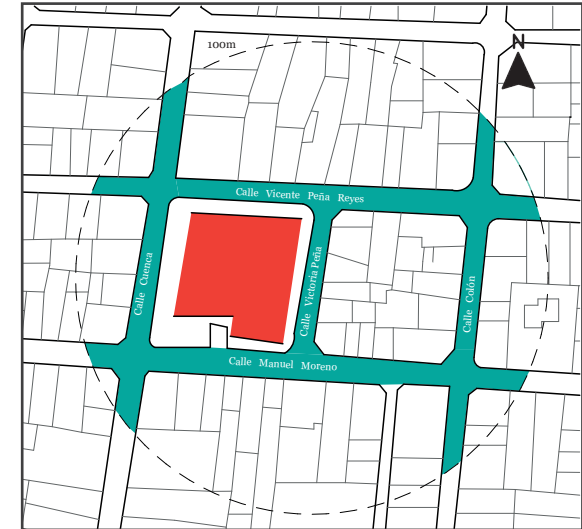
Descripción:

En la calle Cuenca se puede encontrar los mismos problemas, existe un mal estado del material, veredas con dimensiones reducidas, mínima señalética y estacionamientos no autorizados que generan tráfico vehicular.

Se puede observar vendedores ambulantes que deterioran la imagen urbana.



Ubicación



Título: Calle Victoria Peña

Mapa 12

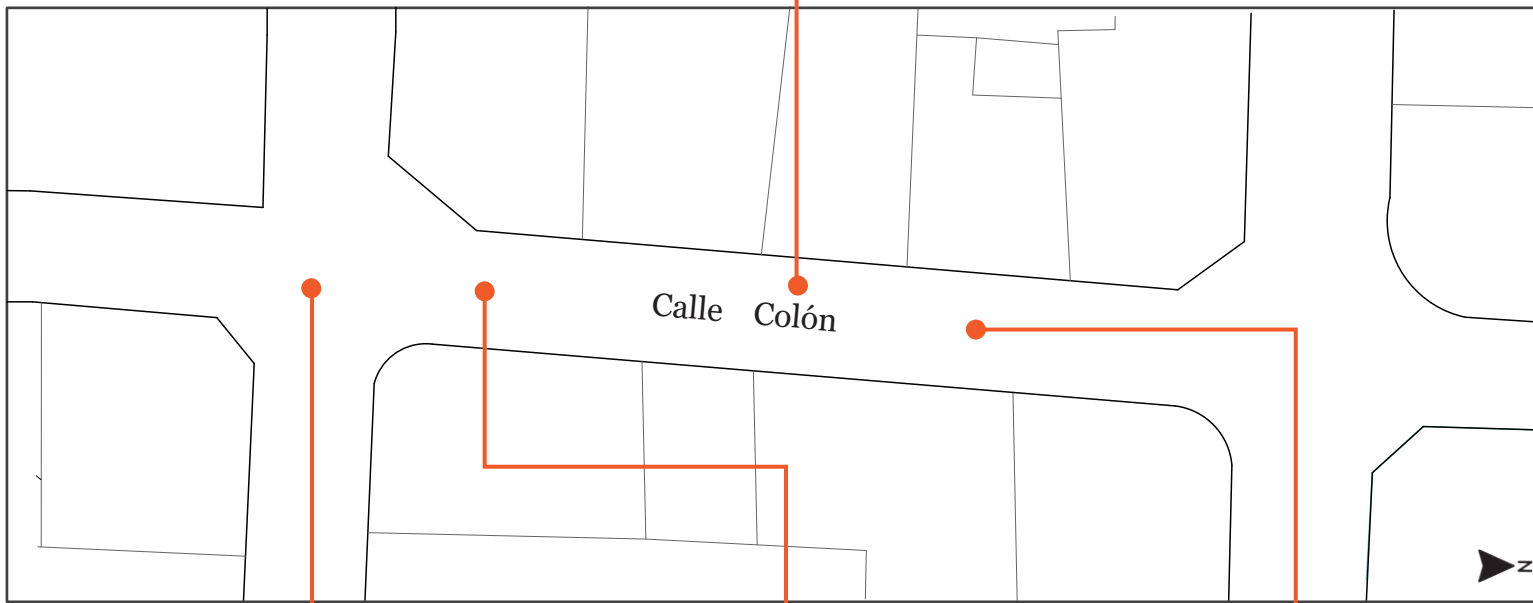
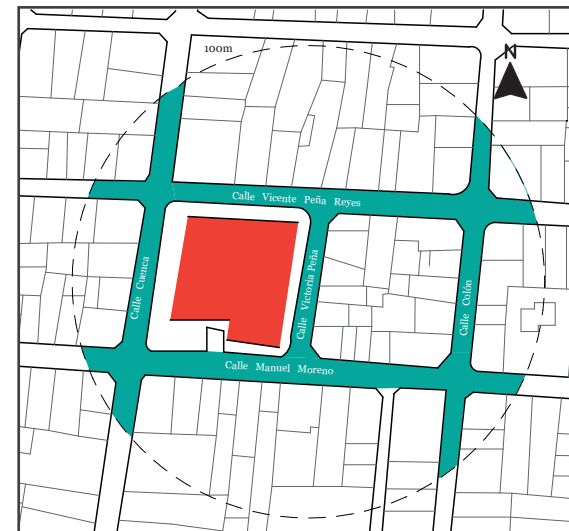
Descripción:

Esta calle en el año 2022 fue intervenida. Los adoquines de veredas y calles fueron cambiados, se delimito la zona que será tarifada, sin embargo, este reglamento no está en funcionamiento.

A pesar de su intervención, existe una falta de mobiliario urbano, hdesgaste en los materiales, no existe pasos peatonales, señalética, etc.



Ubicación



Título: Calle Colón

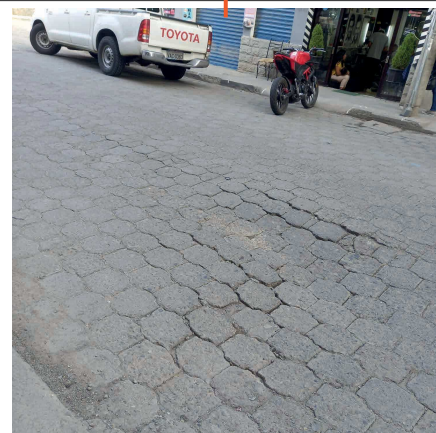
Mapa 13

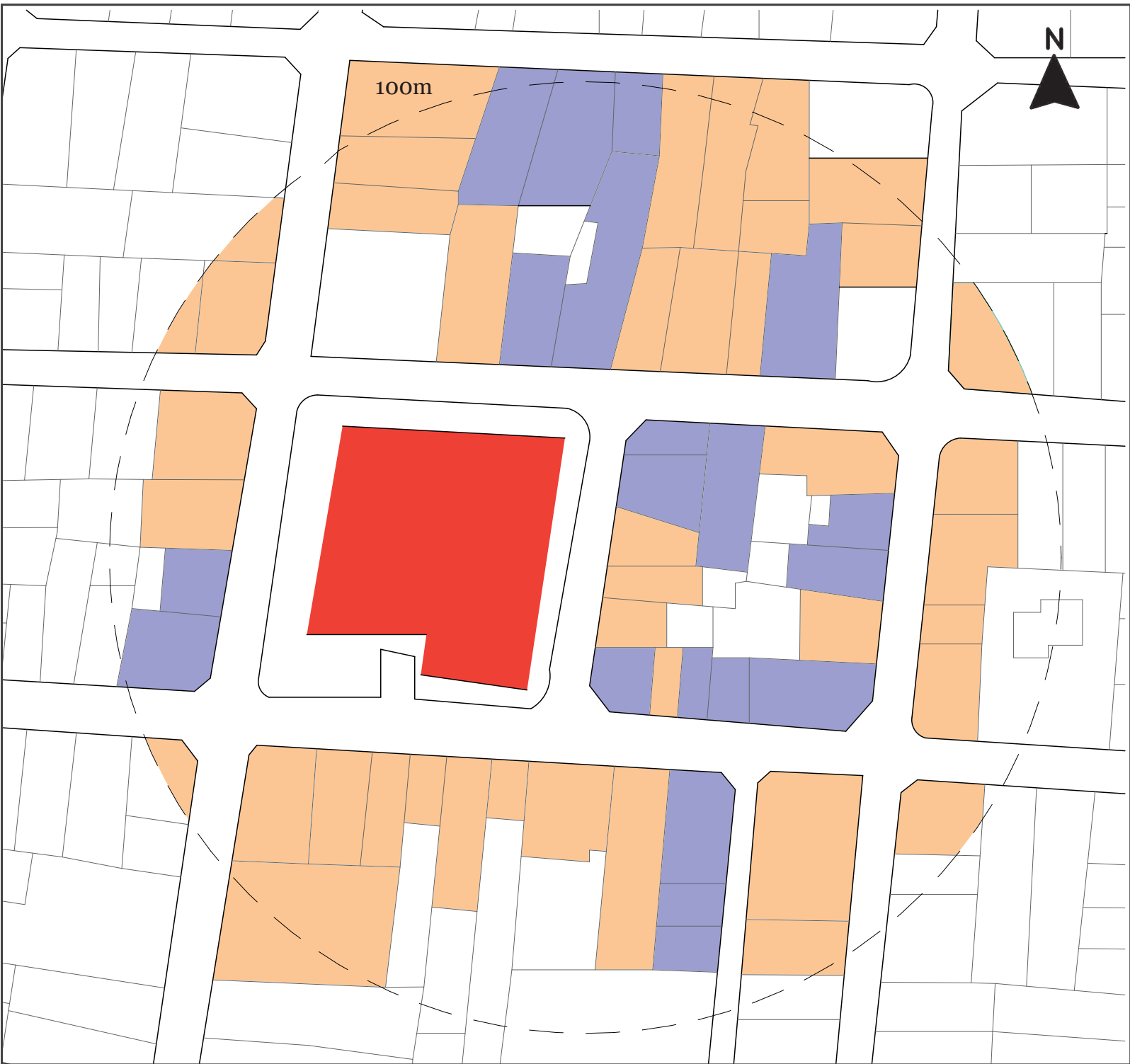
Descripción:

El mal estado de las calles causa molestias a los conductores y peatones, en especial esta. Como se observa la calle Colón es la que tiene mayor deterioro, deformaciones y pérdidas de material

Las veredas se encuentran en peor estado, causando accidentes a los habitantes o visitantes de la zona.

En esta calle se puede observar que existe una zona tarifada, sin embargo, todavía no está activa lo cual genera que los automovilistas se estacionen donde deseen formando dobles filas de estacionamientos y produciendo congestión vehicular





Título: Tipo de vías
 Mapa 14

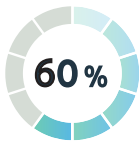
Escala 1: 2000

Fuente: Elaboración propia

Simbología


- Mixto
- Mercado 25 de junio
- Comercial

Porcentajes



60%

Uso de suelo comercial



40%

Uso de suelo Mixto

Descripción:




En este sector predomina el uso comercial con un porcentaje del 60%. El uso de suelo a cambiado en esta zona ya que, en sus inicios era una zona residencial ,

3.2.3.3. Elementos urbanos.

3.2.3.3.1. Mobiliario urbano y señalización

La zona de estudio es un sector con alto tráfico vehicular y peatonal, sin embargo, el mobiliario urbano y señalización es escasa casi nula. No existe basureros, jardineras, mobiliario de descanso, iluminación, paradas de bus, pasos peatonales, semáforos peatonales, etc.

Tabla 18: Elementos urbanos del mercado 25 de junio

Mobiliario y Señalización	Estado actual
<p data-bbox="224 684 708 720"><i>Figura 59. Semáforo en la calle colón</i></p> 	<ul style="list-style-type: none">-Existe semáforos vehiculares pero se encuentran en mal estado.-Varios de los semáforos no están activos.-No existe semáforos peatonales
<p data-bbox="224 1066 636 1102"><i>Figura 60. Cableado eléctrico</i></p> 	<ul style="list-style-type: none">-Existe poca iluminación en el sector.-El cableado eléctrico deteriora la imagen urbana
<p data-bbox="224 1444 863 1514"><i>Figura 61. Señalización para estacionamiento de personas con discapacidad.</i></p> 	<ul style="list-style-type: none">-La es de tipo informativa y de prevención, pero es escasa.-Existe solo en la calle Vicente Peña Reyes.

Se puede observar que el mobiliario urbano y señalización solo están ubicados en la calle Vicente Peña Reyes (Figura 62).

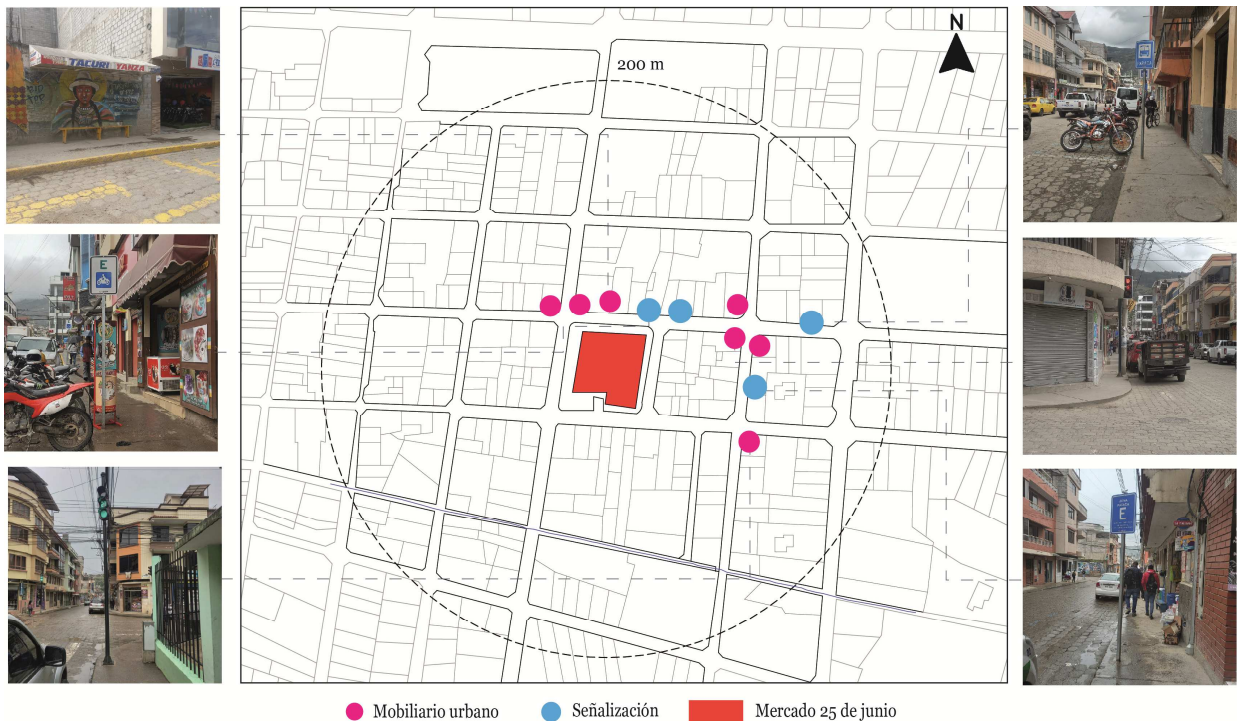


Figura 62: Ubicación del mobiliario urbano y señalización del mercado 25 de junio

3.2.4. Significado

La zona del mercado 25 de junio se ha convertido en un sector completamente comercial y turístico convirtiéndose en un punto estratégico para el cantón.

Sin embargo, después de los análisis realizados, se puede evidenciar que la imagen urbana del sector se encuentra en abandono, generando sentimientos y sensaciones de inseguridad, des confort e insalubridad. También el mercado en su forma y materialidad no crea esa conexión de individualidad, es por ello que los usuarios no lo perciben como una parte simbólica de ellos sino un problema para el cantón.

El mercado es parte de la cultura del cantón Gualaceo por los servicios que brinda, pero lo que no produce un significado e identidad es la imagen urbana del contexto.

Figura 63.
Estado actual del mercado 25 de junio



Figura 64.
Estado actual de la fachada principal del mercado 25 de junio



3.3. Análisis de tramos.

En este punto se estudia los tramos de las calles: Manuel Moreno, Cuenca, Vicente Peña Reyes, Colón y Victoria Peña. con e el objetivo de examinar las características y estructura de las edificaciones. Se puede concluir que en los 5 tramos los materiales y texturas son diferentes y están en mal estado, ya que en cada tramo hay presencia de diferentes tipos de materiales como; ladrillo, bloque, vidrios oscuros, claros o verdes. Algunas edificaciones no se encuentran terminadas. Tampoco existe una colorimetría que transmita identidad o seguridad. Las alturas y estilo son completamente diferentes en cada tramo, por consecuencia no existe una armonía paisajística.

3.3.1. Análisis de valoración de la identidad paisajística dentro de la arquitectura: Calidad y fragilidad urbana

El proceso que permite la valoración de la identidad de un paisaje, inicia con la realización de una tasación cualitativa y cuantitativa de cada tramo que se desea analizar. En este anteproyecto serían las fachadas de cada tramo de las calles que delimitan al mercado 25 de junio.

En esta fase se utiliza el método indirecto con un enfoque objetivo, el mismo examina los distintos componentes paisajísticos, como: factores naturales y antrópicos (Cardenas & Quezada, 2022). Posteriormente, se fija un rango numérico con cifras entre 1 (malo), 3 (medio) y 5 (alto) generando una sumatoria la cual lanzará un promedio, el mismo será el resultado que define si existe daños dentro de la identidad paisajística. Para que estos componentes estén claros se puede observar la explicación en el primer capítulo (Tabla 2-9)

3.3.1.1. Análisis de la valoración según su calidad paisajística.

En esta evaluación se estudió tres factores organización visual, calidad visual y calidad escénica. Posteriormente se expondrá los resultados que proporcionó el análisis de los tramos del sector, los mismos están presentes en los anexos 1.2,3,4 y 5

Calle Manuel Moreno: En el tramo de la calle Manuel Moreno se inició con identificación de elementos bióticos, antrópicos y abióticos dando como resultado que los antrópicos (A-B-F) tienen mayor relevancia. Los siguientes resultados fueron:

Organización visual: 7 puntos.

Calidad visual y escénica: 18 puntos.

Sumando un total de 25 puntos, los cuales se identifican como una calidad paisajística baja (Ver anexo 1).

Calle Cuenca: En este tramo predomina los elementos antrópicos (A-B-F).

Organización visual: 9 puntos.

Calidad visual: 7 puntos.

Calidad escénica: 9 puntos.

El análisis dio un total de 25 puntos dando como resultado una calidad paisajística baja (Ver anexo 2).

Calle Vicente Peña Reyes: En el estudio de este tramo de igual manera los elementos antrópicos (A-B-F) tienen el dominio. En los factores de calidad visual, organización visual y calidad escénica tienen los siguientes resultados:

Organización visual: 7 puntos.

Calidad visual y escénica: 14 puntos.

Generando un total de 21 puntos lo que significa que este tramo también tiene una calidad paisajística baja (Ver en anexo 3).

Calle Colón: Los resultados de este tramo fueron; predominio en los elementos antrópicos (A-B-F), en organización visual 9 puntos, calidad visual 11 puntos y calidad escénica 9 puntos. Dando una sumatoria de 29 puntos, los mismos que se identifican como una calidad paisajística baja (Ver en anexo 4).

Calle Victoria Peña: En el tramo de esta calle se identificó que los elementos antrópicos (A-B-F) tienen mayor relevancia. Los siguientes resultados fueron:

Organización visual: 9 puntos.

Calidad visual: 9 puntos.

Calidad escénica: 11 puntos.

Sumando un total de 29 puntos, los cuales se identifican como una calidad paisajística baja (Ver anexo 5)

3.3.1.2. Análisis de la valoración según su fragilidad visual.

En este estudio se examinó cuatro factores: Fragilidad visual del punto (Factores biofísicos), Fragilidad visual del entorno del punto (Factores morfológicos), Fragilidad visual del entorno del entorno (Factores históricos- culturales) y Fragilidad por accesibilidad. De igual manera, se genera el análisis del paisaje del sitio de estudio. Esto se puede observar en los anexos 6,7,8,9 y 10

Calle Manuel Moreno: En el análisis de este tramo dieron las siguientes puntuaciones:

Factores biofísicos: 9 puntos

Factores morfológicos: 8 puntos

Factores históricos: 8 puntos

Fragilidad por accesibilidad: 10 puntos.

Generando un resultado de 37 puntos, concluyendo que este tramo tiene una fragilidad visual alta (Ver anexo 6).

Calle Cuenca: La sumatoria de estos resultados dieron un total de 35 puntos, lo que evidencia que el tramo tiene una fragilidad visual alta (Ver anexo 7).

Factores biofísicos: 7 puntos

Factores morfológicos: 10 puntos

Factores históricos: 8 puntos

Fragilidad por accesibilidad: 10 puntos

La sumatoria de estos resultados dieron un total de 35 puntos, lo que evidencia que el tramo tiene una fragilidad visual alta (Ver anexo 7).

Calle Vicente Peña Reyes:

Factores biofísicos: 7 puntos

Factores morfológicos e históricos: 20 puntos

Fragilidad por accesibilidad: 10 puntos

El total de estos resultados es de 37 puntos, los mismos se identifican como fragilidad visual alta (Ver anexo 8).

Calle Colón: Esta sumatoria es de 35 puntos, lo que significa que este tramo existe fragilidad visual alta (Ver anexo 9).

Factores biofísicos: 5 puntos

Factores morfológicos: 12 puntos

Factores históricos: 8 puntos

Fragilidad por accesibilidad: 10 puntos

Calle Victoria Peña: El resultado es de 37 puntos los cuales definen que existe fragilidad visual alta (Ver anexo 10).

Factores biofísicos: 7 puntos

Factores morfológicos e históricos: 20 puntos

Fragilidad por accesibilidad: 10 punto



Estado del tramo: Regular Color Principal: 70% Amarillo Color Secundario: 20% Naranja Color Terciario: 10% Café

Cerramiento con graffitis que deterioran la imagen del sector

Colores que proporcionan discontinuidad

Cubierta de fibrocemento

Colores que no se adaptan al contexto

Materiales que no se integran al entorno.

Ventanales oscuros

Cerramiento sin mantenimiento.



Ritmo

Diferentes formas de ventanas que rompe la continuidad del tramo

Balcón semicircular

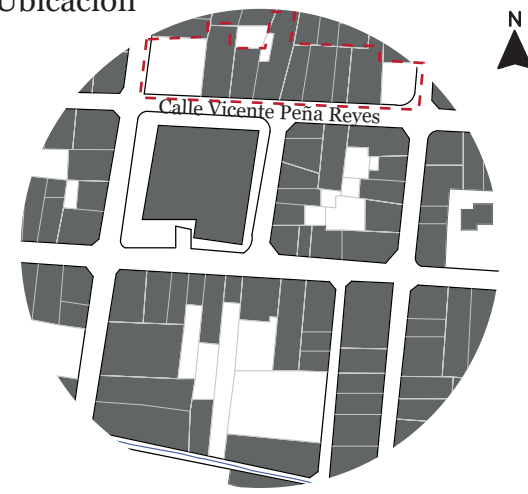
Asimetría

Existe un patrón en las ventanas.

Puertas metálicas




Ubicación



Título: Análisis del tramo 1 de la calle Vicente Peña Reyes

Simbología

Tramo 1 

El tramo que se analiza, tiene un desorden debido a que existe una mezcla de colores en todas las fachadas. Los ventanales de igual manera son de diferentes tonalidades, todo esto dañan a la imagen urbana.

-Estilo: La arquitectura se sigue caracterizando por la simplicidad y formas rectangulares simples.

-Materiales: Estas edificaciones tienen cubiertas planas, la mayoría de las casas son de hormigón. Las ventanas contienen vidrios oscuros, azules y cristal claro.

-Altura: Las edificaciones son de tres a cinco pisos, lo que produce un ritmo y desorden en el paisaje.

Análisis del tramo 2 de la calle Cuenca



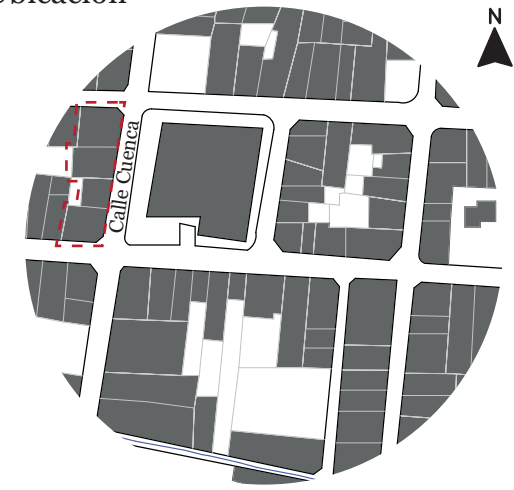
Estado del tramo: Regular

Color Principal: 70% Amarillo

Color Secundario: 20% Naranja

Color Terciario: 10% Gris

Ubicación



Ventanas con vidrios oscuros

Colores diferentes en las fachadas afectando a la imagen urbana

Vidrios de color verde Esta vivienda aun no se acaba de construir

Mezcla de tres colores en una sola vivienda



Ventanas rectangulares

Ritmo

Patrón



Título: Análisis del tramo 3 de la calle Cuenca

Simbología

Tramo 3

Descripción

El daño que produce este tramo a la imagen urbana son los diferentes colores y materiales que se usas en las fachadas.

-Estilo: La arquitectura es de estilo lineal con formas rectangulares simples.

-Materiales: Estas edificaciones tienen cubiertas planas, la mayoría de las casas son de hormigón y ladrillo. Las ventanas contienen vidrios oscuros y verdes. Las puertas y ventanas son metálicas.

-Altura: Las edificaciones son de dos a cinco pisos, lo que produce un ritmo y desorden en el paisaje.

-Características: Las formas de las ventanas, puertas y alturas crean un ritmo y patrón en las edificaciones



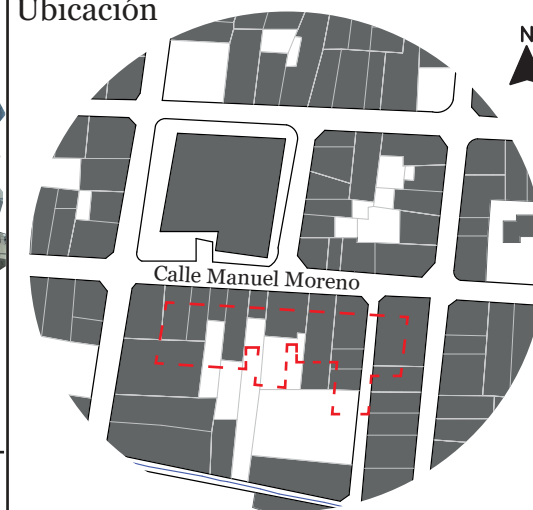
Estado del tramo: Regular

Color Principal: 70% Beige

Color Secundario: 20% Amarillo

Color Terciario: 10% Plomo

Ubicación



Título: Análisis del tramo 2 de la calle Manuel Moreno

Simbología

Tramo 2 

Descripción

El deterioro del tramo 1 se debe a los diferentes materiales y colores que se implementan en las fachadas.

-Estilo: La arquitectura es lineal de estilo moderno donde existe simplicidad en las formas geométricas

-Materiales: Las cubiertas de las edificaciones son de fibro cemento, la mayoría de las casas son de hormigón revestidas de pintura de diferentes colores. Las ventanas contienen vidrios oscuros, puertas y ventanas metálicas.

-Altura: Las edificaciones son de tres a cinco pisos, lo que produce un ritmo y desorden en el paisaje.

-Características: Las formas de las ventanas y puertas crean un ritmo y patrón en las edificaciones





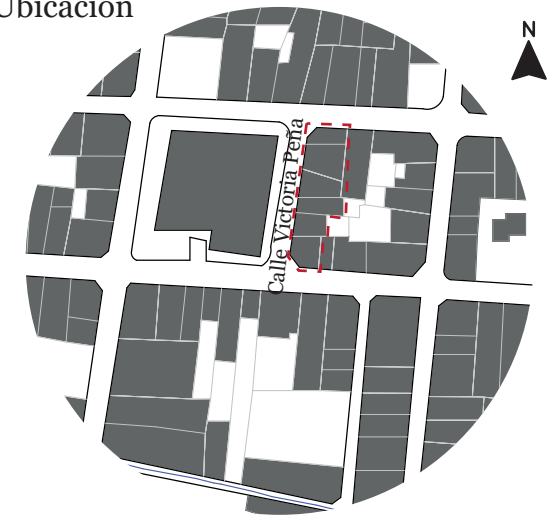
Estado del tramo: Regular

Color Principal: 70% Naranja

Color Secundario: 20% Beige

Color Terciario: 10% Plomo

Ubicación



Cubierta de fibrocemento



Ventanales oscuros

Implementación de cerámica dañando el orden del tramo

Ventanales verdes

Mezcla de materiales

Diferentes colores de pintura

Título: Análisis del tramo 4 de la calle Victoria Peña

Simbología

Tramo 4 

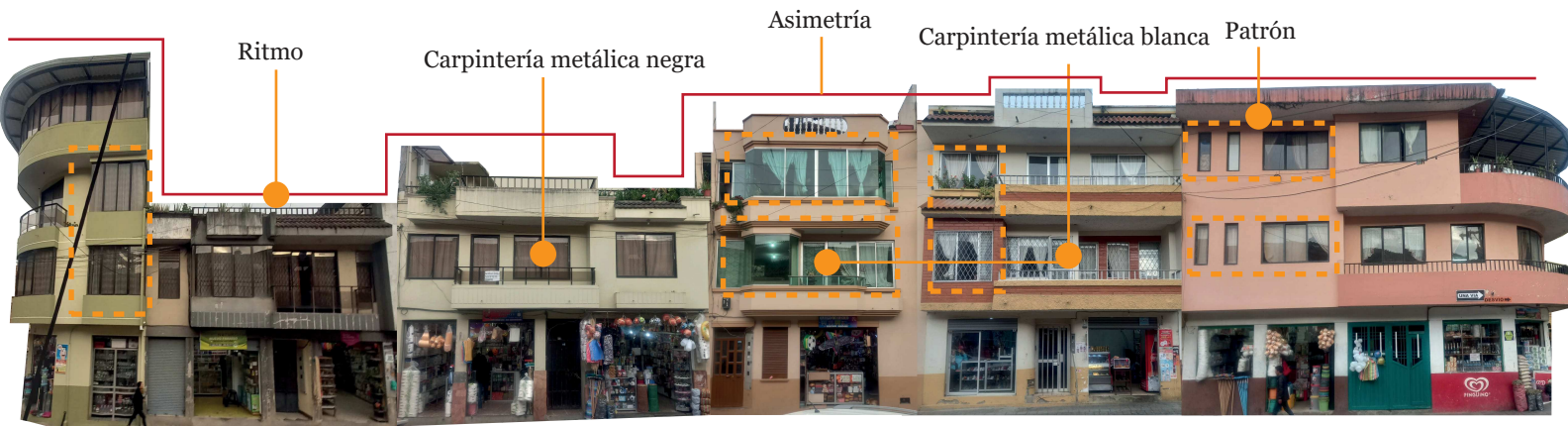
Descripción

El tramo de la calle Victoria Peña se encuentra en un estado regular, sin embargo, tiene un desperfecto en la imagen urbana debido a la mezcla de colores o materiales de todas las fachadas.

-Estilo: Arquitectura lineal, simple y con formas rectangulares .

-Materiales: Estas edificaciones tienen cubiertas planas o de fibro cemento , con muros de hormigón o ladrillo. Las ventanas contienen vidrios oscuros y carpintería metálica de diferentes colores.

-Altura: Las edificaciones son de dos a cuatro pisos, lo que produce un ritmo y desorden en el paisaje.



Ritmo

Carpintería metálica negra

Asimetría

Carpintería metálica blanca

Patrón



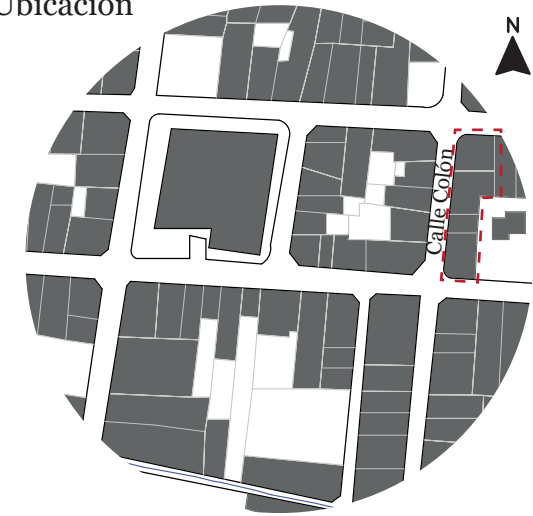
Estado del tramo: Bueno

Color Principal: 70% Naranja

Color Secundario: 20% Plomo

Color Terciario: 10% Café

Ubicación



Título: Análisis del tramo 4 de la calle Colón

Simbología

Tramo 5



Descripción

El tramo se encuentra en buen estado, sin embargo, lo que daña el paisaje es la mezcla de colores y materiales en todas las fachadas.

-Estilo: El estilo arquitectónico del tramo se caracteriza por la simplicidad y formas rectangulares simples.

-Materiales: Estas edificaciones tienen cubiertas planas, la mayoría de las casas son de hormigón. Las ventanas contienen vidrios oscuros.

-Altura: Las edificaciones son de uno a cinco pisos, lo que produce un ritmo y desorden en el paisaje.



3.4. Potencialidades y problemas

Tabla 19

Potencialidades y problemas de la imagen urbana del sector de estudio.

Potencialidades de los Componentes de la imagen urbana			
Identidad	Estructura		Significado
-Cultura gastronómica. -Ritmo y armonía en los niveles de las construcciones que se encuentran al entorno del mercado.	Sistema vial.	- Conectividad con el transporte público.	-Espacio con significado cultural. -Espacio diverso. -Punto de interés turístico. ■■■■■ ■■■■■
	Uso de suelo	- Mixticidad de uso de suelos en el sector - Zona turística.	
	Espacios abiertos	- Acceso al sector por diferentes puntos. -El sector cuenta con aceras .	
	Elementos urbanos	-Inexistentes.	
Problemas de los Componentes de la imagen urbana			
Identidad	Estructura		Significado
-Mezcla de materiales y texturas. -Fuerte contraste de color en las fachadas aledañas y el mercado.	Sistema vial	-Congestión vehicular por la circulación de transporte público.	-Los habitantes y turistas no encuentran un significado o pertenencia en el sector, debido a que: -Es un lugar inseguro. -No es confortable. - Es un lugar abandonado ■■■■■ ■■■■■
	Espacios abiertos	-No existe calles peatonales. - Preferencia vehicular en el diseño urbano - Deterioro en la materialidad del pavimento y aceras. -Sección de aceras mínimas. - No existe rampas para personas con discapacidad. - No existe pasos peatonales.	
	Elementos urbanos	- No existe mobiliario para las paradas de buses -Escaso mobiliario urbano (semáforos vehiculares y peatonales, basureros, jardineras, iluminación, bolardos, señalización, etc.)	

Capítulo IV

Después del levantamiento de información en los anteriores capítulos presentados, se plantea la siguiente propuesta a nivel de anteproyecto para recuperar la imagen urbana del sector del mercado 25 de junio.

4.1. Estrategias e intervenciones.

Estas estrategias están basadas en los componentes de la imagen urbana propuestos por Kevin Lynch (1959) y los mismos que se fundamentaron esta investigación. Las estrategias también se apoyan por las estrategias de los referentes que se analizaron y en los resultados que arrojó el estudio de sitio

Tabla 20

Estrategias e intervenciones basados en los componentes de la imagen urbana

Componente		Estrategia	Intervención
Identidad		Colorimetría en fachadas del mercado y tramos de las edificaciones que lo rodean	- La identidad de las calles es la fachada del mercado, por lo mismo se iniciará con la intervención de cambio de color en las cuatro fachadas del establecimiento.
		Cambio de materialidad	- Basándose en la nueva colorimetría del mercado, se interviene en las fachadas de los tramos que lo rodean.
Estructura	Sistema Vial	Mejorar el diseño de la infraestructura vial	-Prioridad al peatón en la señalización. -Implementación de calle peatonal. -Cambio del material del pavimento. -Implementar pasos peatonales en el cruce de cada calle. -Ubicar señalización basándose en la Normativa Ecuatoriana.
		Diseño de aceras y accesibilidad de las calles para que sean incluyentes.	- Colocar rampas peatonales. -Implementar bolardos de hormigón solo donde inicia la calle peatonal con el objetivo de impedir el acceso de vehículos. -Las aceras se dividen en dos espacios los cuales fueron basados en la guía global de diseño de calles. Se colocará diferentes materiales , ya que uno de ellos es destinado al mobiliario y el otro a los usuarios.

		Disminuir el tráfico vehicular	-Según la guía global de diseño de calles, para combatir el tráfico vehicular, es necesario intervenir las calzadas y reducir su tamaño. -Zona de desembarque
	Elementos urbanos	Ofrecer a los ciudadanos o turistas una zona limpia y segura.	-Iluminación. -Implementar basureros, creando un diseño que contenga vegetación. -Crear bancas con materiales que se integren al contexto. -Colocar mobiliario de una parada de bus que de igual manera se integre al lugar.
Significado	Agrupando todas las intervenciones que se indican anteriormente, se obtendrá como resultado el objetivo principal de esta tesis y este sector se convierte en: <ul style="list-style-type: none"> -Un espacio seguro y confortable -Lugar turístico e inclusivo. -Espacio cultural y accesible. -Diseño rítmico -Se crea una identidad en la imagen urbana 		

4.2. Propuesta urbana a nivel de anteproyecto

4.2.1. Identidad

4.2.1.1. Propuesta y análisis de colorimetría en las fachadas del mercado y tramos.

El color en una ciudad o zona específica, es el que transmite distintos sentimientos como; la seguridad, pertenencia e identidad local, sin embargo, se observa en los análisis anteriores, que este sitio de estudio no tiene una colorimetría que cumpla este concepto. Es por ello que se propone un cambio de color en las fachadas del mercado y de los tramos, creando una paleta de colores que conviertan la zona en lugar de identidad y simbolismo para los ciudadanos y como resultado se tendría el mejoramiento de la imagen urbana.

Esta propuesta de color está basada en la teoría de Plutchik (1980), quien creó la rueda de emociones con relación a la colorimetría, el autor colocó ocho emociones y colores primarios en un círculo, ubicándolos de manera que cada color y sentimiento positivo estén al frente de un negativo así creando los siguientes cuatro ejes: alegría-

tristeza, disgusto-aceptación, ira-miedo, sorpresa-anticipación(Díaz & Flores, 2011) (Figura 65).

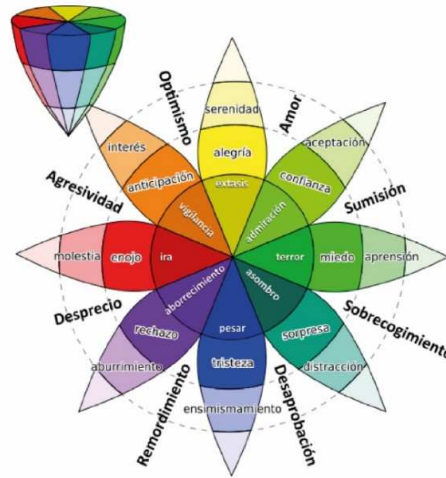
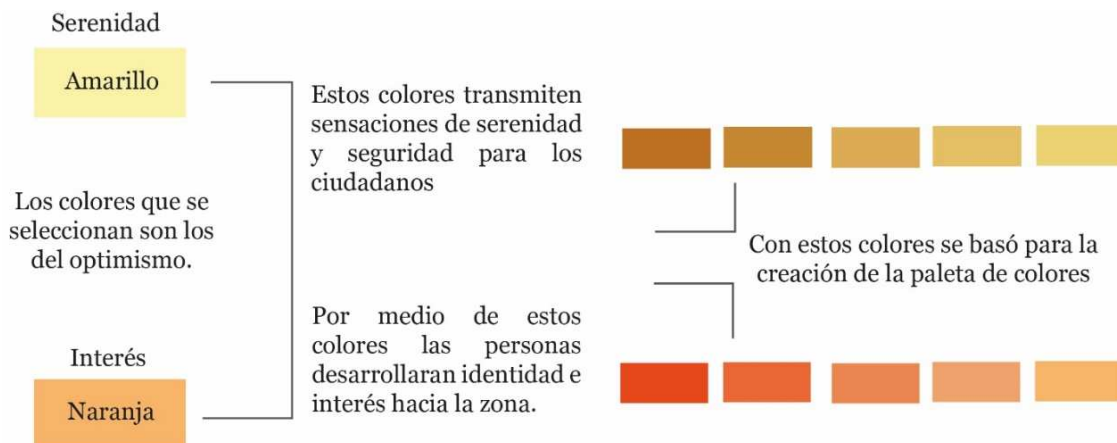


Figura 65: Rueda de las emociones según Plutchik
Fuente. (Psicología y mente, 2019).

Como se planteó en este ante proyecto una de las problemáticas del sector, es que transmite sentimientos de inseguridad es por ello que se opta por la selección de los colores del optimismo y seguridad que son: amarillo y naranja. De estos colores se desglosó una gama de colores para ser aplicados en las fachadas y carpintería de los tramos y del mercado (Figura 66).

Figura 66.

Selección de colores según la rueda de Plutchik



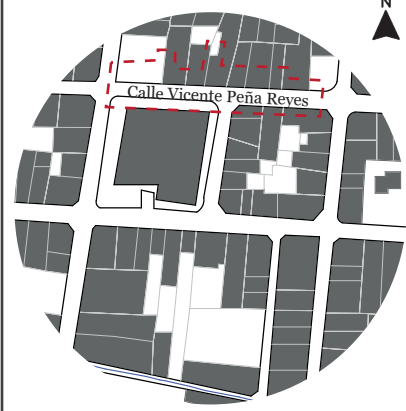
Partiendo de esta selección, se empieza con la primera estrategia de regeneración. Se propone pintar los muros de los colores amarillo y naranja con pintura plástica, ya que esta es impermeable y económica. En los zócalos y balcones se aplicará un revestimiento de pintura en tonos más oscuros. Las cubiertas de fibra cemento serán remplazadas por cubiertas de teja.

En el análisis de sitio se observó que en todas las edificaciones existen puertas de rollo que sirven como ingresos para los locales comerciales; estas se mantendrán, pero se sugiere realizar un mantenimiento pintándolas con aerógrafo en color café y colocando marcos de madera alrededor de ellas. Las puertas de ingreso a las viviendas serán sustituidas por puertas de madera, y en las ventanas se cambiarán los paneles de vidrio oscuros por paneles claros. Estas estrategias se pueden ver en las siguientes láminas.

Estado del tramo actual de la calle Vicente Peña Reyes.

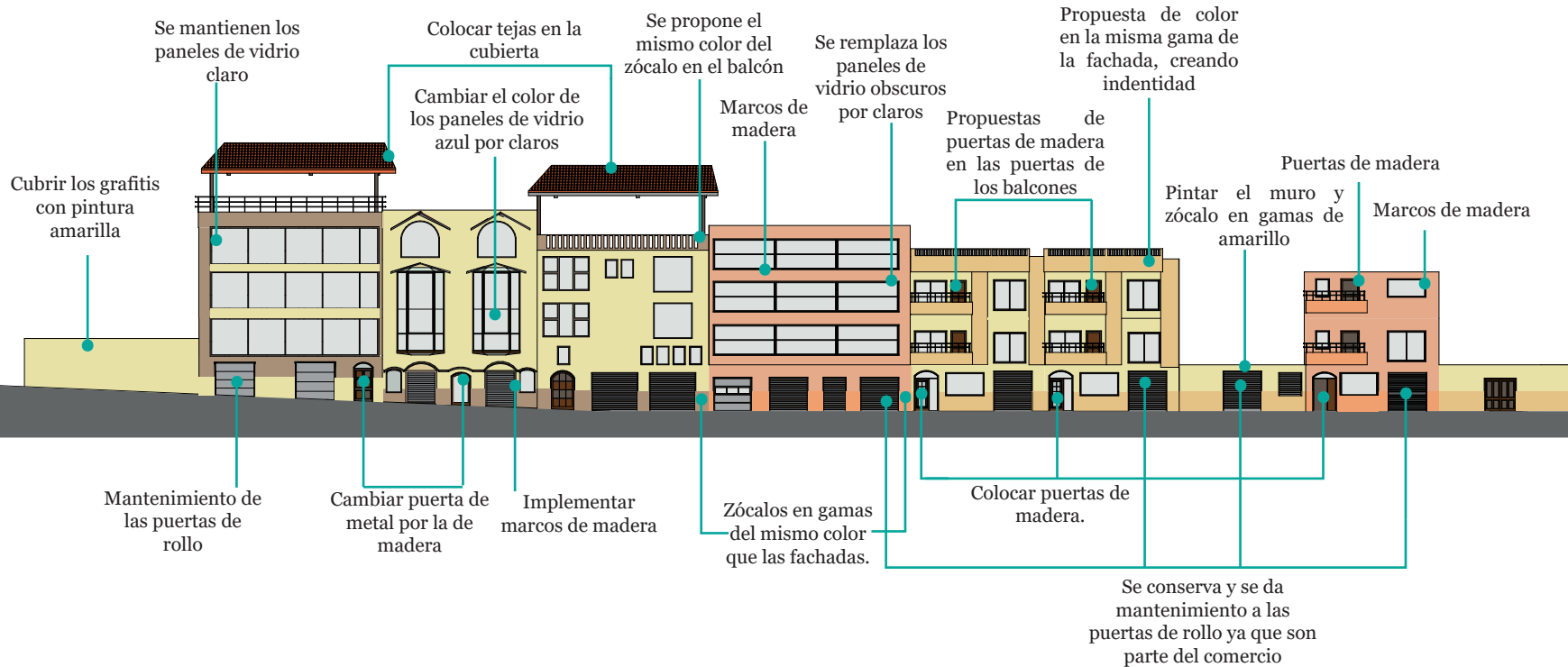


Ubicación



Título: Propuesta del tramo 1 de la calle Vicente Peña Reyes

Propuesta.



Legenda

Paredes

Tonalidades en amarillos

Tonalidades en naranjas

Zócalos y balcones

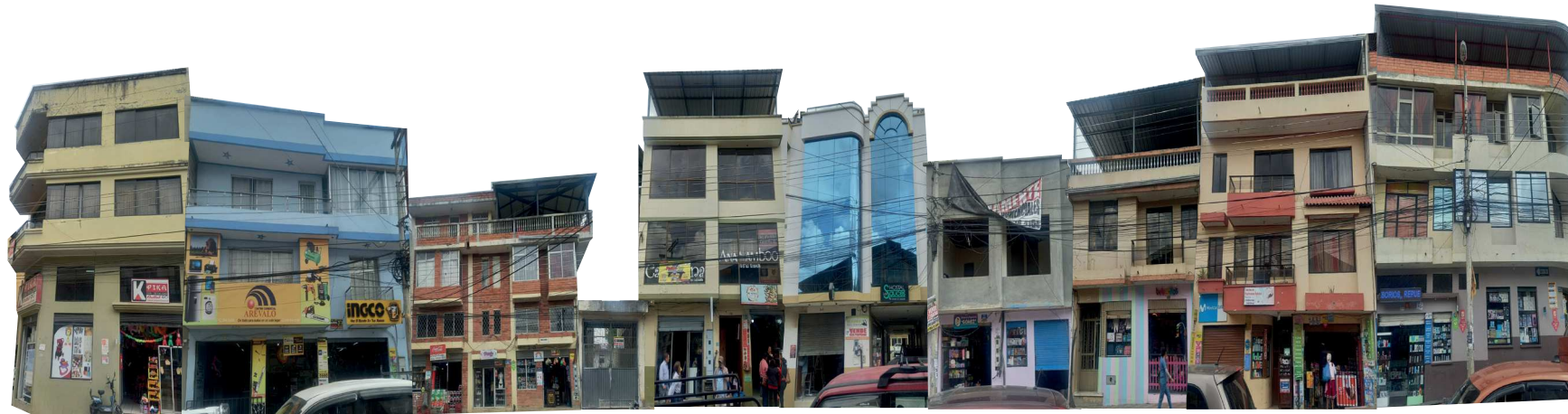
Carpintería

Cubierta - Teja

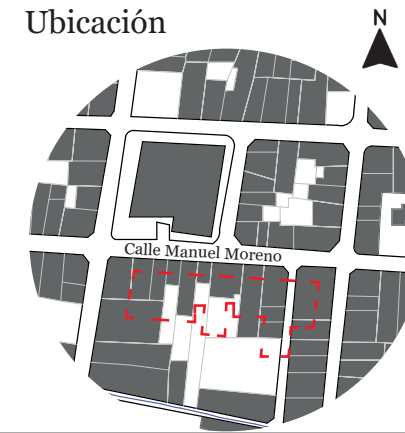
Descripción:

Se hace una propuesta de color en las fachadas de las edificaciones en tonos amarillos y naranjas de igual manera basados en el círculo de Plutchik para crear una integración en toda la zona. Se colocan zócalos en algunas edificaciones con revestimiento de pintura en las mismas gamas. Implementación de puertas de madera y en las puertas de rollo se dio un mantenimiento de pintura gris con aerógrafo. También se colocó marcos de madera en las puertas y ventanas.

Estado del tramo actual de la calle Manuel Moreno.



Ubicación



Título: Propuesta del tramo de la calle Manuel Moreno

Legenda

Paredes

Tonalidades en amarillos

Tonalidades en naranjas

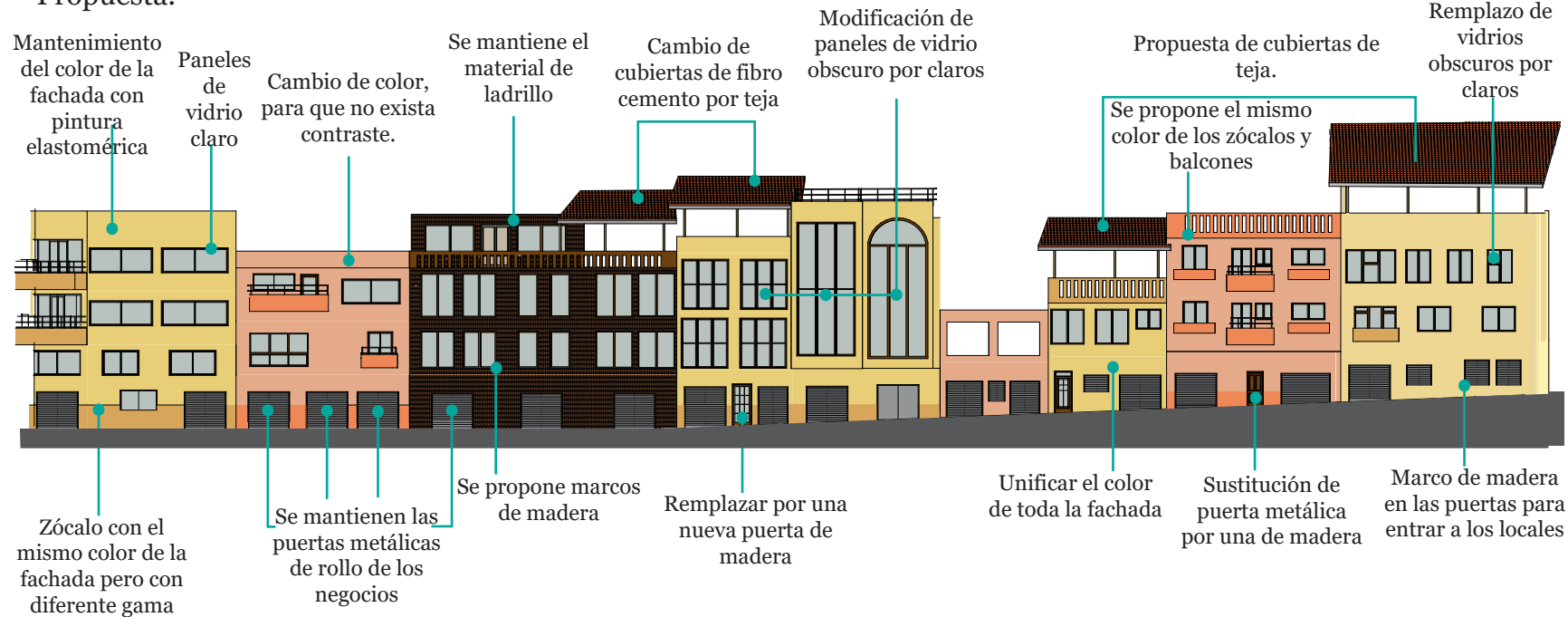
Zócalos y balcones

Carpintería

Cubierta Teja



Propuesta.



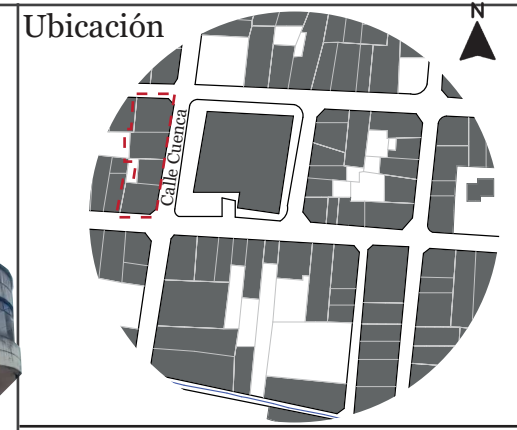
Descripción:

Para mejorar la imagen urbana de este tramo se inició con la propuesta de color. Se colocó pintura plástica en muros, zócalos y balcones, esta pintura es ideal para exteriores ya que son impermeables y económicas.

Los colores que se seleccionaron fueron amarillos y naranjas, para transmitir seguridad. Los zócalos y balcones se coloca pintura en gamas más oscuras.

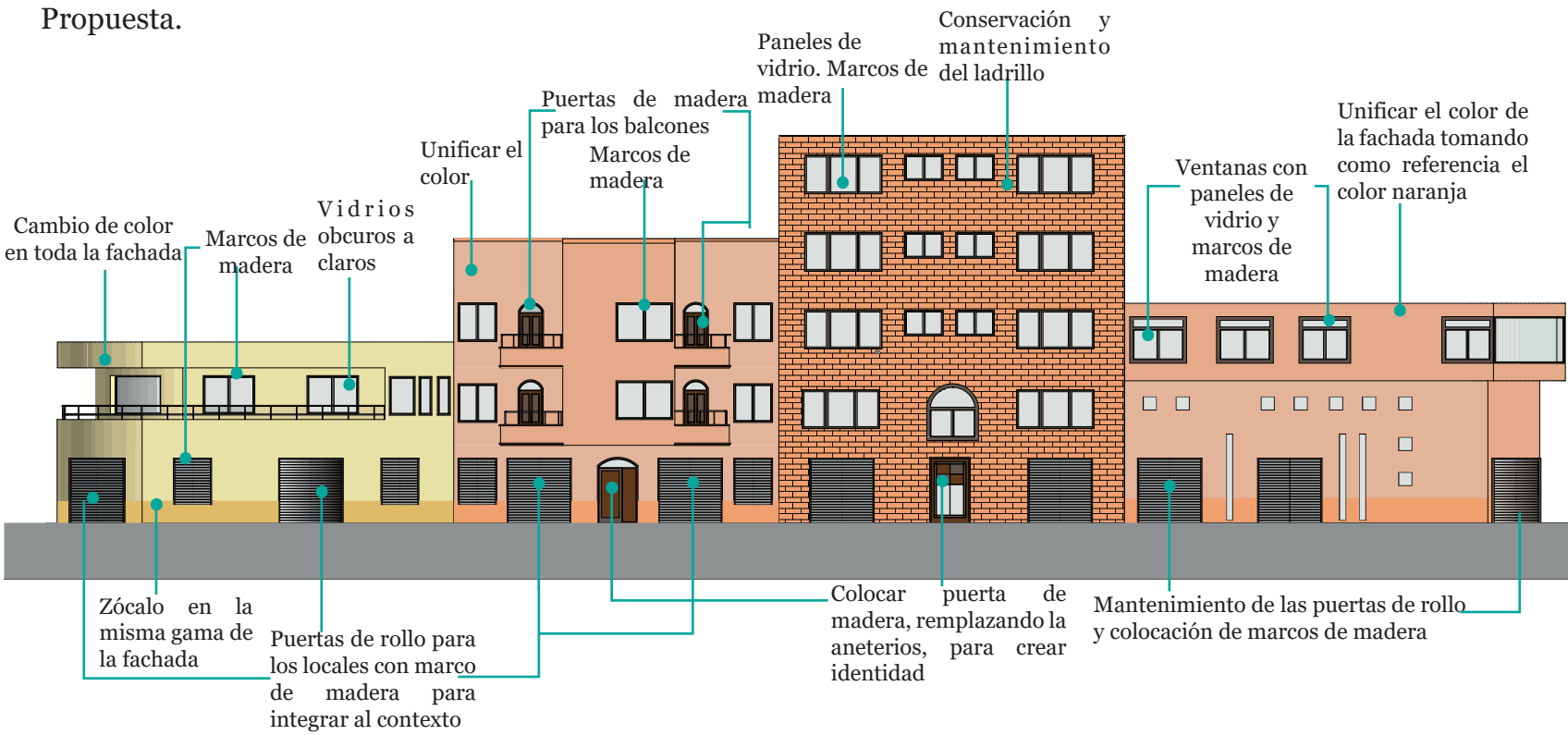
En las cubiertas se cambia el material de fibro cemento por teja. En las puertas de ingreso a los locales comerciales, se realiza un mantenimiento, pintándolas con aerógrafo. Se sustituyó las puertas de ingreso a las viviendas por puertas de madera

Estado del tramo actual de la calle Cuenca.



Título: Propuesta del tramo de la calle Cuenca

Propuesta.



Legenda

Paredes
 Tonalidades en amarillos
 Tonalidades en naranjas

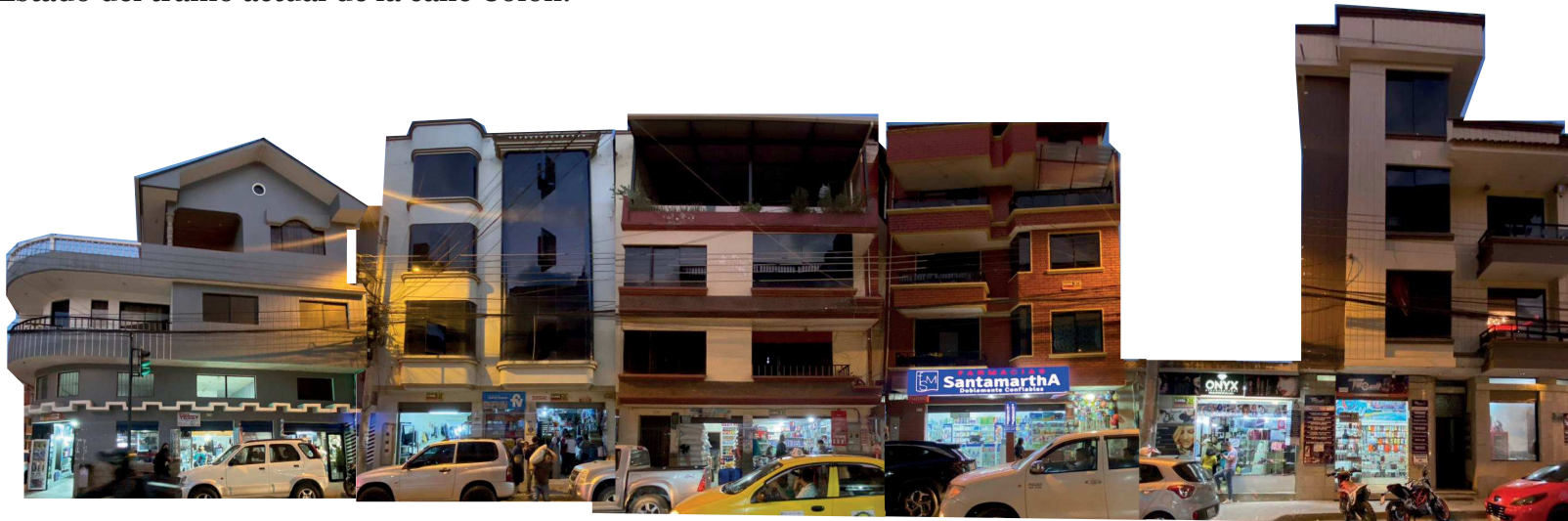
Zócalos y balcones

Carpintería

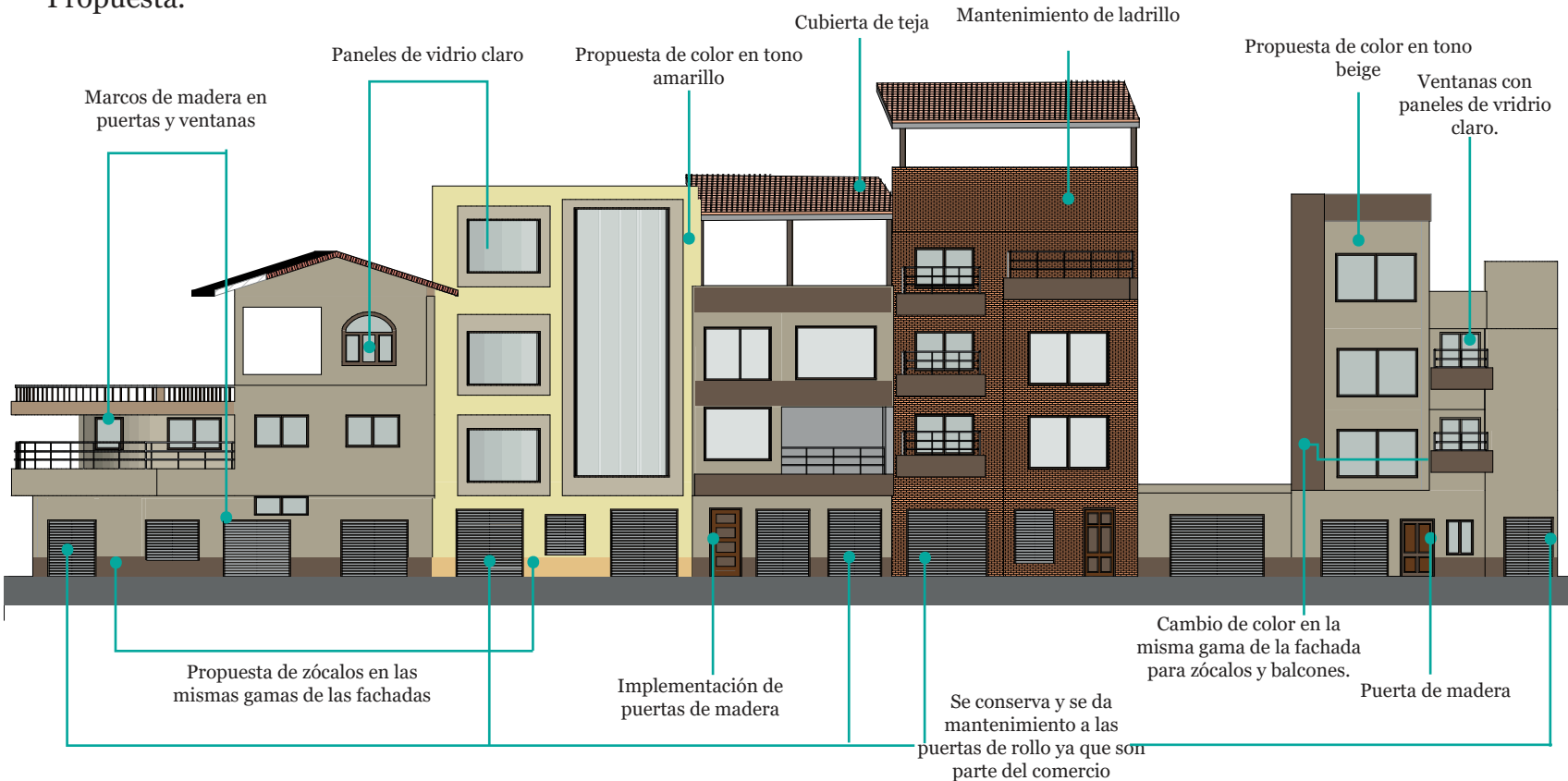
Cubierta Teja

Descripción:
 Se coloca y reemplaza elementos para ir creando una identidad en esta zona. En todas las ventanas de las edificaciones se colocaron marcos de madera. Las puertas de rollo se conservan ya que son las entradas a los locales comerciales, y en todos los tramos existe este elemento así creando un patrón y ritmo. A las mismas se realizan un mantenimiento de color. De igual manera, se pintan las fachadas con pintura elástica con gamas de colores que se tomó del círculo de Plutchik, amarillo y naranja que son los colores que transmiten seguridad, interés, armonía, etc.
 En los zócalos se propone pintar de colores de la misma gama de las fachadas. En una de las edificaciones se mantiene el ladrillo ya que se integra al contexto.

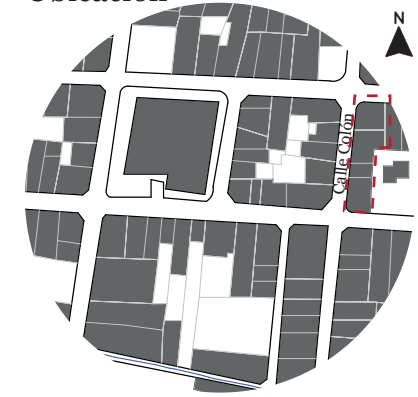
Estado del tramo actual de la calle Colón.



Propuesta.



Ubicación



Título: Propuesta del tramo de la calle Colón

Leyenda

Paredes	
Tonalidades en amarillos	
Tonalidades en naranjas	
Zócalos y balcones	
Carpintería	
Cubierta	
Teja	

Descripción:

Se crea una propuesta de color en las fachadas en tonos parecidos a los originales, para que se desarrolle una relación con los demás tramos. El revestimiento se lo realizaría con pintura elástica que es apta para exteriores.

Las ventanas y puertas de entrada a las viviendas se toma la misma iniciativa que los anteriores tramos, implementando marcos de madera y colocando puertas de madera en remplazo a las de metálicas.

Se considera un mantenimiento de color con aerógrafo en las puertas de rollo.

Todos los elementos en conjunto van formando identidad al sector.

Propuesta de color para la fachada del mercado-calle Manuel Moreno



Propuesta.

Leyenda

Paredes

Tonalidades en amarillos



Tonalidades en naranjas



Zócalos y balcones

Tonos oscuros



Carpintería



Cubierta

Teja

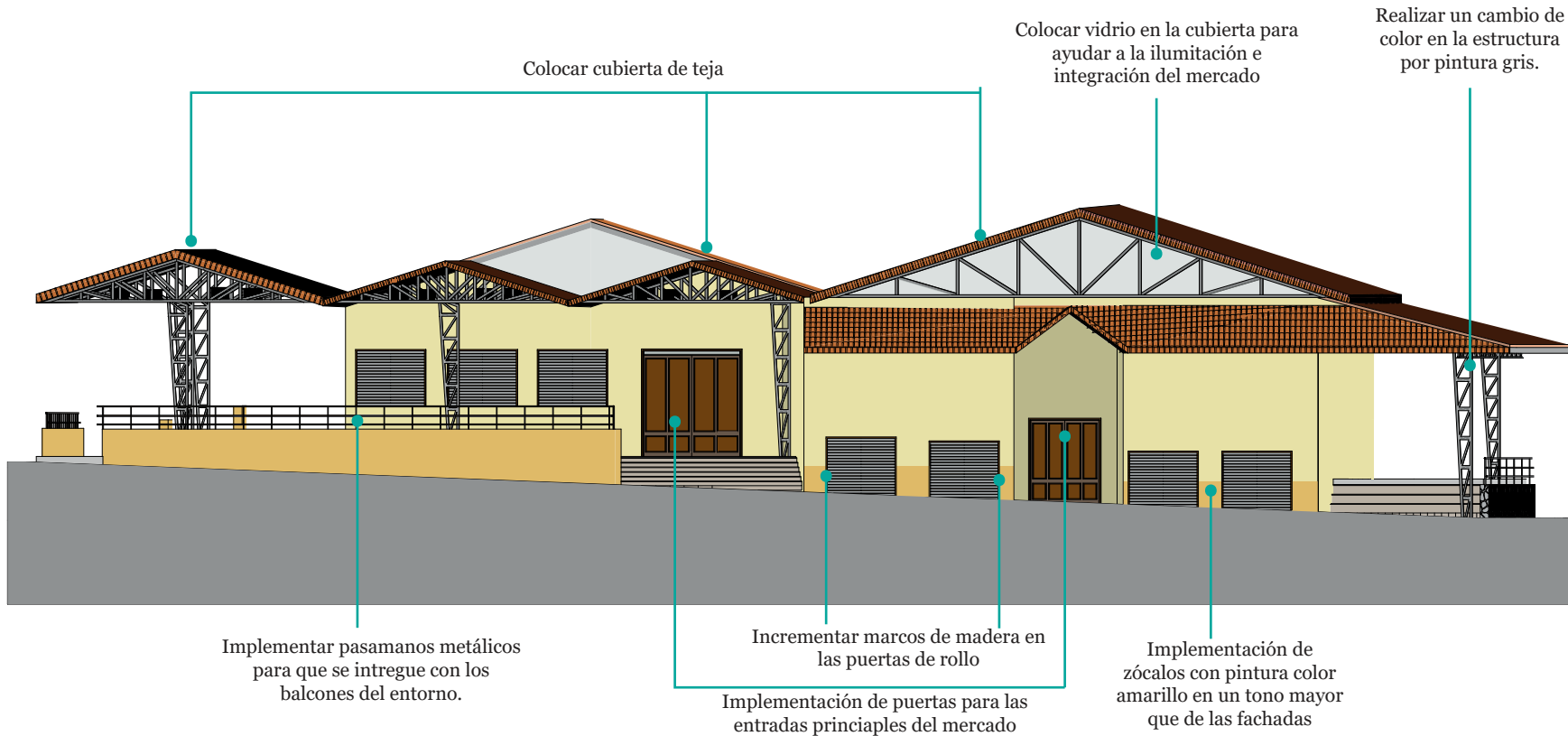


Descripción:

Se intenta crear identidad en la zona por medio del color. La propuesta inicia con el cambio del color en las fachadas del mercado. Se selecciona un revestimiento de pintura elástica color amarillo.

Las puertas metálicas de la entrada se intercambian por puertas de madera. Las puertas de rollo se da un mantenimiento con aerógrafo y se coloca marcos de madera.

Para la estructura también se propone un cambio de color, originalmente es de color amarillo pero para la propuesta se sugiere un color gris. También se implementa pasamanos metálicos color marrón.



Propuesta de color para la fachada del mercado-calle Vicente Peña Reyes



Leyenda

Paredes

Tonalidades en amarillos

Tonalidades en naranjas

Zócalos y balcones

Tonos oscuros

Carpintería

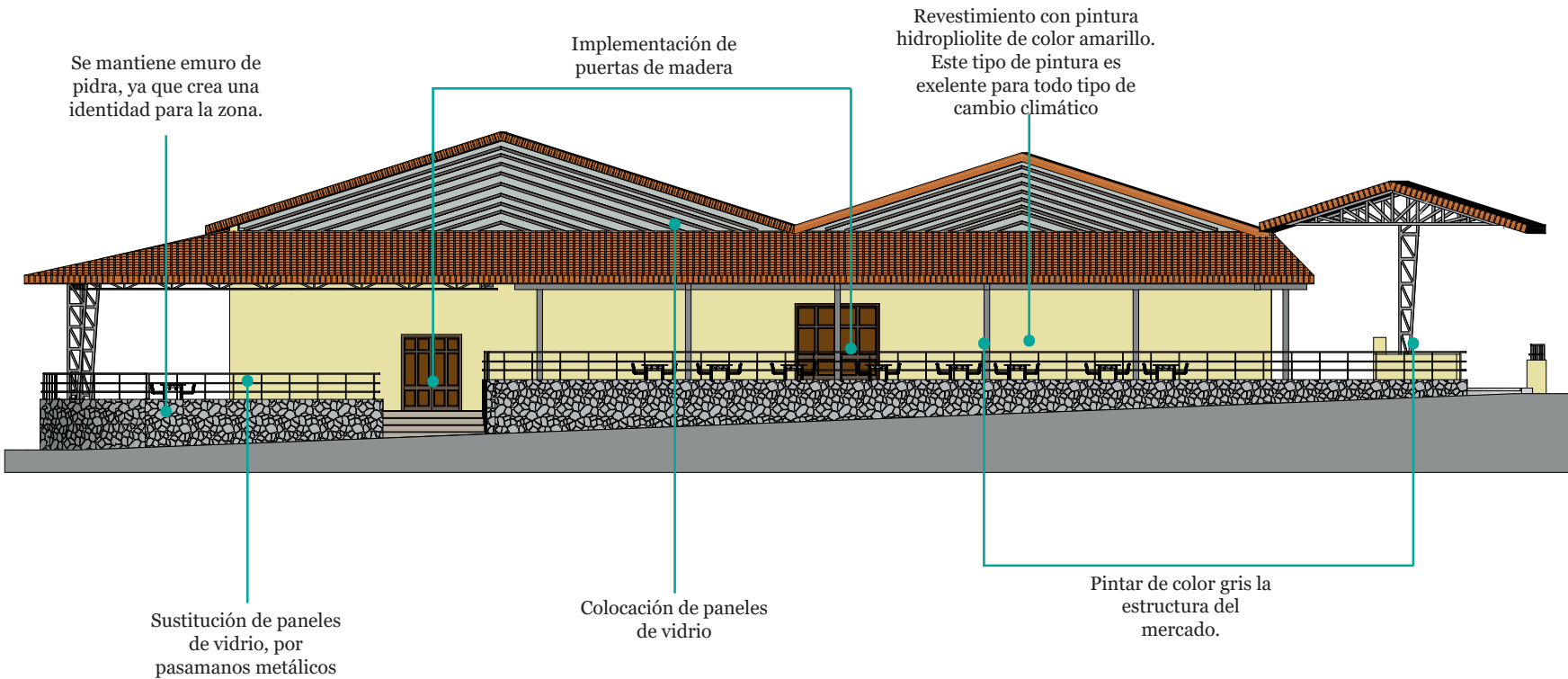
Cubierta

Teja

Descripción:

La propuesta inicia con el cambio de color en la fachada. Se utilizará pintura tipo hidropirolito de color amarillo, se escoge esta categoría de pintura ya que es resistente a todo tipo de cambio climático, y la calidad no se deteriora.

Sustitución de puertas metálicas por puertas de madera. La sustitución de los pasamanos con paneles de vidrio por pasamanos metálicos, es con el objetivo de crear una relación con los elementos que existe en el paisaje.



Propuesta de color para la fachada del mercado-calle Cuenca



Leyenda

Paredes

Tonalidades en amarillos



Tonalidades en naranjas



Zócalos y balcones

Tonos oscuros

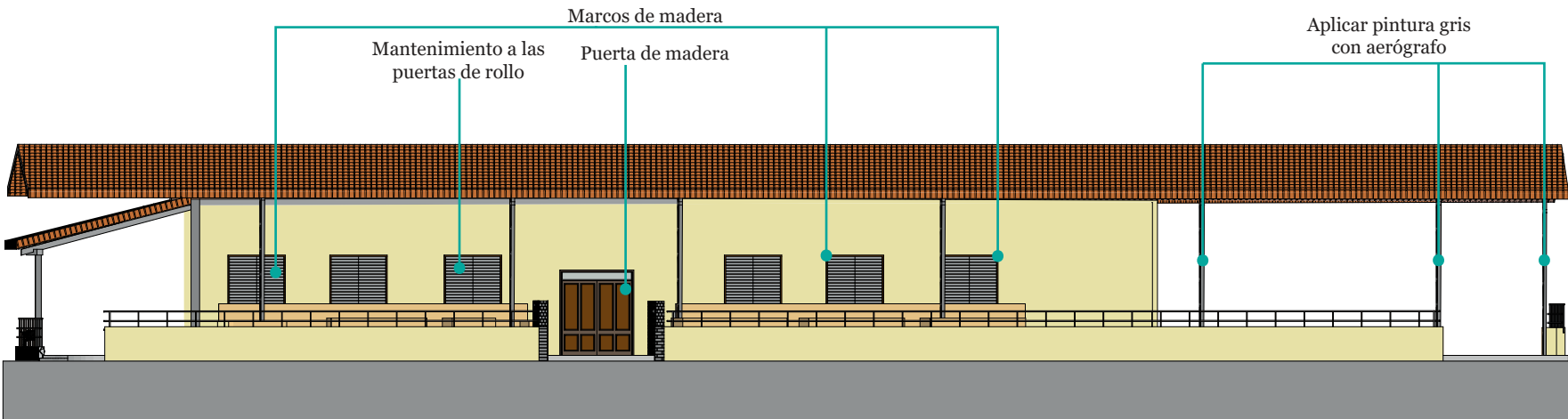


Carpintería



Cubierta

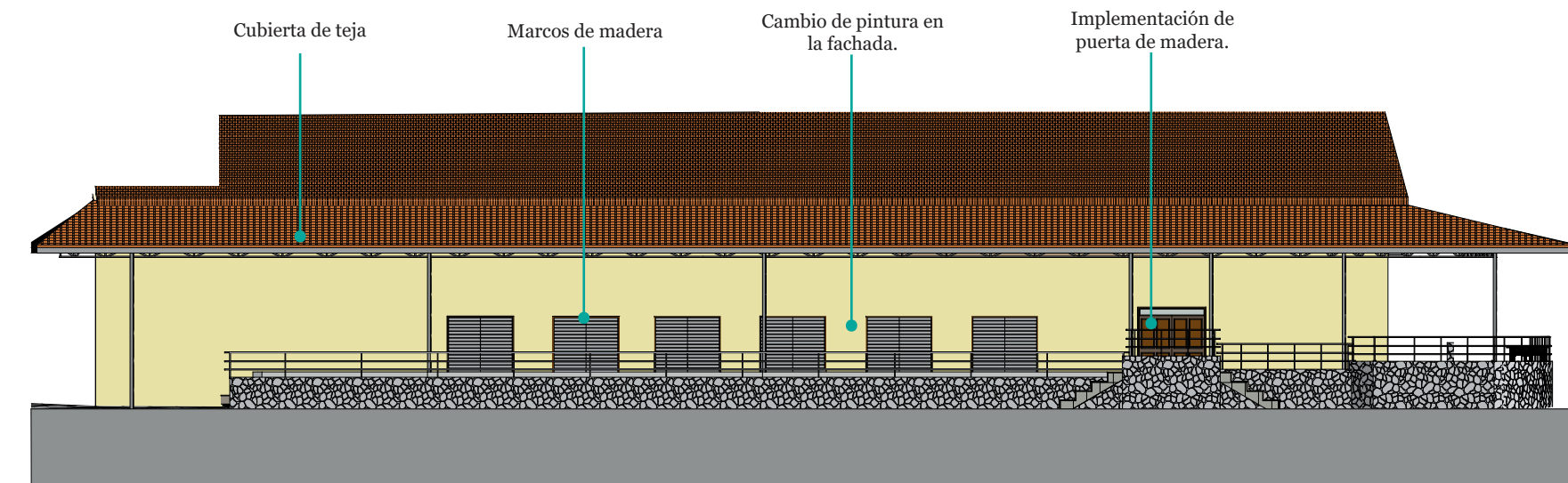
Teja



Descripción:

Para llegar a crear una relación entre el contexto y el mercado, se propone generar los cambios con la misma idea. Se propone el cambio de color y la implementación de los mismos elementos en las cuatro fachadas del mercado y así tener una simetría.

Propuesta de color para la fachada del mercado-calle Victoria Peña



Los elementos que se implementan son; los marcos de madera alrededor de las puertas de rollo. Puertas de madera suplantando a las puertas metálicas. Se coloca pasamanos metálicos

4.2.2. Estructura.

Para iniciar con un rediseño de este anteproyecto hay que tener presente que, las ciudades fueron creadas para el peatón, no para el transporte vehicular. Es por ello que se menciona que los diseños de las calles deben proyectarse y ajustarse de manera coherente a medida que las necesidades y los usos de la calle van cambiando (Ciudades, 2016). Respetando esta teoría se inicia con el rediseño de las calles y aceras dando prioridad al peatón y aplicando las estrategias mencionadas anteriormente que están basadas en la imagen urbana.

Según la Guía global de diseño de calles (2016), dicta que, cada calle que exista en una ciudad o pueblo tiene diferente denominación según el contexto. En el caso de este anteproyecto el sitio de intervención se encuentra en la clasificación de "Calle principal de barrio", ya que este nombramiento se da a las fachadas de uso mixto, que varía entre usos residenciales y comercial (Ciudades, 2016). Esta resolución se dio a través de los análisis realizados en los anteriores capítulos.

Figura 67.

Elementos que forman parte de la estructura de la imagen urbana del sector del mercado 25 de junio.



1) Aceras: La imagen urbana es mantener la calidad de un lugar o ciudad, es por ello que se inicia con la regeneración de las aceras implementando una nueva distribución de dos divisiones en las aceras conformadas por:

1) Franja de circulación peatonal (Figura 68): Esta sección es la parte principal y con mayor prioridad para el diseño, ya que como su nombre lo dice está destinada para la circulación del peatón

2) La zona de mobiliario urbano (Figura 68): Esta zona se encuentra delimitada entre el bordillo y la calzada. Aquí es donde se coloca el mobiliario urbano, señalización, alumbrado público, etc.

La geometría de las aceras está compuesta por dos divisiones con diferentes medidas (Figura 68). La franja de circulación peatonal tiene las medidas de 2 metros y la zona de mobiliario urbano cuenta con una extensión de 1.85 metros (Figura 69). Con este diseño se demuestra la preferencia a la circulación de los usuarios, ya que gracias a esta escala el tránsito es con seguridad y libertad. Otro dato importante de esta geometría es que las aceras contienen una mayor dimensión que las calzadas.

Figura 68.

Distribución de aceras

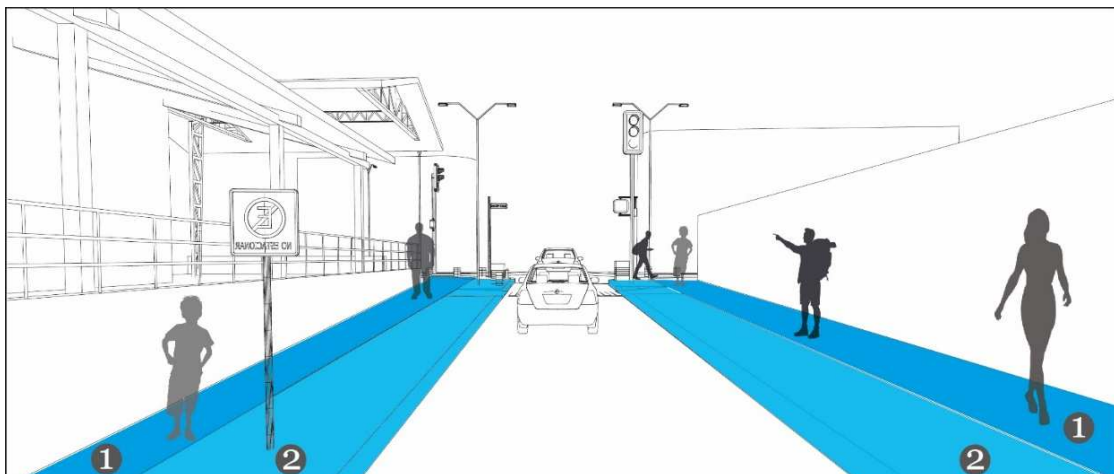
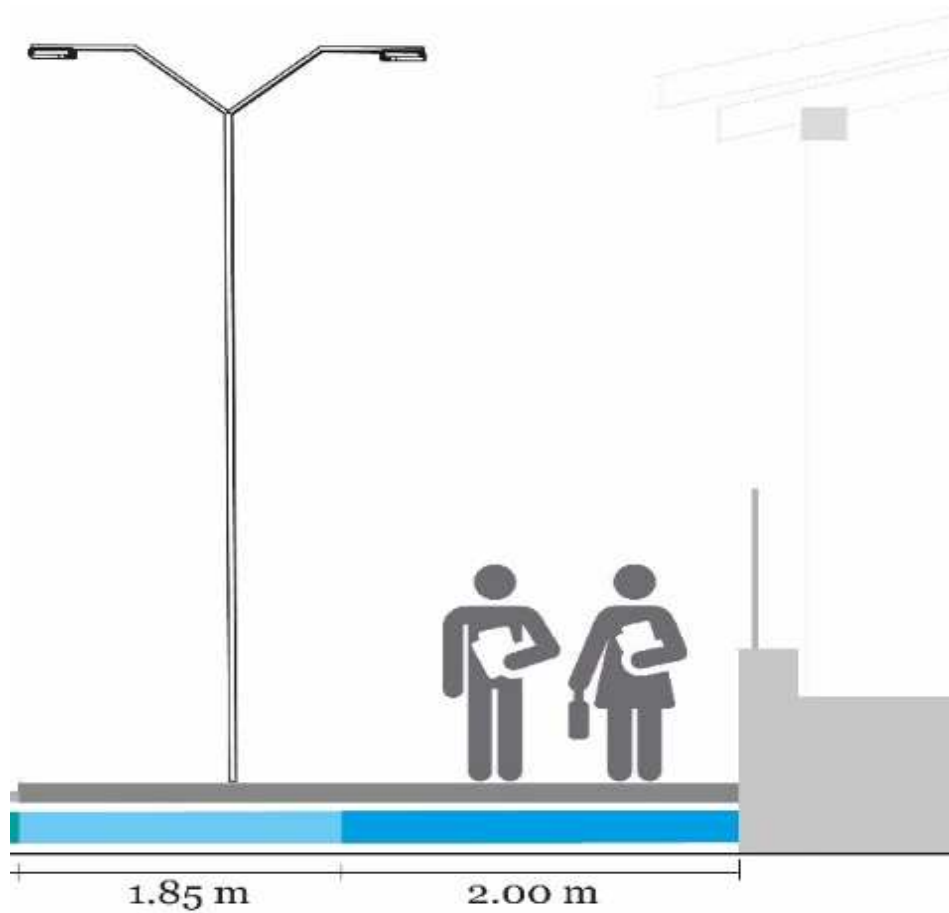


Figura 69.

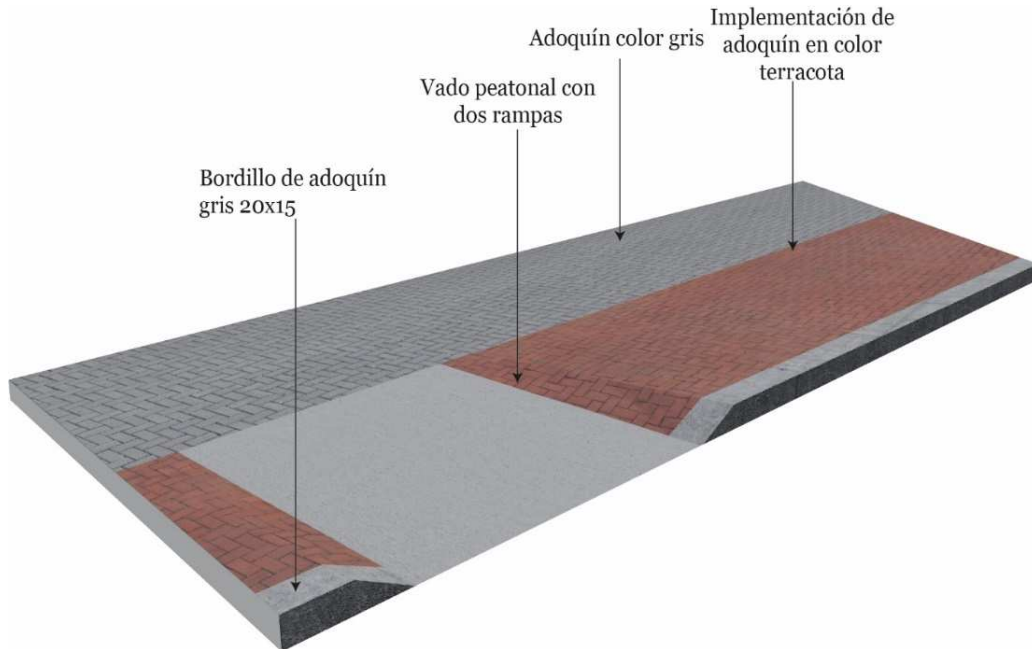
Geometría de aceras



El siguiente paso fue el diseño de materiales en las aceras, se comenzó con la sustracción del material antiguo y en mal estado. Posteriormente se determinó colocar en cada franja el mismo material, pero con diferentes colores. En la franja de circulación peatonal se instaló adoquín color gris y en la zona de mobiliario urbano adoquín color terracota, se deliberó estos colores para que conjuguen con la identidad mercado (Figura 70).

Figura 70

Diseño de materiales en las aceras.



2) Semáforo Peatonal y vehicular:

Una de las estrategias de regeneración para mejorar la imagen urbana es disminuir el colapso vehicular que existe en esta zona, para iniciar con este propósito se coloca semáforos vehiculares y peatonales.

Los semáforos deben estar ubicados en las intersecciones y en los cruces de las cuadras, estos tienen el objetivo de controlar la circulación vehicular y peatonal, de esta manera se evita el tráfico, accidentes o algún conflicto (Ciudades, 2016). Como se observó en el análisis del sitio de estudio, este sector no cuenta con suficientes semáforos o estos se encuentran desactivados. Es por todo lo descrito que en este anteproyecto se propone colocar dichos elementos de esta manera (Figura 71)

Figura 71.

Ubicación de semáforos



3) Vado peatonal:

La Guía global de diseño de calles, propone colocar perpendicularmente un vado peatonal por cada paso peatonal existente, los mismos deben estar instalados antes de terminar una acera con materiales antideslizantes. Estos elementos son inclusivos ya que, tienen el propósito de permitir la accesibilidad a personas con necesidades especiales, en sillas de ruedas o aquellas que caminan con bastones, caminadores o empujan coches de niños (Ciudades, 2016).

Según el INEN, las medidas ideales de las pendientes longitudinales y transversales son del 12%, con un ancho mínimo de 1.80 m o un máximo de 2.40m. El diseño de los vados peatonales en este anteproyecto se basó en todo lo descrito anteriormente.

Figura 72.

Diseño de vado peatonal

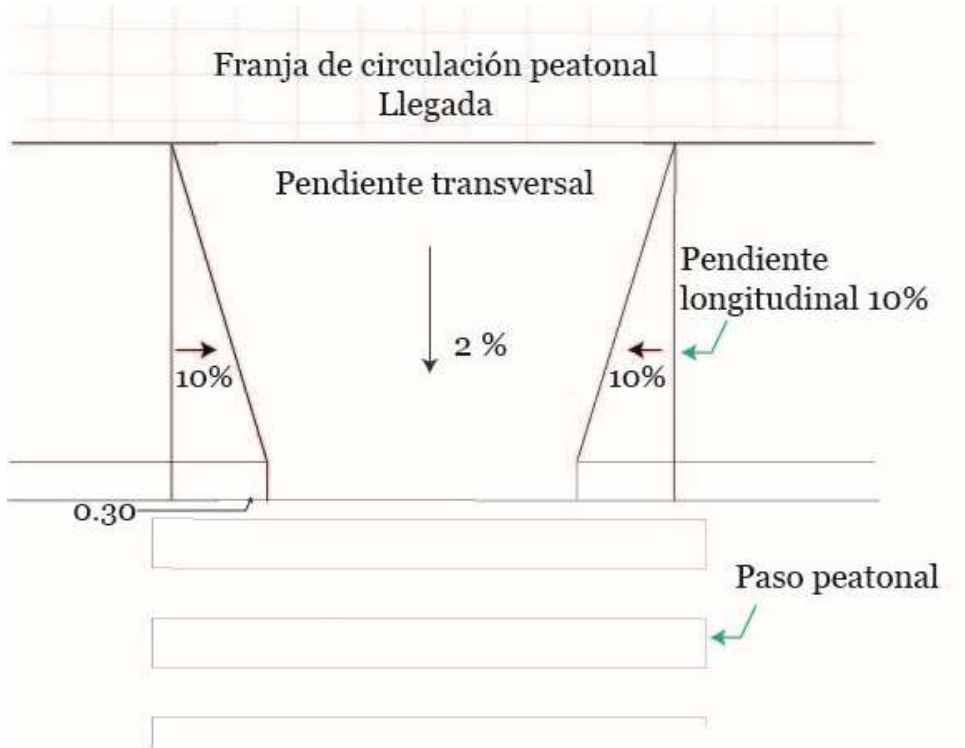
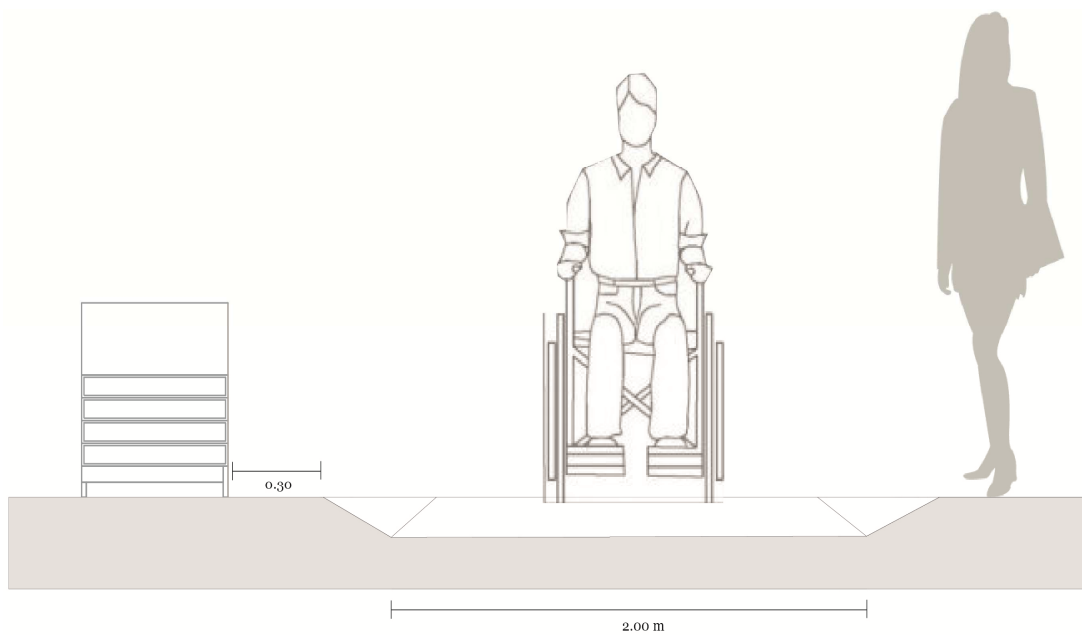


Figura 73

Sección de vado peatonal



4) Paso peatonal.

Según el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INNEN, 2011), la señalética del paso peatonal debe ir ubicado antes de las intersecciones viales y cambios dirección (Figura 106). Estos cruces estarán simbolizados en la calzada, con líneas paralelas pintadas con pintura blanca. Estas líneas tendrán un grosor de 0,20cm, separadas entre sí con una distancia de 0,20 cm y un largo de 3,00m (Figura 74).

Figura 74.

Geometría del paso peatonal

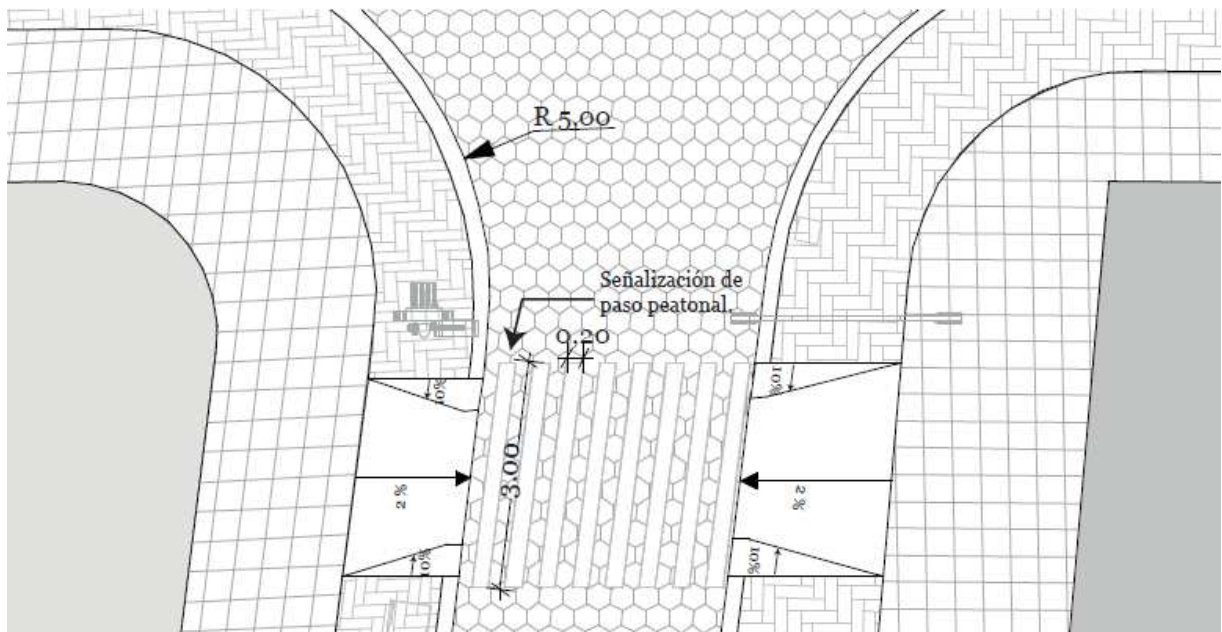
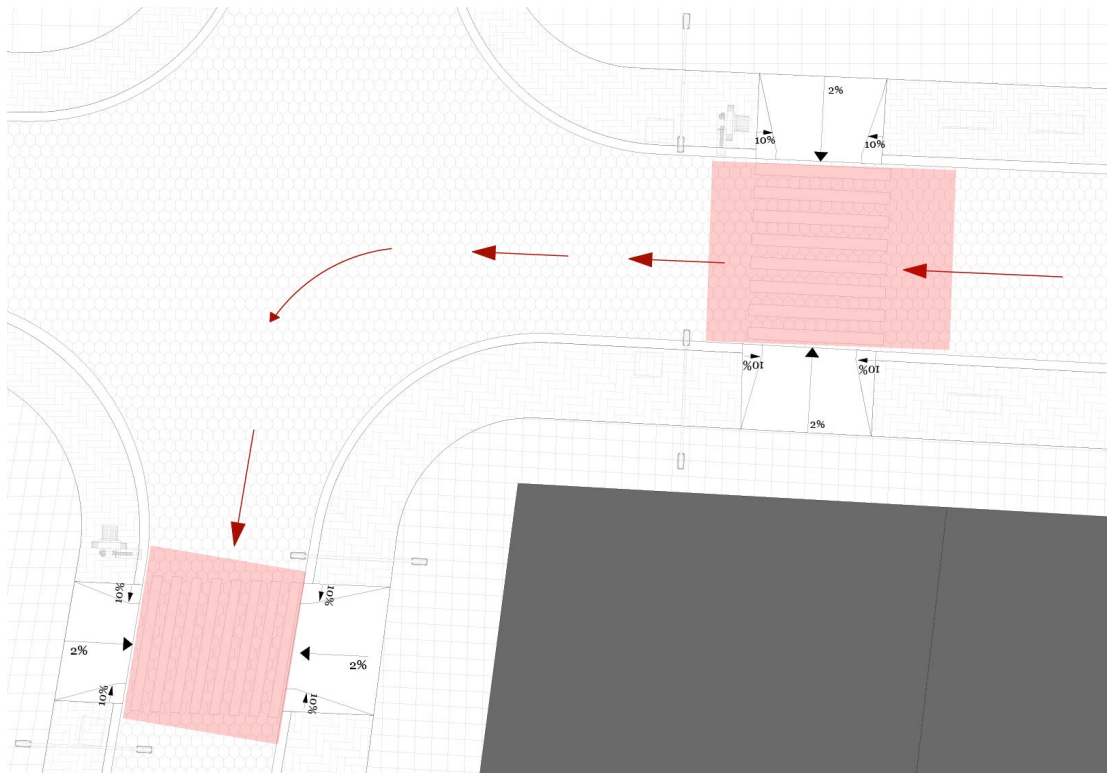


Figura 75.

Ubicación de los pasos peatonales en las intersecciones



5) Señalización.

Las señalizaciones en las calles se utilizan para ayudar al desplazamiento seguro y ordenado de peatones y vehículos. Las señales que se utilizan son informativas, preventivas e instructivas, estas deben ser acatadas por los usuarios para prevenir accidentes, tráfico, etc. En las cinco calles que rodean al mercado existe señalización como: Velocidad en la que deben circular los vehículos (Figura 108), no estacionar (Figura 109)

Figura 76.

Señalización de calles



Figura 77.

Señalización informativa de velocidad permitida



Figura 78.

Señalización preventiva



6) Calzada: El rediseño de las calles se fundamenta en una estrategia, que es disminuir el tráfico y dar prioridad al peatón. Es por esto que, las dimensiones y los radios de esquina de las calzadas se reducen.

-Ancho de las calzadas: Un correcto diseño del ancho de un carril es de 3 m en una área urbana lo cual, desarrolla un impacto positivo sobre la seguridad de la calle (Ciudades, 2016). Debido a esto, se seleccionó un mínimo de 3.50 m y el máximo 4.00 m (Figura 79).

-Radios de giro: Se disminuyó a un radio de 5°, con el objetivo de, que cuando el vehículo cambie el sentido de dirección disminuya la velocidad (Figura 80).

-Materialidad: Con el material se optó conservar los adoquines en forma hexagonal y realizar mantenimiento en él. Ya que, la geometría y color se relaciona con los diferentes elementos urbanos.

Figura 79.

Geometría de la calzada

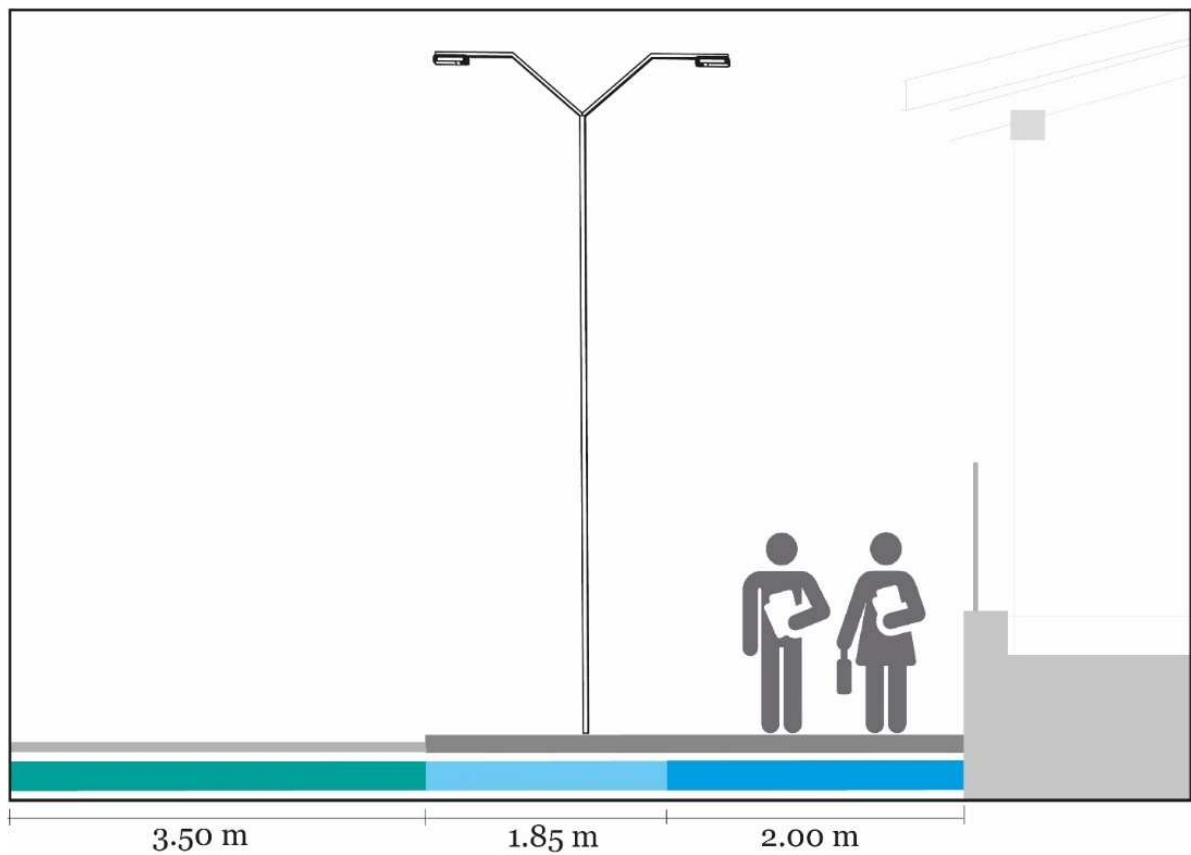
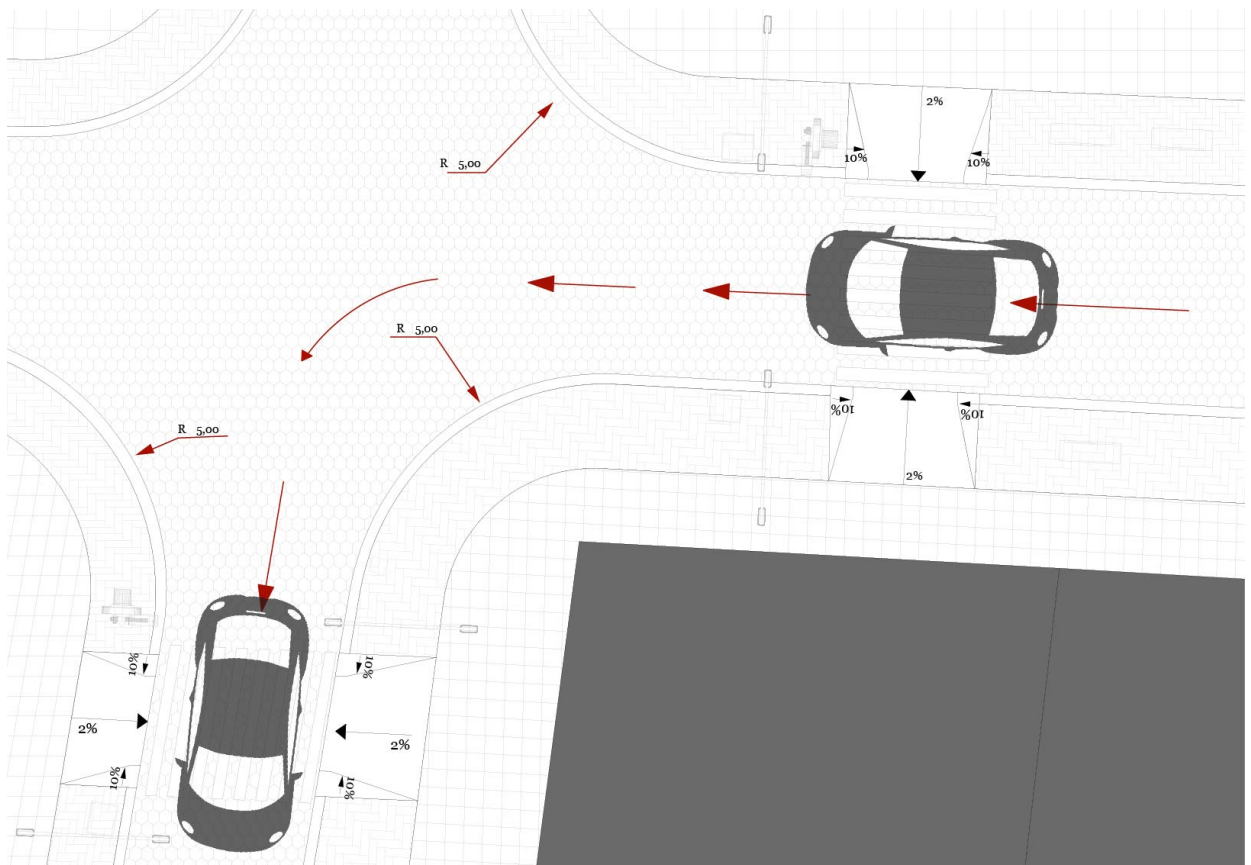


Figura 80.

Radios de giro.



7) Banca: La idea rectora (Figura 81), de los elementos urbanos están basados en la forma y diseño de la identidad del mercado. Se desarrolló con formas geométricas solidas como el rectángulo y aplicando las operaciones de diseño de sustracción, adición y ritmo (Figura 82).

Figura 81.

Idea rectora para mobiliario

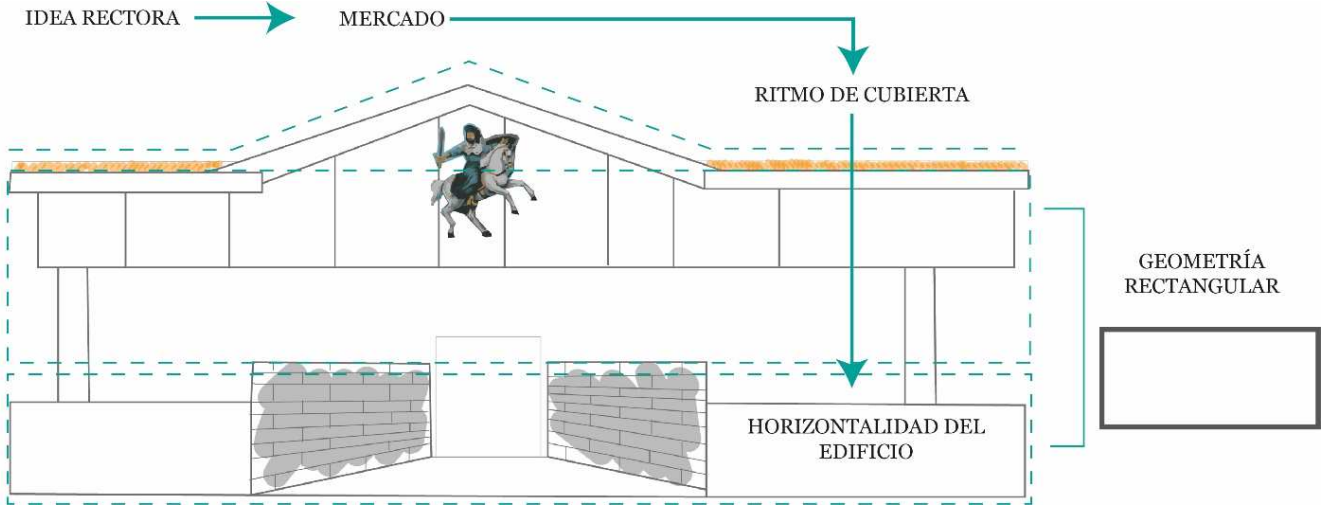
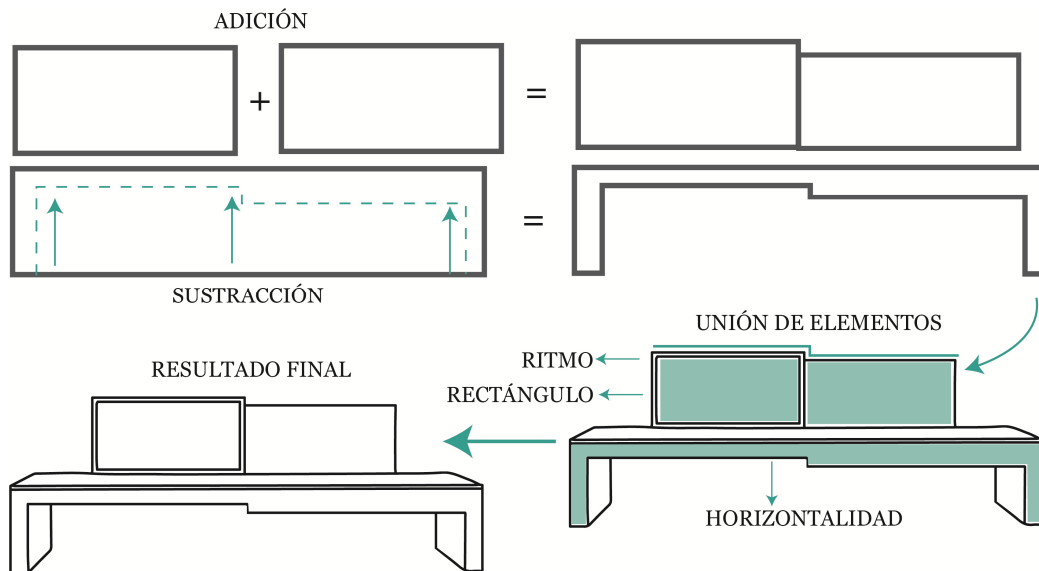


Figura 82.

Operaciones de diseño para generar las bancas



La selección de plantas y materiales se basa en la integración del sector y en el fácil mantenimiento. En la jardinera se colocará arbustos de tipo *Euonymus Japonicus Aurea*, estos tienen pequeños cuidados y se adaptan a cualquier tipo de clima. Otra ventaja de este arbusto es su follaje ya que se puede crear distintas formas al momento de podarlos (Figura 83).

Al mismo diseño de banca se personalizó agregando otro asiento, el cual se adapta para la altura de los niños. Esta adición no afecta al contexto ya que se sigue la línea de materiales y diseño (Figura 84)

Figura 83.

Diseño de banca implementando jardinera

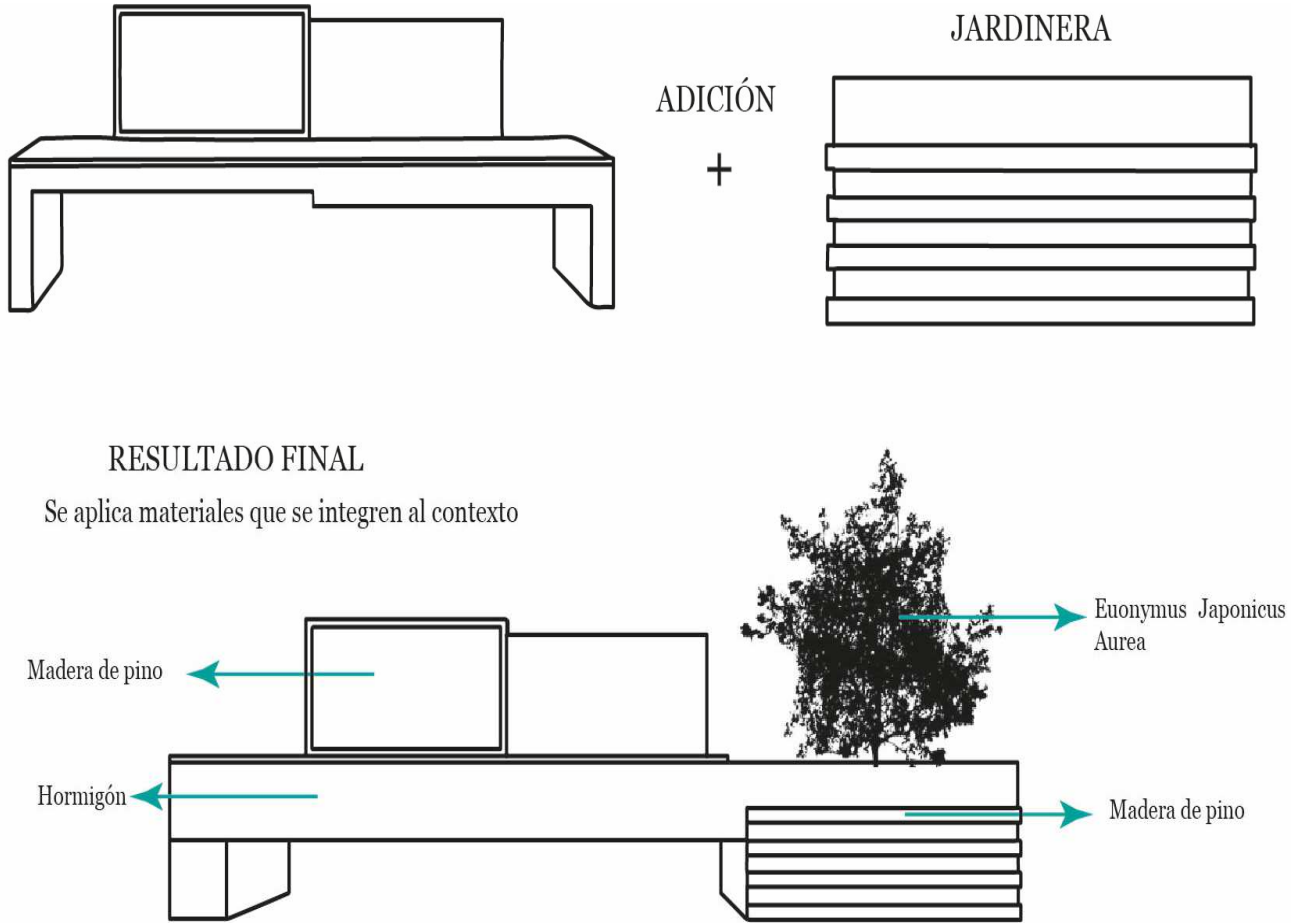
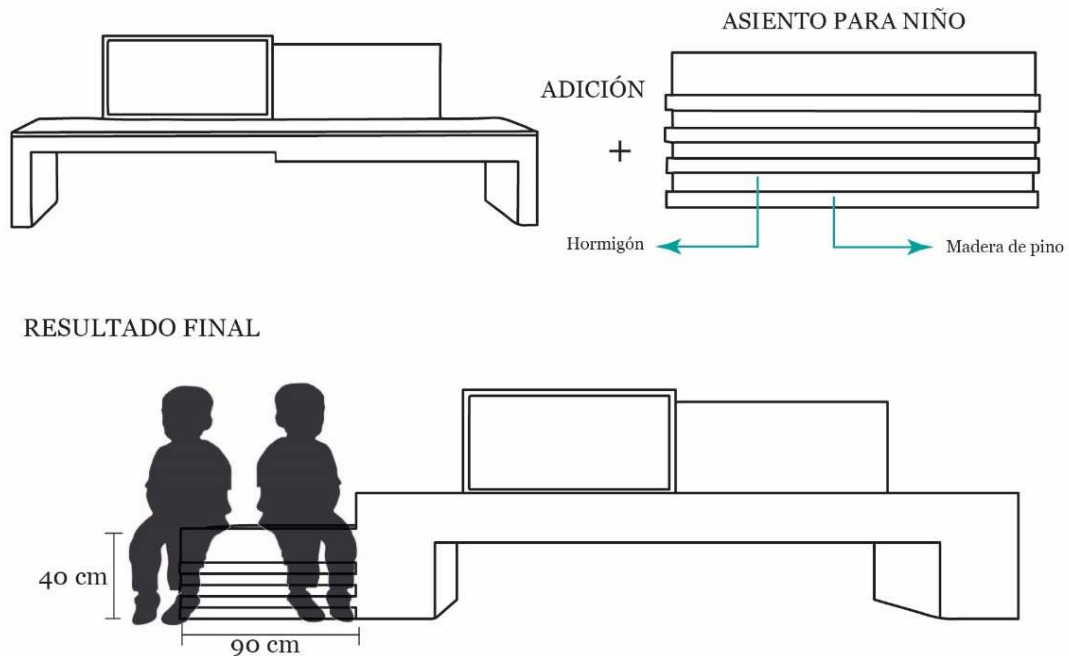


Figura 84.

Diseño de banca ergonómicas para niños.



8) Basurero: Ejecución de basureros como mobiliarios urbanos con el objetivo de gestionar adecuadamente los residuos sólidos alrededor del mercado. Los basureros urbanos cumplen un papel crucial en la promoción de la limpieza, el orden y la sostenibilidad en las ciudades. Es importante considerar en el diseño de los basureros, la durabilidad, la facilidad de vaciado y limpieza. El mobiliario se realizó con las operaciones principales de diseño (Figura 85). Los basureros que están ubicados en el sector son desmontables con la finalidad de que se mantenga el orden y el fácil desalojo de los desechos (Figura 86).

Figura 85.

Operaciones de diseño para generar los basureros

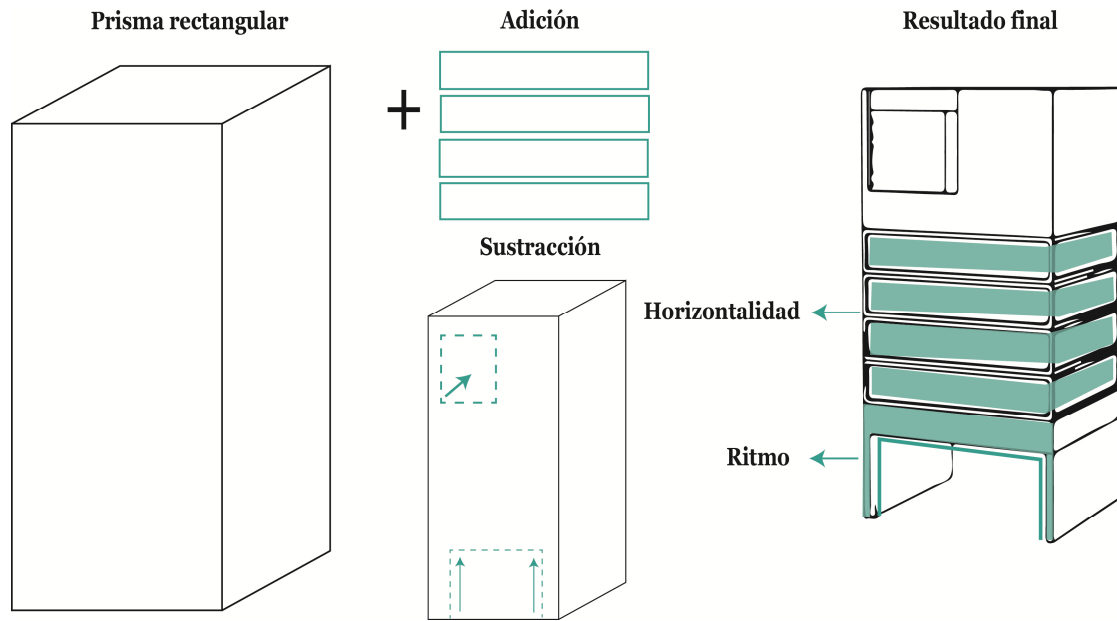
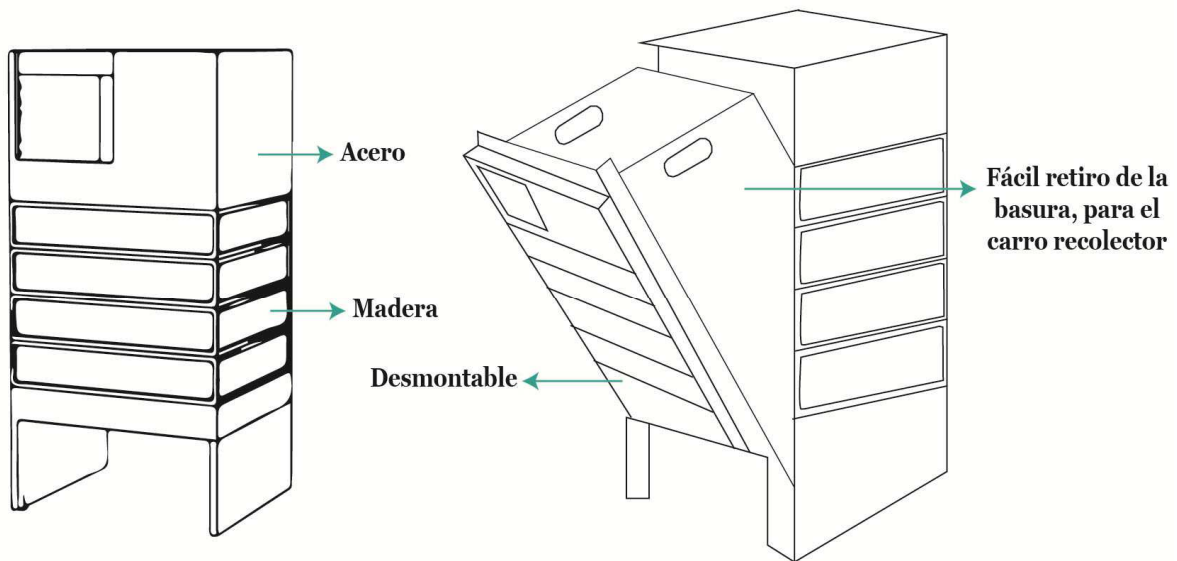


Figura 86.

Basurero desmontable.



Calle peatonal.

Basándose en el análisis de flujos peatonales y vehiculares, se propone que la calle Victoria Peña sea de uso exclusivo para los peatones. Con el objetivo de evitar el congestionamiento vehicular y una mejor circulación para habitantes y turistas. Se plantea los mismos materiales en la acera y calzada, se colocan bolardos como barreras para evitar el acceso a los autos.

Figura 87.

Boceto de la calle Victoria Peña



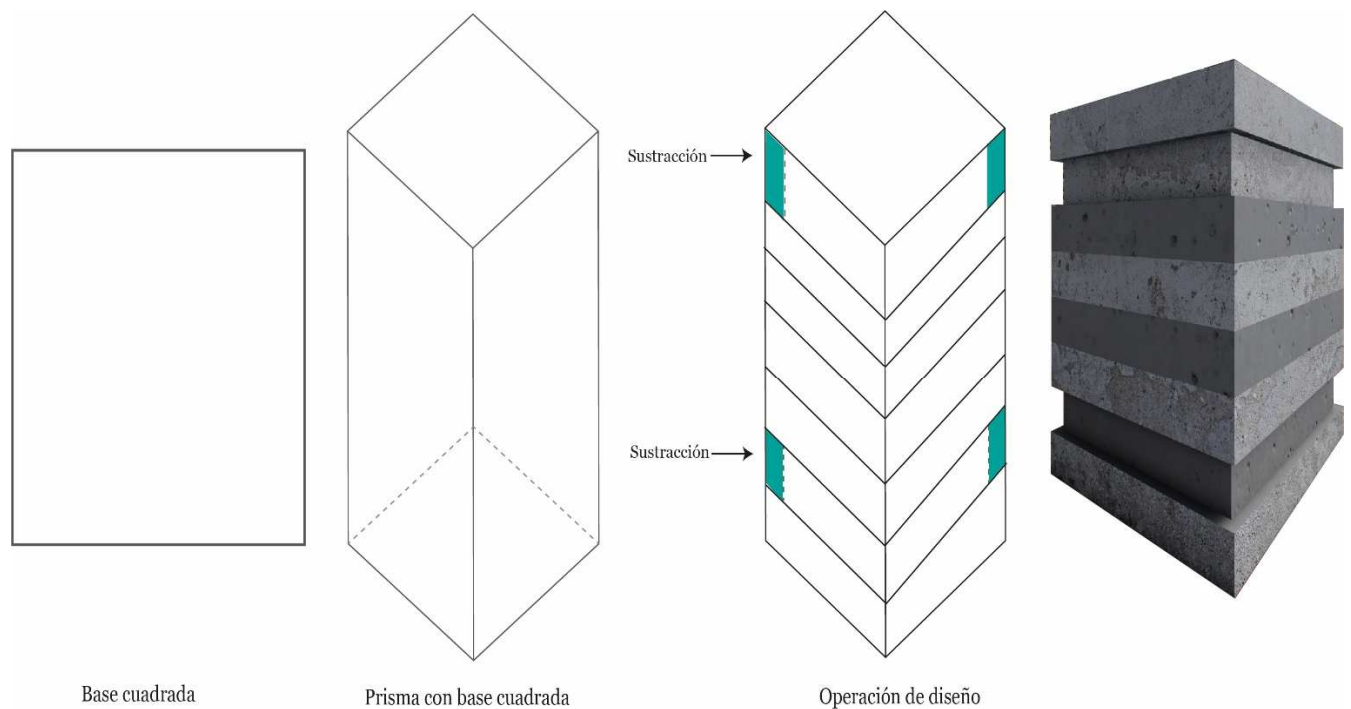
Bolardo.

Los bolardos son elementos verticales que proporcionan seguridad para la circulación peatonal (INEN, 2017). Se implementaron estos elementos urbanos para crear una barrera para evitar el ingreso de vehículos en la calle peatonal. Los bolardos fueron diseñados con una idea rectora que inició desde la figura geométrica del rectángulo, en el mismo se realizó operaciones de diseño horizontales y se colocó

materiales de piedra en diferentes tonalidades para que se relacione con la identidad del mercado y de las calles.

Figura 88.

Diseño de bolardo



4.2.3. Significado:

Después de realizar las intervenciones en los componentes de identidad y estructura, podemos observar como cada elemento intervenido se conjuga formando un paisaje donde la imagen urbana es la protagonista, creando un significado en el ambiente.

Se muestra el cambio de materiales en aceras y calzadas, la colorimetría uniforme en las fachadas de las viviendas y en las del mercado. La fusión de colores, texturas,

materiales, elementos urbanos, etc. Crean una imagen urbana que promueve el sentido de pertenencia e identidad cultural para los habitantes de la zona y turistas.

Estos cambios se integran y empiezan a formar una identidad cultural. Podemos observar como el muro del mercado que está construido con piedras de canto rodado que se mezclan con los colores de los materiales de las calles y veredas del contexto.



Figura 89: Perspectiva del anteproyecto con intervenciones en la imagen urbana



Figura 90: Perspectiva aérea de las calles Vicente Peña Reyes y Cuenca



Figura 91: Imagen urbana de la calle Vicente Peña Reyes

Las ciudades fueron creadas para las ciudades no para los vehículos es por ellos que las intervenciones que se proponen se basaron en la seguridad y confort para los peatones, se pintó el paso peatonal y la colocación de vados peatonales para la circulación de personas con capacidades diferentes, carriolas, etc.

Se puede divisar una unificación de materiales y texturas en todas las calles, aceras y fachadas. También se colocó luminarias con una distancia de ocho metros entre ellas, lo que logra que la zona sea más segura, promueva la vida urbana en las noches y garantiza una óptima circulación de peatones y vehículos.

Figura 92.
Bancas y basureros que se integran al contexto



Figura 93: Paso y vado peatonal

Se aplicó señalización en el espacio público ya que, es necesaria para controlar el tránsito de peatones y vehículos, también tiene el objetivo de informar alguna limitación o prohibiciones reglamentarias. La colocación de mobiliario urbano tiene el propósito de brindar una mayor comodidad y seguridad a los usuarios. Las bancas y basureros se crearon con una idea rectora y se implementó materiales del mismo color que las aceras y bordillos, esto genera una sensación de conjunto y pertenencia ya que todo se integra al contexto. Las bancas tienen un espacio donde se puede colocar vegetación, lo cual desarrolla una corrección en la calidad paisajística del sector.



Figura 94: Imagen urbana de las calles Manuel Moreno y Cuenca



Figura 95: Mobiliario y señalización en el sector del mercado

Con el desarrollo de este anteproyecto podemos observar que la imagen urbana es un elemento fundamental para el desarrollo y la calidad de vida en las ciudades. Una buena imagen urbana no solo mejora el bienestar de los residentes, promueve el desarrollo económico y el fortalecimiento de la identidad cultural de una ciudad.



Figura 96: Mobiliario y señalización en el sector del mercado

Capítulo V

5.1. CONCLUSIONES

Este trabajo de titulación está basado en la importancia y la influencia que tiene la imagen urbana en un sector. Este ejercicio proyectual intenta analizar, crear y proponer una imagen urbana para una zona que se encuentra en deterioro constante. Llegando a una primera conclusión; La imagen urbana es la síntesis de una ciudad o de un sector, es un componente que crea simbolismo e identidad en una sociedad.

En el transcurso de este anteproyecto se entendió que el termino "Imagen urbana" no solo es un concepto o una simple definición, sino posee el poder de transformar un lugar. Este término se construye por diferentes componentes que han servido de base para establecer criterios proyectuales que ayudaran a renovar la zona de estudio, llegando a una segunda conclusión; La imagen urbana es una estrategia de regeneración.

Es por esto que mediante los componentes de la imagen urbana se fue estructurando una metodología la cual nos dio resultados como: Estrategias proyectuales de los diferentes referentes analizados, problemas y necesidades del sitio de estudio. De esta forma este anteproyecto tiene bases sólidas para resolver los problemas del sector. Creando estrategias que dan como resultado una imagen significativa, una estructura correcta, identidad, seguridad y confort en el sector del mercado 25 de junio del cantón Gualaceo.

5.2. RECOMENDACIONES

En el transcurso del trabajo se generan nuevas dudas en base del sector de estudio, por lo cual se recomienda para trabajos posteriores:

- Se sugiere realizar un análisis y una propuesta de diseño arquitectónico en el mercado 25 de junio del cantón Gualaceo

- Estudio del sistema vial de la Avenida Jaime Roldós, ya que las calles del mercado 25 de junio desembocan aquí.

- Desde el punto de vista teórico y metodológico, se sugiere considerar este trabajo para futuras investigaciones, ya que el tema de imagen urbana no tiene mayor relevancia en la actualidad. De esta manera se aporta información que ayudará a crear estrategias y proyectos que incluyan en la imagen urbana

Referencias bibliográficas

ANGAMARCA, V. (2015). GUALACEO, PROVIENE DEL VOCABLO CAÑARI GUALASSEO, LO QUE DERIVA DEL PREFIJO GUAL QUE SIGNIFICA GUACAMAYA, QUE SEGÚN JESÚS ARRIAGA, TIENE QUE VER CON LA TRADICIÓN CAÑARI SOBRE EL ORIGEN DEL HOMBRE.

ARQUITECTURA, A. R. DIGITAL DE. (2010). APUNTE REVISTA DIGITAL DE ARQUITECTURA.
[HTTP://APUNTESDEARQUITECTURADIGITAL.BLOGSPOT.COM/2010/10/ARQUIVIDEO-1-LA-CIUDAD-DE-CURUTIBA.HTML](http://apuntesdearquitecturadigital.blogspot.com/2010/10/arquivideo-1-la-ciudad-de-curutiba.html)

AVILES, P. (2014). INTERVENCIÓN EN EQUIPAMIENTOS Y ESPACIOS PÚBLICOS DETERIORADOS CASO FERIA LIBRE DEL ARENAL.

BAQUERO, D. (2011). LAS PLAZAS DE MERCADO COMO CATALIZADORES URBANOS. UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA., 38.
[HTTPS://REPOSITORIO.UNAL.EDU.CO/BITSTREAM/HANDLE/UNAL/8544/03395095.2011_PTE._1.PDF?SEQUENCE=9&ISALLOWED=Y](https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/8544/03395095.2011_PTE._1.pdf?sequence=9&isAllowed=y)

BENITEZ, T. (2015). LA IMPORTANCIA DE LA IMAGEN URBANA.

BORJA, J. (2010). LUCES Y SOMBRAS DEL URBANISMO DE BARCELONA (UOC).

BUSTOS, M., & CASTRILLO, M. (2020). LUCES Y SOMBRAS DE LA REGENERACIÓN URBANA: PERSPECTIVAS CRUZADAS DESDE LATINOAMÉRICA Y EUROPA. REVISTA INV, 35, 1–19.
[HTTPS://DOI.ORG/10.4067/S0718-83582020000300001](https://doi.org/10.4067/S0718-83582020000300001)

CALLEJAS, B. (2009). URBANO Y CONTEXTO URBANOS. 1–132.
[HTTP://TESIS.IPN.MX/HANDLE/123456789/5290](http://tesis.ipn.mx/handle/123456789/5290)

CAMACHO, M., & MOSCOZO, D. (2022). MÁSTER PLAN ESPACIO PÚBLICO COMO EJE ESTRUCTURANTE TRANSVERSAL EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, CALLES JUAN MONTALVO, CARABOBO Y V. ROCAFUERTE”. UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO.

CARDENAS, P., & QUEZADA, J. (2022). PROPUESTA URBANO ARQUITECTÓNICA PARA LA RECUPERACIÓN DE LA IDENTIDAD PAISAJÍSTICA Y CULTURAL EN LA ARQUITECTURA. CASOS DE ESTUDIO: AV. ORDÓÑEZ LASSO, EL EJIDO Y LAS HERRERÍAS - CUENCA. UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA.

CELI, D. (2018). DISEÑO ARQUITECTÓNICO DEL MERCADO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA. UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR ESCUELA PARA LA CIUDAD, EL PAISAJE Y LA ARQUITECTURA TESIS DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ARQUITECTO.

CHIRIBOGA, D., QUISHPE, C., & GÓMEZ, E. (2019). MERCADOS, INTERCULTURALIDAD Y TURISMO: CASO DE ESTUDIO “MERCADO DE ABASTOS EL TURISMO Y, PLAZA COMERCIAL CÉSAR CHIRIBOGA” SANGOLQUÍ-ECUADOR. 3. [HTTP://PERIODICOS.UESC.BR/](http://periodicos.uesc.br/)

CIUDADES, I. G. PARA EL D. DE. (2016). GUÍA GLOBAL DE DISEÑO DE CALLES (LEMOINE (ED.)).

CONTRERAS, C., COLLANTES, A., BARRASA, S., & ALANÍS, E. (2019). BASES CONCEPTUALES Y MÉTODOS PARA LA EVALUACIÓN VISUAL DEL PAISAJE. VOL. 53 NÚ. [HTTPS://AGROCIENCIA-COLPOS.ORG/INDEX.PHP/AGROCIENCIA/ARTICLE/VIEW/1864/1861](https://agrociencia-colpos.org/index.php/agrociencia/article/view/1864/1861)

CRESPI, M., & DOMÍNGUEZ, M. (2016). LOS MERCADOS DE ABASTOS Y LAS CIUDADES TURÍSTICAS. 14, 401–4016. [HTTPS://WWW.UCM.ES/DATA/CONT/MEDIA/WWW/PAG-92359/CRESPI VALLBONA, DOMÍNGUEZ PÉREZ_2016_LOS MERCADOS DE ABASTOS Y LAS CIUDADES TURÍSTICAS.PDF](https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-92359/crespi_vallbona_dom%C3%ADnguez_p%C3%A9rez_2016_los_mercados_de_abastos_y_las_ciudades_tur%C3%ADsticas.pdf)

DÍAZ, J., & FLORES, E. (2011). LA ESTRUCTURA DE LA EMOCIÓN HUMANA: UN MODELO CROMÁTICO DEL SISTEMA AFECTIVO. SALUD MENTAL, 4, 20–35.

ESPINOZA, E. (2012). LA LECTURA DE LA IMAGEN URBANA. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA.

FLOREZ, B. (2021). LA ACUPUNTURA COMO ESTRATEGIA DE REVITALIZACIÓN DEL TEJIDO TERRITORIAL Y SOCIOECONÓMICO DEL MUNICIPIO DE GÜEPSA SANTANDER. ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN BAJO CONTEXTOS RURALES. [HTTPS://REPOSITORY.UGC.EDU.CO/BITSTREAM/HANDLE/11396/6174/FLOREZ_BRAYAN_2021.PDF?SEQUENCE=1](https://repository.ugc.edu.co/bitstream/handle/11396/6174/florez_brayan_2021.pdf?sequence=1)

GONZÁLEZ, P. (2011). ABASTOS MODERNOS. MERCADOS DEL SIGLO XX: LA EVOLUCIÓN DE UN TIPO ARQUITECTÓNICO CONTEMPORÁNEO EN LA PROVINCIA DE JAÉN. REVISTA PH, JULY, 38. [HTTPS://DOI.ORG/10.33349/2011.78.3146](https://doi.org/10.33349/2011.78.3146)

GUÁRDIA, M., & OYÓN, J. L. (2010). HACER CIUDAD A TRAVÉS DE LOS MERCADOS EUROPA SIGLO, XIX Y XX.

HOLGUÍN, B. (2018). LA RECUPERACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO COMO ESTRATEGIA DE REVITALIZACIÓN URBANA DEL COMPLEJO DE MERCADOS DE PIURA, 2017. 1–168. [HTTPS://REPOSITORIO.UCV.EDU.PE/BITSTREAM/HANDLE/20.500.12692/11775/HOLGUI N_RA.PDF?SEQUENCE=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11775/holguin_ra.pdf?sequence=1)

INEN. (2017). ACCESIBILIDAD DE LAS PERSONAS AL MEDIO FÍSICO. ELEMENTOS URBANOS. [HTTPS://WWW.RIADIS.ORG/WP-CONTENT/UPLOADS/2020/10/NORMA_INEN_2314_ELEMENTO_URBANOS.PDF](https://www.riadis.org/wp-content/uploads/2020/10/NORMA_INEN_2314_ELEMENTO_URBANOS.PDF)

INNEN. (2011). SEGÚN EL INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN. [HTTPS://WWW.OBRASPUBLICAS.GOB.EC/WP-CONTENT/UPLOADS/DOWNLOADS/2015/04/LOTAIP2015_REGLAMENTO-TECNICO-ECUATORIANO-RTE-INEN-004-1-2011.PDF](https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/LOTAIP2015_REGLAMENTO-TECNICO-ECUATORIANO-RTE-INEN-004-1-2011.PDF)

INZULZA, J., GALLARDO, L., CASTILLO, E., & CAMBIASO, A. (2019). LA IMAGEN URBANA REVISITADA DESDE LOS IMAGINARIOS DE MIGRANTES LATINOAMERICANOS. EL CASO DE LA CALLE MARURI EN SANTIAGO, CHILE. [HTTPS://DOI.ORG/HTTP://DX.DOI.ORG/10.32995/REV180.NUM-44.\(2019\).ART-698](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32995/rev180.num-44.(2019).art-698)

LERNER, J. (2004). ACUPUNTURA URBANA. WILLY MÜLLER. IAAC.

LOOTUGS. (2016). LEY ORGÁNICA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL, USO Y GESTIÓN DE SUELO. ASAMBLEA NACIONAL REPUBLICA DEL ECUADOR. [HTTPS://WWW.HABITATYVIVIENDA.GOB.EC/WP-CONTENT/UPLOADS/2021/08/LOOTUGS-REGISTRO-OFICIAL.PDF](https://www.habitatyvivienda.gob.ec/wp-content/uploads/2021/08/LOOTUGS-REGISTRO-OFICIAL.PDF)

LYNCH, K. (1959). THE IMAGE OF THE CITY.

MARTÍN, C. (2021). SANTA CATERINA COMO PALIMPSESTO ARQUITECTÓNICO EVOLUCIÓN HISTORICA DE SUS TRAZAS.

MIRÓN, M. (2014). ENTRE LA CASA Y EL ÁGORA: GÉNERO, ESPACIO Y PODER EN LA POLIS GRIEGA. LA ALJABA, 18, 11–34.

MOYA, L., & DIEZ, A. (2012). LA INTERVENCIÓN EN LA CIUDAD CONSTRUIDA: ACEPTACIONES TERMINOLÓGICAS. 113–122. [HTTPS://WWW.PTONLINE.COM/ARTICLES/HOW-TO-GET-BETTER-MFI-RESULTS](https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results)

PAQUETTE, C. (2020). REGENERACIÓN URBANA: UN PANORAMA LATINOAMERICANO. REVISTA INVI.

PÉREZ, A. (2016). ACUPUNTURA URBANA INTERVENCIÓN EN LA CIUDAD Y PARTICIPACIÓN: CUATRO EXPERIENCIAS [UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA]. [HTTPS://DOI.ORG/HTTP://HDL.HANDLE.NET/10251/69334](https://doi.org/http://hdl.handle.net/10251/69334)

PRADA, J. (2015). LA REGENERACIÓN URBANA COMO SOLUCIÓN A LOS PROBLEMAS URBANOS. 89–104. [HTTP://DSPACE.UCUENCA.EDU.EC/BITSTREAM/123456789/23354/1/08.PDF](http://dSPACE.UCUENCA.EDU.EC/BITSTREAM/123456789/23354/1/08.PDF)

RAMÍREZ, M. J., & KAPSTEIN, P. (2016). REGENERACIÓN URBANA INTEGRADA: PROYECTOS DE ACUPUNTURA EN MEDELLÍN. [HTTPS://DOI.ORG/HTTPS://DOI.ORG/10.15517/RA.V5I1.25404](https://doi.org/https://doi.org/10.15517/ra.v5i1.25404)

RAMOS, P. (2020). EVOLUCIÓN TIPOLÓGICA DEL MERCADO DE ABASTOS EN MADRID.

ROBLES, J. (2014). MERCADOS MUNICIPALES Y TECNOLOGÍAS DIGITALES: ENTRE EL E-COMERCIO Y NUEVAS FORMAS DE CONVIVIALIDAD. 33, 137–161.
[HTTP://WWW.SCIELO.ORG.PE/PDF/ANTHRO/V32N33/A07V32N33.PDF](http://www.scielo.org.pe/pdf/anthro/v32n33/a07v32n33.pdf)

SILVA, A. (2006). IMAGINARIOS URBANOS.

SOLÀ-MORALES, M. (2008). LA PIEL DE LAS CIUDADES. IN DE COSAS URBANAS (GUSTAVO GI, P. 3).

URBANOS, P. DE C. C. Y C. (1997). LA ' IMAGEN URBANA EN C/ UDADES TUR/STICAS CON PATRIMONIO H/BYOB/CO MANUAL PE PROTECCIOIY Y 41E.TORA/►1/EIYTO (5TH ED.).
[HTTPS://CEDOCVIRTUAL.SECTUR.GOB.MX/JANIUM/DOCUMENTOS/003160PRI0000.PDF](https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/documentos/003160PRI0000.pdf)

VALDIVIA, A. (2014). LA CALIDAD DE LA IMAGEN URBANA. UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA, BOGOTÁ, 13.

VELÁZQUEZ, I., & VERDAGUER, C. (2011). REGENERACIÓN URBANA INTEGRAL. SEPES ENTIDAD ESTATAL DE SUELO, 138.

VISPE, L. (2017). LAS PLAZAS DE MERCADO COMO HERRAMIENTA DE REGENERACIÓN URBANA : EL CASO DE LA PERSEVERANCIA. 1–113.
[HTTPS://REPOSITORY.JAVERIANA.EDU.CO/HANDLE/10554/40675#.XZQ4kEXIMEK.MENDELEY](https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/40675#.XZQ4kEXIMEK.MENDELEY)

Anexo 1. Valoración según su calidad paisajística del Tramo de la calle Manuel Moreno



Variables	Factores	Alto (5)	Medio (3)	Bajo (1)	Elementos predominantes		
					Primer Ámbito	Segundo Ámbito	Tercer Ámbito
Predominio de elementos en el tramo	Biótico (F)			X	A	A-B	A-B-F
	Abiótico (B)		X				
	Antrópico(A)	X					
Variables	Factores	Alto	Medio	Bajo	Total		
Organización visual	Control Visual			1	7		
	Dominancia visual		3				
	Importancia relativa de las características visuales		3				
Calidad Visual	Diversidad		3		9		
	Naturalidad			1			
	Singularidad			1			
	Complejidad topográfica			1			
	Superficie y límite de agua			1			
	Actuaciones humanas			1			
	Degradación de la capacidad visual			1			
Calidad escénica	Morfología o topografía			1	9		
	Vegetación			1			
	Formas de agua, ríos y lagos			1			
	Color			1			
	Fondo escénico			1			
	Rareza			1			
	Actuaciones Humanas		3				
	Total de valoración de calidad visual del paisaje				25		
	Clase de la calidad visual (De 0 a 37 puntos)				Baja		

Anexo 2: Valoración según su calidad paisajística del Tramo de la calle Cuenca



Variables	Factores	Alto (5)	Medio (3)	Bajo (1)	Elementos predominantes		
					Primer Ámbito	Segundo Ámbito	Tercer Ámbito
Predominio de elementos en el tramo	Biótico (F)			X	A	A-B	A-B-F
	Abiótico (B)		X				
	Antrópico(A)	X					
Variables	Factores	Alto	Medio	Bajo	Total		
Organización visual	Contraste Visual			1	9		
	Dominancia visual		3				
	Importancia relativa de las características visuales	5					
Calidad Visual	Diversidad			1	7		
	Naturalidad			1			
	Singularidad			1			
	Complejidad topográfica			1			
	Superficie y límite de agua			1			
	Actuaciones humanas			1			
	Degradación de la capacidad visual			1			
Calidad escénica	Morfología o topografía			1	9		
	Vegetación			1			
	Formas de agua, ríos y lagos			1			
	Color			1			
	Fondo escénico			1			
	Rareza			1			
	Actuaciones Humanas		3				
	Total de valoración de calidad visual del paisaje				25		
	Clase de la calidad visual (De 0 a 37 puntos)				Baja		

Anexo 3. Valoración según su calidad paisajística del Tramo de la calle Vicente Peña

Reyes



Variables	Factores	Alto (5)	Medio (3)	Bajo (1)	Elementos predominantes		
					Primer Ámbito	Segundo Ámbito	Tercer Ámbito
Predominio de elementos en el tramo	Biótico (F)			X	A	A-B	A-B-F
	Abiótico (B)		X				
	Antrópico(A)	X					
Variables	Factores	Alto	Medio	Bajo	Total		
Organización visual	Contraste visual		3		7		
	Dominancia visual		3				
	Importancia relativa de las características visuales			1			
Calidad Visual	Diversidad			1	7		
	Naturalidad			1			
	Singularidad			1			
	Complejidad topográfica			1			
	Superficie y límite de agua			1			
	Actuaciones humanas			1			
	Degradación de la capacidad visual			1			
Calidad escénica	Morfología o topografía			1	7		
	Vegetación			1			
	Formas de agua, ríos y lagos			1			
	Color			1			
	Fondo escénico			1			
	Rareza			1			
	Actuaciones Humanas			1			
	Total de valoración de calidad visual del paisaje				21		
	Clase de la calidad visual (De 0 a 37 puntos)				Baja		

Anexo 4. Valoración según su calidad paisajística del Tramo de la calle Colón



Variables	Factores	Alto (5)	Medio (3)	Bajo (1)	Elementos predominantes		
					Primer Ámbito	Segundo Ámbito	Tercer Ámbito
Predominio de elementos en el tramo	Biótico (F)			X	A	A-B	A-B-F
	Abiótico (B)		X				
	Antrópico(A)	X					
Variables	Factores	Alto	Medio	Bajo	Total		
Organización visual	Contraste Visual		3		9		
	Dominancia visual		3				
	Importancia relativa de las características visuales		3				
Calidad Visual	Diversidad		3		11		
	Naturalidad			1			
	Singularidad			1			
	Complejidad topográfica			1			
	Superficie y límite de agua			1			
	Actuaciones humanas		3				
	Degradación de la capacidad visual			1			
Calidad escénica	Morfología o topografía			1	9		
	Vegetación			1			
	Formas de agua, ríos y lagos			1			
	Color			1			
	Fondo escénico			1			
	Rareza			1			
	Actuaciones Humanas		3				
	Total de valoración de calidad visual del paisaje				29		
	Clase de la calidad visual (De 0 a 37 puntos)				Baja		

Anexo 5. Valoración según su calidad paisajística del Tramo de la calle Victoria Peña



Variables	Factores	Alto (5)	Medio (3)	Bajo (1)	Elementos predominantes		
					Primer Ámbito	Segundo Ámbito	Tercer Ámbito
Predominio de elementos en el tramo	Biótico (F)			X	A	A-B	A-B-F
	Abiótico (B)		X				
	Antrópico(A)	X					
Variables	Factores	Alto	Medio	Bajo	Total		
Organización visual	Contraste Visual		3		9		
	Dominancia visual		3				
	Importancia relativa de las características visuales		3				
Calidad Visual	Diversidad			1	9		
	Naturalidad			1			
	Singularidad			1			
	Complejidad topográfica			1			
	Superficie y límite de agua			1			
	Actuaciones humanas			1			
	Degradación de la capacidad visual		3				
Calidad escénica	Morfología o topografía			1	11		
	Vegetación			1			
	Formas de agua, ríos y lagos			1			
	Color		3				
	Fondo escénico		3				
	Rareza			1			
	Actuaciones Humanas			1			
	Total de valoración de calidad visual del paisaje				29		
	Clase de la calidad visual (De 0 a 37 puntos)				Baja		

Anexo 6: Valoración según su fragilidad visual del Tramo de la calle Manuel Moreno.



Variables	Factores	Alto (5)	Medio (3)	Bajo (1)	Total
Fragilidad visual del punto (Factores Biofísicos)	Densidad de vegetación			1	9
	Contraste cromático suelo/vegetación		3		
	Altura de la vegetación			1	
	Pendiente			1	
	Orientación		3		
Fragilidad visual del entorno del punto (factores morfológicos)	Tamaño de la cuenca visual			1	8
	Compacidad de la cuenca visual		3		
	Forma de la cuenca visual		3		
	Altura relativa del punto respecto a su cuenca visual			1	
Fragilidad visual del entorno del entorno (factores Histórico-culturales)	Existencia y proximidad a puntos y zonas singulares		3		8
	Unicidad		3		
	Valor tradicional			1	
	Intereses históricos			1	
Fragilidad por accesibilidad	Distancias a carreteras y pueblos	5			10
	Accesibilidad a carreteras y pueblos	5			
Total de valoración de calidad visual del paisaje					37
Clase de la calidad visual (De 22 a 35 puntos)					Fragilidad Alta

Anexo 7: Valoración según su fragilidad visual del Tramo de la Cuenca



Variables	Factores	Alto (5)	Medio (3)	Bajo (1)	Total
Fragilidad visual del punto (Factores Biofísicos)	Densidad de vegetación			1	7
	Contraste cromático suelo/vegetación			1	
	Altura de la vegetación			1	
	Pendiente			1	
	Orientación		3		
Fragilidad visual del entorno del punto (factores morfológicos)	Tamaño de la cuenca visual		3		10
	Compacidad de la cuenca visual		3		
	Forma de la cuenca visual		3		
	Altura relativa del punto respecto a su cuenca visual			1	
Fragilidad visual del entorno del entorno (factores Histórico-culturales)	Existencia y proximidad a puntos y zonas singulares	5			8
	Unicidad			1	
	Valor tradicional			1	
	Intereses históricos			1	
Fragilidad por accesibilidad	Distancias a carreteras y pueblos	5			10
	Accesibilidad a carreteras y pueblos	5			
Total de valoración de calidad visual del paisaje					35
Clase de la calidad visual (De 22 a 35 puntos)					Fragilidad Alta

Anexo 8: Valoración según su fragilidad visual del Tramo de la calle Vicente Peña Reyes



Variables	Factores	Alto (5)	Medio (3)	Bajo (1)	Total
Fragilidad visual del punto (Factores Biofísicos)	Densidad de vegetación			1	7
	Contraste cromático suelo/vegetación			1	
	Altura de la vegetación			1	
	Pendiente			1	
	Orientación		3		
Fragilidad visual del entorno del punto (factores morfológicos)	Tamaño de la cuenca visual		3		10
	Compacidad de la cuenca visual		3		
	Forma de la cuenca visual		3		
	Altura relativa del punto respecto a su cuenca visual			1	
Fragilidad visual del entorno del entorno (factores Histórico-culturales)	Existencia y proximidad a puntos y zonas singulares	5			10
	Unicidad			1	
	Valor tradicional		3		
	Intereses históricos			1	
Fragilidad por accesibilidad	Distancias a carreteras y pueblos	5			10
	Accesibilidad a carreteras y pueblos	5			
Total de valoración de calidad visual del paisaje					37
Clase de la calidad visual (De 22 a 35 puntos)					Fragilidad Alta

Anexo 9: Valoración según su fragilidad visual del Tramo de la calle Cuenca.



Variables	Factores	Alto (5)	Medio (3)	Bajo (1)	Total
Fragilidad visual del punto (Factores Biofísicos)	Densidad de vegetación			1	5
	Contraste cromático suelo/vegetación			1	
	Altura de la vegetación			1	
	Pendiente			1	
	Orientación			1	
Fragilidad visual del entorno del punto (factores morfológicos)	Tamaño de la cuenca visual		3		12
	Compacidad de la cuenca visual		3		
	Forma de la cuenca visual		3		
	Altura relativa del punto respecto a su cuenca visual		3		
Fragilidad visual del entorno del entorno (factores Histórico-culturales)	Existencia y proximidad a puntos y zonas singulares	5			8
	Unicidad			1	
	Valor tradicional			1	
	Intereses históricos			1	
Fragilidad por accesibilidad	Distancias a carreteras y pueblos	5			10
	Accesibilidad a carreteras y pueblos	5			
Total de valoración de calidad visual del paisaje					35
Clase de la calidad visual (De 22 a 35 puntos)					Fragilidad Alta

Anexo 10. Valoración según su fragilidad visual del Tramo de la calle Victoria Peña



Variables	Factores	Alto (5)	Medio (3)	Bajo (1)	Total
Fragilidad visual del punto (Factores Biofísicos)	Densidad de vegetación			1	5
	Contraste cromático suelo/vegetación			1	
	Altura de la vegetación			1	
	Pendiente			1	
	Orientación			1	
Fragilidad visual del entorno del punto (factores morfológicos)	Tamaño de la cuenca visual		3		12
	Compacidad de la cuenca visual		3		
	Forma de la cuenca visual		3		
	Altura relativa del punto respecto a su cuenca visual		3		
Fragilidad visual del entorno del entorno (factores Histórico-culturales)	Existencia y proximidad a puntos y zonas singulares	5			8
	Unicidad			1	
	Valor tradicional			1	
	Intereses históricos			1	
Fragilidad por accesibilidad	Distancias a carreteras y pueblos	5			10
	Accesibilidad a carreteras y pueblos	5			
Total de valoración de calidad visual del paisaje					35
Clase de la calidad visual (De 22 a 35 puntos)					Fragilidad Alta

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Andreina Salomé Maurad Castillo portador(a) de la cédula de ciudadanía N^º **0106889611**. En calidad de autor/a y titular de los derechos patrimoniales del proyecto de titulación "**Anteproyecto de regeneración a través de la imagen urbana del sector del Mercado 25 de junio del cantón Gualaceo**" de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos y no comerciales. Autorizo además a la Universidad Católica de Cuenca, para que realice la publicación de éste proyecto de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 15 de octubre de 2024

F: 

Andreina Salomé Maurad Castillo

C.I. 0106889611