

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO

FACULTAD DE ARQUITECTURA



[**MERCADO LA ASUNCIÓN: PROYECTO DE REHABILITACIÓN DEL MERCADO**
MUNICIPAL HERMANOS FLORES MAGÓN]

EN LA TENENCIA DE SANTA MARÍA DE GUIDO, MORELIA, MICHOACÁN

Tesis para obtener el grado de licenciada en **arquitectura**

Presenta

María Concepción Luna García

Asesor

M. en Arq. Jorge Humberto Flores Romero

Sinodales

M. en Arq. Claudia Bustamante Penilla

Arq. Cecilia Copete

Octubre de 2018, Morelia, Michoacán



[MERCADO LA ASUNCIÓN: PROYECTO DE **REHABILITACIÓN** DEL MERCADO
MUNICIPAL HERMANOS FLORES MAGÓN]

EN LA TENENCIA DE SANTA MARÍA DE GUIDO, MORELIA, MICHOACÁN

*Agradezco a mis padres, mis hermanos, mis amigos
y mi asesor de tesis por confiar en mí, incluso más de
lo que lo haría yo.*

	Resumen / Abstract	07
	INTRODUCCIÓN	09
00	Planteamiento del problema	10
	Justificación de la realización del proyecto	14
	Objetivos del trabajo	15
	Expectativas	15
	Diseño metodológico	16
	MERCADO: SÍMBOLO DE IDENTIDAD MEXICANA	18
01	Definición del tema	19
	Referentes evolutivos	21
	Trascendencia temática	25
	Análisis situacional del problema	29
	Diagnóstico de la preexistencia	33
	Visión del promotor del proyecto	38
	UN PUEBLO INMERSO EN LA CIUDAD	40
02	Construcción histórica del lugar	41
	Análisis estadístico de la población a atender	47
	Análisis de hábitos culturales de los futuros usuarios	52
	Aspectos económicos relacionados con el proyecto	54
	Análisis de políticas y estrategias que hacen viable el proyecto	57

	ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL MEDIO FÍSICO	59
03	Localización	60
	Afectaciones físicas existentes	62
	Climatología	64
	Vegetación y fauna	67
	MORFOLOGÍA URBANA DE LA TENENCIA DE SANTA MARÍA	69
04	Equipamiento urbano	70
	Infraestructura urbana	73
	Imagen urbana	74
	Vialidades principales	76
	Problemática urbana relacionada con el proyecto	77
	ANÁLISIS DE DETERMINANTES FUNCIONALES	79
05	Análisis de casos de estudio	80
	Análisis del perfil de usuario	98
	Análisis programático	101
	Análisis diagramático	108

	ANÁLISIS DE INTERFASE PROYECTIVA	110
06	Argumentación de proyecto y estrategias de diseño	111
	Proceso de diseño	113
	Diseño contextual	117
	Criterios espacio ambientales	119
	Principios constructivos	121
	PROYECTO CONSTRUCTIVO	124
07	Preliminares	125
	Proyecto arquitectónico	129
	Proyecto arquitectura de interiores	150
	Proyecto de paisaje	158
	Proyecto de ingenierías	161
	Proyecto de instalaciones	175
	Análisis preliminar de costos	195
	REVISIÓN TÉCNICO NORMATIVA	197
08	Sistemas de construcción	198
	Sistemas de ingenierías	198
	Programa de desarrollo urbano de Morelia	199
	Leyes y reglamentos de carácter general	200
	Leyes y reglamentos de carácter específico	202
09	FUENTES DE INFORMACIÓN	204

Resumen

Históricamente, los mercados han jugado un papel fundamental en la estructura social de la cultura mexicana. La permanente evolución de los lugares en donde actualmente se ofrecen los productos base de la dieta de los mexicanos, como lo son supermercados, ha traído consigo el abandono y deterioro de los mercados públicos, fenómeno que va en incremento en ciudades como el, anteriormente, Distrito Federal, donde se han emprendido acciones respecto a la problemática a la que se enfrentan los mercados, desarrollando programas a fin de rescatar estos lugares emblemáticos, ricos en cultura nacional, permitiendo así su transformación e inclusión en el terreno comercial contemporáneo.

El siguiente trabajo, analiza la situación de abandono de uno de los mercados municipales de la ciudad de Morelia. En donde se propone la rehabilitación de las instalaciones para erradicar la problemática espacial que trae como consecuencia su abandono y deterioro. El contexto social, histórico y urbano que lo envuelve se convierte en factor fundamental para el desarrollo de estrategias aplicadas en el proyecto arquitectónico y constructivo que se desarrolla como resultado de la investigación realizada.

Palabras clave: abandono, emblemático, cultura, contexto, evolución

[MERCADO LA ASUNCIÓN: PROYECTO DE REHABILITACIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL HERMANOS FLORES MAGÓN]

EN LA TENENCIA DE SANTA MARÍA DE GUIDO, MORELIA, MICHOACÁN

Abstract

Historically, markets have played a fundamental role in the social structure of Mexican culture. The permanent evolution of the places where the basic products of the Mexican diet are currently offered, such as supermarkets, has brought with it the abandonment and deterioration of public markets, a phenomenon that is increasing in cities like the formerly known, Distrito Federal, where actions have been undertaken regarding the problems faced by the markets, developing programs in order to rescue these emblematic places, rich in national culture, thus allowing their transformation and inclusion in the contemporary commercial field. The following work analyzes the situation of abandonment of one of the municipal markets of the city of Morelia. Where the rehabilitation of facilities is proposed to eradicate the spatial problem that brings as a consequence its abandonment and deterioration. The social, historical and urban context that surrounds it becomes a fundamental factor for the development of strategies applied in the architectural and constructive project that is developed as a result of the research carried out.

Introducción

La presente investigación aborda la problemática referida al comercio informal, se estructura el planteamiento del problema mediante los apartados de: identificación del problema, justificación, objetivos, expectativas y la propuesta del diseño metodológico.

En la identificación del problema, se plantea al comercio informal como una situación consecuente al inestable sistema laboral a nivel nacional, estatal y local. Se analiza de manera específica la problemática a nivel municipal, así como las acciones emprendidas por las administraciones gubernamentales para responder al crecimiento del comercio informal. En el apartado de justificación se hace mención del potencial con el que cuenta el sector de la población beneficiado con la

rehabilitación del inmueble, además se describe de manera general el proceso para gestión de recursos que corresponde a la intervención planteada. Los objetivos se dirigen hacia los alcances del diseño del proyecto, así como a la situación social que lo promueve y que se prevé sea beneficiada mediante la vinculación de la comunidad con el mismo. Las expectativas se enfocan al objetivo establecido por el promotor del proyecto, que van encaminados al mejoramiento de la calidad de vida, así como los alcances de fortalecimiento institucional del municipio. Por otro lado, el diseño metodológico se establece con la propuesta de diez capítulos que se desarrollarán en las diferentes fases del proceso del proyecto.

Planteamiento del problema

Identificación del problema

El comercio informal¹ es y ha sido una situación compleja tanto a nivel nacional como local puesto que se deriva de un conjunto de factores socioculturales, económicos y políticos, tales como la migración de las localidades rurales a las ciudades, el desempleo y la deficiente reglamentación determinada por las instituciones públicas. Además de que debe comprenderse desde otra perspectiva, este tipo de comercio “es el reflejo de la calidad del mercado de trabajo del país, así como del poder adquisitivo de la población”.²

¹ El comercio informal se puede definir como la actividad que opera al margen de las normas “formales” o establecidas por el Estado; “[...] solo es un aspecto de un fenómeno mucho más amplio, entendido como economía informal y que “engloba todas las actividades productivas, desde la industria hasta los servicios; laborando [...] un significativo número de trabajadores sin ningún tipo de presentación ni garantía laboral”. “El comercio informal: una respuesta ante la crisis”. Disponible en: www.uom.edu.mx/trabajadores, citado por Rubén Herrera Rodríguez, Análisis y propuesta para reglamentar el comercio en la vía pública en el municipio de Morelia, Michoacán, Tesis de maestría en Ciencias con especialidad en Administración Pública, Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Comercio y Administración, 2004.

² Paulina López Gutiérrez, “Del comercio informal y los espacios públicos”, Nexos, La brújula, El blog de la metrópoli, 21 de abril 2015, [30/08/17]. < <http://labrujula.nexos.com.mx/?p=309>>.

*El sector informal ha transitado por tres fases: la primera comprende desde finales de los sesenta y la década de los setenta, años en los que el concepto del sector informal tiene su origen en el marco del Programa Mundial de Empleo (PME), y entra de lleno en el escenario de las teorías del desarrollo, la planeación económica y las políticas públicas. La segunda fase abarca la década de los ochenta, años durante los que el concepto es difundido ampliamente, son llevados a cabo diversos estudios y es incorporado en los programas económicos de un buen número de países. La tercera fase inicia en la década de los noventa y se caracteriza principalmente por el reconocimiento internacional del concepto del sector informal y su introducción en el sistema de contabilidad informal.*³

A nivel nacional, “los resultados sobre la Medición de la Economía Informal, 2015 Preliminar. Año Base 2008, detalló que a lo largo del período 2003-2015 la economía informal contribuye en promedio en un 25.6 por ciento del valor de los bienes y servicios del país anualmente, siendo los puntos

³ Juan Froilán Martínez Pérez, “El sector informal en México”, El Cotidiano, [en línea] 2005, (marzo-abril), [26/08/2017] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32513005>> ISSN 0186-1840.

más altos 2003 y 2009 con el 27.2 y 26.9 por ciento, respectivamente, de 2010 a 2015 la tasa de variación tiende a disminuir, hasta ubicarse en un 23.6 por ciento en el 2015.”⁴ Estos datos nos facilitan la comprensión de la relevancia que tiene el comercio informal en la actividad económica nacional. Por otro lado, a nivel municipal el panorama es muy similar “prácticamente la cuarta parte de trabajadores en Morelia labora en el comercio ambulante y casi tres de cada 10 en la informalidad -sin contar puestos en el gobierno y empresas-, según la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE)”.⁵ Por otro lado, en el cierre del 2016, la tasa de desempleo en el municipio se ubicó en 4.7%, casi el doble de la que se registra a nivel estatal de 2.4%.⁶

En lo concerniente al crecimiento del comercio informal a nivel municipal, en 2015, “el padrón oficial, señala que en los últimos dos años se dieron de alta 800 nuevos oferentes en la vía pública, lo

que representa alrededor de un 33% más de los que había.”⁷ Lo que ha derivado el aumento del número de comerciantes rebasando los 3 mil; a partir de estas cifras es sencillo comprender la dura situación económica contemporánea así como el déficit en la creación de empleos formales, se puede prever que la situación acerca del comercio informal seguirá siendo una constante.

Sin embargo, la situación en la ciudad no es nueva, ha estado presente desde el siglo XVI, pero ha evolucionado e inclusive es determinante para la estructura de la ciudad. En Morelia, fue en 1967 cuando se iniciaron las acciones de reubicación de comerciantes en la vía pública creando el Mercado Valentín Gómez Farías (Mercado de Dulces). Esta acción junto con la creación de otros siete mercados Revolución (“San Juan”) 1965, Independencia 1966, Benito Juárez 1968, Miguel Hidalgo 1972, Nicolás Bravo (“Santo niño”) 1975, Hermanos Flores Magón

⁴ Israel Rodríguez, “Economía informal contribuyo con una cuarta parte del PIB anual: INEGI”, La Jornada, 13 de diciembre 2016, [30/08/17], < <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2016/12/13/economia-informal-contribuyo-con-una-cuarta-parte-del-pib-anual-inegi> >.

⁵ MiMorelia.com, “El comercio informal, la cuarta parte de trabajadores en Morelia”, Mi Morelia, 18 de febrero de 2017, [30/08/17], < <http://www.mimorelia.com/en-el-comercio-informal-la-cuarta-parte-de-trabajadores-en-morelia/> >.

⁶ Ídem.

⁷ Redacción A tiempo, “Más de 3 mil vendedores ambulantes en calles y tenencias de Morelia”, A tiempo, 11 de julio 2015, [30/08/17], < <http://www.atiempo.mx/morelia/mas-de-3-mil-vendedores-ambulantes-en-calles-y-tenencias-de-morelia/> >.

1992, y Vasco de Quiroga; forman parte del interés por parte del Estado para promover la formalidad comercial.

Cabe resaltar que seis de los ocho mercados públicos se localizan en la zona céntrica de la ciudad, lo que denota clara inequidad en la distribución del equipamiento dentro de la ciudad, así como que éstos mercados hayan sido remodelados parcialmente, con lo cual se promueve una constante actividad comercial.

Contrasta la situación en la periferia de la ciudad, en donde el rigor hacia el comercio en la vía pública tiene un impacto menor. En estas zonas se desarrollaron proyectos denominados “Tianguis en explanadas de usos múltiples en el municipio de Morelia” a partir de 1995⁸, que tenían la finalidad de ser una alternativa para los comerciantes que se colocaban en la vía pública, para esto se contemplaron 96 tianguis. La tenencia de Santa María fue considerada dentro de estas acciones, se llevó a cabo la construcción del mercado Hermanos Flores Magón y las explanadas de usos múltiples. Para el 2013, el subdirector de Mercados y Comercio en la vía pública, Guadalupe Pérez Gutiérrez, indicó que en Morelia se instalan 240 tianguis⁹, cantidad

que pronto triplicará a la contemplada inicialmente. Los puntos conflictivos específicos que se puede identificar en la tenencia de Santa María son dos principalmente, por un lado, se encuentra el abandono de las instalaciones del Mercado Municipal “Hermanos Flores Magón” y por otro lado está la reubicación del tianguis en dos de las explanadas adyacentes al mercado. Primeramente, las instalaciones del mercado municipal fueron construidas en 1992 ¹⁰, en un terreno que forma parte de una donación al municipio de Morelia. Fue hasta 1995 cuando se autorizó la donación por el municipio a 42 locatarios ¹¹, que formaban parte de la asociación civil Hermanos Flores Magón, actualmente Guadalupe Salto, dirigida por el ciudadano Rodolfo Guzmán Calderón, y que cuenta con seis integrantes.

Según la entrevista realizada al presidente de la asociación¹², en un principio, los locales fueron ocupados en su totalidad, pero pronto inicio la deserción de los locatarios puesto que la actividad

⁸ Reglamento para tianguis en explanadas de usos múltiples para el municipio de Morelia, noviembre de 1995, Morelia, Michoacán.

⁹ José Antonio Castro, “Aumenta el comercio informal en Morelia, principalmente en la zona norte”, Cambio de Michoacán, 19 de noviembre de 13, [22/08/17], disponible en: < <http://www.cambiodemichoacan.com.mx/nota-211194>>.

¹⁰ Rodolfo Guzmán Calderón, presidente de la Asociación Civil Guadalupe Salto, Tenencia de Sta. María de Guido, Morelia, 24 de agosto de 2017.

¹¹ Dirección de Patrimonio Municipal, Inventario general de bienes inmuebles patrimoniales, Sindicatura Municipal, Municipio de Morelia, Mich., 2015.

¹² Rodolfo Guzmán Calderón, presidente de la Asociación Civil Guadalupe Salto, Tenencia de Sta. María de Guido, Morelia, 24 de agosto de 2017.

no era redituable. Así pues, el inmueble se encuentra abandonado en más de un 90% desde hace ya 24 años, observándose únicamente cuatro locales en servicio actualmente. Esta situación puede deberse a una serie de factores, uno de ellos, es la competencia comercial que se ha desarrollado dentro y fuera de la tenencia durante este período de tiempo, para la cual las instalaciones no están preparadas tanto en equipamiento como en capacidad de atención.

Debido al abandono, el inmueble presenta un deterioro visible en la estructura y cubierta, es víctima del vandalismo, y además de esto, las condiciones de los locales son deficientes, puesto que el inmueble en su composición presenta dificultades de accesibilidad y un déficit en la cobertura de servicio a la comunidad debido al crecimiento de la población.

Por otro lado, en 2004 se reubicó un tianguis perteneciente al programa "Lucha contra la carestía"¹³, en las explanadas adyacentes al mercado municipal en donde se localizan unas canchas deportivas y un estacionamiento. Este tianguis se

¹³ El Programa de Lucha contra la carestía es desarrollado por la Dirección de Abasto y Comercio Popular (DACP), parte de la Secretaría de Desarrollo Económico del gobierno del Estado de Michoacán, "teniendo como objetivo principal, el impulso a la economía familiar y la creación de vínculos de coordinación entre los oferentes de los Centros de Comercialización y Abasto Popular (CCAP) y productores michoacanos", Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Michoacán, [28/08/2017], <<http://sedeco.michoacan.gob.mx/direccion-de-abasto-y-comercio-popular/>>.

colocaba sobre las calles Juan Ruíz de Alarcón y Salvador Díaz Mirón, los días jueves y domingo, así como la calle Ramón López Velarde, el día martes, cerrando las vialidades al tránsito vehicular, y debido a iniciativa de los habitantes, se solicitó la reubicación del tianguis, por lo que las autoridades optaron por asignar esta zona a los oferentes.

Las explanadas, albergan actualmente 107 puestos que se colocan en el sitio, de los cuales 96 acuden al tianguis que se traslada a la tenencia, debido a las condiciones en las que se encuentra el espacio público, esto lo indicó el Supervisor del Programa de Lucha contra la Carestía¹⁴, lo que merma, en un porcentaje medianamente importante, el desarrollo económico de las personas inscritas a dicho programa.

¹⁴ La Dirección de Abasto y Comercio Popular, opera mediante el programa cinco Centros de Comercialización y Abasto Popular (CCAP), es decir, cinco mercados "La Feria, el cual funciona los días miércoles, sábado y domingo de cada semana, mismo que representa el 84 por ciento de la afluencia de los consumidores; mientras que en los CCAP de Santa María, Tenencia Morelos, Santiago Undameo y la SEP se registra un importante movimiento", y según datos proporcionados por el supervisor del programa, el CCAP de Santa María ocupa el tercer lugar en afluencia, después de La Feria y la SEP, Redacción Quadratín, "Aprovechan 100 mil michoacanos programa Lucha contra la Carestía", Quadratín Michoacán, 27 de noviembre de 2015, [28/08/17], <<https://www.quadratin.com.mx/economia/Aprovechan-100-mil-michoacanos-programa-Lucha-la-Carestia/>>.

Esta situación, que lleva ya 13 años, ha provocado un uso inadecuado de las instalaciones deportivas y de estacionamiento, lo que, a su vez, trae consigo el deterioro de las mismas puesto que no estaban preparadas para el impacto del uso actual. A manera de diagnóstico, las instalaciones de las explanadas presentan un desgaste, que se debe al uso inadecuado, además de las condiciones de saneamiento de los servicios sanitarios y de recolección de residuos, puesto que no se han propuesto proyectos de conservación de las mismas.

Justificación de la realización del proyecto

Proponer el proyecto de Rehabilitación del Mercado Municipal surge de observar la situación actual que enfrenta la comunidad y los efectos que ha traído consigo, para lo cual es necesario proponer estrategias operativas para solucionar la problemática. El sitio en el cual se localiza el predio es una zona con un alto nivel comercial a una escala local, debido a que se concentra un conglomerado de micro empresas (Estratificación de los establecimientos, INEGI), lo que al rehabilitar esta zona comercial potencializaría la competitividad económica proyectando un impulso a la economía de la localidad, lo que se verá reflejado en su calidad

de vida.

De igual manera, la población beneficiada se compone por 94 colonias¹⁵, donde la población consumidora y posible prestadora del servicio comercial es la población local, que según indicó el jefe de tenencia es de 150 mil habitantes¹⁶, además de los oferentes que pertenecen al programa de Lucha contra la carestía y que conforman el mercado, es decir, 107 familias que dependen de esta actividad.

Es por esto por lo que el proyecto representa una oportunidad para el desarrollo social de la localidad, el cual será promovido mediante un proceso de gestión encabezado por la Jefatura de Tenencia, seguido por el gobierno municipal con la Secretaría de Servicios Públicos, que por medio del Centro Estatal para el Desarrollo Municipal (CEDEMUN) el proyecto se vincula con del Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED) para participar en el programa “Banco de Proyectos Municipales (BPM)”, promovido por el Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (Banobras), dirigido a la “identificación de proyectos de inversión

¹⁵ H. Ayuntamiento Constitucional de Morelia, Mich., “Periódico Oficial del gobierno Constitucional del estado de Michoacán de Ocampo”, Tomo CLIX, Núm. 31, Morelia, Mich., martes 15 de abril de 2014.

¹⁶ Nohemi Arreola, José Cacho, “Policía Federal trabaja para rescatar espacios públicos en Santa María”, Primera Plana noticias, 19 de Julio de 2017, [27/08/17], < <http://primeraplana.com.mx/portal/policia-federal-trabaja-para-rescatar-espacios-publicos-en-santa-maria/>>.

derivados de problemáticas o deficiencias en materia de infraestructura municipal¹⁷ en diferentes sectores, uno de ellos el espacio público.

También se debe mencionar la intervención de rehabilitación de las explanadas, para que la zona comercial y recreativa funcionen al unísono, como un conjunto, y que proporcionará un espacio digno y adecuado para la comunidad. Aunado a los beneficios al desarrollo económico, es relevante mencionar a la recuperación y rehabilitación del espacio público y comercial como un mecanismo para la construcción de equidad social dentro del municipio, considerando las dificultades a las que se enfrentan las zonas periféricas del Morelia.

Objetivos de trabajo

Objetivo general

Realizar el proyecto constructivo para la rehabilitación de las instalaciones del mercado municipal "Hermanos Flores Magón" en la tenencia de Santa María de Guido, así como las instalaciones de las explanadas adyacentes al mismo.

Objetivos específicos.

- Analizar e identificar el origen y la situación actual de la problemática que enfrenta el mercado municipal.
- Proyectar la rehabilitación de las

instalaciones haciendo participe a locatarios y vinculando a la comunidad.

- Proponer el proyecto de recuperación de los espacios públicos contiguos a las instalaciones, a través de estructurar un conjunto que incluya a la zona comercial.
- Promover la formalidad del comercio¹⁸ mediante la recuperación de espacios arquitectónicos que dignifiquen la actividad comercial.
- Proponer un diseño sustentable en sus tres ejes: social, económico y ambiental, aplicando estrategias sostenibles que retribuyan en la calidad de vida de la localidad.
- Realizar un proyecto incluyente que promueva la accesibilidad universal de la población mediante instalaciones adecuadas que permitan establecer una cohesión social dentro de la localidad.

Expectativas

Con la rehabilitación de la zona comercial y los espacios públicos contiguos en la tenencia de Santa

¹⁷ Secretaría de Gobernación, "Catálogo de programas federales para municipios 2017", Ciudad de México, Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, 2017, pp. 177-178.

¹⁸ Se define como comercio formal al "comercio que se rige bajo las normas de comercio del país en donde se efectúa. Este tipo de comercio se ampara en los estatutos legales vigentes", Comercio formal, [04/09/17], <<http://elecoperubiano.galeon.com/cvitaef1594940.html>>.

María de Guido lograda mediante el impulso de la inversión en infraestructura y servicios públicos promovido por el conjunto de instituciones que forman parte del proceso de gestión, la Secretaría de Servicios Públicos, el INAFED y Banobras, finalmente, se busca el fortalecimiento financiero e institucional de la entidad municipal, siendo infraestructura con alta rentabilidad social para así consolidar las fuentes de ingresos propios de la localidad. Por otro lado, la localidad beneficiada contará con un espacio recreativo y comercial que conformen un punto de encuentro comunitario donde se puedan establecer lazos estrechos entre los individuos y el contexto que los envuelve.

Diseño metodológico

Para llevar a cabo la investigación y concluirla en la aplicación de ésta dentro de un proyecto arquitectónico, se lleva a cabo trabajo de campo y gabinete. El primero se compone de las visitas al sitio, de observar y vincularse directamente con la problemática para así poder responder a ella de la manera más adecuada; de éste se derivan las entrevistas con los actores de la problemática y el registro fotográfico. El segundo, se compone de la investigación de datos estadísticos y bibliografía que sustenta el apartado teórico, así como un análisis del método histórico¹⁹, con el cual se permite la reconstrucción de los hechos para establecer la continuidad de los fenómenos. A continuación, se presenta la estructura metodológica que seguirá el documento:

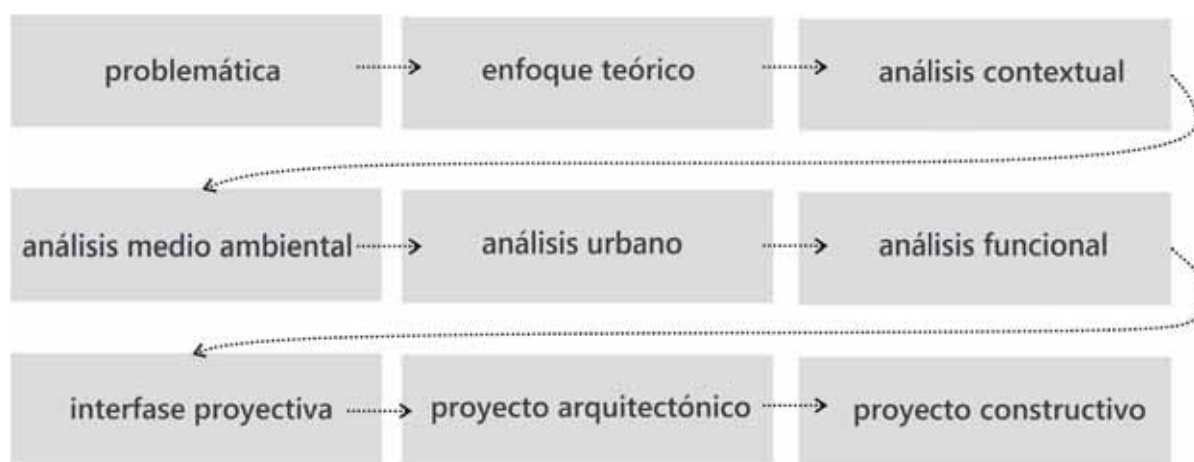


Ilustración 1. Estructura metodológica. Fuente: elaboración propia.

¹⁹ Herrera Rodríguez, Rubén, Análisis y propuesta para reglamentar el comercio en la vía pública en el municipio de Morelia, Michoacán, Tesis de maestría en Ciencias con especialidad en Administración Pública, Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Comercio y Administración, 2004.

Capítulos	Contenido
Introducción	Se analizarán los elementos que intervienen en la situación conflictiva que se desarrolla en el sitio, así como los fundamentos de la elección del tema.
Mercado: Símbolo de identidad mexicana	Se define el tema mediante el análisis de conceptos, su proceso evolutivo, la situación actual y las expectativas del proyecto.
Un pueblo inmerso en la ciudad	Realizar un análisis de las determinantes contextuales sociales del sitio.
Análisis de las características del medio físico del sitio	Identificar los factores ambientales que intervienen en el diseño del proyecto.
Morfología urbana de la tenencia de Santa María de Guido	Construcción de las determinantes que conforman la estructura urbana del sitio.
Análisis de determinantes funcionales	Análisis de casos de estudio y actores sociales que intervienen.
Interfase proyectiva	Determinación de estrategias y procesos de diseño, así como criterios constructivos.
Proyecto constructivo	Elaboración del proyecto arquitectónico y conceptual de interiorismo y paisaje, realización de modelos volumétricos. Planimetría de criterios técnicos constructivos, así como determinación de los proyectos de interiorismo, paisaje e ingenierías.
Revisión técnico normativa	Revisión y aplicación de normativas aplicativas al proyecto, así como los sistemas constructivos a emplear.

Tabla 1 Estructura capítular del documento. Fuente: elaboración propia.

01

CAPÍTULO 1 MERCADO: SÍMBOLO DE IDENTIDAD MEXICANA

Los mercados prevalecen en la tradición nacional, siendo un referente cultural mexicano y latinoamericano a pesar del paso de los años. Reconocer su importancia en la ciudad enmarca la posibilidad de brindarles la oportunidad de permanencia y transformación, puesto que no están exentos de este proceso de cambio, adaptarse a las condiciones contemporáneas es el reto que deben superar.

Fotografía estado actual del exterior del mercado, sobre la calle principal de la colonia Ramón López Velarde.

Definición del tema

Son varios los conceptos que intervienen en la definición del tema de estudio. Sin embargo, podemos identificar principalmente cuatro términos: mercado público, tianguis, rehabilitación y espacio público. A partir de ellos, podremos comprender de una mejor manera la vinculación de dichos términos.

Para la construcción más precisa de la tesis, se inicia definiendo estos conceptos a partir de diferentes perspectivas, una de ellas es la de los sistemas normativos y reglamentarios que establecen definiciones concretas. En este sentido, el mercado público, se define como un elemento del equipamiento comercial²⁰, que se compone por pequeños comercios que ofrecen productos básicos a la localidad en los que se sitúan, generalmente a poblaciones de estratos medios y bajos. Por otra parte, tenemos la perspectiva económica, en donde el mercado, teniendo como antecedente a los tianguis, se define como “el mercado local o regional donde se reúnen los productores directos, agricultores o artesanos, a intercambiar sus productos, [...] son uno de los nervios centrales en la articulación de la economía mercantil simple o campesina con la economía capitalista nacional, y a veces internacional.”

Sin embargo, su relevancia va más allá de los aspectos económicos y normativos. En Europa, se han desarrollado programas en favor del rescate de sus mercados, uno de ellos conocido como URBACT Markets, liderado por Barcelona y financiado por la Unión Europea, con el cual se promueve que “el papel de los mercados urbanos como motores económicos, de regeneración urbana y de sostenibilidad”²¹, y define a los mercados como el corazón, el alma y el motor de las ciudades²².

En seguida se define el concepto de rehabilitar, que según la RAE se define como “habilitar de nuevo o restituir a alguien o algo a su antiguo estado.” Este concepto se deriva del termino de recuperar, que puede definirse como “volver a tomar o adquirir lo que antes se tenía y volver a poner en servicio lo que ya estaba inservible.”

De igual manera, se plantea el termino tianguis, el cual puede definirse como una de las tantas realidades urbanas de las ciudades, construidos a

²⁰ Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), Sistema Normativo de equipamiento urbano, Tomo III, Comercio y abasto, p.16.

²¹ Instituto Municipal de Mercados de Barcelona, Ayuntamiento de Barcelona, [09/02/2018] disponible en línea <<http://ajuntament.barcelona.cat/mercats/es/content/urbact-markets-mercados-que-son-el-corazon-el-alma-y-el-motor-de-las-ciudades>>

²² Idem.

partir de la arquitectura de lo ordinario²³, teniendo como características principales la expresión de valores culturales y de tradiciones sobre el uso del espacio público, así como la contundente honestidad de sus requerimientos programáticos, la movilidad y la relación espacio-temporal con el lugar y los usuarios de los tianguis. Generalmente, los tianguis se reconocen como la parte desorganizada de las ciudades, sin embargo, al plantearlos desde un enfoque distinto, comprendiendo su presencia como parte de la apropiación de la ciudadanía sobre el espacio público, permitiendo el desarrollo de dinámicas sociales y comerciales con un método complejo y “desorganizado”, desde el punto de vista de la planeación urbana.

Por otro lado, tenemos al espacio público, que se puede definir como aquel elemento encargado de vincular a los otros elementos de la ciudad, construyendo “lugares para la recreación y el esparcimiento de la población [...], de desarrollar ámbitos de intercambio de productos [...], de adquirir información [...], o de producir hitos simbólicos.”²⁴ Debemos entenderlo no como un

espacio residual, sino reconociendo su condición urbana y su cualidad cambiante con el paso del tiempo, pues en cada momento tiene una lógica distinta.²⁵

Coincido con la perspectiva que se ha dado a los mercados en la última década en Europa, en donde se reconoce la importancia de los mismos para hacer ciudad, y que no se puede demeritar la relevancia del tema señalando la filosofía que siguen estos programas: “Markets help build cities for people”²⁶, reconociendo, además, la necesidad de “preservar sus mercados, asegurar la inversión y adaptarlos a las tendencias de consumo del siglo XXI”.²⁷

En síntesis, el tema de la presente tesis se define como la Rehabilitación del mercado la Asunción, en Santa María, donde se abordarán los aspectos anteriormente definidos, así como la circunstancia particular del lugar donde está situado el mercado,

alteridad”, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Flacso-Ecuador, p. 2.

²⁵ Idem, p.3.

²⁶ “Los mercados ayudan a construir ciudades para personas”, URBACT Markets, Urban markets: hearts, soul and motor of cities, European Union, Institut Municipal de Mercats de Barcelona, Barcelona, marzo 2015, p.9

²⁷ Núria Costa, Jefe de Comunicación del Ayuntamiento de Barcelona, Instituto Municipal de Mercados de Barcelona, Ayuntamiento de Barcelona, [09/02/2018] disponible en línea <<http://ajuntament.barcelona.cat/mercats/es/content/urbact-markets-mercados-que-son-el-coraz%C3%B3n-el-alma-y-el-motor-de-las-ciudades>>.

²³ Lazo, Pablo, “Ensamblado en México, los mercados sobre ruedas como una alternativa de espacio público”, Arquine, No. 36, verano 2006, [14/04/2018], disponible en línea: < <http://www.arquine.com/los-mercados-sobre-ruedas-como-alternativa-de-espacio-publico/>>.

²⁴ Fernando Carrión M., “Espacio público: punto de partida para la alteridad”, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Flacso-Ecuador, p. 2. Fernando Carrión M., “Espacio público: punto de partida para la

pero reconociendo el carácter como elemento articulador en la comunidad y que se ha enfrentado a la situación de abandono hasta hoy en día.

Referentes evolutivos

Retomar los precedentes comerciales de los mercados, representa realizar un análisis antiquísimo de la historia comercial a nivel mundial, que remonta

a siglos antes de Cristo, lo que sin duda se convierte en un trabajo arduo y minucioso. Sin embargo, el objetivo principal es comprender la serie de transformaciones en los espacios que albergarían esta actividad; por lo cual es importante realizar una recopilación de los casos trascendentales del tema en cuestión, para así, comprender las situaciones sociales a las que han respondido históricamente, así como sus características más relevantes.



Ilustración 2. El Parián y los cajones de ropa. Tomado de Álvaro Van Der Brule "El mercado del Parián: el más atroz caso de especulación inmobiliaria de la historia", *El Confidencial*, 08/08/2015, [27/09/2017] disponible en: <<https://www.elconfidencial.com/alma-coraz>

Evolución diacrónica

Se realiza el análisis de las dinámicas comerciales en México, teniendo sus orígenes en la época prehispánica hasta el año en que se erige el mercado municipal de Santa María. Con lo cual se logra tener un contexto sobre las circunstancias en las que fue construido y que indirectamente pudieron causar

su abandono. En México, el punto de partida fueron los tianguis (tianquztli), el más grande de ellos ubicado en Tlatelolco, laborando cada cinco días y concurrían más de 50 000 personas, así como más de 20 000 comerciantes, ubicados en todo centro urbano importante y eran atendidos por comerciantes no profesionales llamados tlanamac.

[**MERCADO LA ASUNCIÓN:** PROYECTO DE **REHABILITACIÓN** DEL MERCADO MUNICIPAL HERMANOS FLORES MAGÓN]

EN LA TENENCIA DE SANTA MARÍA DE GUIDO, MORELIA, MICHOACÁN

Esto prevaleció hasta la llegada de los españoles, con lo cual se monopoliza el comercio, únicamente dirigido por españoles, lo que consolidó un grupo económico predominante estableciéndose una gran cantidad de tiendas de abarrotes, licorerías, etc., lo que eliminó la actividad comercial en la vía pública.

Años más tarde se inició la construcción de portales en las inmediaciones de las plazas, en donde se ofreciendo talleres de artes y oficios, y es a partir de esto, que las autoridades españolas deciden la construcción de un edificio, El Parián, que albergaría a los llamados cajones de ropa²⁸ y se componía por 125 locales propiedad de españoles, en donde se ofertarían productos selectos, como telas, ropa, artesanías, etc., pero que posteriormente sufrió un incendio y saqueos, por lo que fue abandonado y más tarde demolido por Santa Anna.

Durante el periodo independentista, la situación no cambió mucho, el comercio seguía dominado por los españoles. Sin embargo, el comercio interior en las ciudades se conformaba por mercados y tiendas que cubrían necesidades de artículos

para el hogar. En 1889, se inicia la llegada de una oleada de extranjeros, los cuales produjeron una especialización del comercio por nacionalidades, así los españoles se dedicaron a la zapatería y tiendas de abarrotes, los alemanes la quincalla y los franceses las pastelerías y la venta de ropa y para el hogar. En 1889, se inicia la llegada de una oleada de extranjeros, los cuales produjeron una especialización del comercio por nacionalidades, así los españoles se dedicaron a la zapatería y tiendas de abarrotes, los alemanes la quincalla y los franceses las pastelerías y la venta de ropa y de sombreros.²⁹

Sin embargo, en las provincias predominaba el régimen hacendario, que representaban una unidad económica fundamental para la producción y abastado de productos ganaderos y agrícolas, en donde se desarrollaron las conocidas tiendas de raya, en donde se comercializaban mercancías para los trabajadores. Por otro lado, durante el periodo del porfiriato (1876-1911) se logra una estabilizada económica que propicio que “el abasto de productos perecederos se garantizó con la formación y consolidación de mercados públicos a lo largo del territorio nacional, pero sería

²⁸ “Antecedente directo del ambulante, los cajones de ropa eran enormes cajas, baúles o arcones, que sus dueños abrían al público apoyando las dos mitades de la tapa en bancos de madera. Se podían abrir y exponer en cualquier calle o plaza de la ciudad, exhibiendo de forma rápida su mercancía. Su presencia era autorizada por el ayuntamiento y los dueños de establecimientos ubicados en los portales de la plaza mayor”. Ibid.

²⁹ Ibidem, p.1049

³⁰ Idem.

³¹ Idem.

en la Ciudad de México donde éstos habrían de florecer.”³⁰ Un ejemplo de estos mercados públicos es la construcción de La Merced, en 1883, y que fue el núcleo comercial más importante del país durante casi un siglo, hasta que debido a su saturación fue desplazado por La Central de Abastos, construida en 1982.³¹ Sin embargo, durante este periodo se inicia la introducción de nuevos sistemas constructivos empleados en países europeos, buscando la creación de una ciudad más moderna, lo que poco a poco se fue plasmando en la edificación de centros comerciales privados, dejando de lado la creación de mercados para la población en general, ejemplo de ello es la inauguración de “El Palacio de Hierro”, en 1891, centro comercial que imitaba el modelo parisino dirigido para el sector con gran poder adquisitivo.

El periodo revolucionario afectó considerablemente la actividad comercial, lo que crea un periodo pasivo para esta actividad. Con la lucha en el periodo, se logra la construcción de instituciones políticas y económicas que contribuyen al auge de comercio detallista, así como la segunda oleada de extranjeros a nuestro país.

Como parte de la transformación del comercio, está la llegada y consolidación de los supermercados y tiendas de autoservicio en la década de los 70s, acompañadas de una rápida urbanización, crecimiento demográfico, aumento en el poder adquisitivo de un sector significativo en las ciudades, la tecnología, etc., lo que trae consigo un cambio en el consumo de los

habitantes, y que produjo un declive en las formas tradicionales de comercialización de productos al menudeo debido a la creciente competitividad que estos nuevos establecimientos propiciaron. Estas edificaciones representaban los grandes almacenes estadounidenses, imponiendo una nueva mecánica comercial y cultural³², pues se convirtieron en espacios de rápida respuesta hacia las necesidades de seguridad e higiene del



Ilustración 3. Plaza Universidad, Ciudad de México, diseñado por Juan Sordo Magdaleno, [14/04/2018]. Fuente: <https://www.pinterest.com.mx/pin/258886678561869698/>

³² Altamirano Martínez, José Rafael, “El espacio urbano arquitectónico público sustentable como medio de regeneración urbana: El mercado público sustentable”, Tesis para obtener el grado de Maestro en Diseño de Arquitectura Sustentable, Universidad Gestalt de Diseño, octubre 2016, p.16

consumidor. Así pues, el primer centro comercial conocida como Plaza Universidad, en la Ciudad de México, fue inaugurado en 1969 y diseñado por Juan Sordo Magdaleno, en donde se introduce el concepto de tienda ancla, los multicinemas y la diversificación de negocios bajo un mismo techo.³³ Sin embargo, a pesar de la transformación mencionada en el comercio, se seguía promoviendo la construcción de mercados públicos en el interior del país, pero que, al no contar con la reglamentación necesaria en aspectos como higiene, tratamiento de los residuos y la regulación en la venta de mercancías, construyendo un concepto de suciedad y desagradable de los mercados públicos, con lo que no existía mercado que no presentara un deterioro considerable e inclusive su abandono. De este modo, el mercado público dejó de competir con las nuevas dinámicas comerciales que llegaron a imponer una nueva perspectiva del comercio al menudeo. A continuación, se presenta una línea del tiempo, que recauda los eventos más significativos en cuanto al comercio, de igual manera se contextualiza la construcción de los mercados municipales de Morelia. Reflexionando en lo anteriormente expuesto, queda claramente definida la relevancia del mercado dentro de la evolución de la ciudad, ha respondido a diferentes circunstancias temporales, lo cual no permite comprender el papel de los mercados en su contexto contemporáneo.

³³ Ibídem, p. 16

Evolución sincrónica

La necesidad de establecimientos que respondan como mercados populares es imprescindible en la época contemporánea, comprender la importancia que este elemento tiene en las ciudades y proporcionarle el valor que merece como espacio articulador de las relaciones sociales da pauta a la dignificación de las instalaciones que albergan a los comerciantes. Como ya se ha mencionado, la falta de interés por parte de las autoridades a los mercados públicos, que los ha llevado al estado de abandono y deterioro en que se encuentran actualmente. Promover la rehabilitación de proyectos que permitan la reactivación de estos espacios imprescindibles en las urbes es un proceso que ha iniciado, principalmente en países europeos, en donde se tiene una percepción de los mercados como espacios fundamentales y con un potencial económicos enorme para las comunidades que cuentan con ellos.

Por esto, se presenta una revisión de algunos proyectos que se han desarrollado actualmente, en los últimos 20 años en la búsqueda de revitalizar, reactivar y rehabilitar dichos espacios públicos debido a su importancia, tanto histórica como de identidad para los barrios en donde se localizan. A nivel internacional, es donde se han desarrollado mayormente este tipo de intervenciones, por lo

que se consideran de manera recurrente, ya que representan casos de estudio que permiten ampliar el panorama en cuanto a rehabilitación de espacios de este tipo.

Paralelamente se hace una recopilación de algunos casos de estudio para la intervención del espacio público, considerando de igual manera, la preexistencia de algunos elementos y la necesidad de transformación a dicho elemento para su revitalización y la mejora en la calidad de vida de las comunidades en las que se han desarrollado estos proyectos.

En síntesis, con la revisión sincrónica realizada, se presentaron ejemplos en los cuales se realizarán intervenciones a edificios preexistentes tanto comerciales como dedicados al espacio público, un punto que debe considerarse es la inserción de una intervención contemporánea en un espacio con historia, independientemente de si permanece o no, el peso de carácter representativo y de identidad para una comunidad es inmenso, pero en ocasiones es inevitable su transformación para lograr desarrollar un tejido urbano revitalizado, la idea principal es lograr reactivar estos sectores de las ciudades que se encuentran en abandono y deterioro.

Trascendencia temática

Tratar temas como la rehabilitación, la revitalización y recuperación de espacios, nos da muestra del tópico principal, que es la regeneración urbana, por otro lado, hablar del mercado público, nos da idea de las implicaciones aún más variadas y complejas temáticas que involucra. La función fundamental de un mercado público es “abastecer de productos básicos de consumo necesario a la población de menores ingresos” va más allá de las cuestiones comerciales, tiene entonces implicaciones sociales desde su propia definición, además de tratar aspectos económicos, políticos y culturales.

Para ello, se define primeramente los ámbitos urbanos, para en seguida establecer algunos de los aspectos que se vinculan de una manera más indirecta con el tema de los mercados públicos, como lo son la salud pública y la inequidad social.

1.3.1 Regeneración urbana.

La regeneración urbana, tiene como objetivo recuperar alguna zona antigua y/o abandonada/degenerada, a través de la reactivación de actividades y de la promoción de su habitabilidad ³⁴. Sin embargo, diversos autores postulan que la regeneración urbana va más allá de una intervención

³⁴ Cárdenas, Marteleira, E., El reuso creativo y la regeneración urbana, 28/12/2010, Arquitectura/Reuso Creativo/Proyecto, Pensamiento y reflexiones de una arquitectura, disponible en línea < <https://reusocreativo.wordpress.com/>>, [16/11/2017].

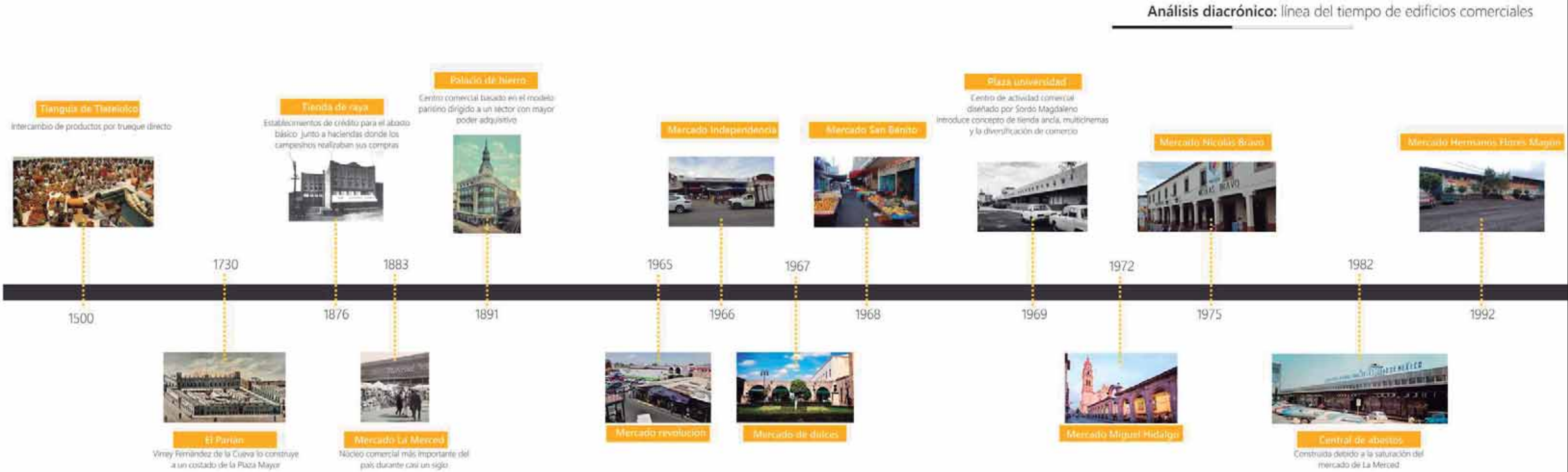


Ilustración 4. Revisión diacrónica del comercio en México. Fuente: elaboración propia

Análisis sincrónico: línea del tiempo de rehabilitación de edificios comerciales y espacios públicos

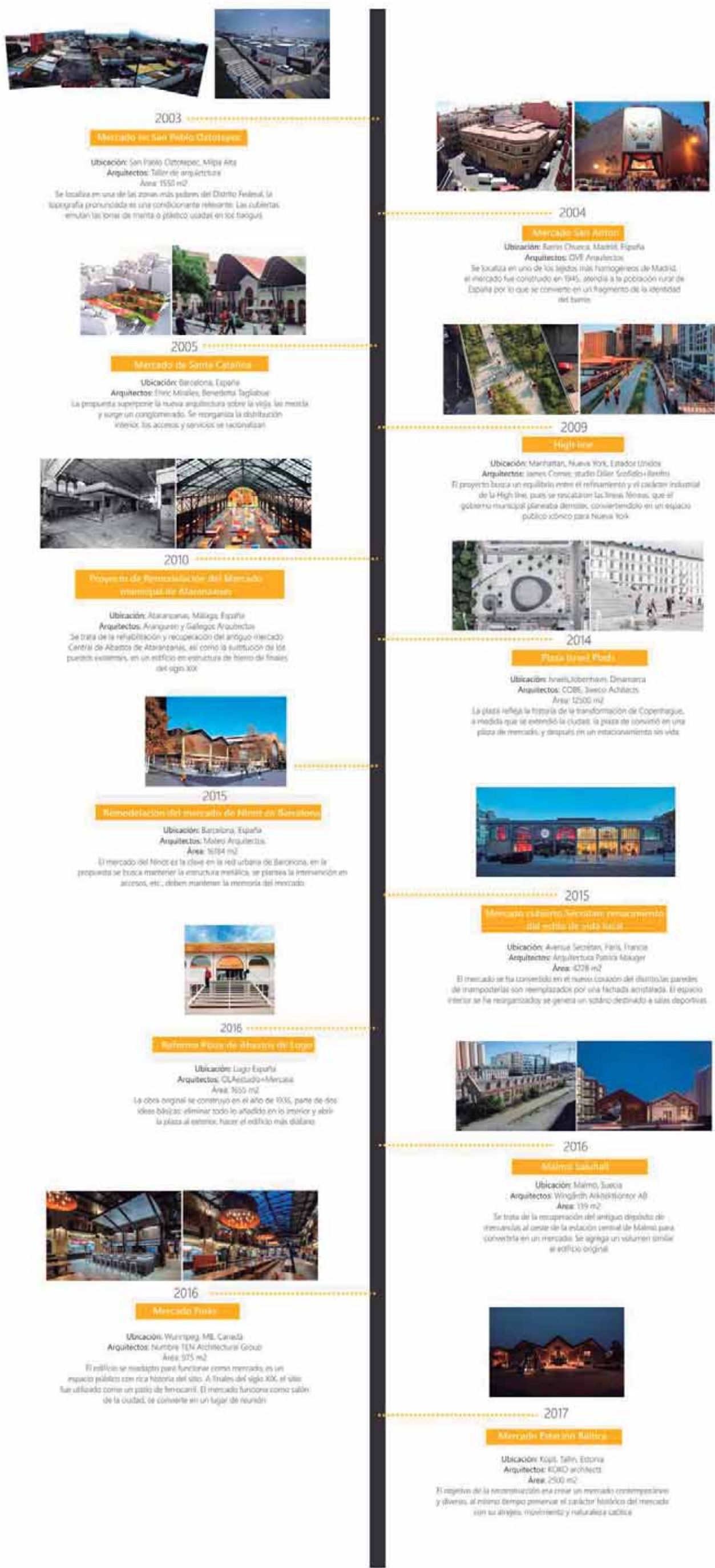


Ilustración 5. Revisión sincrónica de edificios comerciales. Fuente: elaboración propia

física al inmueble, convirtiéndose en un conjunto de acciones integrales que pretendan establecer una renovación y rehabilitación de un área determinada, proponiendo una reactivación económica y mejorar las condiciones de desarrollo y de calidad de vida de los habitantes de dicha área.

Salud pública

El tema de la salud pública es un tema bastante complejo que involucra una serie de factores que lo han agravado en las últimas décadas. Esta situación ha venido acompañada del arribo de las tiendas de autoservicio, puesto que “su llegada implicó cambios en los hábitos de consumo, la alimentación y la salud de la población urbana del país”.³⁵

En lo que concierne a los mercados públicos, su establecimiento permite regresar hábitos de consumo más saludables, en los cuales intervengan en menor cantidad los alimentos procesados. La dieta mexicana es un conjunto de alimentos ricos en vitaminas y proteínas que benefician la salud de los mexicanos. Estos productos son directamente comercializados en los mercados públicos, en los cuales se lleva un nulo proceso industrializado.

Inequidad social

Este tema puede tomarse desde diversas perspectivas, una de ellas es la idea de que los mercados representan un elemento relegado en la actualidad, esta surge, de igual manera, de la modernización de las instalaciones comerciales, la urbanización acelerada produjo el abandono de estos establecimientos para concurrir instalaciones innovadoras, higiénicas y con posibilidades de pago más accesibles.

En otro sentido, la inequidad, es representada por el gradual abandono de los mercados por parte de la administración pública, dando prioridad al desarrollo de industrias más grandes, lo que deja a los mercados incapacitados para poder competir con estas grandes cadenas comerciales.

El tema de mercados tiene un sinnúmero de temas vinculados a él, sin embargo, estos dos referentes temáticos enmarcan la importancia del reconocimiento de los mercados en la sociedad mexicana.

³⁵ Op. Cit., León Islas, Oscar, “Las tiendas de autoservicio y la pugna por el mercado. Entre la función...”, p. 1049.

Análisis situacional del problema

Antecedentes del edificio.

El edificio del mercado Hermanos Flores Magón fue construido en 1992 por el gobierno municipal de Morelia, el terreno, fue donado al mismo municipio, para que ahí se construyera un inmueble de esa tipología. Y fue hasta 1995 cuando se realiza la concesión a 42 locatarios. Para ello, los locatarios constituyeron la asociación civil homónima al mercado. La construcción se había desarrollado únicamente hasta la construcción de la primera planta, en próximas instancias, los locatarios podrían ampliar su local a una segunda planta con la finalidad de convertirlas en bodegas individuales.

En un principio, los locales fueron ocupados en su totalidad, pero, debido a falta de planeación adecuadamente mecanismos de recuperación de recursos económicos, así como la poca promoción del mercado, propiciaron el abandono del inmueble al poco tiempo de haber iniciado actividades.

Por otro lado, el espacio público contiguo al mercado, constituido por tres explanadas creadas de igual manera por iniciativa del gobierno municipal, con la finalidad de brindar un espacio para la colocación del tianguis o mercados sobre ruedas, así como de canchas deportivas y estacionamiento público para comerciantes y consumidores del espacio comercial, sin embargo estas explanadas no

funcionaron como tal, hasta 2004, año en el cual se trasladaron los comerciantes que se ubicaban en las calles de Santa María. De igual manera se construye en 1995, un módulo de atención ciudadana, el cual pretendía brindar servicios administrativos, tales como ventanillas para el pago de servicios de agua potable, predial, teléfono, electricidad, etc. Además, se planeaba como lugar de estadía de seguridad pública.

Análisis social y cultural de la problemática

Identificar las escalas en las cuales se presenta la problemática es el primer paso para lograr un análisis con un amplio panorama. Para ello, se deben identificar primeramente los sistemas que se involucran, es decir, Santa María es parte de un sistema de tenencias que conforman a la ciudad de Morelia (ver ilustración 5).

Además, problemática tiene diferentes perspectivas que dependen del nivel de intervención de los actores en la misma situación. Identificando a los actores y conociendo como es que viven la situación día a día, podremos tener una amplia visión del grado de afectación que causa el problema.

Particularmente, se identifican cuatro grupos

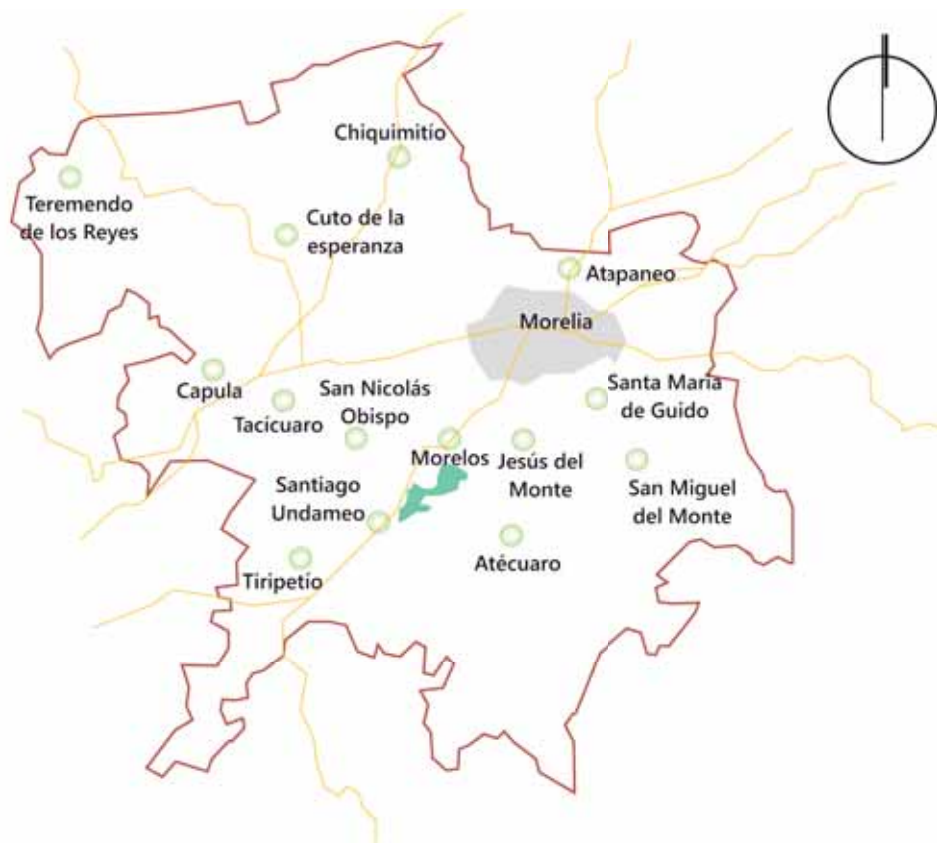


Ilustración 6. Sistema de tenencias que conforman a la ciudad de Morelia, de las cuales forma parte la tenencia de Santa María de Guido. Fuente Elaboración propia.

de actores que interviene directamente en la problemática; los consumidores que asisten al mercado, la asociación civil "Guadalupe Salto" constituida por los locatarios, los oferentes que conforman el tianguis que pertenecen al programa "Lucha contra la carestía", siendo unos de los cinco Centros de Comercialización y Abasto Popular (CCAP) (ver ilustración 6), los oferentes asociados a "Antorcha campesina", ambos ubicados en las explanadas adyacentes al inmueble, así como a la jefatura de tenencia de la localidad, autoridad auxiliar del gobierno municipal, así como el gobierno municipal (ver ilustración 7)

Las personas consumidoras que asisten al tianguis

describen la situación del mercado y el tianguis con severos problemas de higiene, las instalaciones del mercado presentan deficiencias en el servicio, puesto que no fomenta en los usuarios consumidores a que lo vivan o que lo utilicen. De igual manera, las instalaciones de las explanadas están en abandono. Por otro lado, para los locatarios existe tanta competitividad en las zonas aledañas al mercado con cadenas de tiendas de autoservicio (Abarrotes Azteca), que los orillo al abandono de las instalaciones puesto que no resultaba redituable en ningún aspecto, además de que tno contaban con los recursos necesarios ni el apoyo de las autoridades para sustentar sus necesidades recién

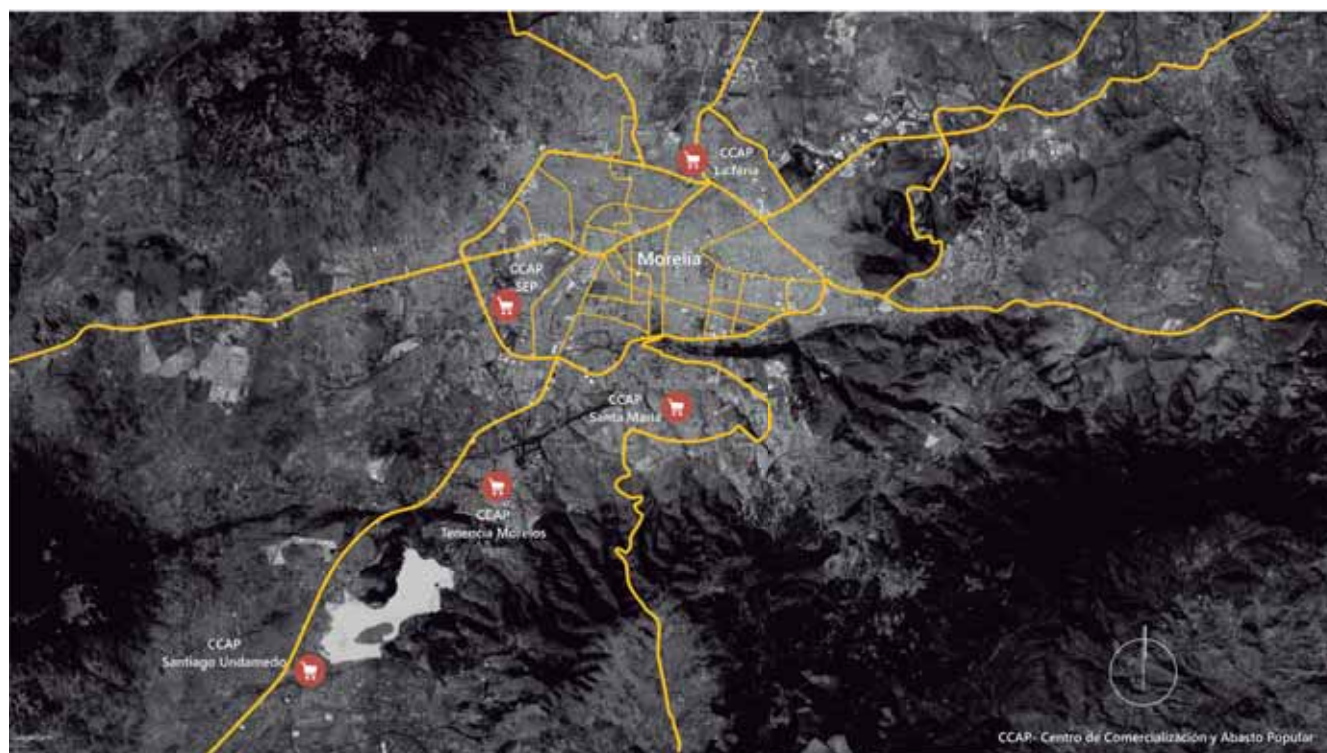


Ilustración 7. Distribución de los Centros de Comercialización y Abasto Popular (CCAP) del programa "Lucha contra la carestía". Fuente: elaboración propia

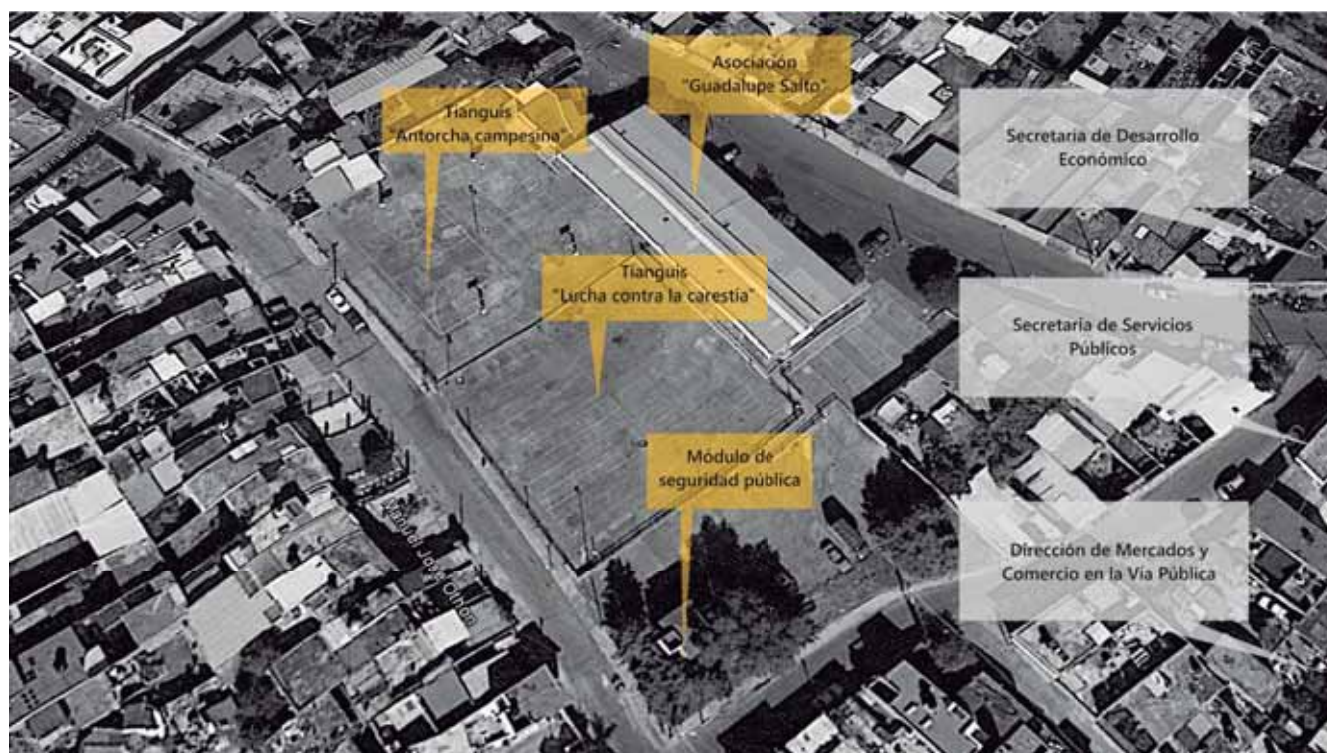


Ilustración 8. Actores involucrados en la problemática del mercado municipal de Santa María. Fuente: elaboración propia

[MERCADO LA ASUNCIÓN: PROYECTO DE REHABILITACIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL HERMANOS FLORES MAGÓN]

EN LA TENENCIA DE SANTA MARÍA DE GUIDO, MORELIA, MICHOACÁN

iniciado el mercado, ya que las familias que fueron beneficiadas con la concesión de estos locales son familias de escasos recursos, por lo cual declinaron con sus locales comerciales.

Para los oferentes que conforman el tianguis, según el supervisor del programa al que pertenece, el deterioro de las instalaciones que corresponden a las explanadas, sitio en el que fueron ubicados, no responden a las necesidades que



Ilustración 9. Fotografía del tianguis en las explanadas contiguo al mercado municipal. Fuente: elaboración propia



Ilustración 10. Fotografía del tianguis en domingo, al fondo el mercado abandonado. Fuente: elaboración propia

demanda el número de puestos que asisten semanalmente, las instalaciones que permiten el saneamiento de las explanadas se encuentran rebasadas por su uso actual. Además de que no se presentan las instalaciones adecuadas que protejan de la intemperie a los oferentes y, debido a esto, los mismos no asisten a las explanadas. Por otra parte, también se han visto afectados por la competitividad son establecimientos como las tiendas de abarrotes (Abarrotes Azteca Autoservicios S.A. de C.V.).

Por otro lado, la autoridad, plantea altos índices de inseguridad en la tenencia, por lo que el abandono de las instalaciones son un punto estratégico en el combate de este tipo de efectos negativos. El mercado ha sufrido afectaciones debido al vandalismo, así como el descuido por parte de las autoridades municipales, siendo claramente víctima de la toma de decisiones centralizadas en zonas específicas, dejando de lado las instalaciones que se encuentran en las zonas periféricas de la ciudad.

Diagnóstico de la preexistencia

Para la realización del análisis de la preexistencia, primeramente, se lleva a cabo un levantamiento arquitectónico y fotográfico tanto del edificio del mercado, como del espacio público adyacente al mismo.

La solución estructural para la actual nave del mercado es un sistema de columnas de concreto reforzado que reciben la estructura extremadamente ligera, compuesta de trabes de perfiles metálicos y lámina de acero, los muros son divisorios de tabique rojo, en algunos casos aparente. El estado actual del inmueble presenta una serie de afectaciones físicas debido al vandalismo que impera en las fachadas, el deterioro y falta de mantenimiento en las instalaciones de saneamiento son notorias al encontrarse expuestas, por otro lado, la cubierta de lámina de acero ha iniciado a desprenderse de la estructura metálica que la soporta. Sin embargo, no se presentan daños estructurales, la cimentación se conforma por muros de contención de piedra brava en donde se encajan las columnas, según la asesoría recibida, la profundidad de las columnas varía de acuerdo al nivel que carga cada plataforma, por lo que recortar el muro de mampostería resulta inapropiado, así como elevar la altura de los muros, puesto que la adherencia del material nuevo con el ya existente no lo permite, se deberá sustituir si así se precisa. Además los muros de contención permiten la construcción de las plataformas

que nivelan el mercado y las explanadas, como solución a la topografía accidentada del sitio, se construyeron plataformas cada 6 m de longitud en los pasillos exteriores e interiores del mercado, impidiendo una circulación continua. Por otro lado, en las fachadas se observan dos niveles construidos, sin embargo, en el interior no todos los locales se encuentran terminados, algunos de ellos presentan los elementos armados de acero expuestos.

Por otro lado, en el interior, el segundo nivel de uno de los locales, absorbe la estructura metálica, lo que determina mantener el elemento de ese modo para evitar el daño estructural.

La conclusión de la asesoría con el Ing. Alejandro Gutierrez Obregón, es que la estructura de encuentra en buen estado, sin embargo existen limitaciones en la nivelación, al realizarse por muros de contención de fungen el papel de cimiento para las columnas y encontrarse a diferentes niveles de profundidad (se supone esto, ya que para tener la certeza es necesario solicitar permisos para realizar calas en el terreno). La construcción de la nave del mercado es un trabajo artesanal, es decir, no se llevaron a cabo asesorías técnicas para su construcción, esto es apreciable en la elección de la cubierta, que es demasiado ligera para el uso al que está destinada,

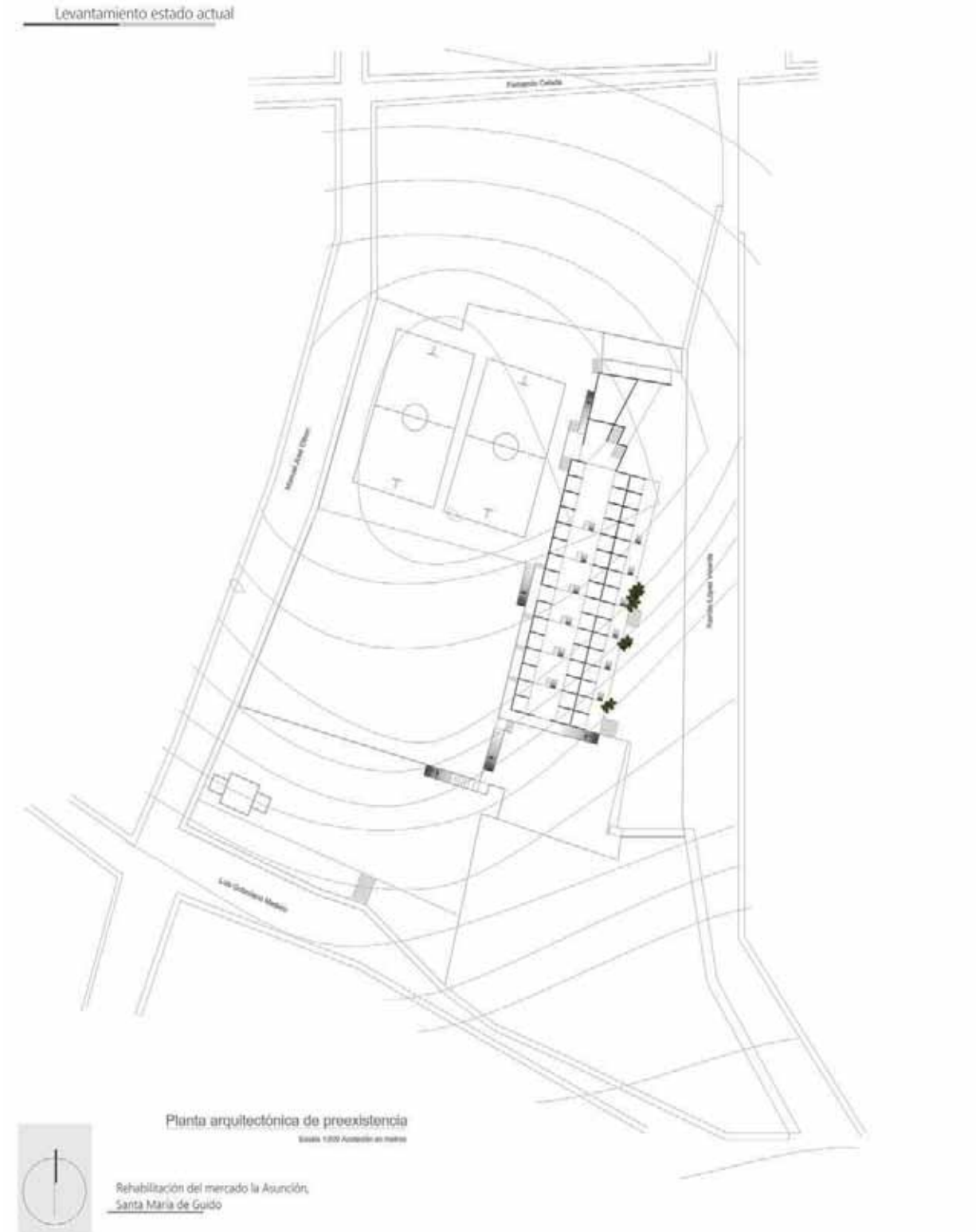
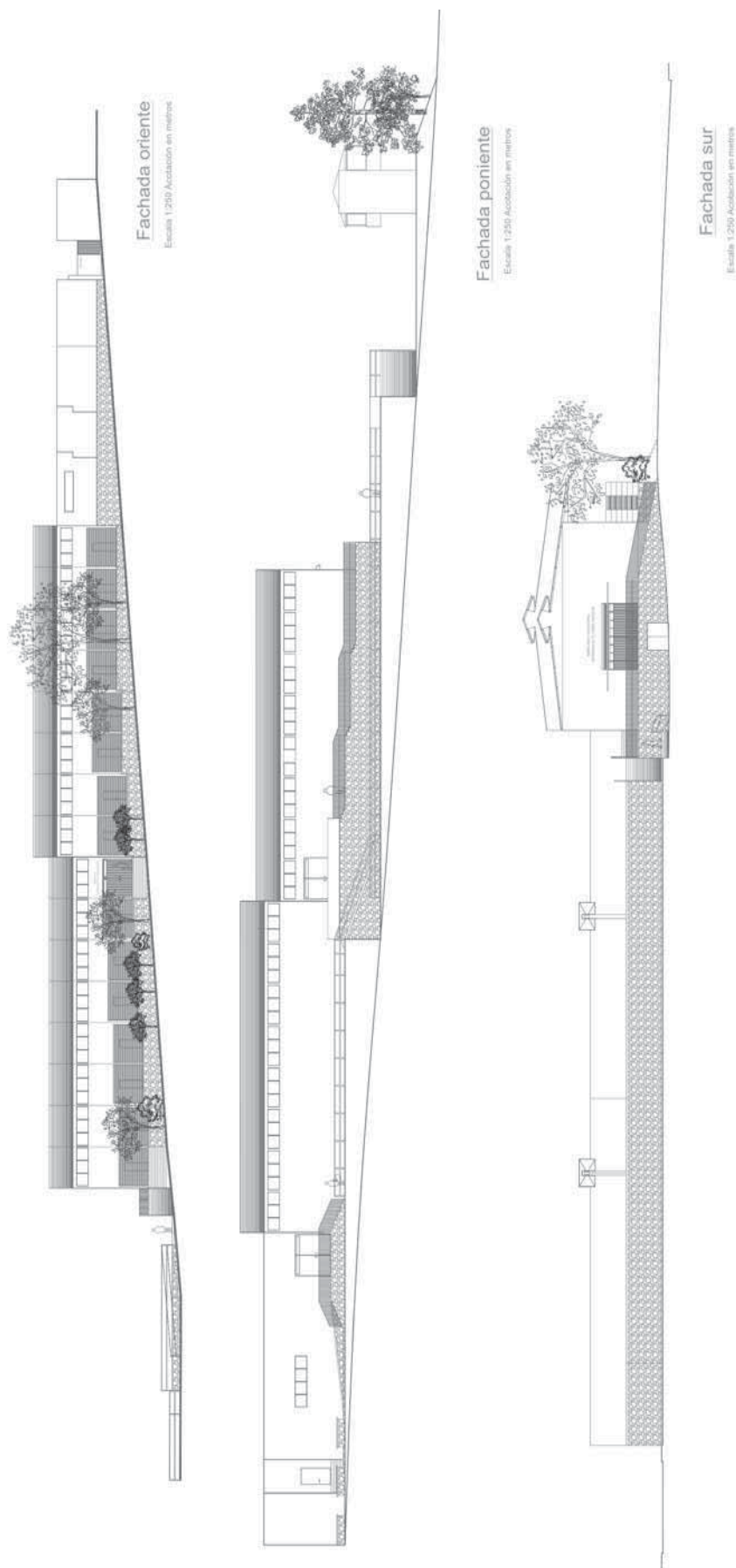


Ilustración 11. Levantamiento topográfico y arquitectónico. Fuente: elaboración propia

Alzados estado actual



Rehabilitación del mercado la Asunción,
Santa María de Guido

Ilustración 12. Alzados de la edificación preexistente. Fuente: elaboración propia

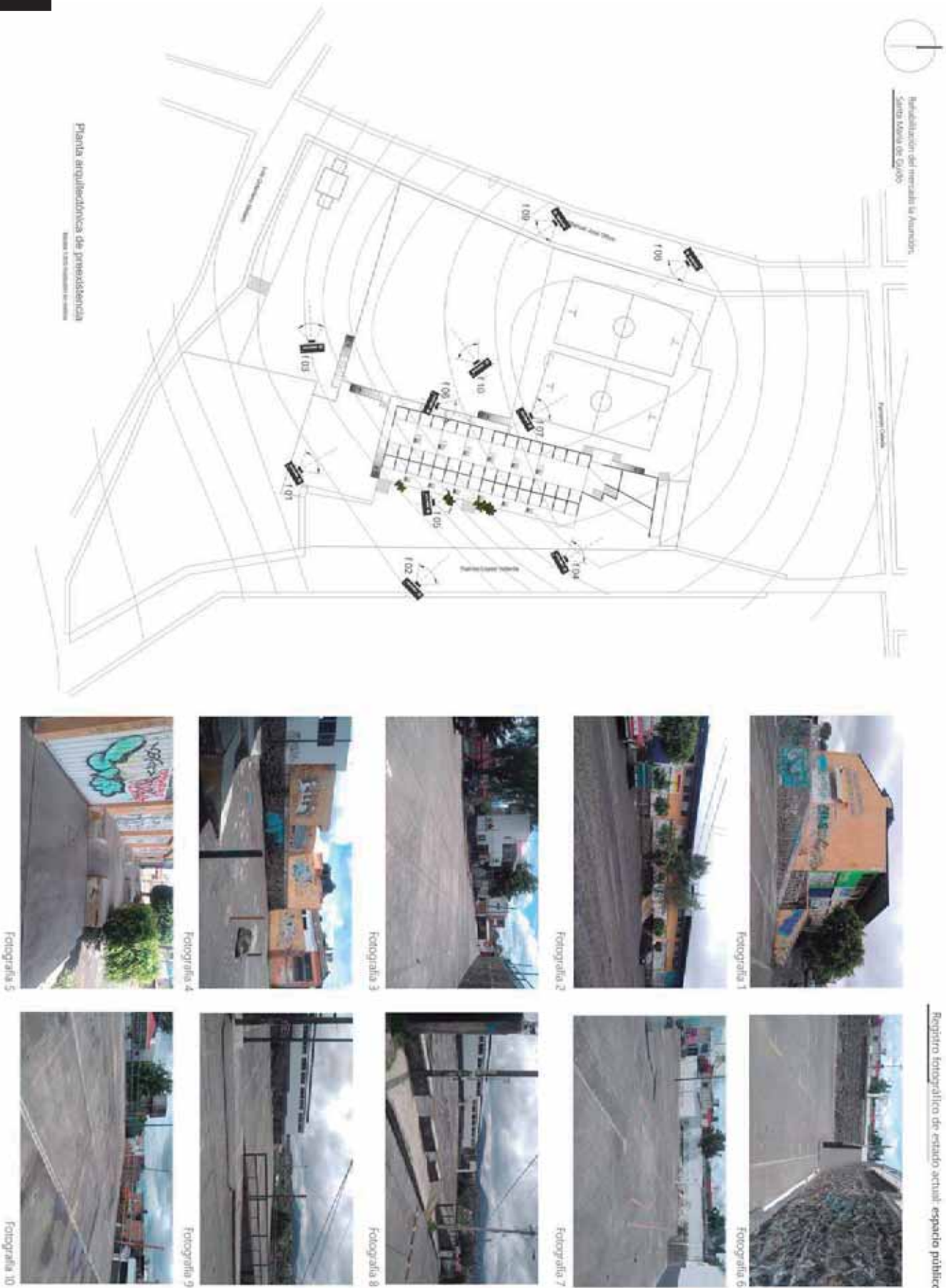


Ilustración 13. Levantamiento fotográfico exterior de preexistencia. Fuente: elaboración propia



Ilustración 14. Levantamiento fotográfico del interior. Fuente: elaboración propia

Otras de las problemáticas observadas, es la nula delimitación del estacionamiento con la vialidad principal con la que colinda el terreno, lo que conflictúa los giros y movimientos vehiculares. En este sentido, las circulaciones peatonales se ven igualmente afectadas por la falta de banquetas en este espacio destinado a estacionamiento, así como la falta de las mismas sobre la vialidad principal desde el inicio de la manzana en la que se encuentra el mercado.

A manera de reflexión, los aspectos que presentan un mayor conflicto son las circulaciones tanto peatonales como vehiculares, la accesibilidad dentro del inmueble también se ve obstaculizada con la serie de desniveles que presenta a corta distancia, las explanadas no están exentas de ello, por lo que se deben considerar en la propuesta de rehabilitación.

Visión del promotor del proyecto

La administración municipal en lo que se refiere a los servicios públicos, presenta condiciones limitadas en su cobertura, debido a los escasos recursos de los que se disponen. “Los servicios públicos son únicamente una asignación de recursos pues, a fin de cuentas, rebasan el aspecto económico y se

convierten en herramientas para dirigir la política de acuerdo a criterios como la equidad y la justicia.”³⁶

Debido a esto, el mecanismo de fondeo para realizar el proyecto considera un subsidio rebasa los niveles municipales y estatales, incluyendo así la participación tanto federal e institucional privada. A partir de estas condicionantes se establecen entonces varios niveles de expectativas respecto al proyecto que se propone.

El nivel auxiliar gubernamental más próximo al caso de estudio, es la Jefatura de Tenencias, que con la propuesta espera la promoción de la actividad económica local, así como incentivar actividades comunitarias en beneficio de la misma. Subsecuentemente, a nivel municipal, se tiene a la Secretaría de Servicios Públicos, la cual tiene la finalidad de optimizar los servicios públicos básicos simplificando tareas y mejorando la calidad del servicio.

A nivel estatal, se encuentra el Centro Estatal para el Desarrollo Municipal (CEDEMUN), el cual tiene la finalidad de apoyar al ayuntamiento a la formulación de documentación soporte para el ejercicio de recursos financieros, así como promover mecanismos de coordinación con el Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED), dicha institución tiene el objeto

³⁶ García Del Castillo, Rodolfo, “La política de servicios municipales en México: casos y tendencias recientes”, en Enrique Cabrero, Políticas Públicas Municipales, una agenda en construcción, Miguel Ángel Porrúa-CIDE, México, 2003, p.3.

de fortalecer las capacidades institucionales de las administraciones públicas estatales y municipales. Finalmente, el Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos, empresa pública dedicada a financiar proyectos de inversión pública o privada en infraestructura y servicios públicos. Su objetivo es generar infraestructura social básica, destinada a mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos, así como las oportunidades de desarrollo local, además de incentivar la competitividad para el crecimiento económico con proyectos de alta rentabilidad social.

Además de este mecanismo de financiamiento, la Secretaría de Desarrollo Económico ha marcado la pauta estableciendo acciones para la renovación de mercados públicos en el Estado de México, pues expuso “que entre sus ejes de trabajo está el fortalecimiento de los mercados públicos como centros de barrio de la ciudad.”³⁷ Este procedimiento surge de la presentación de los proyectos de modernización de los mercados por parte de las comunidades, estos son analizados para determinar su viabilidad, y si son aceptados, la comunidad participará con el 40% del presupuesto total y la Secretaría de Desarrollo Económico aportará al 60 % de los recursos para realizar el proyecto.



Ilustración 15. Instituciones públicas que intervienen en la promoción del proyecto de acuerdo a los diferentes niveles de organización gubernamental. Fuente: <http://www.nobasu.mx/>, <http://www.comunicaremx.com/>

De igual manera, se plantea la posibilidad de que intervenga en el proceso de gestión la Secretaría de Cultura, debido al amplio potencial cultural de la zona, y que podría ser revalorizado mediante la realización del proyecto para el mercado municipal. Así pues, el mecanismo para el fondeo del proyecto es un proceso complejo en donde intervienen diversas instituciones públicas o privadas para la realización de este. Cada institución tiene sus políticas de trabajo y alcances que se pretenden lograr por medio del otorgamiento de recursos, entonces se deben realizar proyectos viables y buscar la política pública que más se ajuste a nuestros propios objetivos de proyecto.

³⁷ Milenio digital y Notimex, “Mercados públicos suma ya 329 en el DF”, Milenio, 16 de abril de 2015, [27/09/2017], http://www.milenio.com/df/mercados_publicos-centros_de_abasto-Sedeco_mercados-GDF_mercados_0_500950040.html

02

CAPÍTULO 2 UN PUEBLO INMERSO EN LA CIUDAD

Santa María se identifica como una comunidad rural, que en los últimos años ha iniciado un proceso de absorción por parte de la ciudad de Morelia. Sin embargo, aún está presente una atmosfera distinta a la de la ciudad, una atmosfera comunitaria. Una comunidad puede referirse a un sistema de relaciones psicosociales, a un agrupamiento humano, al espacio geográfico o al uso de la lengua según determinados patrones o hábitos culturales.³⁸ Paulatinamente el sentido comunitario ha entrado en deterioro debido a los procesos de modernización de las ciudades, estamos presenciando una transformación social, en donde el sentido de pertenencia debe recuperarse para que las comunidades permanezcan.

Construir la historia de un sitio específico parece una tarea ardua y bastante compleja, pues involucra la comprensión de una cultura y de las situaciones contextuales de los acontecimientos históricos ahí ocurridos. Se hará mención de las características principales del sitio que permitan establecer un vínculo con la situación actual.

³⁸ Causse Cathcart, Mercedes, "El concepto de comunidad desde el punto de vista socio-histórico-cultural y lingüístico",

Construcción histórica del sitio

El origen de Santa María de Guido se remonta a los asentamientos prehispánicos de las etnias matlatzinca o pirindas, que según algunas crónicas coloniales³⁸, llegaron al territorio desde el Valle de México y fueron encargados por los tarascos para proteger la zona contra las incursiones de México-Tenochtitlan³⁹, cuidando la frontera noroeste de Michoacán.

Los matlatzincas fueron llamados así por los grupos de habla náhuatl del valle de México, al asociar al grupo con una de sus prácticas culturales, la elaboración de redes para la pesca y para la captura de aves; matlatl significa red, zintli es una partícula reverencial que se utiliza para señalar señorío y catl es un gentilicio; así: matlatzincatl sería "los señores de las redes" o "los

que hacen redes". En cambio, el mismo grupo [...] fue llamado pirindas por los tarascos, en cuya lengua quiere decir, "los de en medio"."⁴⁰

A la llegada de Cristóbal de Olid y la conquista española del territorio michoacano se inicia el dominio español sobre los pueblos indígenas. Hacia la zona de Santa María los pueblos matlatzincas fueron adoctrinados por la congregación agustina de frailes residentes de Valladolid y Tiripetío, en donde las visitas se realizaban cada semana para celebrar misas y administrar los sacramentos a los indígenas. Sin embargo, el pueblo vivía de acuerdo al patrón prehispánico, es decir, dispersos en su amplio territorio, lo que dificultaba la administración española. Debido a ello, la Corona española, que imponía una nueva forma de organización civil de ayuntamientos, pero necesitaba plantear una forma de gobierno familiar a estos grupos, para ello se establecen las República Indias⁴¹, que tenía

³⁸ Crónicas coloniales como las del padre Alfonso de la Rea y Pablo Beaumont, en donde se considera que los asentamientos tuvieron lugar después de riñas entre tarascos y mexicas iniciado el siglo XV*, Rea, Alonso de la, Crónica de la Orden de N. Seráfico P.S. Francisco Provincia de S. Pedro y S. Pablo de Michoacán en la Nueva España, Zamora, El Colegio de Michoacán. Beaumont, Fray Pablo de la Purísima Concepción, Crónica de la Provincia de los Santos Apóstoles S. Pedro y S. Pablo de Michoacán, Morelia, Balsal.

³⁹ Vargas Uribe, Guillermo, "Percepción y estrategias territoriales en la etnia purépecha", en: Universidad Michoacana, Morelia, UMSNH, #5, julio-septiembre, 1992, p.142. Cita un documento de Archivo General

de la Nación, Hospital de Jesús, 1635, legajo 29, vol. 51, exp. 34, f55v, en Martínez Ayala, Jorge Amós, Apuntes y datos curiosos para formar la historia de Santa María y Jesús del Monte, Morelia, CONACULTA, Unidad Regional Michoacán, Culturas Populares, PACMYC, 2002, p. 17.

⁴⁰ Vázquez Rojas, Gonzalo, Matlatzincas, "Pueblos indígenas de México", México, INI, 1995, p.12, en Martínez Ayala, Op.cit., p. 16.

⁴¹ Ibídem, p. 27.



Ilustración 16. Templo y hospital antiguos de Santa María. Fuente: Secretaría de Cultura, Reconstruyen la historia de Santa María de Guido, en Michoacán; 25 de mayo 2015, disponible en línea <https://www.gob.mx/cultura/prensa/reconstruyen-la-historia-de-santa-maria-de-guido-en-micho>

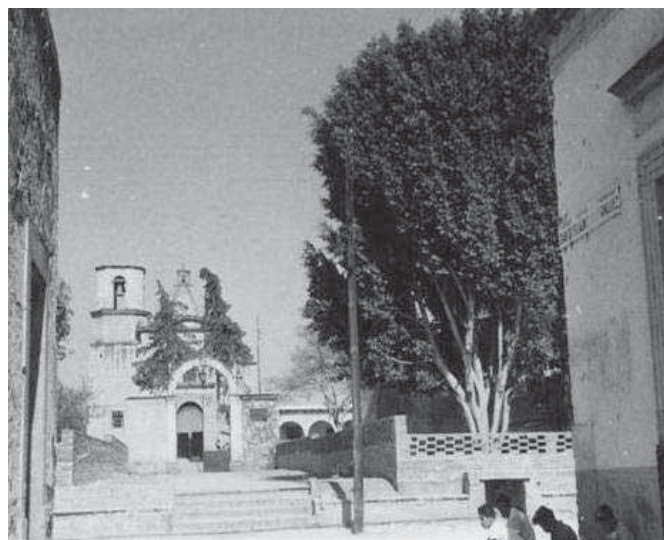


Ilustración 17. Templo y calle principal, Ramón López Velarde de Santa María. Fuente: Secretaría de Cultura, Reconstruyen la historia de Santa María de Guido, en Michoacán; 25 de mayo 2015, disponible en línea <https://www.gob.mx/cultura/prensa/reconstruyen-la-historia-de-santa-maria-de-guido-en-micho>

la responsabilidad de regir a las comunidades indígenas, así como representar al grupo frente a la Iglesia y el gobierno español.

Para el siglo XVII, aún existían población matlatzinca, pero para 1665 la mayoría del poblado pertenecía al grupo tarasco, por lo que esta lengua fue la que predominaba, este cambio en la lengua, fue un primer paso para promover el castellano entre los pueblos indígenas. Durante los siglos siguientes las condiciones en el pueblo no cambiaron en mucho, para el siglo XIX, aún existía población indígena nativa de la región, pero en su mayoría ya se hablaba español.

Como todo poblado indio, Santa María contaba con un hospital, que tenía la función de atender y aislar a los enfermos para evitar epidemias, así como una función de hostel, albergando a los viajeros. Sin embargo, en el siglo XVI cuando se presentaron una serie de epidemias en los grupos matlatzincas, el hospital se veía rebasado.

Por otro lado, el desarrollo del mestizaje entre los poblados de la zona sur y la ciudad de Valladolid produjo una riqueza étnica inigualable, que formó parte del proceso de colonización española. Ya para el siglo XVIII, se inician las disputas por el sistema de haciendas, obteniendo como resultado riñas entre la República de Indios de Santa María y las haciendas, debido a las prohibiciones de

explotar la madera de los montes, provocando que los pobladores de la región buscarán en la ciudad de Valladolid el sustento para sus familias, en las cuales se desarrollaban problemas de alimentación y hacinamiento.

Llegada la guerra de Independencia, la situación del pueblo de Santa María no cambió mucho, conformándose y reconociéndose como un pueblo de indios pirindas. La ubicación geográfica de esta zona permitió el desarrollo de gran número de batallas durante la guerra. Al finalizar este período, se inicia una etapa de estabilidad que permite a la comunidad la construcción del nuevo templo de Santa María, en buena parte del siglo XIX, desarrollado por etapas, debido a las diversas estrategias para recaudar recursos para realizar la obra, mediante la participación de la comunidad, así como de la parroquia.

La transformación hacia mediados del siglo XIX, todavía existían pobladores cuyo idioma era el pirinda o matlatzinca, a pesar del aumento de personas que hablaban español, lo que facilitaba la comercialización de los productos oriundos del pueblo como el pulque, pan, carbón, ocote y leña en la ciudad de Valladolid. Para 1855 la población era de 2,078 habitantes, contrastando con 1619 en donde se registraban unos 180 habitantes, todos ellos naturales.⁴²

⁴² Ibídem, pp. 27-111.

Desde entonces Santa María se convirtió en un mirador, pues la vista de la ciudad era única. Por otra parte, se desconoce cuándo se convirtió en un sitio de veraneo para las familias pudientes de Morelia⁴³, sin embargo, se especula que fue durante el porfiriato debido a la estabilidad política y económica del período. Ya en la última década del XIX, las familias adineradas construyeron sus casas de campo en las zonas arboladas de la comunidad, debido al clima agradable en verano y la vista inmejorable. Esta transformación del pueblo en el lugar de veraneo de familias adineradas de la ciudad de Morelia, así como extranjeras, trajo al poblado de Santa María a uno de los personajes más destacados en diseño de la historia de la comunidad, Don Stanley Shoemaker, artista plástico estadounidense, que realizó sus estudios en el Art Institute of Chicago; quien se estableció en Santa María encantado por la atmosfera particular de la comunidad. Shoemaker estable en 1947 una fábrica de botones de madera, debido a la fuerte tradición maderera de la zona.

Para 1950, funda la fábrica Señal S.A. en donde inicia su exploración en el diseño y fabricación de muebles. Sin embargo,



Ilustración 18. Silla sling Sloucher diseñada por Don Shoemaker, que data de los años 60. Fuente: <http://www.admexico.mx/aniversario-ad/articulos/la-silla-mexicana-y-sus-creadores/1066>



Ilustración 19. Sillón SLING diseñado por el destacado diseñador del Modernismo Mexicano Don Shoemaker, 1960, manufacturado por SEÑAL S.A. : Fotografía cortesía de © MASISA

⁴³ Idem.

1955 estalla una huelga de trabajadores, por lo que se muda momentáneamente a Nueva York, y la fábrica es cerrada. Cinco años más tarde, Shoemaker regresa estableciéndose en la comunidad permanentemente, y es a partir de este momento que se consolida en el diseño mobiliario, creando piezas únicas en base al trabajo artesanal en conjunto con los habitantes de la comunidad. Se trabajaba con cuatro tipos de madera locales como el cuéramo, el cocobolo, el granadillo y el encino americano⁴⁴, tal como la silla sling, su pieza más representativa, (imagen). Además del mobiliario, fábrica artículos de papelería para oficina, utensilios de cocina, alhajeros, etc., e inclusive esculturas de ensamble.

La fábrica ocupaba casi dos manzanas hacia el centro del poblado, una de ellas quedaba frente a la plaza principal del pueblo, al igual que la casa del propio Shoemaker, contando con una tienda contigua a partir de 1970, manejada por su esposa Bárbara.⁴⁵ La fábrica funcionaba como un local abierto al público, como un showroom, en donde se podían apreciar las diferentes piezas mobiliarias,

utensilios, pinturas y los trabajos de serigrafía del mismo Shoemaker.

La obra de Don Shoemaker, es reconocida nacional e internacionalmente, además de ser valorada como fundamental en la historia del diseño mexicano moderno del tercer cuarto del siglo XX, es un ejemplo claro del diseño artesanal e industrial *influido por la tendencia regional donde la talla de madera proporciona un factor clave en el ensamble de la pieza con formas orgánicas que quiebran con la geometría tradicional*.⁴⁶ Sus diseños se caracterizan por su funcionalidad, sencillez y comodidad, así como su belleza y elegancia con el uso de pieles y maderas locales.

Esta característica, da origen a la condición industrial que actualmente se percibe en la zona en donde se ubico la fábrica dentro del centro del pueblo, pero que ha sufrido modificaciones, puesto que actualmente se ha transformado en un restaurante de comida experimental ZAHA, un gimnasio, así como oficinas gubernamentales.

Por otro lado, la situación migratoria hacia la ciudad no permitió el crecimiento del poblado, la lengua

⁴⁴ Hernandez, Silvia, Retrospectiva Don Shoemaker, diseño artesanal e industrial en el Museo de Arte Moderno, Caminando por la Ciudad, [01/05/2018], disponible en línea <<https://shernandezg.blogspot.mx/2017/02/restropectiva-don-shoemaker-diseno-mam.html>>

⁴⁵ Don S. Shoemaker Foundation, Biografía, [01/05/2018], disponible en línea <<http://donshoemaker.org/bio.html>>.

⁴⁶ Crisóstomo, Ana, "Mobiliario con historia", Milenio, (31/03/2017), [01/05/2018], disponible en línea <http://www.milenio.com/tendencias/disenio-muebles-mexico-don-shoemaker-chic-haus-tendencias_0_928707476.html>.



Ilustración 20. Diseño y trabajo artesanal con los habitantes del poblado de Santa María. Fuente: Don Shoemaker Furniture, www.donshoemaker.org.

natal ya solo era conocida por los adultos mayores y sus habitantes ya no eran reconocidos como “indios”.

Fue entonces que se inició el proceso de transformación en la estructura de esta zona mediante este patrón de crecimiento demográfico hacia las zonas periféricas de las ciudades (1960)⁴⁷, en donde se han generado amplios contrastes puesto que se han construido complejos habitacionales rurales, residenciales, e inclusive comerciales, donde se desarrollan, por un lado, localidades con altos

índices de marginación, y por otro, zonas de alto poder adquisitivo.

La transformación que se gestaba en la ciudad parecía llegar de una manera más lenta al pueblo, que preservaba aún sus costumbres y tradiciones arraigadas, como las fiestas celebradas en honor a la Asunción de María (que actualmente sigue presente en la tenencia). Por otro lado, la tenencia de Santa María fue creada en forma en diciembre de 1831⁴⁸, y fue desde épocas antiquísimas que la

⁴⁷ Sánchez Sepúlveda, Héctor Ulises y Pedro Sergio Urquijo Torres, “La expansión urbana en el suroriente de Morelia. Una revisión histórico-ambiental, 1885-2010”, p.2.

⁴⁸ Enzástiga, Mario, “Las tenencias de Santa María de Guido y Morelos en lucha”, Cambio de Michoacán, 12 de junio de 2014, [01/10/17], <<http://www.cambiodemichoacan.com.mx/editorial-9993>>.

organización y lucha popular ha caracterizado a la comunidad, y a pesar de que su título ha entrado en disputa en los últimos años (2014), actualmente podemos reconocer a la localidad de Santa María como una tenencia de Morelia, recobrado el grado en 2016, por medio del movimiento de los habitantes del poblado.

Estos acontecimientos históricos de índole cultural, político y demográficos, conforman a la actual tenencia de Santa María, con tradiciones arraigadas que luchan por sobrevivir al proceso de modernización y urbanización de la zona sur.

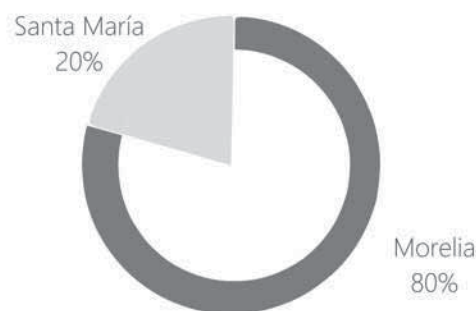
Análisis estadístico de la población a atender

En la zona sur de la ciudad se tiene un registro de 120 colonias, con una población estimada de 175,000 habitantes. Estas colonias se dividen en dos tenencias, la tenencia Morelos con 26 colonias y la tenencia de Santa María con 94 de ellas.⁴⁹ Actualmente, la tenencia de Santa María

⁴⁹ Gobierno Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo, "Acuerdo mediante el cual se autoriza que la Tenencia de Santa María de Guido o Santa María (SIC) y de la tenencia de Morelos pasen a formar parte de la ciudad de Morelia como colonias, así como todas las localidades que las integran, H. Ayuntamiento Constitucional de Morelia, Michoacán, Periódico Oficial, Tomo CLIX, Num.31, 15 de abril de 2014.

cuenta con una población de 150,00 habitantes, de los 729,279 que Morelia registraba en 2010⁵⁰, representando un 20 % del total de la población municipal (ver gráfica1).

Población de Santa María respecto a la población de Morelia



Gráfica 1. Población de la tenencia respecto al municipio de Morelia.

fuelle: elaboración propia

Sin embargo, debido al crecimiento exponencial de la población en la localidad, se rebasa la capacidad de atención del proyecto de mercado municipal, por lo cual se establece un radio de atención, que, a partir del sistema normativo de SEDESOL se determina de 750 m, este criterio se toma a partir del conocimiento de las zonas de atención prioritaria dentro de la tenencia.

⁵⁰ Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Espacio y Datos de México, versión beta, [01/10/17], disponible en línea < <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/espaciodydatos/> >

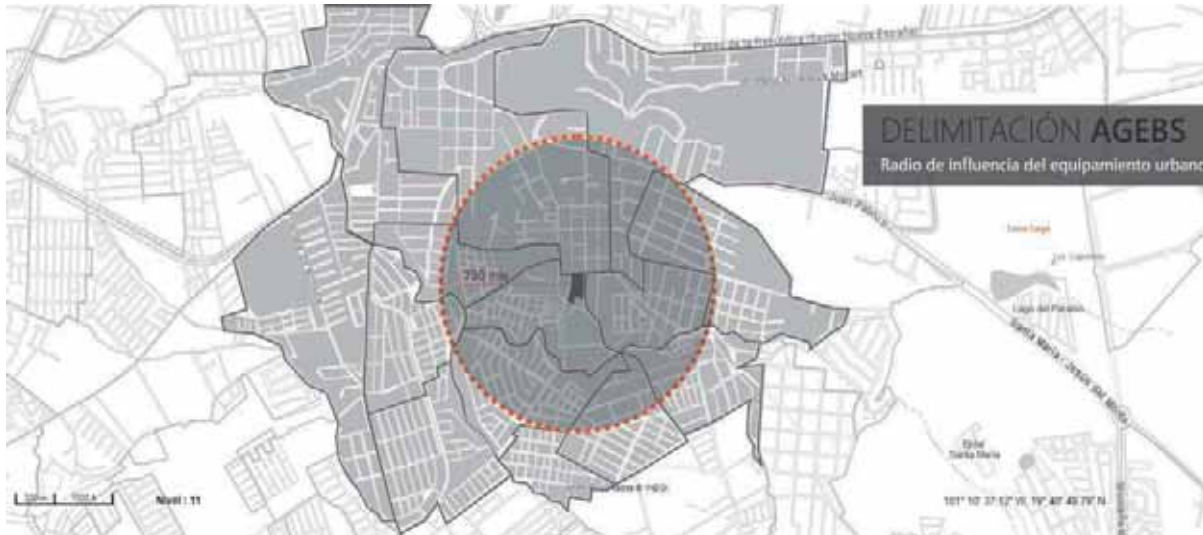


Ilustración 21. Delimitación de AGEBS y radio de influencia del mercado municipal, fuente: base de datos INEGI, elaboración propia.

Establecido este radio de atención, se tiene una población atendida con el servicio de mercado público de 26,413 habitantes, lo que representa un 18% de los habitantes de la tenencia. A partir de ello, se analiza la población de acuerdo a las características con base a género y grupos de edades siguientes en la gráfica⁵¹:



Gráfica 2. Segmentación de la población por género y grupos de edades, fuente: base de datos INEGI; elaboración propia.

Por otro lado, deben identificarse las características de aspectos relacionados con el bienestar de la población a atender, tales como vivienda, salud educación y empleo a nivel local, para esto se identifican las características del área que se ha delimitado, en base a indicadores socioeconómicos que establece el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, mediante las Áreas Geoestadísticas Básicas (AGEB), obteniendo los siguientes datos⁵¹:

⁵¹ Sistema de Información Geográfica de Morelia (SIGEM), Mapa Interactivo de Morelia, IMPLAN, Morelia MX, [25/04/2018], disponible en línea:

<<https://www.sigemorelia.mx/>>

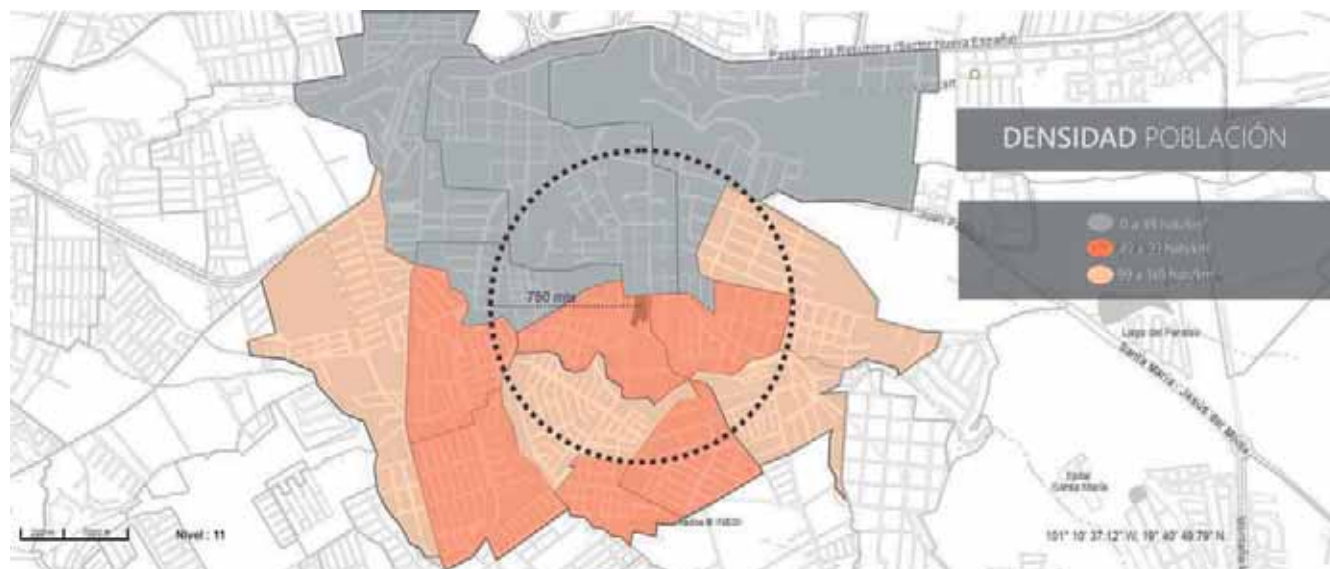


Ilustración 22. Densidad de población y grado de marginación en área de atención del mercado, fuente: base de datos Sistema de Información Geográfica de Morelia (SIGEM), Mapa Interactivo de Morelia, IMPLAN, Morelia MX, [25/04/2018], disponible en línea: <https://www.sigmorelia.mx/>, edición propia.



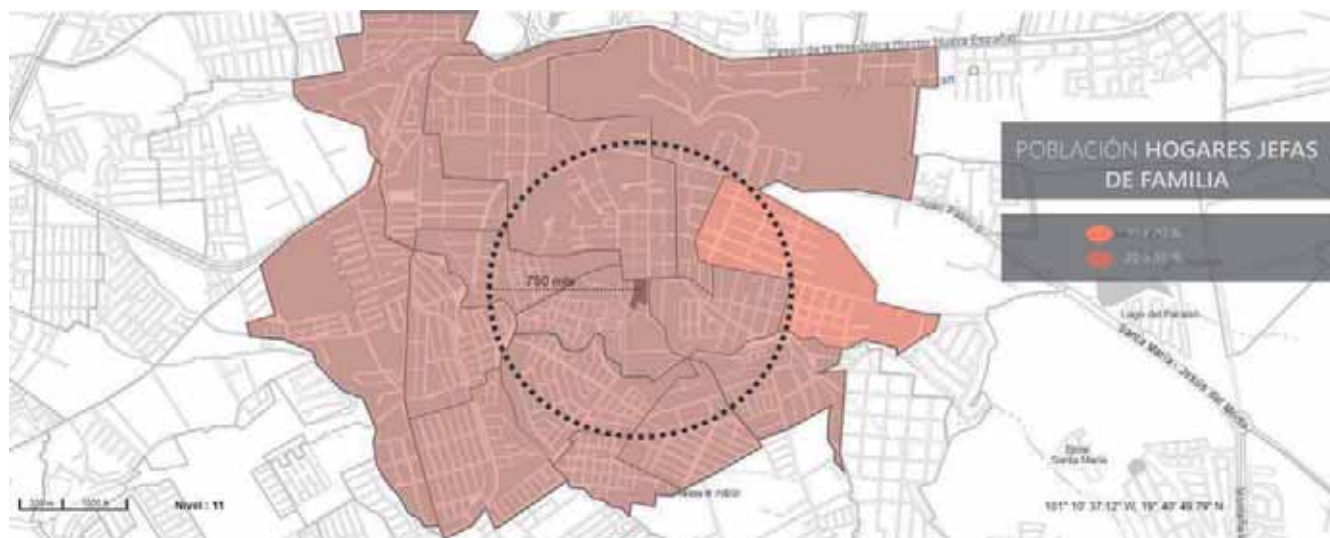
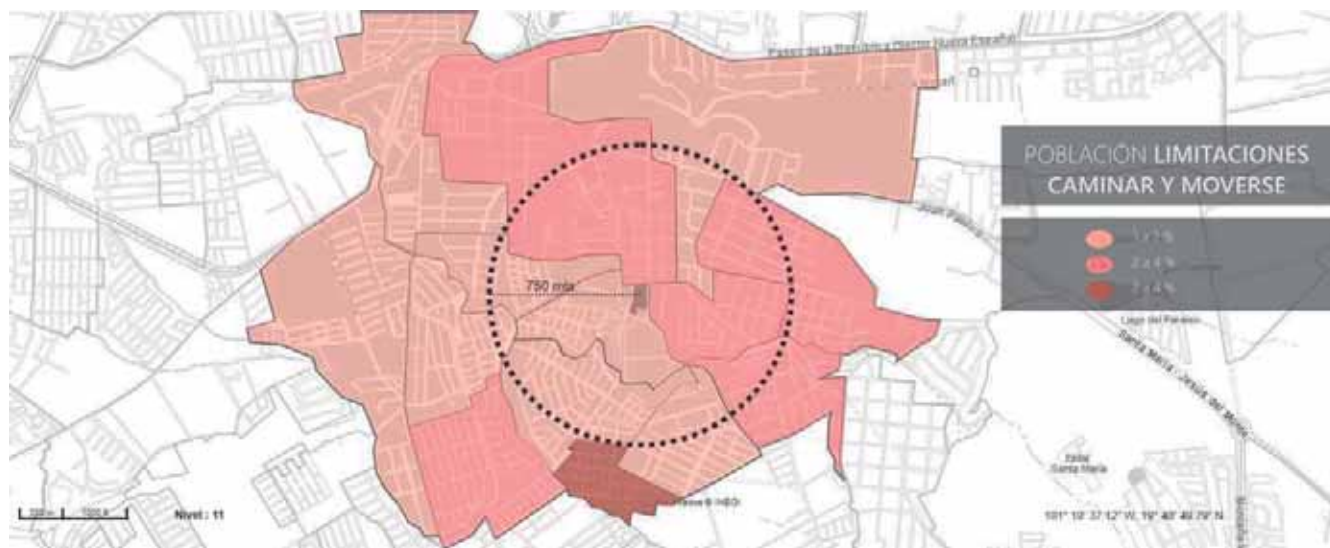


Ilustración 23. Hogares con jefas de familia y población con limitaciones de movimiento en área de atención del mercado, fuente: base de datos Sistema de Información Geográfica de Morelia (SIGEM), Mapa Interactivo de Morelia, IMPLAN, Morelia MX, [25/04/2018], disponible en línea: <https://www.sigemorelia.mx/>, edición propia.



Para el aspecto de movilidad se refiere a la manera en la que los usuarios se trasladarán al lugar. Como primeros referentes de usuarios, tenemos a los consumidores, que en más de un 80% se trasladan al sitio de forma peatonal, puesto que son personas que viven en las colonias aledañas al mercado, sin embargo, también hay usuarios que requieren del transporte público, y en menor cantidad, en vehículo particular. Los oferentes, a diferencia, se trasladan en vehículos particulares, pues su estancia en las explanadas es temporal y requieren transportar sus herramientas y productos.

En otro sentido, la población atendida que corresponde a los usuarios oferentes pertenecientes al tianguis que se ubica en la tenencia suman 107 puestos de los 500 oferentes registrados en el programa “Lucha contra la carestía” en 2015⁵², de los cuales 96 asisten los domingos y únicamente 50 los jueves⁵³. La relevancia del mercado recae en la importancia que implica el sitio dentro del programa debido a la demanda de nuevos espacios en los cinco tianguis inscritos al mismo (ver gráfica 3).



Gráfica 3. Afluencia a los mercados del programa “Lucha contra la carestía”, datos proporcionados por el Supervisor del programa.

⁵² Redacción Quadratin, “Aprovechan 100 mil michoacanos programa Lucha contra la Carestía”, Quadratin Michoacán, 27 de noviembre de 2015, [01/09/17], <<https://www.quadratin.com.mx/economia/Aprovechan-100-mil-michoacanos-programa-Lucha-la-Carestia/>>

⁵³ Supervisor del Programa Lucha Contra la Carestía, La Dirección de Abasto y Comercio Popular.

Análisis de hábitos culturales de los futuros usuarios

Como se ha mencionado con anterioridad, los mercados públicos responden a las necesidades básicas de poblaciones con Índice de Desarrollo Social (IDS) bajo y medio⁵⁴, partiendo de ello se determinan las características de los habitantes que permitan realizar una propuesta apta para las particularidades que se presentan en su comunidad. Asistir al mercado los domingos para adquirir los enceres básicos que las familias necesitan para realizar sus alimentos, o incluso calzado y vestido, sigue siendo una actividad que prevalece en el pueblo de Santa María. Desde muy temprano las amas de casa, en su mayoría, salen con sus bolsas del “mandado” para dirigirse al mercado, es una costumbre.

Los hábitos culturales, se refieren a las costumbres o rutinas específicas de las personas que harán uso del espacio del mercado en Santa María. El ser este, un poblado con características rurales actualmente, estos hábitos están relacionados principalmente a las celebraciones religiosas que han prevalecido desde la época de la República de Indios de Santa

María hasta la actualidad. A continuación, se hace mención de las celebraciones características de la comunidad:

Semana Santa

Es una festividad que representa actividades típicas en otras zonas del estado, se realizan misas, representaciones de la Pasión de Cristo, además de la tradición de la elaboración y venta de figuras con tejido de palma. Pero que, además de este uso, el tejido de palma es una característica particular de la zona sur de Morelia, en donde se realizan otros artículos como sombreros y capotes.

La Asunción de María

Es la fiesta patronal de la tenencia, se realiza el 15 de agosto, es la fiesta que reúne a gran cantidad de Morelianos, teniendo una expectativa de fluencia de 25,000 personas⁵⁵, y que ha estado presente en las tradiciones del pueblo desde épocas remotas, detonando su actual relevancia a principios del siglo XIX. Actualmente, se realizan misas, celebrando primeras comuniones y bautizos, en la parte atrial del templo se instalan puestos de comida que

⁵⁴ Secretaría de Desarrollo Económico, “Política de protección y fomento para los mercados públicos de la Ciudad de México” (2013-2018), p. 9

⁵⁵ Torres, Verónica, UrbisTV, “A lo grande, fiestas patronales de Santa María de Guido; anuncian actividades”, 19 de julio de 2017, [22/04/2018], disponible en línea <<http://www.urbistv.com.mx/politica/a-lo-grande-fiestas-patronales-de-santa-maria-de-guido-anuncian-actividades-1.html>>



Ilustración 24. Feria del Mole, fiesta patronal en la tenencia de Santa María, fuente: Alejandro Amado, "Concluyen fiestas de Santa María de Guido", Primera plana noticias, martes 15 de agosto de 2017, [7/12/17], disponible en línea < <https://primeraplana.com.mx/portal/concluyen-fiestas-de-santa-maria-de-guido/> >

atienden a los asistentes, así como en la vialidad principal del pueblo, en donde se cierra el paso vehicular, convirtiéndose en un recorrido que conecta en templo con la plaza principal, en donde se instalan juegos mecánicos semanas antes del día de la celebración. Además, se realizan actividades deportivas y culturales, como los son la carrera atlética, el concurso de belleza y la Feria del Mole, en donde participan más de 50 cocineras⁵⁶.

Sin embargo, además de las actividades que comerciales, culturales y deportivas, se encuentran algunas costumbres que han permanecido, y que enmarcan esta festividad, por ejemplo, a inicios del mes de agosto los vecinos del templo colocan "papeles" azules y blancos sobre las calles, que simulan los colores de la vestimenta de la Virgen María, y también esta la tradición del encendido de candiles, que son fogatas que encienden los vecinos frente a sus casas durante la tardes noches del 1 al 14 de agosto, para alumbrar el camino que recorre la Virgen por las calles de la comunidad hacia el templo del lugar.

⁵⁶ ídem



Día de muertos y Navidad

La primera, se celebra el 1º y 2 de noviembre, las actividades que se realizan son la visita de los difuntos al panteón del pueblo, las personas acuden a dar mantenimiento a las lapidas y escuchar la misa que realizan en las fechas. En las afueras del panteón se colocan puestos donde se comercializa comida, flores, dulces y coronas que son colocadas en las lapidas a manera de ofrenda.

Para Navidad, la noche del 24 de diciembre se realiza la misa de Gallo, a la cual acude un gran número de personas, de igual manera se realiza el arrullo del Santo Niño. Las posadas que presiden esta celebración se realizan en el atrio y templo de

Ilustración 25. Actividades lúdicas y puestos ubicados en la plaza principal de la comunidad, fuente: Alejandro Amado, "Concluyen fiestas de Santa María de Guido", Primera plana noticias, martes 15 de agosto de 2017, [7/12/17], disponible en línea < <https://primeraplananoticias.mx/portal/concluyen-fiestas-de-santa-maria-de-guido/>

Santa María, a donde acuden principalmente niños acompañados de sus madres.

Estas costumbres y tradiciones son heredaras de las doctrinas españolas, pero la particularidad en la zona sur es el apego que aún se conserva hacia ellas, lo que permite la construcción de una atmosfera popular y de comunidad en el poblado de Santa Maria.

Aspectos económicos relacionados con el proyecto

Los aspectos económicos vinculados con el proyecto se identifican como aquellos que permitan realizar la actividad comercial en la zona, el poder adquisitivo de la población, así como la competencia comercial de la zona. La tenencia de Santa María, como en la mayor parte de la ciudad, está llena de contrastes en cuanto a la situación económica de la población, sin embargo, es de relevancia atender a los sectores más vulnerables, pues son el punto clave para el desarrollo social equitativo.

Como se ha mencionado con anterioridad, para realizar este análisis, se recopilan las clasificaciones realizadas por INEGI según las regiones socioeconómicas establecidas tanto a nivel estatal, municipal y por áreas de estudio específicas, para

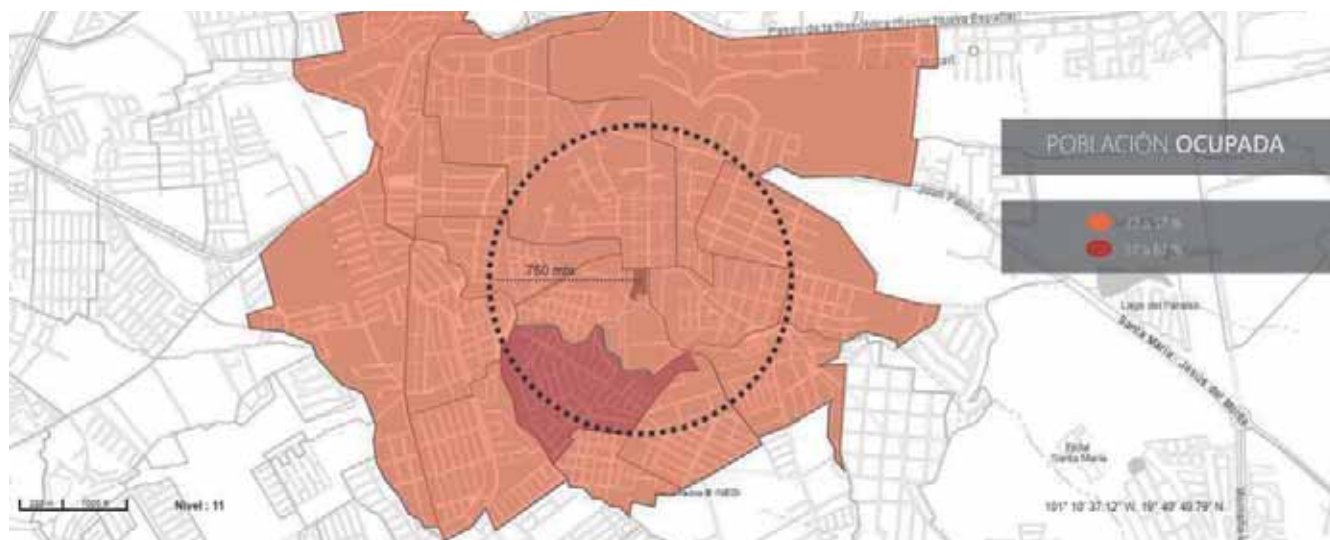
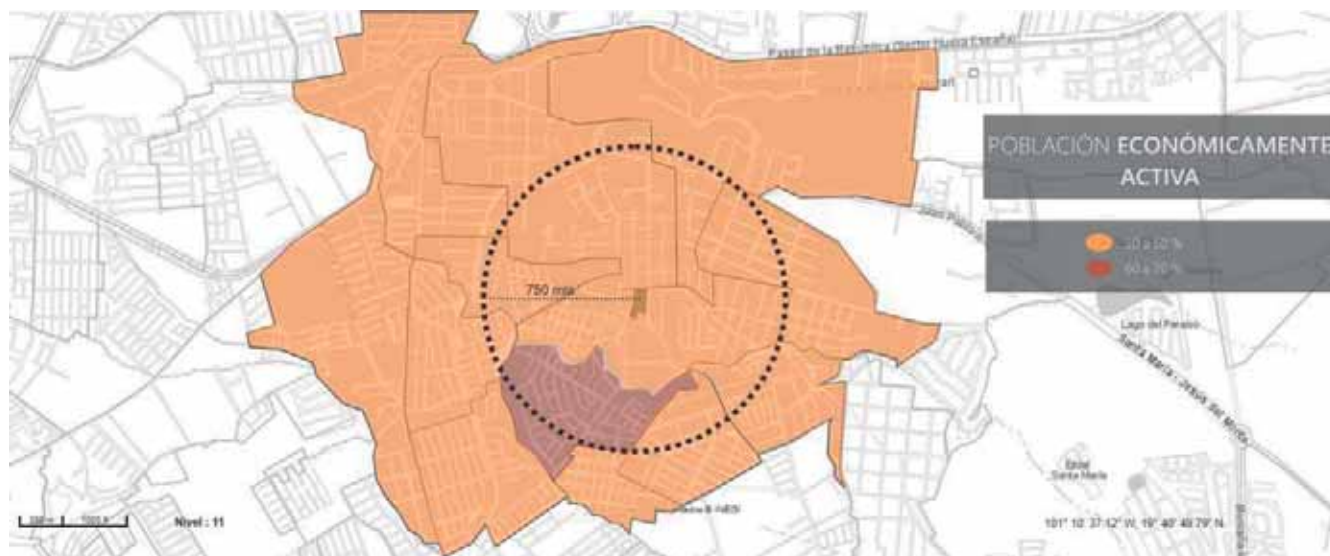
este caso no es la excepción. Es de importancia conocer los niveles de población económicamente activa y población ocupada, para determinar la viabilidad en el ámbito económico del proyecto.



Ilustración 26. Mapeo de comercio al por menor en la tenencia, fuente: Google Earth y edición propia.

Como se ha mencionado con anterioridad, para realizar este análisis, se recopilan las clasificaciones realizadas por INEGI según las regiones socioeconómicas establecidas tanto a nivel estatal, municipal y por áreas de estudio específicas, para

este caso no es la excepción. Es de importancia conocer los niveles de población económicamente activa y población ocupada, para determinar la viabilidad en el ámbito económico del proyecto.



Ilustració 27. Población económicamente activa y ocupada en área de atención del mercado, fuente: base de datos Sistema de Información Geográfica de Morelia (SIGEM), Mapa Interactivo de Morelia, IMPLAN, Morelia MX, [25/04/2018], disponible en línea: <https://www.sigemorelia.mx/>, edición propia.

Estos indicadores, nos han de permitir conocer la profesionalización de los habitantes, sus niveles de ingresos y establecer a qué se dedican los usuarios que tendrán mayor amplitud en cuanto a número,

esto va más allá de los aspectos económicos, pues también se denota cual es el sector más amplio y que tiene necesidades por cubrir.

Análisis de políticas y estrategias que hacen viable el proyecto

Como precedente a la propuesta del proyecto de rehabilitación del mercado público en Santa María, a nivel nacional, se encuentra el “Programa de Protección y Fomento de los Mercados Públicos” (PPyFMP), presentado en el marco del Programa General de Desarrollo Económico Sustentable de la Ciudad de México 2013-2018⁵⁷, impulsado por el Jefe de Gobierno del entonces Distrito Federal, y dirigido por la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO). Dicho programa tiene por objeto “activar los mercados públicos mediante el impulso de las economías e identidades locales y darles el valor de centros de barrio”⁵⁸, lo que se logrará mediante el establecimiento de estrategias a corto y mediano plazo, realizando, primeramente, el diagnóstico de la situación actual en la que se encuentran, así como determinarlas problemáticas específicas de cada uno de ellos. A partir del diagnóstico, se determinan los casos prioritarios debido a las contingencias.

Otra estrategia que se implementa en el programa es la modernización de los mercados. Esta se inicia con la presentación de los proyectos, en los cuales los locatarios estén en constante participación, para ello se establece un mecanismo para el fondeo de

los proyectos, en los cuales el Gobierno del Distrito Federal aportará un 40% y el porcentaje restante lo aportarán las delegaciones en conjunto con los locatarios.

Mediante la implementación de este programa, se busca crear un nuevo modelo de mercado público que permitan su desarrollo a partir de ejes rectores bien definidos:

- Finanzas sostenibles
- Motores de desarrollo urbano
- Generadores de riqueza (valor agregado)
- Espacios seguros
- Eficiencia en la gestión
- Certeza jurídica
- Innovación y tecnología
- Sustentables (medio ambiente)
- Espacios limpios y saludables



SECRETARÍA
DE DESARROLLO
ECONÓMICO

Ilustración 28. “Programa de Protección y Fomento de los Mercados Públicos” (PPyFMP), con participación de la SEDECO y el gobierno del entonces Distrito Federal. fuente: http://sedecodf.gob.mx/sedeco/index.php?option=com_content&view=category&id=9&Itemid=497

⁵⁷ Secretaría de Desarrollo Económico, Política de Protección y Fomento para los Mercados Públicos de la Ciudad de México (2013-2018), p.16.

⁵⁸ Ídem.

El programa resulta ambicioso pese a las condiciones en las que los mercados públicos se encuentran, aun así, no resulta imposible, debido a que puede lograrse si se tienen los objetivos bien planteados a partir del beneficio de las comunidades o barrios en los que se sitúen.

A nivel municipal, la situación se vuelve un poco más compleja. A diferencia de lo establecido en la Ciudad de México, las acciones que se plantean son las remodelaciones parciales de los inmuebles, por lo que es necesaria la búsqueda de políticas públicas que permitan el desarrollo del proyecto. Una de ellas es la recuperación de espacios públicos. Bajo esta premisa se encuentran programas federales que apoyan municipios para realizar proyectos que beneficien tanto a las municipalidades como a las comunidades que directamente reciban el apoyo.

Por esta línea de acción se encuentra el programa “Banco de Proyectos Municipales (BPM)”, dirigido por el Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos S.N.C.⁵⁹, que tiene por objetivo dar apoyo a las autoridades municipales en la identificación de proyectos deficientes en materia de infraestructura, y que sean prioritarios según la situación económica en la que se encuentre el municipio. Establece puntos estratégicos entre los cuales se encuentra el espacio público.

Es mediante estas políticas públicas que los proyectos se convierten en lineamientos que hacen posible la realización de los mismos, pero que siempre tendrán como objetivo inicial y primordial el beneficio y mejoramiento en la calidad de vida de los habitantes de las localidades receptoras.

⁵⁹ Secretaría de Gobernación, “Catálogo de Programas Federales para Municipios 2017”, Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, Ciudad de México, 2017, p.177.

CAPÍTULO 3 ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL MEDIO FÍSICO

El conocimiento de las variables físicas que se presentan en el sitio en donde se emplazará el proyecto, son determinantes que brindan a la propuesta de características sustentables, en el sentido de que orientan el diseño para un mejor aprovechamiento de los recursos naturales que se presentan en el contexto natural.

Entender las variables físicas como elementos no lineales, y en los cuales se presentan gradientes que dependerán de estaciones del año, e incluso del transcurso de un mismo día, brindará la posibilidad de aplicar los criterios de diseño que se adecuen de mejor manera.

Localización de la tenencia de Santa María de Guído

Periférico Independencia

Tenencia de Santa María de Guído

Localización

El sitio se localiza en el municipio de Morelia, cabecera municipal del estado de Michoacán de Ocampo, y este a su vez, forma parte de las entidades federativas de la República Mexicana. Santa María es una localidad ubicada el suroeste de la ciudad de Morelia, situada en una loma casi al pie de las montañas que forman la Sierra de Oztumatlán o Mil Cumbres a 2,000 metros sobre el nivel del mar, las coordenadas que determinan con mayor precisión su ubicación son de latitud. – 19° 40′ 13.04″ N y longitud. – 101° 11′ 22.66′.

Morelia cuenta con 173 localidades distribuidas en 14 tenencias⁶⁰, las cuales son: Atapaneo, Atécuaro, Capula, Chiquimitio, Cuto de la Esperanza, Jesús del Monte, San Miguel del Monte, San Nicolás Obispo, Santiago Undameo, Tacécuaro, Teremendo de los Reyes, Tiripetío, Morelos y Santa María. Esta última se ubica en el sector Nueva España. Por otro lado, el predio del mercado municipal se localiza en el centro de la comunidad, en la calle Ramón López Velarde #240 de la colonia Cayetano Andrade (ver ilustración 27).

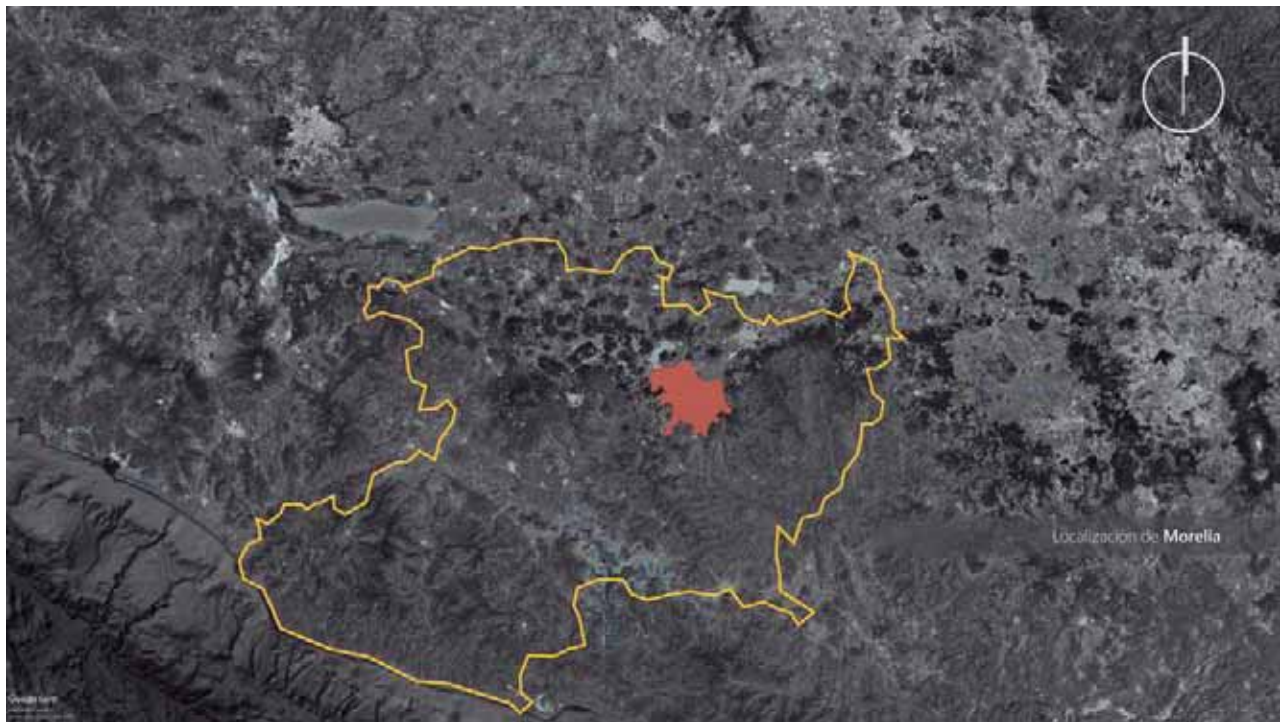


Ilustración 28. Localización del municipio de Morelia respecto al estado de Michoacán. Fuente: INEGI, Marco Geoestadístico Municipal 2005, www.cuentame.inegi.gob.mx.

⁶⁰H. Ayuntamiento de Morelia, [03/10/17], disponible en línea < <http://morelia.gob.mx/index.php/nuestro-municipio/turismo/tenencias-de-morelia>>

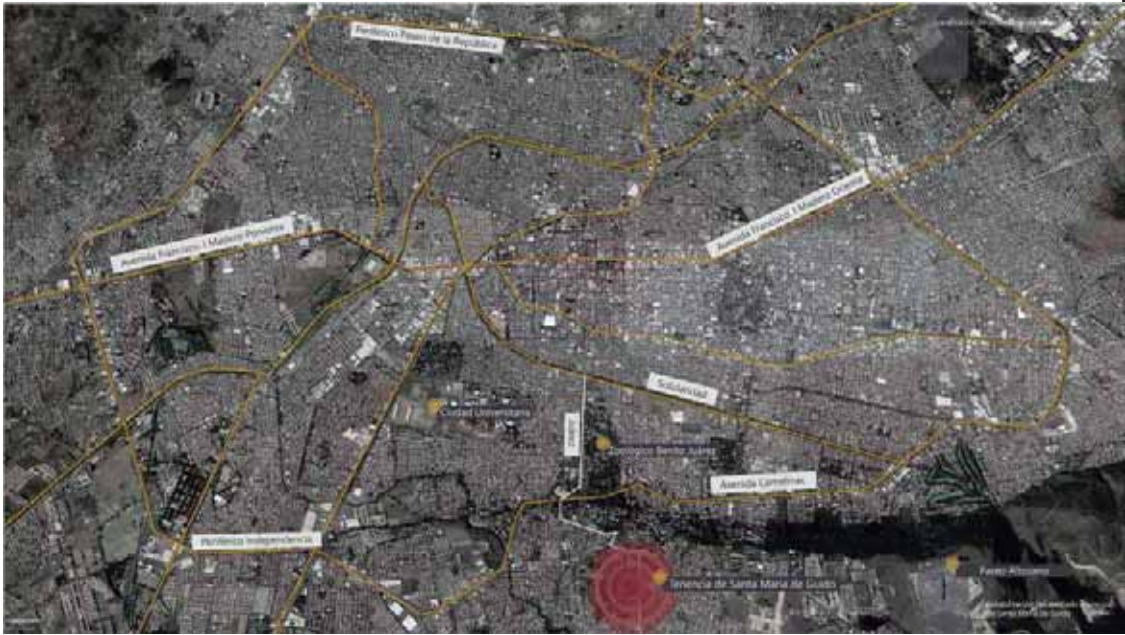


Ilustración 29. Localización de Santa María respecto a la ciudad de Morelia. Fuente: Google Earth, edición propia.



Ilustración 30. Localización respecto a puntos de referencia: Templo y plaza de Santa María. Fuente: Google Earth y edición propia.

La localización del mercado, da idea de la composición del pueblo de Santa María, que como antiguamente, formaba parte del centro de las comunidades, en donde se concentraba

la actividad religiosa, pública y comercial de las mismas, conformadas por el templo, la plaza y el mercado respectivamente.

[MERCADO LA ASUNCIÓN: PROYECTO DE REHABILITACIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL HERMANOS FLORES MAGÓN]

EN LA TENENCIA DE SANTA MARÍA DE GUIDO, MORELIA, MICHOACÁN

Afectaciones físicas existentes

En este apartado se hace mención de los elementos orográficos e hidrográficos que son de relevancia para el sitio de emplazamiento. Primeramente, definimos como *orografía* a la parte de la geografía física que estudia la descripción de las montañas, o al conjunto de elevaciones y accidentes naturales de un territorio. En la zona sur de la ciudad, se ubican las subprovincias fisiográficas⁶¹ Neovolcánico Tarasca, Sierras y Bajíos Michoacanos, y Mil Cumbres.⁶²

De acuerdo con datos proporcionados por CONURBA, referidos a las pendientes y altimetría, en esta zona se presenta un rango de altitud que va de 1800 a 2700 m.s.n.m., por lo que la zona es accidentada con pendientes topográficas que van desde 0 hasta 15 % en la zona urbanizada, sin embargo, en las zonas montañosas se encuentran pendientes mayores a 15%, en donde se asientan comunidades rurales.

La *hidrografía* son los aspectos relacionados con la hidrología, que es la ciencia dedicada al estudio y

descripción de los procesos del agua. La zona a la que pertenece el sitio que se analiza, se encuentran las subcuencas de Cointzio y río de Efúcuaro; por otro lado, las corrientes fluviales que intervienen son el Río Chiquito, que nace en la zona sur, y atraviesa por la misma, tiene una longitud de 25 km que confluye principalmente en el río Grande. El río Chiquito se alimenta de los arroyos la Cuadrilla, Agua Escondida, el Satélite, el Peral, Bello y el Carindapaz.

Debido a la topografía del área permite el escurrimiento del agua, por lo que se desarrollan cuerpos significativos de la misma, ejemplo de ello es la presa de Cointzio, que abastece al municipio y tiene una capacidad de 79.2 millones de metros cúbicos.⁶³

La zona que se analiza, presenta una pendiente máxima de 5% disminuyendo la altura desde el centro del poblado hacia la zona sur de la comunidad, conformando una zona de valle entre el pueblo de Santa María y la zona más alta de las localidades circundantes.

⁶¹ La fisiografía describe la superficie terrestre en una escala más amplia que permite identificar diversos elementos naturales que caracterizan a una región como montañas, depresiones y elevaciones entre otros [...]

las subprovincias fisiográficas se integran por grandes sierras volcánica, grandes coladas lávicas, conos disperso o enjambre, amplios escudo-volcanes de basalto, depósitos de arena y cenizas, Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2005, en Programa Parcial de Desarrollo Urbano de la Zona Sur de Morelia, Mich., p.18

⁶² Ídem.

⁶³ Íbidem, p. 25



Ilustración 31. Análisis de afectaciones topográficas, en el lugar, se encuentran pendientes que van de 3 a 5%, fuente: elaboración propia.

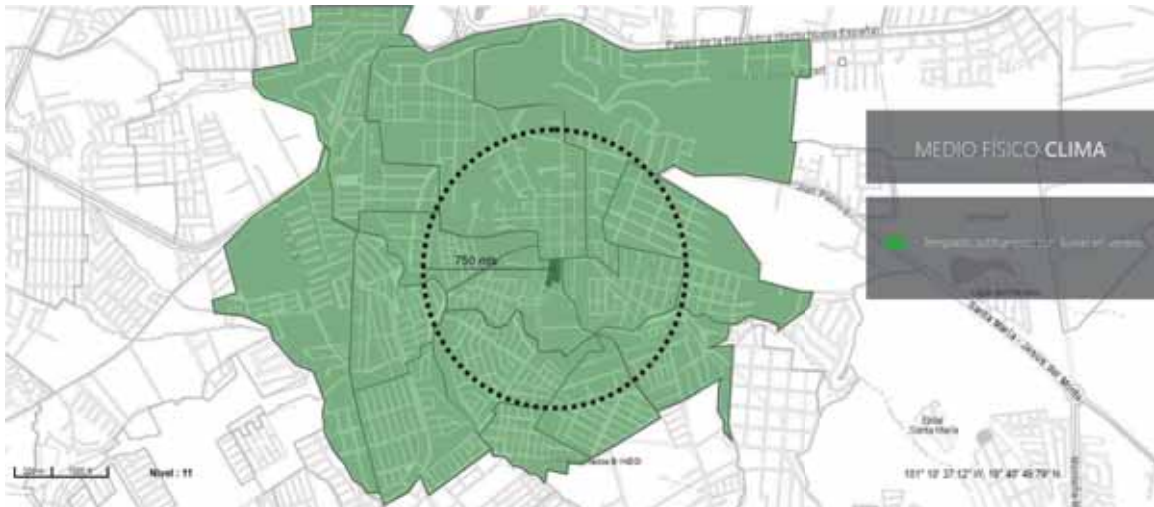
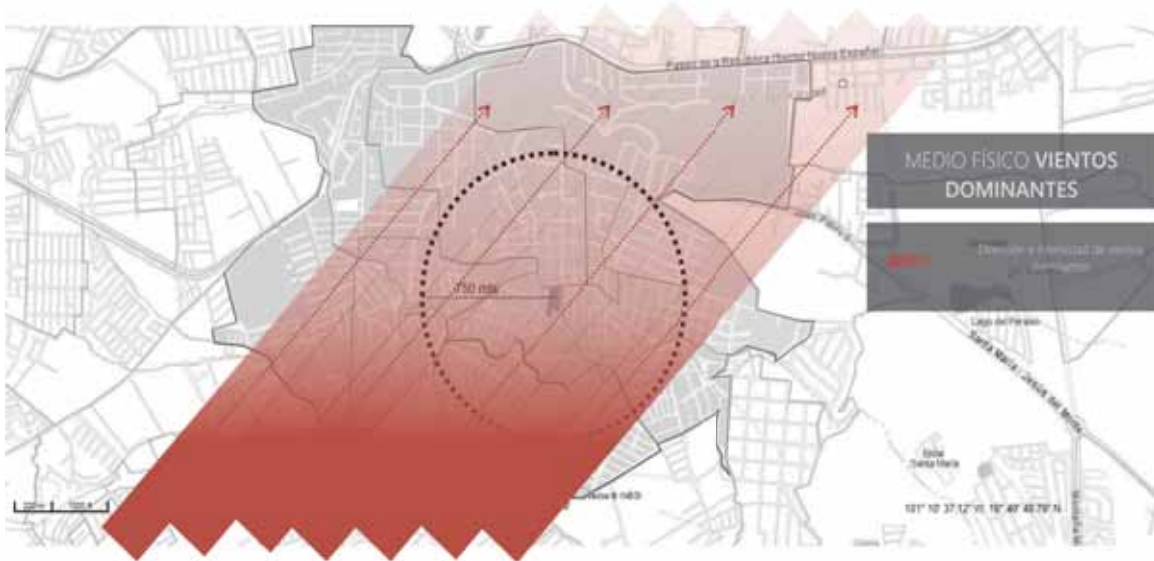


Ilustración 32. Ubicación de clima y vientos dominantes en el municipio de Morelia, fuente: Instituto de Geografía, UNAM.



Climatología

El objeto de la climatología es el clima, *está hace referencia a las condiciones que predominan en un lugar y durante un período prolongado, las cuales resultan no solo de la*

*dinámica atmosférica sino de la interacción entre los diferentes componentes del sistema climático.*⁶⁴

Estos componentes del sistema climático son la temperatura, precipitación, vientos, asoleamiento,

⁶⁴ Pabón, José Daniel, "Tendencias en el desarrollo conceptual de la climatología, sus avances en el siglo XX y su contribución al progreso de la geografía", en *Lecturas en teoría de la geografía*, Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Humanas/Departamento de Geografía, Bogotá, 2009, p. 319-337.

entre otros.

Según el sistema de clasificación climática de Köpen modificado por Enriqueta García, Santa María se presenta un clima templado subhúmedo C(w1), localizada en una zona térmica semicálida y templada con temperaturas medias que oscilan entre 12°y 22°C (ver ilustración 23), sin embargo, debido a su localización en una zona elevada, la temperatura disminuye tres o cuatro grados respecto a la temperatura promedio de la ciudad⁶⁵. En esta región climatológica se registran lluvias en verano con una precipitación anual que oscila entre 750 y 850 mm, y lluvias en invierno con promedio de 5 mm, con un promedio anual que va de 80 a 100 días con precipitación, lo que representa un 28% del total del año. Por otro lado, en la zona se registra una humedad relativa media anual de 54.8% influida por los cuerpos de agua aledaños a la misma.

En lo referente a los vientos, predominan aquellos que provienen del suroeste, con variables en los meses de julio, agosto y octubre e intensidades que

varía entre 2 y 14.5 km por hora.⁶⁶

Además de realizar el análisis de las características de viento de manera general, se realiza el estudio sobre el edificio preexistente (ver ilustración 24), permitiendo concluir que el factor de los vientos dominantes influyen en el control de la ventilación en el mercado y que los acarrearán hacia la zona centro de la comunidad.

Por otro lado, el asoleamiento se refiere al análisis realizado sobre los ángulos de incidencia solar y cómo interfieren en el proceso del diseño del proyecto, además de las ganancias térmicas por radiación de los materiales. Para realizar el análisis, se debe tener el conocimiento de la geometría solar específica del sitio en el cual se emplaza el proyecto. A partir de este análisis, se determinan herramientas de diseño que garanticen la optimización energética y de confort térmico del proyecto respecto a las variaciones de asoleamiento, principalmente se pueden distinguir tres herramientas⁶⁷:

⁶⁵ Martínez Ayala, Jorge Amós, *Apuntes y datos curiosos...* Op Cit., p. 3

⁶⁶ Secretaría de Gobernación, 2002, en Programa de Desarrollo Urbano, Op. Cit. p. 18.

⁶⁷ Blog de Diseño Sustentable, Diseño responsable, [02/10,17], <<https://sustentabilidadarquitectura.wordpress.com/sistemas-pasivos/asoleamiento/>>

3. Adecuada orientación y aplicación de sistemas constructivos para zonas específicas, así como la viabilidad de sistemas solares determinados según la intensidad de la radiación solar.

En síntesis, a partir del análisis de incidencia solar anterior, se realiza la evaluación de asoleamiento en el inmueble actual del mercado, concluyendo en que las fachadas más alargadas son las que reciben luz y calor solar permanentemente, lo que debe considerarse en la elaboración del proyecto.

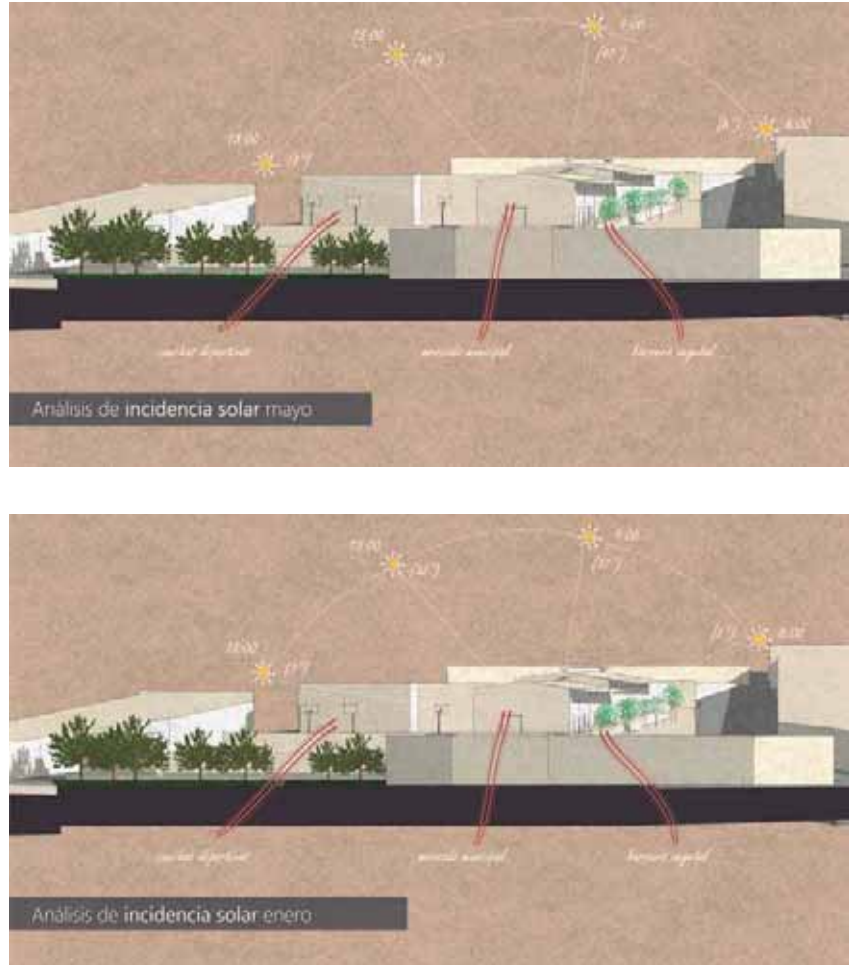


Ilustración 33. Análisis de incidencia solar en los meses de mayo (temperaturas altas) y enero (temperatura más baja) sobre el edificio actual del mercado, fuente: elaboración propia.



Ilustración 34. Planta de ubicación de vegetación en la fachada poniente y fachada sur de la preexistencia, fuente: elaboración propia.

Vegetación y fauna

Realizar la caracterización de la vegetación existente en la zona sur de la ciudad se elaboró a partir de los datos arrojados por el Inventario Nacional Forestal (INF) en el año 2000⁶⁸, en donde se indica que en el área analizada existe un predominio de bosques de algún tipo, plantaciones, mientras que las áreas correspondientes a la agricultura representan poco más del 25%. En lo que respecta únicamente a Santa María, se puede puntualizar en plantaciones forestales, primordialmente de

eucaliptos, así como bosque mixto. En el sitio específico, se localizan árboles de plantación que corresponden a árboles medicinales, como el “pirul” que puede llegar a tener una altura de 15 m, también existen árboles frutales, como guayabo, el “trueno” de alturas que oscilan entre los 4 a 8 m.

⁶⁸ Programa Parcial de Desarrollo Urbano de la Zona Sur, Op.cit. pp.33-

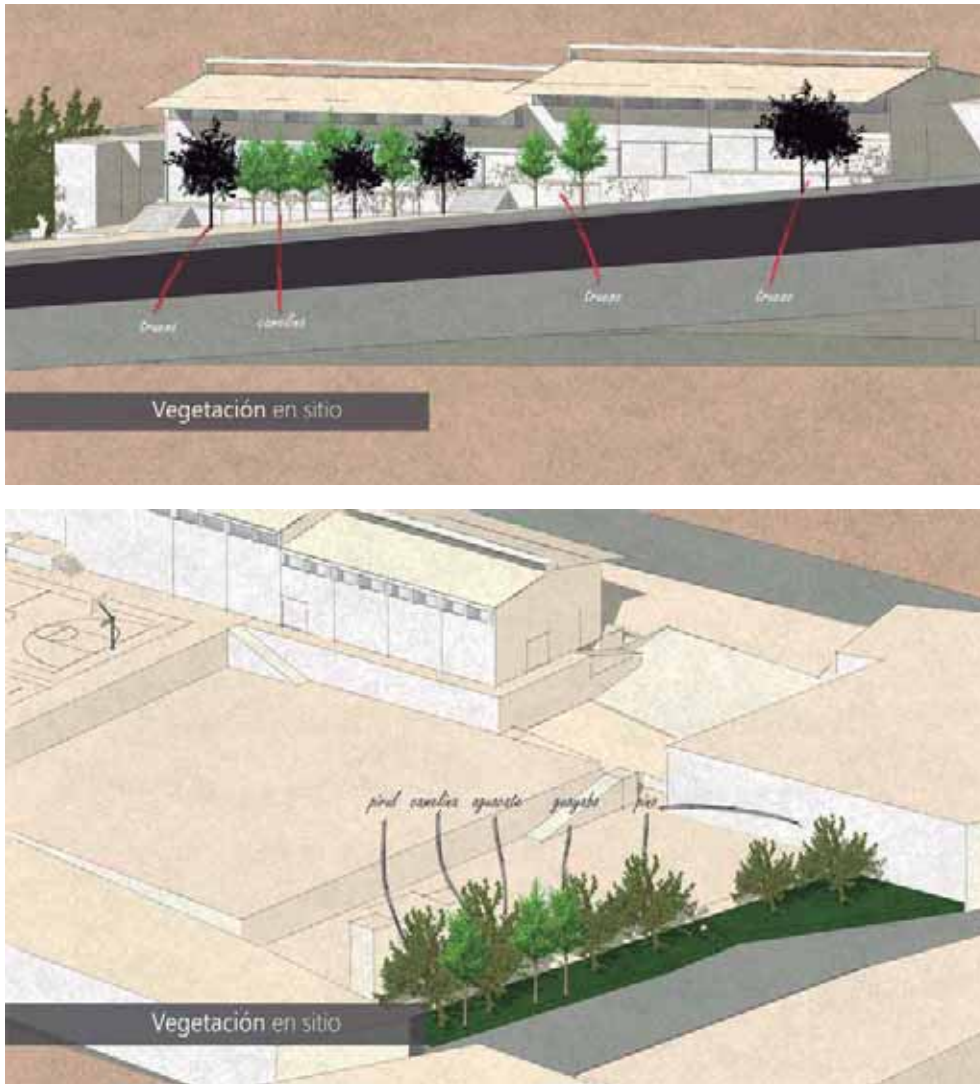


Ilustración 35. Ubicación de vegetación en la fachada poniente y fachada sur de la preexistencia, fuente: elaboración propia.

En síntesis, la vegetación localizada dentro del proyecto actual del mercado, responde a la vegetación que predomina en la zona y que se

encuentra específicamente en los dos puntos referentes de la tenencia, el templo y la plaza, logrando unificar los tres puntos.



Localización del mercado municipal Hermanos Flores Magón

04

CAPÍTULO 4 MORFOLOGÍA URBANA DE LA TENENCIA DE SANTA MARÍA.

Se debe realizar un análisis contextual de la relevancia del sitio en la ciudad, esto se logrará a partir de identificar las características urbanas más próximas y su conexión inmediata con el centro urbano de la tenencia y la ciudad, lo que proporcione una perspectiva del nivel de impacto que generará la intervención a realizar mediante un proyecto arquitectónico y constructivo de rehabilitación al mercado municipal.

Equipamiento urbano

El equipamiento urbano puede definirse como “el conjunto de edificios y espacios, predominantemente de uso público, en donde se realizan actividades complementarias a las de habitación y trabajo, que proporcionan a la población servicios de bienestar social y de apoyo a las actividades económicas, sociales, culturales y recreativas.⁶⁹” La calidad de vida de los habitantes depende de la dotación adecuada de estos elementos pues permiten su desarrollo social, económico y cultural. Para su mejor organización, el Sistema Normativo de Equipamiento Urbano (SNEU) lo clasifica en doce subsistemas: educación, cultura, salud, asistencia social, comercio, abasto, comunicación, transporte, recreación, deporte, administración y servicios urbanos. A su vez, estos subsistemas se subdividen en elementos más específicos, los cuales suman un total de 125 elementos.

La dotación excesiva o la carencia del equipamiento urbano traen consigo un superávit o un déficit en la dotación de servicio de cada elemento, para lo que se debe realizar un análisis de la situación en la que se encuentra la comunidad donde se desarrollará en proyecto. Primeramente, se analiza la red de mercados municipales en Morelia, de los cuales existen ocho inmuebles (ver ilustración 29).

⁶⁹ Secretaría de Desarrollo Social, 2009, en Consultoría y gestión Urbana y Ambiental (CONURBA), [02/10/17], disponible en línea <<http://conurbamx.com/home/equipamiento-urbano/>>

El lugar en donde se plantea el proyecto corresponde, según la carta urbana de la ciudad de Morelia, a una zona habitacional con densidad media con servicios y comercios hasta 300 hab/ha; además de que representa un límite entre esta zona y otra determinada como habitacional con densidad media con industria y servicios hasta 300 hab/ha. También, dentro del radio de influencia se distinguen una zona habitacional con densidad baja de 51 a 150 hab/ha, así como habitacional con densidad media de 151 a 300 hab/ha. Por ello, realizando el análisis del equipamiento referido al comercio para determinar en qué medida está presente el equipamiento que responde a la actividad comercial específicamente en la comunidad.

Según datos recabados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), y respecto al radio de fluencia del mercado (aunque no limita el uso del mismo) se registran 73 comercios dedicados a la distribución abarrotera, y en los cuales se ofertan productos como frutas y verduras, en su mayoría; también se tienen 72 comercios con ventas relacionadas con la venta y preparación de alimentos⁷⁰. El comercio al por menor predomina en el lugar, este comercio al por menor puede reconocerse como aquellos dedicados a la venta

⁷⁰ Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), [03/10/17], disponible en línea <<http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>>

de abarrotes, alimentos, bebidas, tiendas de autoservicio, algunos enseres domésticos, artículos usados, ferretería, tlapalería, refacciones, lubricantes, etc., según la clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN).

Por otro lado, a una escala menor, se encuentra el comercio al por menor en la tenencia, en donde se presenta una concentración de dicha actividad comercial en la zona centro del pueblo, donde se identifica como a partir de la vialidad norte más próxima al mercado se conforma una barrera que impide el desarrollo comercial de la zona sur del pueblo.

De igual modo, se hace un análisis del espacio público actual del pueblo, en donde se observa la magnitud espacial del mercado y espacio público donde se desarrollará la investigación, concluyendo en la oportunidad que representa considerando su ambplia superioridad en cuanto a superficie, su localización antes descrita y el contexto urbano que envuelve la zona, convirtiéndola en un punto determinante en la composición urbana de la tenencia.

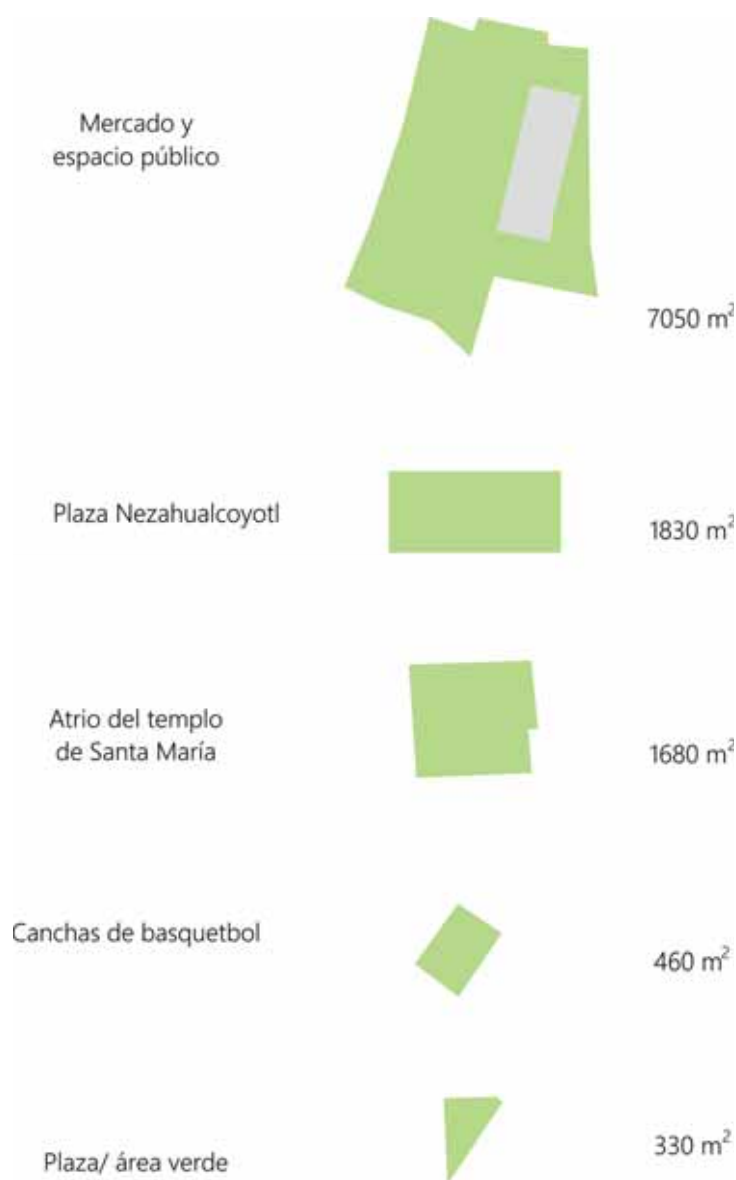


Ilustración 36 Escala urbana del mercado y espacio público, comparado con la superficie de los espacios público en donde se realizan actividades culturales y deportivas en el pueblo.



Ilustración 37. Mapeo de la red de mercados municipales en Morelia. Fuente: elaboración propia. Se observa una concentración de servicios comerciales al nivel de mercado municipal en la zona centro de la ciudad, siendo clara la distribución centralizada del equipamiento, con un elemento totalmente fuera de la mancha urbana más densa: el mercado Hermanos Flores Magón, en Santa María.



Ilustración 38. Concentración de actividad comercial en el centro de la tenencia de Santa María. Fuente: elaboración propia.



Ilustración 39. Localización de infraestructura en el sitio. Fuente: elaboración propia

Infraestructura urbana

Ésta se define como el “conjunto de obras que constituyen los soportes del funcionamiento de las ciudades y que hacen posible el uso del suelo urbano: accesibilidad, saneamiento, encauzamiento, distribución de aguas y energía, comunicaciones, etcétera. Esto es, el conjunto de redes básicas de conducción y distribución: vialidad, agua potable, alcantarillado, energía eléctrica y teléfono, entre otras, que hacen viable la movilidad de personas, abasto y carga en general, la dotación de fluidos básicos, la conducción de gas y la evaluación de los

desechos urbanos.⁷¹”

A partir de esta definición, se identificarán los elementos localizados en el sitio, éste se encuentra urbanizado en cuanto a servicios de agua potable, saneamiento, energía eléctrica, alumbrado público, vialidades pavimentadas, así como línea de telefónica.

En cuanto a servicio de transporte público, el mercado municipal se encuentra ampliamente conectado, debido a su localización sobre la vialidad principal de la tenencia, además de la cercanía con el centro del pueblo, en donde se identifican dos rutas de combis, la ruta naranja 3, y la ruta oro verde, así como dos rutas de camiones, la ruta de Trincheras, Santa María, y la ruta el Durazno. Estas cuatro rutas de transporte público permiten el traslado de las colonias cercanas a Santa María, así como el centro de la ciudad de Morelia, todas las rutas se conectan con la subida hacia el pueblo localizada en Casa de Gobierno.

⁷¹ Landa, Horacio, Terminología de urbanismo, México, CIDIV-INDECO; 1976, [02/10/17], en sitio web < http://www.hic-al.org/glosario_definicion.cfm?id_entrada=32>.



Ilustración 40. Rutas de transporte público que vinculan el lugar con los diferentes puntos de la ciudad de Morelia, principalmente el centro histórico y las colonias cercanas a la tenencia. Fuente: elaboración propia.

Imagen urbana

“La imagen de una ciudad entendida como el pensamiento subjetivo de los modos de vida, prácticas culturales e identidades, expresa un esquema de comunicación entre las distintas comunidades que la integran; es decir, la imagen urbana se proyecta como un lenguaje de enunciación pública.”⁷² También puede definirse como “un conjunto de constructos simbólicos que se abstraen del ambiente urbano-arquitectónico para

expresarse en un lenguaje subjetivo en el espacio público.”⁷³ La creación de la imagen urbana en el observador se construye a partir de un conjunto de imágenes creadas debido a la intervención de los diversos componentes de la ciudad.

El lugar en cuestión es un elemento representativo para los habitantes de Santa María a pesar de su abandono, un ejemplo de ello, son las explanadas donde se encuentran las canchas deportivas, las

⁷² Imagen y contexto urbanos, [03/10/17], disponible en línea < <http://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/5290/2.pdf?sequence=2>>.

⁷³ *Ibíd.*

personas la identifican como un lugar en el cual pasaron parte importante de su niñez, es un punto en donde se escribieron historias que recuerdan. Por otro lado, el tianguis, es un referente para los mismo debido a que es un punto de reunión común, en donde interactúan con propios y extraños.

Sin embargo, el mercado está emplazado entre un contexto de vivienda, y más actualmente se ha incrementado el uso comercial de la zona, por lo que las características que describen su contexto inmediato se componen de edificios desde un nivel hasta tres, en pocos casos, que responden a usos escolares y religiosos, respetando la jerarquía que aún posee el templo en cuestiones de altura.

En cuanto a procesos constructivos y materiales, éstos son principalmente tradicionales, es decir, muros de carga con tabique rojo y la utilización del concreto, sin embargo, aún existen viviendas construidas a partir de adobe y que han sobrevivido al paso del tiempo.

Vialidades principales

Las vialidades, además de ser las sendas por las cuales los habitantes recorren las ciudades, deben entenderse como la conexión física de las diversas zonas o localidades que integran a una ciudad. La zona de estudio, al localizarse en una zona periférica, en donde la infraestructura llega a cuenta gotas, pero existe. Se puede identificar como vialidad principal en Santa María a la calle Ramón López Velarde, debido a que conecta el centro de la tenencia con el resto de las colonias que la conforma, a pesar de ello, el tránsito es medio, en horas pico es en las cuales podría existir

congestión vial, así como en las festividades de la localidad, pues es cerrada al tránsito vehicular para permitir la colocación de puestos temporales. Las calles restantes son vialidades secundarias, las que tienen una cobertura vehicular menor a la principal. Para comprender el funcionamiento de las vialidades locales del sitio, se debe analizar la conexión que la vincula con la ciudad, identificando la vialidad por la cual se tiene acceso a la tenencia, y de igual manera las rutas que se realizan por medio del transporte público para el traslado al sitio.



Ilustración 41. Vinculación de las vialidades principales con el sitio.

Problemática urbana relacionada con el proyecto

La problemática urbana específica en el sitio, es el estado en el cual se encuentra la vialidad principal que, además de vincular el terreno donde se

emplazará el proyecto, es la vialidad que atraviesa el centro de la localidad, puesto que funge como eje rector que distribuye las vialidades jerárquicamente. En específico los puntos conflictivos en este sentido



Ilustración 42. Problemáticas urbanas. Fuente: Google earth y edición propia

son las condiciones de las banquetas en ambos extremos de la vialidad, así como el cambio de sección, además de que no existe delimitación entre la vialidad y el estacionamiento actual del mercado (ver ilustración).

Otra cuestión a considerar, es el acceso al mercado, este se logra a partir de la calle Manuel José Othón, la cual es una vialidad secundaria y que no está preparada para recibir el uso actual. De igual forma,

las condiciones de las circulaciones peatonales o algún transporte alternativo no son las óptimas.

En síntesis, el contexto de la comunidad responde a condiciones rurales, puesto que es una comunidad relativamente pequeña y en crecimiento. Los puntos conflictivos que conciernen a la circulación peatonal y vehicular son los que se deben contemplar de manera puntual y específica, promoviendo siempre la preferencia hacia la movilidad peatonal.

[**MERCADO LA ASUNCIÓN:** PROYECTO DE **REHABILITACIÓN** DEL MERCADO MUNICIPAL HERMANOS FLORES MAGÓN]

EN LA TENENCIA DE SANTA MARÍA DE GUIDO, MORELIA, MICHOACÁN



Ilustración 43. Problemáticas urbanas: banquetas Fuente: Google earth y edición propia

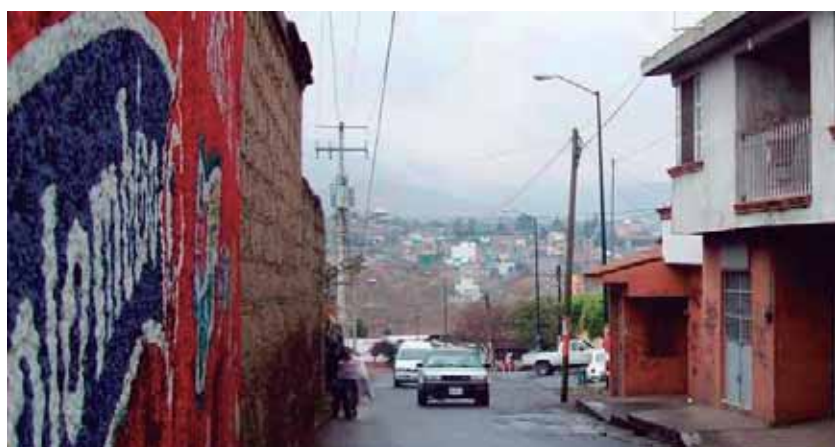


Ilustración 44. Problemáticas urbanas. Arriba: Cambio de sección vial en la calle principal que conecta el mercado con el centro de la comunidad. Abajo: Ninguna delimitación entre el estacionamiento del mercado con la vialidad Ramón López Velarde. Fuente: elaboración propia

[MERCADO LA ASUNCIÓN: PROYECTO DE REHABILITACIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL HERMANOS FLORES MAGÓN]



Imagen localización casos de estudio



05

CAPÍTULO 5 ANÁLISIS DE DETERMINANTES FUNCIONALES

En este capítulo, se realiza una recopilación de datos e información que aporta un panorama de las diferentes situaciones a las que ha respondido un mismo tema, pero con sus variables determinadas por su contexto social, cultural, económico y político. Comprender estas variantes y lograr dar una respuesta adecuada a la circunstancia para el tema a tratar considerando sus implicaciones contextuales, es el objetivo del capítulo. Por lo cual es de importancia aprender a abstraer la información y preponderar su relevancia en el caso de estudio, concluyendo en el planteamiento del primer bosquejo de la solución.



Análisis de casos de estudio

En el presente apartado, se realiza un análisis más profundo de tres de los casos presentados en la revisión sincrónica del tema en el capítulo 1, los cuales se eligieron en base a las similitudes con el proyecto que se desarrollará, estas similitudes son en cuanto al contexto social y urbano, así como a la necesidad de rehabilitar espacios de mercado y espacios públicos, pudiendo ampliar el panorama en lo que respecta al contenido

El objetivo de este capítulo, es la revisión de casos que se conviertan en apoyo de la solución arquitectónica a implementar en el proyecto en cuanto a programa, entendiendo el contexto que los enmarca. Se presentarán los siguientes casos: Mercado San Antón, en Madrid, España; Mercado en San Pablo Ozotepec, Milpa Alta, Estado de México y la Plaza de Abastos de Lugo, España, la elección de estos casos se fundamenta en, el caso de San Antón, debido su papel en la identidad del barrio donde se localiza; el de Milpa Alta, por las condicionantes sociales y topográficas de la comunidad, por último, la Plaza de Abasto se retoma debido a las estrategias aplicadas al proyecto, además de las condicionantes históricas del mercado y del lugar. En lo que respecta al espacio público se presentan dos casos de estudio High line, en Nueva York y la Plaza Israel, en Dinamarca, se eligen estos dos casos debido a, en

el caso de High line, la similitud del rescate de una zona que se encontraba abandonada y en desuso; y en el caso de la plaza, debido a la transformación de usos que sufre en el transcurso del tiempo y la relevancia histórica en su comunidad.

Mercado en San Pablo Ozotepec (Mercado en Milpa Alta)

El mercado de Milpa Alta se localiza en la comunidad de San Pablo Ozotepec, Milpa Alta, en el Estado de México; teniendo como promotor al Gobierno del entonces Distrito Federal y de la delegación de Milpa Alta. El proyecto estuvo bajo el cargo de Taller de Arquitectura, de Mauricio Rocha y Gabriela Carrillo, teniendo una superficie de 1550 m².



Ilustración 45 Localización del mercado de Milpa Alta. Fuente: Google earth, edición propia

Circunstancia

Milpa Alta es una de las 16 delegaciones en el actual Estado de México, anteriormente Distrito Federal, y es una de las zonas con mayor grado de marginación. La construcción del mercado surge de otorgado el financiamiento por parte de programas gubernamentales que tienen como objetivo resolver las necesidades más urgentes en las zonas con un grado de pobreza alto, así como la promoción del comercio local y el impulso de la comunidad en el cual se realizó la intervención, aunado a esto, la topografía del sitio es bastante compleja y que fue de gran relevancia para el diseño. El proyecto surge de la necesidad de construir locales comerciales fijos que albergarán a los puestos que se colocaban en el sitio.

Además de las condicionantes físicas del sitio, había condicionantes urbanas que debieron ser respetadas, éstas eran que los muros de las fachadas sur, oriente y poniente⁷⁴, no podían ser intervenidas en el diseño conservando su estado actual, también debió ajustarse a las limitaciones presupuestales del gobierno distrital, así como el tiempo reducido para la realización de la obra.

Contenido

El proyecto se resuelve mediante 79 locales sin un giro comercial específico o alguna división por áreas o zonas específicas, simplemente se resuelve mediante modulación de los locales, así como de los pasillos, con dimensiones de 3 x 3 metros para los locales y 3 metros de ancho en circulaciones; los locales son modificables a módulos de 6 x 6 m o 3 x 6 m que dependen de las necesidades de los comerciantes. (ver imágenes).



Ilustración 46 El sitio antes de la intervención. Fuente página web: <http://www.redfundamentos.com/blog/login/obras/detalle-119/>.

⁷⁴ Rocha, Mauricio, en redfundamentos, selección de obras y noticias, 25 de abril de 2014, [10/10/17], disponible en línea < <http://www.redfundamentos.com/blog/login/obras/detalle-119/> >

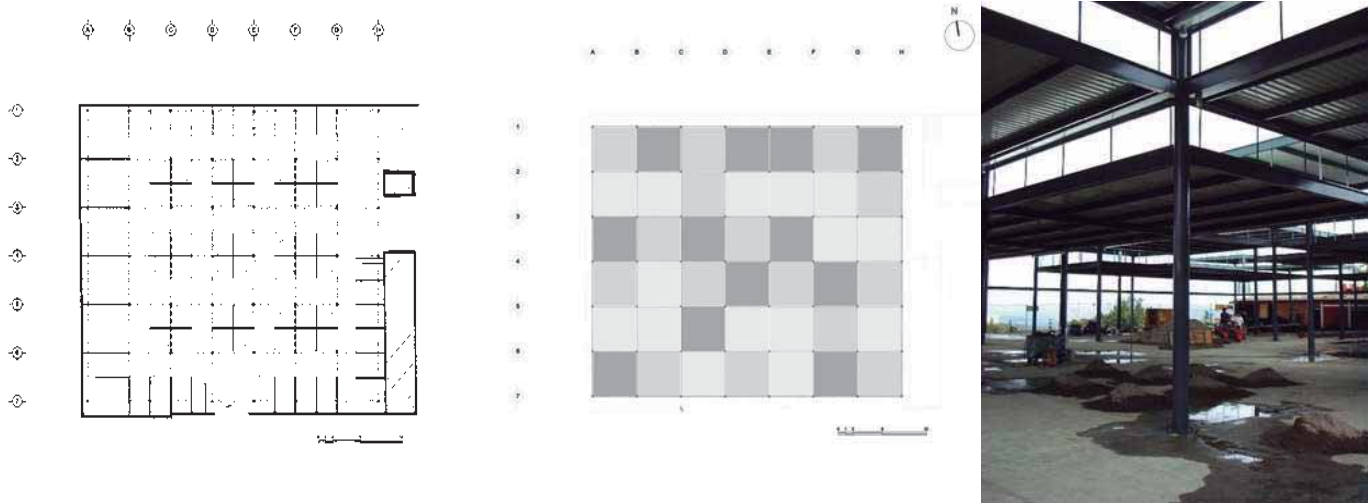


Ilustración 47 Planta arquitectónica planta baja y planta de azotea; secciones, donde se aprecian los desniveles en las cubiertas. Fuente: <http://www.redfundamentos.com/blog/es/obras/detalle-119/>.

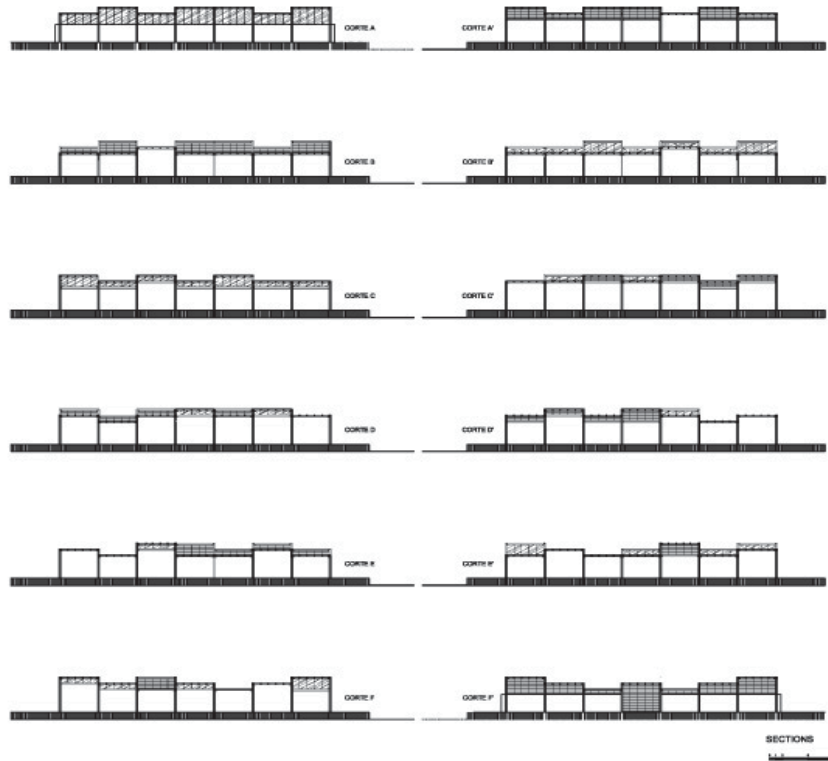


Ilustración 48 Estructura con perfiles metálicos, cubiertas de lámina de acero y diferencias de altura. Fuente: <http://www.redfundamentos.com/blog/login/obras/detalle-119/>

Materialidad

El diseño del mercado responde de gran manera a la topografía del sitio, y esto se debe a la propuesta estructural que se hace para la resolución del concepto que se maneja dentro del proyecto. Se presentan variaciones en las alturas de los módulos que van desde 6, 5 y 4 metros, pero que responden a la sección modular en planta de la cubierta elaborada con lamina de acero de 6 x 6 m y que es constante en planta. Estos elementos responden al concepto en el cual la cubierta representa las lonas, mantas o plásticos que son usados en los tianguis característicos mexicanos y latinoamericanos; en otro sentido también se fundamentan en la necesidad de crear espacios de ventilación e iluminación natural por estos espacios libres logrados mediante los desniveles entre las cubiertas.

La estructura, por otra parte, se conforma por una estructura metálica, debido a su maleabilidad y rapidez de montaje, para los muros, se eligió el block vidriado aparente, vidrio y concreto, así como láminas de acero anteriormente mencionadas en la cubierta, la elección de estos materiales se debe al poco mantenimiento que requieren, debido a su carácter público. Otro aspecto son las bajadas de agua pluvial, que siguen un sentido lógico en el cual el módulo más alto desagua

en el módulo más bajo y en él se localiza la tubería que recolecta el agua pluvial de máximo 4 módulos por bajada.

Mercado San Antón

Se localiza en Madrid, España se iniciaron los trabajos en 2004, el proyecto de ejecución en 2007, la demolición del mercado anterior en agosto de 2007, la construcción de realización de enero de 2008 a mayo de 2011. Tiene por promotores a la Asociación de Comerciantes del Mercado de San Antón, y fue realizada por el despacho de QVE Arquitectos, teniendo una superficie construida de 7354 m² y 3717 m² sobre nivel de calle. El mercado fue galardonado con el premio de la XI Edición del Premio de Arquitectura de Ladrillo 2009/2011 de la Cátedra Hyspalit



Ilustración 49 Localización del Mercado San Antón, barrio Chueca. Fuente: Google earth y edición propia.

[**MERCADO LA ASUNCIÓN:** PROYECTO DE **REHABILITACIÓN** DEL MERCADO MUNICIPAL HERMANOS FLORES MAGÓN]

EN LA TENENCIA DE SANTA MARÍA DE GUIDO, MORELIA, MICHOACÁN

Circunstancia

El mercado se localiza en el centro histórico de la ciudad de Madrid, en el barrio de Chueca. El mercado fue inaugurado en 1945, construido después de finalizada la guerra civil, se construye en respuesta a la normalización e higiene en la venta de productos alimenticios, puesto que se realizaba el aire libre, con los productos expuestos a la intemperie. El primer edificio se construye a base de concreto debido al bajo costo de mantenimiento y por el poco mantenimiento (ver ilustración 50).

Sufre transformaciones durante el transcurso de las décadas, pero siempre formo parte de la identidad de los vecinos y las familias del barrio, y fue remodelado en 2006. Sin embargo, el mercado requería de un reordenamiento arquitectónico que cumpliera con las exigencias del siglo XXI. Para lograr esto, en 2002, Asociación de Comerciantes se unió al Plan de Modernización y Dinamización de Mercados del Ayuntamiento de Madrid y al Plan FICO de la Comunidad, pero estos no cubrían la totalidad de los gastos, solo el 35%, por lo que la asociación busco financiamiento en la cadena de Supercor del grupo El Corte Inglés⁷⁵, con quien se negoció el financiamiento a cambio de un tercio de la superficie de la superficie comercial.



Ilustración 50 Antiguo Mercado de San Antón, barrio de Chueca.

Fuente: Robles, Juan Ignacio, "La evolución de los mercados municipales. El caso del Mercado de San Antón, Madrid", Distribución y consumo, num.82, en sitio web Ecosistema Urbano, 14 de mayo de 2014, [4/10/17].

Sin embargo, los elementos que dotaban al mercado de reconocimiento y aceptación por parte del barrio, es la calidez de los comerciantes, conocedores de su historia, son un emblema de sus habitantes.

⁷⁵ Robles, Juan Ignacio, "La evolución de los mercados municipales. El caso del Mercado de San Antón, Madrid", Distribución y consumo, num.82, en sitio web Ecosistema Urbano, 14 de mayo de 2014, [4/10/17], < <http://ecosistemaurbano.org/urbanismo/la-evolucion-de-los-mercados-municipales-el-caso-del-mercado-de-san-anton-madrid/>>.

Contenido

Las características cuantitativas del proyecto se refieren, por una parte, al programa arquitectónico que contiene el proyecto y que ha surgido a partir de las necesidades singulares de los usuarios y del mismo proyecto. El mercado se divide en cuatro áreas que son: el mercado, el supermercado, la zona de almacenes y cámaras y el estacionamiento. El programa que corresponde al mercado únicamente se subdivide en tres niveles, y se compone por 25 locales de cuales once pertenecen a los locatarios originales del mercado y los restantes se integraron a partir del proyecto de modernización de las instalaciones, se puede definir de la manera siguiente:

En donde se tiene que la primera planta se encuentran 14 locales en donde se ofertan productos necesarios para la canasta básica; en el segundo nivel se encuentran 10 locales, uno de dimensiones mayores dedicado a la realización de actividades culturales, funge como una galería de arte; y, por último, el tercer nivel en donde se ubican locales destinados a comida preparada y que cuentan con terrazas.

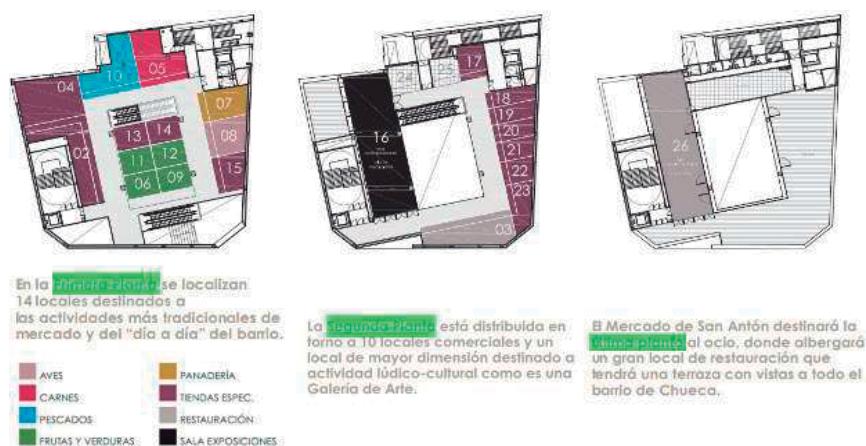


Ilustración 51 Giro comercial de locales del mercado San Antón. Fuente: Robles, Juan Ignacio, "La evolución de los mercados municipales. El caso del Mercado de San Antón, Madrid", Distribución y consumo, num.82, en sitio web Ecosistema Urbano, 14 de mayo de 2014, [4/11/17].

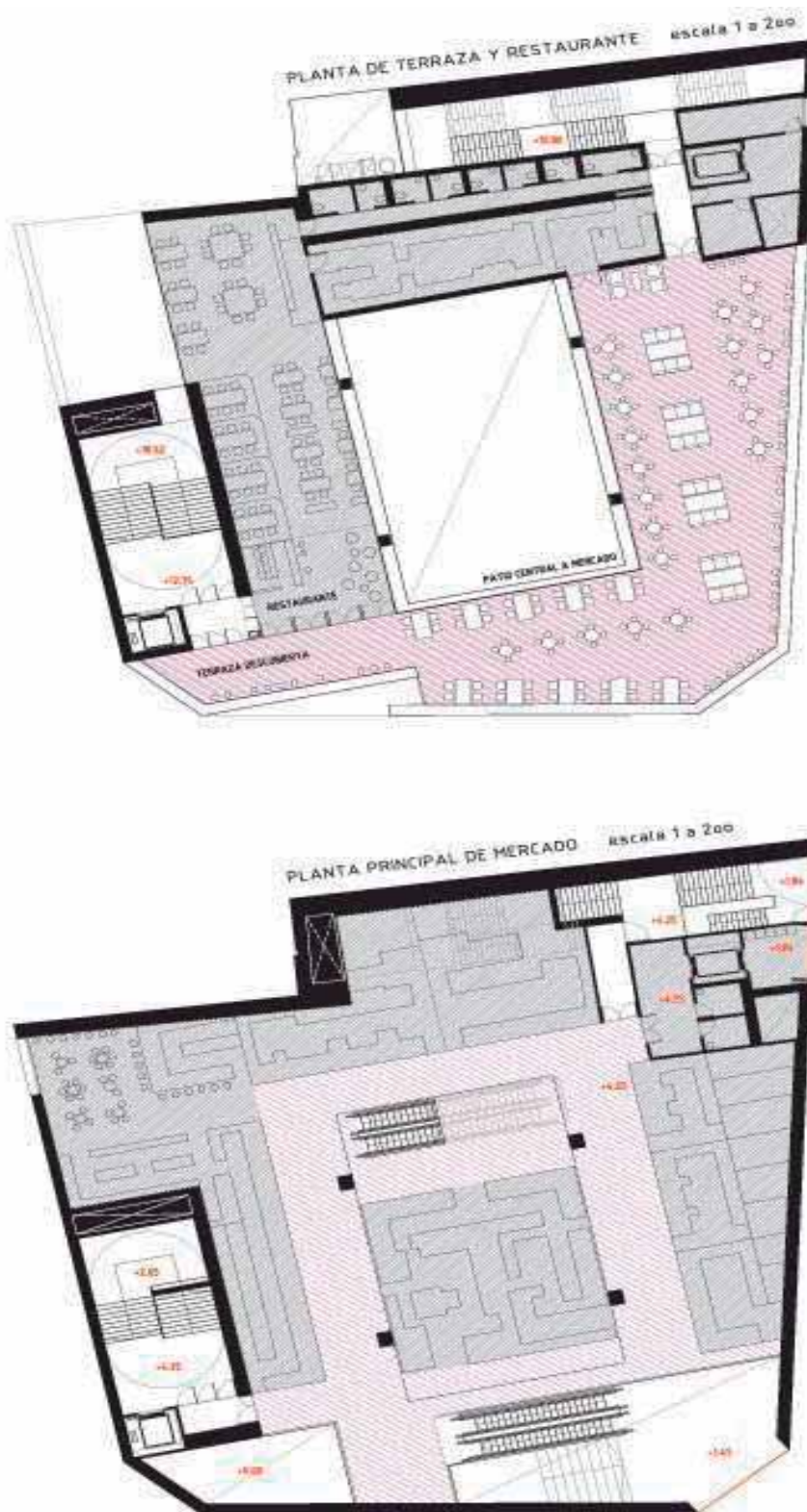


Ilustración 52 Plantas arquitectónicas: primer y tercer nivel. Fuente: Montiel Jiménez, Ana María, José María García del Monte (QVE Arquitectos), Nuevo mercado San Antón, 2011.

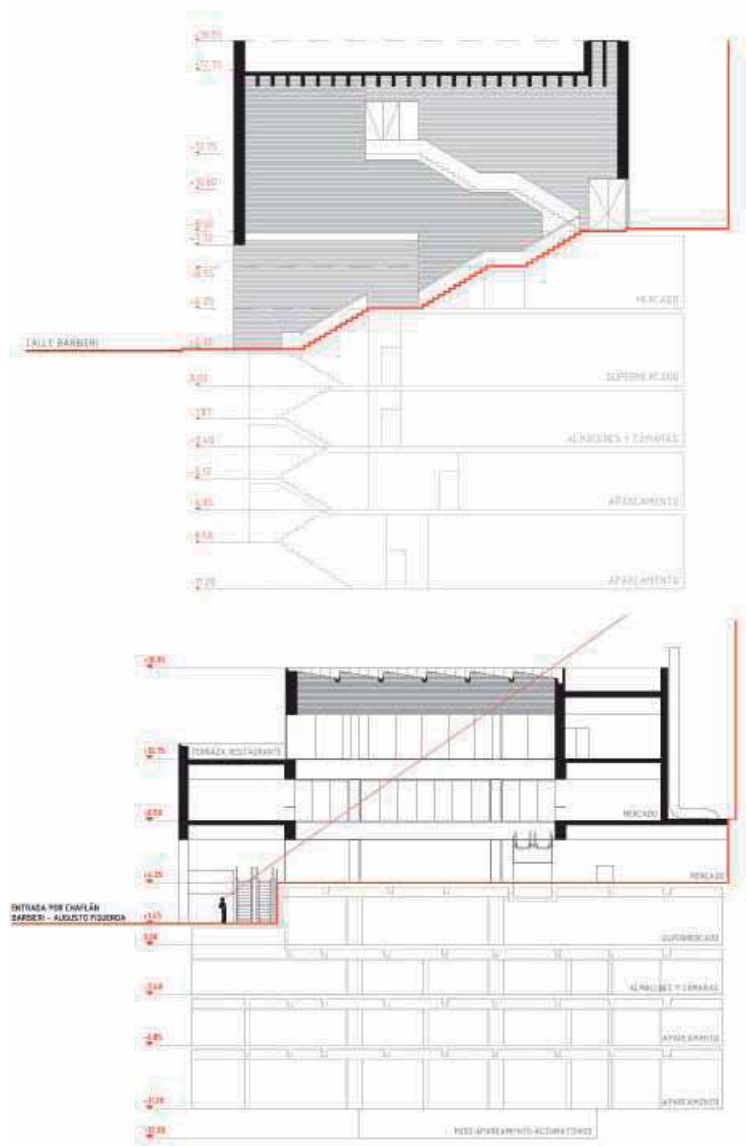


Ilustración 53 Secciones de mercado San Antón. Fuente: Montiel Jiménez, Ana María, José María García del Monte (QVE Arquitectos), Nuevo mercado San Antón, 2011.

La superficie que cubre el área de mercado es de 3 717 m² del total de la superficie lo que equivale al 50.5% de la superficie del proyecto, y la restante corresponde a las demás áreas. Debido a la forma del edificio, no se puede definir un local módulo, puesto que los locales varían en sus dimensiones.

Materialidad

La materialidad, entendida como lo la realización física mediante el uso de materiales de un concepto y fundamento teórico que da soporte y justifica un proyecto, da pauta para el enfoque que tenga la finalidad de darse al mismo diseño. En el caso que se analiza en este apartado, el concepto que se retoma es la distribución espacial de los componentes a partir de un patio central.

Para lograrlo, se propuso una estructura creada a partir de columnas de concreto que van reduciendo su sección cuando se aumenta el nivel de altura, los muros divisorios son de tabique, que representa un elemento destacado en el concepto del despacho, mediante el cual se pretende lograr un dialogo con el contexto inmediato y que responde a una tipología de la zona. El uso del material aparente y la aplicación de



Ilustración 54 Fachada norte e interior, disposición de patio central del mercado. Fuente: Montiel Jiménez, Ana María, José María García del Monte (QVE Arquitectos), Nuevo mercado San Antón, 2011.



Ilustración 55 Localización plaza de Abastos Lugo, ciudad de Lugo, España. Fuente: Google earth, edición propia

“revoco”⁷⁶, lo cual proporciona al proyecto de una singularidad en su aspecto, pero que a la vez se vincula con su contexto.

Por otro lado, las losas de entrepiso son de concreto aparente, y que no libra claros tan amplios por lo que son losas macizas de 10 cms de espesor, con tratamientos que permiten aislamientos térmicos y acústicos.

⁷⁶ Se denomina revoco, al revestimiento exterior con mezcla de mortero de cal o cemento, con el cual se logra una apariencia blanquizca en el tabique aparente.



Ilustración 56 Localización del Mercado Lugo, España. Fuente: Google earth y edición propia.

en el Norte de España, por lo que esta condición histórica es retomada por los proyectistas que buscan que esté rasgo forme parte del proyecto.

Mercado de Lugo

El mercado de Lugo se localiza en Lugo, España; el proyecto fue llevado a cabo en 2016 por el despacho de arquitectos OLAstudio y MERCASA, teniendo una superficie de 1655 m². Una de las principales ideas de los proyectistas era borrar lo añadido a la arquitectura heredada.

Circunstancia

La obra original fue proyectada por el arquitecto gales de Eloy Maquieira en 1936 ⁷⁷, en los 90 fue rehabilitado previamente. La ciudad de Lugo es una de las ciudades más importantes de la Roma Imperial

Contenido

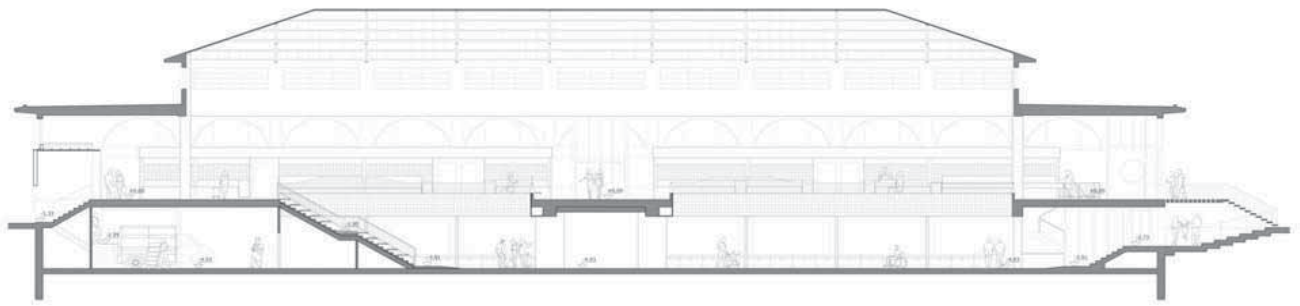
El programa con el que cuenta la rehabilitación de la plaza se divide en tres niveles, dos de los cuales están dedicados a los 81 locales comerciales, en el nivel subterráneo se localiza el estacionamiento, la importancia de liberar el espacio interior, pero que de igual manera el mercado se abra al exterior, proponiendo espacios públicos tanto en el interior como el exterior del mercado. Por otro lado, se relaja la estructura de original empleando colores frescos y cálidos, blanco, verde y dorados para generar esta atmósfera.

Además, están los giros comerciales, en lo que predomina el giro dedicado a la venta de carnes, la distribución, ordenada, permite la circulación en línea recta desde el exterior dando continuidad, permitiendo que las circulaciones exteriores, entren.

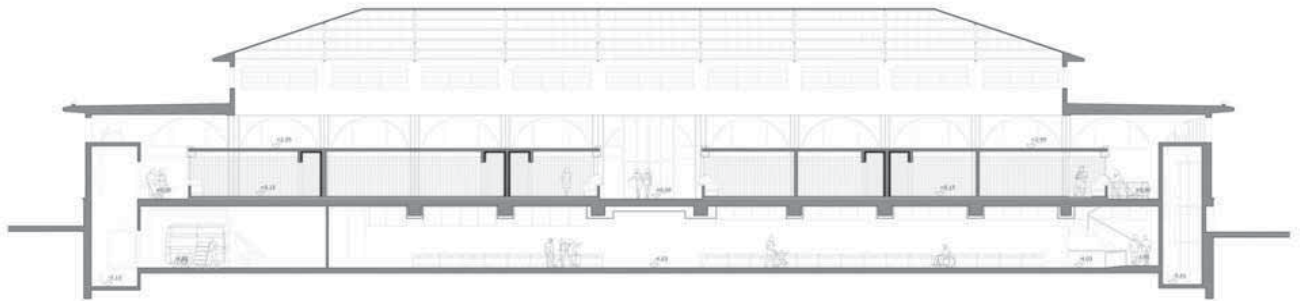
⁷⁷ "Reforma Plaza de Abastos de Lugo / OLAestudio + MERCASA"

[Reform of the Plaza de Abastos de Lugo / OLAestudio + MERCASA]

08 ago 2017. ArchDaily México. Accedido el 25 Feb 2018. <<https://www.archdaily.mx/mx/877276/reforma-plaza-de-abastos-de-lugo-olaestudio-plus-mercasa>> ISSN 0719-8914



SECCIÓN 01



SECCIÓN 02

Ilustración 57 Secciones. Fuente: <https://www.archdaily.mx/mx/877276/reforma-plaza-de-abastos-de-lugo-olaestudio-plus-mercasa/598939c9b22e38dac60001ce-reforma-plaza-de-abastos-de-lugo-olaestudio-plus-mercasa-cortes-longitudinales>

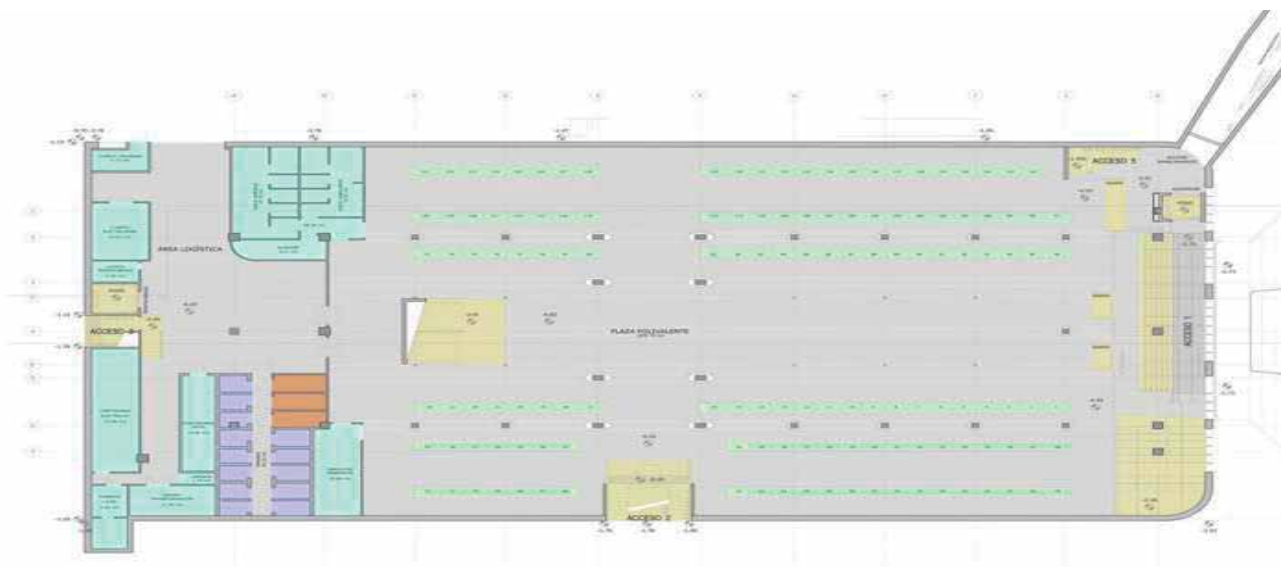


Ilustración 58 Planta arquitectónica , planta baja. Fuente: <https://www.archdaily.mx/mx/877276/reforma-plaza-de-abastos-de-lugo-olaestudio-plus-mercasa/5989393ab22e3893920003b6-reforma-plaza-de-abastos-de-lugo-olaestudio-plus-mercasa-usos-y-superficies-01>



Ilustración 59 Planta zonificación de giros comerciales. Fuente: <https://www.archdaily.mx/mx/877276/reforma-plaza-de-abastos-de-lugo-olaestudio-plus-mercasa/59893959b22e38dac60001cc-reforma-plaza-de-abastos-de-lugo-olaestudio-plus-mercasa-usos-y-superficies-02>

Materialidad

La estructura se compone de elementos de concreto propone humanizarse con la combinación de lucernarios y el uso de la madera, retomando elementos conceptuales que representen de alguna u otra manera la condición histórica de los restos del imperio romano, por lo que la aplicación de estos materiales es una constante en el pasadizo que conecta al estacionamiento subterráneo.

Por otro lado, la cubierta se conforma por una estructura de madera que da soporte a los paneles de igual modo, de madera pintada de colores que brindan calidez al interior, por el exterior, la cubierta es tratada con grava de colores, gesto con el cual se pretende integrar en el contexto inmediato, con cubiertas grises.



Ilustración 60 Interior y fachada de la plaza de mercado. Fuente: <https://www.archdaily.mx/mx/877276/reforma-plaza-de-abastos-de-lugo-olaestudio-plus-mercasa/59893ae7b22e3893920003be-reforma-plaza-de-abastos-de-lugo-olaestudio-plus-mercasa-foto>

High Line

High line era una línea férrea en estado de abandono, se localiza en el barrio de Chelsea, al sudoeste de Manhattan. El rescate de la historia de una estructura y la necesidad de crear espacios públicos en una ciudad como Nueva York permitieron crear unos de los sitios icónicos para los ciudadanos de la gran urbe. El proyecto estuvo a cargo del arquitecto paisajista James Corner, y el estudio de arquitectura Diller Scofidio+Renfro.

Circunstancia

La línea férrea fue inaugurada en 1934, se utilizó principalmente en los sesenta, culminando con un recorrido en 1980. En las primeras dos décadas que se encontraba en desuso, Peter Obletz ⁷⁸, adquirió la estructura con la finalidad de ponerla en uso nuevamente, sin embargo, debido a cuestiones legales no se logró. Sin embargo, fue hasta 1999 cuando dos vecinos de la línea Joshua David y Robert Hammond descubrieron que el gobierno municipal

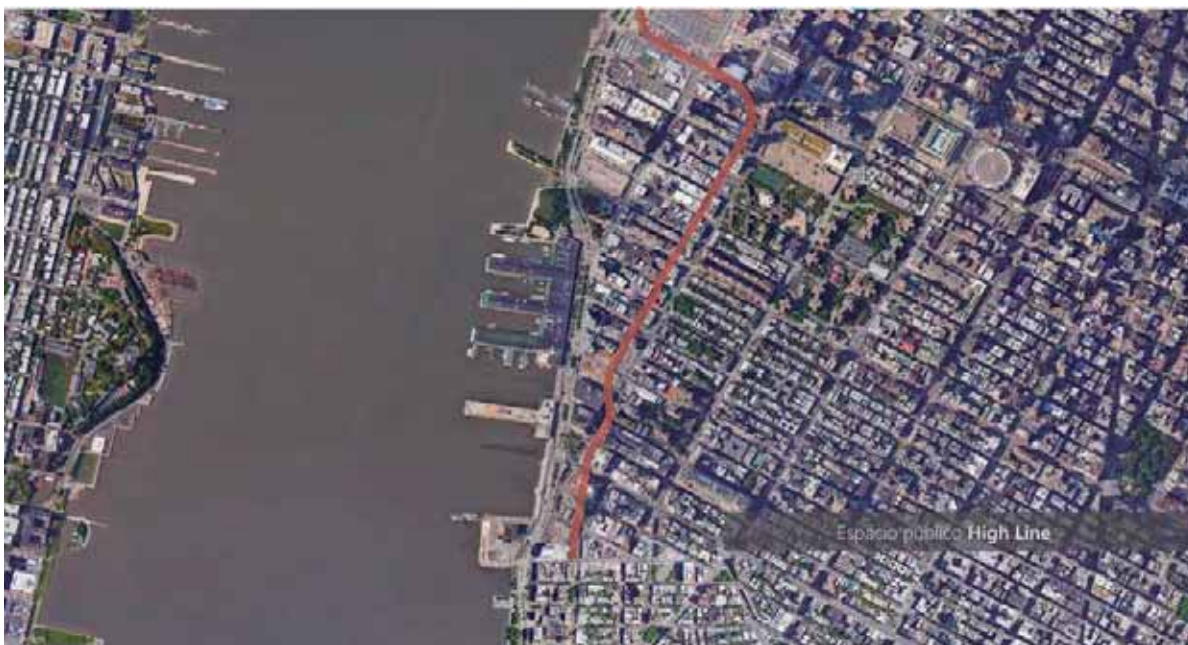


Ilustración 61 Localización del parque High Line, en Nueva York. Fuente: Google Earth y edición propia.

pretendía demoler la estructura, por lo que juntos iniciaron todo un movimiento con la finalidad de rescatarla conocido como “Amigos de la High Line”, con lo que al poco tiempo descubrieron el amplio potencial de su transformación en un nuevo espacio públicos para los neoyorquinos. Para ello, lanzaron una convocatoria para presentar proyectos sobre el

⁷⁸ Goldberger, Paul, “Milagro sobre Manhattan, la High Line de Nueva York”, National Geographic España, 30 de noviembre de 2016, 25/02/2018, disponible en línea < http://www.nationalgeographic.com.es/viajes/grandes-reportajes/milagro-sobre-manchattan-high-line-nueva-york_4149/7 >

futuro de la High Line, en 2003, obteniendo gratas respuestas, y en donde se eligió al equipo ganador.

Contenido

El espacio público que se construye sobre las líneas, es un parque elevado, dividido en variados tramos en donde brevemente se convierte en túnel, después se abre hacia la gran ciudad y el río Hudson, sobre la Décima Avenida, este trayecto se convierte en un anfiteatro suspendido, creando un espacio en donde los visitantes pueden sentarse a contemplar el tránsito vehicular.

Al realizarse esta sucesión de rutas, en algunos tramos se cierra el trayecto para estar flanqueadas por muros de los grandes edificios por lo que la vegetación tomó un papel relevante para evitar que se convirtiera en un trayecto sobre un pasillo cerrado. El programa se compone además por un paso elevado, áreas de descanso con asientos que permitan observar su ciudad.

Materialidad

El proyecto se adapta a las condiciones preexistentes, es decir, respeta la estructura de acero con la que estaba construida la línea férrea, sin embargo, en algunos tramos de la línea se ocultan las vías para convertirlas en andadores peatonales de madera y pavimentos, también empleada en el mobiliario, en otras secciones permanecen, llenándose de vegetación, contrastando su condición actual de parque.

La vegetación resulta ser un punto estratégico para la permanencia de la identidad del high line, empleando hierbas altas y juncos, que evocan las flores silvestres y hierbas que crecían de manera natural en la estructura abandonada.



Ilustración 62 Vías ferreas antes y después del proyecto. Fuente: <http://pelloverton.com/designing-the-high-line/>, <https://www.archdaily.mx/mx/627605/recorre-el-inaugurado-high-line-nueva-york-en-33-fotografias-de-iwan-baan>



Plaza Israel

La Plaza de Israel, se localiza en Dinamarca, proyectada por el despacho de COBE, Sweco Architects, contando con una superficie de 12 500 m². El proyecto fue encargado por el gobierno de la ciudad de Copenhague, llevándose a cabo en 2014, con los requerimientos de crear una plaza urbana con estacionamiento subterráneo.

Circunstancia

La plaza Israel ha pasado por diversas etapas a lo largo de su historia, reflejando la transformación misma de la ciudad de Copenhague. Se localiza en donde una vez terminaba el anillo de fortificaciones de la ciudad, lo que a medida que la ciudad se

expandía la convirtió en una plaza de mercado hasta 1950, donde después de ello se transformó en un estacionamiento. La plaza representa un elemento de transición entre la ciudad y el parque con el que colinda.

Contenido

La superficie se convierte un gran patio urbano ⁷⁹ en donde pueden desarrollarse diversas actividades. Dentro de la plaza se considera crear un espacio flexible que permitan a las personas utilizar el espacio como ellos así lo elijan, con actividades culturales, de ocio, y eventos culturales. La plaza se convierte en un espacio que celebra el significado y la historia del sitio.

También se proponen espacios de asiento debajo de las copas de los árboles, se crean oasis verdes y áreas bajas de formas redondas en donde se puedan realizar eventos deportivos



Ilustración 63 Localización de la plaza Israel, Dinamarca.

Fuente: <https://www.archdaily.mx/mx/881928/plaza-israel-plads-cobe/59c9fc42b22e38749c0000c8-israels-plads-square-cobe-photo>

⁷⁹ "Plaza Israel Plads / Sweco Architects + COBE" [Israels Plads Square / Sweco Architects + COBE] 23 oct 2017. ArchDaily México. (Trad. Caballero, Pilar) Accedido el 25 Feb 2018. <<https://www.archdaily.mx/mx/881928/plaza-israel-plads-cobe>> ISSN 0719-8914

Materialidad

Para su construcción se plantea el uso de concreto debido a la flexibilidad que brinda para dar textura a las variedades de pavimentos que se proponen, además de su bajo mantenimiento y su adaptabilidad a espacios exteriores.

En síntesis, los casos de estudio sobre la

rehabilitación de espacios, brindan la oportunidad de identificar de una manera incluso, más precisa que con el proyecto inicial las particularidades del sitio en donde se realizará el proyecto, logrando retomar estas características del lugar y convertirlas en parte de la propuesta, independientemente de



Ilustración 64 Planta de la plaza. Fuente: <https://www.archdaily.mx/mx/881928/plaza-israel-plads-cobe/59c9fc50b22e38ca7c000128-israels-plads-square-cobe-photo>



[MERCADO LA ASUNCIÓN: PROYECTO DE REHABILITACIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL HERMANOS FLORES MAGÓN]

EN LA TENENCIA DE SANTA MARÍA DE GUIDO, MORELIA, MICHOACÁN



Ilustración 65 Materialidad a base de concreto. Fuente: <https://www.archdaily.mx/mx/881928/plaza-israel-plads-cobe/59c9fc88b22e38ca7c00012b-israels-plads-square-cobe-photo>

las tipologías del edificio que se intervendrá.

En el caso de la rehabilitación de edificios de mercado, resulta importante, retomar la relevancia del mercado en las comunidades en donde se localizan, la importancia va más allá de las características del mismo edificio, tiene que ver con la manera en que se hace ciudad dentro de estos inmuebles.

Por otro lado, el espacio público, se ha visto retomado en los últimos años, por lo que es un tema relativamente nuevo, en donde a partir de entender al espacio público como fundamental elemento articulador de ciudades, queda clara la importante situación del mismo para las personas que viven en las ciudades. Con la revisión del caso de High Line, se denota el impacto que tuvo en un barrio neoyorquino que necesitaba un espacio

en donde hacer comunidad y que identificará en este sentido a la ciudad. Lo que da pauta el nivel de impacto que el proyecto que se proponga tendría de desarrollarse correctamente, con las implicaciones de escala de la comunidad donde se sitúa la propuesta.

Con base en el análisis realizado, se retomarán algunos elementos que aporten cualidades al proyecto que lo conviertan en un lugar que ofrezca a las personas la calidad de espacio público que merece, transformando y erradicando la condición actual de abandono y desuso.

Análisis del perfil de usuario

El análisis del perfil psicográfico surge de conceptos empleados en estrategias de marketing que son impulsadas por el cliente potencial sobre algún producto en específico, para conocer las diferentes necesidades, características y comportamientos que tienen los grandes grupos que se analizan. Estas estrategias establecen una segmentación del mercado de consumo, para las cuales se establecen variables de segmentación que son geográficas, demográficas, psicográficas y conductuales. En el tema a tratar en este apartado, nos atañe el análisis del perfil psicográfico, pero dirigido al concepto establecido en sociología, el cual se logra a través de elementos tales como el estilo de vida, la personalidad,⁸⁰ intereses, inquietudes, opiniones, valores, etc. Es decir, se describen la característica y las respuestas de un individuo ante su medio⁸¹, para realizar el análisis en este caso de estudio, lo dividiremos en tres puntos de referencia. El estilo de vida, que se puede definir con los bienes que consume el usuario; la personalidad son los rasgos y características que definen la conducta⁸², y por último los valores, que se definen como las convicciones de los usuarios.

De igual manera, los usuarios se identifican en dos grandes grupos según las actividades que realiza cada uno de ellos, esto son: los consumidores y los vendedores, estos últimos se subdividen en los locatarios y los oferentes, estos grupos poseen características, como no tener distinción de género y edad, lo que comprende variables demográficas y de conducta sobre la frecuencia en la cual ofertan sus productos a la comunidad.

Sin embargo, se pueden definir a partir de términos que agrupan a los usuarios de manera más específica. Por un lado, se encuentran las amas de casa de ingresos medio-bajos y medio-altos, caracterizadas por la búsqueda de productos saludables para su familia, a precios accesibles y de buena calidad; vendedores locales los cuales son personas adultas entre 20 y 70 años de edad que desarrollan la actividad comercial como su única fuente de ingreso, derivando de ello su importancia en el mercado. También se encuentra dirigido a jóvenes millennials en búsqueda de retomar tradiciones, preocupados por experimentar⁸³ el proceso de consumo fuera de las grandes cadenas de supermercados, buscando atención más cercana

⁸⁰ Kotler, Philip y Gary Armstrong, Fundamentos de marketing, Pearson Educación, México, 2013, decimoprimer edición, pp.164-170.

⁸¹ Klainer, Vanessa, Segmentación Psicográfica, conocer al consumidor, Estudios Cualitativos, Análisis Marketing, Licenciatura en Administración, Universidad ITAM, p.3.

⁸² Ídem.

⁸³ José C. Soto, "Los Millennials, intereses y hábitos de consumo", públicos, Social Media, 8 de diciembre de 2015, [15/10/15], en línea: <http://www.jcarlossoto.com/2015/12/08/los-millennials-intereses-y-habitos-de-consumo/>

a las personas y una vida más saludable.

Otro grupo al cual está dirigido el proyecto son los microempresarios locales que busca el crecimiento de su negocio retomando los conceptos más tradicionales de la cultura mexicana, el mercado o tianguis, reinterpretando estos conceptos de una manera acorde a su temporalidad, siendo en su mayoría adultos jóvenes que buscan autoemplearse.



Ilustración 66 Señor Rodolfo Guzmán Calderón, presidente de la asociación civil Guadalupe Salto de comerciantes del mercado municipal de Santa María.



Ilustración 67 Usuarios: microempresarios locales. Fuente: <https://konfio.mx/img/main/disenadora.jpg>, <http://www.edomexaldia.com.mx/wp-content/uploads/2016/05/crearan.jpg> [15/10/17]

Así pues, también podemos encontrar los grupos tradicionales de comerciantes, los cuales son productores de su mercancía y que buscan ofrecer productos de buena calidad a sus clientes, estos comerciantes, en su mayoría son grupos vulnerables económica y socialmente, se compone desde

[**MERCADO LA ASUNCIÓN:** PROYECTO DE **REHABILITACIÓN** DEL MERCADO MUNICIPAL HERMANOS FLORES MAGÓN]

EN LA TENENCIA DE SANTA MARÍA DE GUIDO, MORELIA, MICHOACÁN



Ilustración 68 Usuarios del tianguis: amas de casa y jefes/jefas de familia. Fuente: Elaboración propia

adultos mayores hasta pequeños que acuden a prestar su servicio para obtener un recurso o para ayudar a sus familias que asisten al tianguis.

En síntesis, la dinámica comercial del tianguis y el mercado, da pie a identificar los diferentes grupos de personas a los que está dirigido el proyecto, considerando a los usuarios tradicionales, pero también proponiendo dinamizar este grupo de personas incluyendo rangos de grupos de edades más amplios, lo que permita proveer de flexibilidad a los mecanismos económicos de la zona, que es altamente comercial, pero de productos de la canasta básica, logrando insertar un grupo comercial dirigido a la venta de productos y servicios dedicados a la recreación y esparcimiento de la comunidad.

Análisis programático

A continuación, se presenta el resultado del análisis de los casos de estudio anteriormente mencionados en este apartado, y que fundamentan la construcción del programa arquitectónico. Además de esto, se presenta el análisis del programa actual, tanto del mercado como del tianguis.

Primeramente, se retoma el contenido que se presenta en el caso del mercado San Antón, donde el mercado se distribuye en tres zonas, en la primera se localizan locales con giros comerciales indispensables para el barrio, dedicados a productos del día a día, en la segunda planta se localizan comercios y un espacio destinado a una galería de arte, la último nivel se conforma por restaurantes y terrazas. El programa también se construye a partir de las características particulares del lugar, en donde inicialmente se retoman los elementos característicos de la zona sur de Morelia, tales como los miradores debido a su condición topográfica, así como permitir el desarrollo de eventos gastronómicos y actividades culturales de la comunidad, como lo son la feria del mole.

La construcción del contenido sugiere retomar aspectos que identifican a la comunidad respecto al resto de la ciudad, como lo son las escalinatas, reconociéndolas como un elemento que vincula dos relatos, dos puntos diferenciados por su calidad urbana y rural; de igual manera, se retoma la condición del lugar como mirador hacia el resto de la ciudad. En otro sentido, conservar la composición en la zonificación de los espacios preexistentes resulta imprescindible, permitiendo que el inmueble permanezca en la memoria de la comunidad.

EL inmueble del mercado municipal, se encuentra en abandono, pero actualmente 8 de los 45 locales se encuentran en uso, tres de los cuales son atendidos por el presidente de la asociación civil a cargo del mercado.

A continuación se presentan los usos actuales del mercado y el tianguis, así como las superficies requeridas:

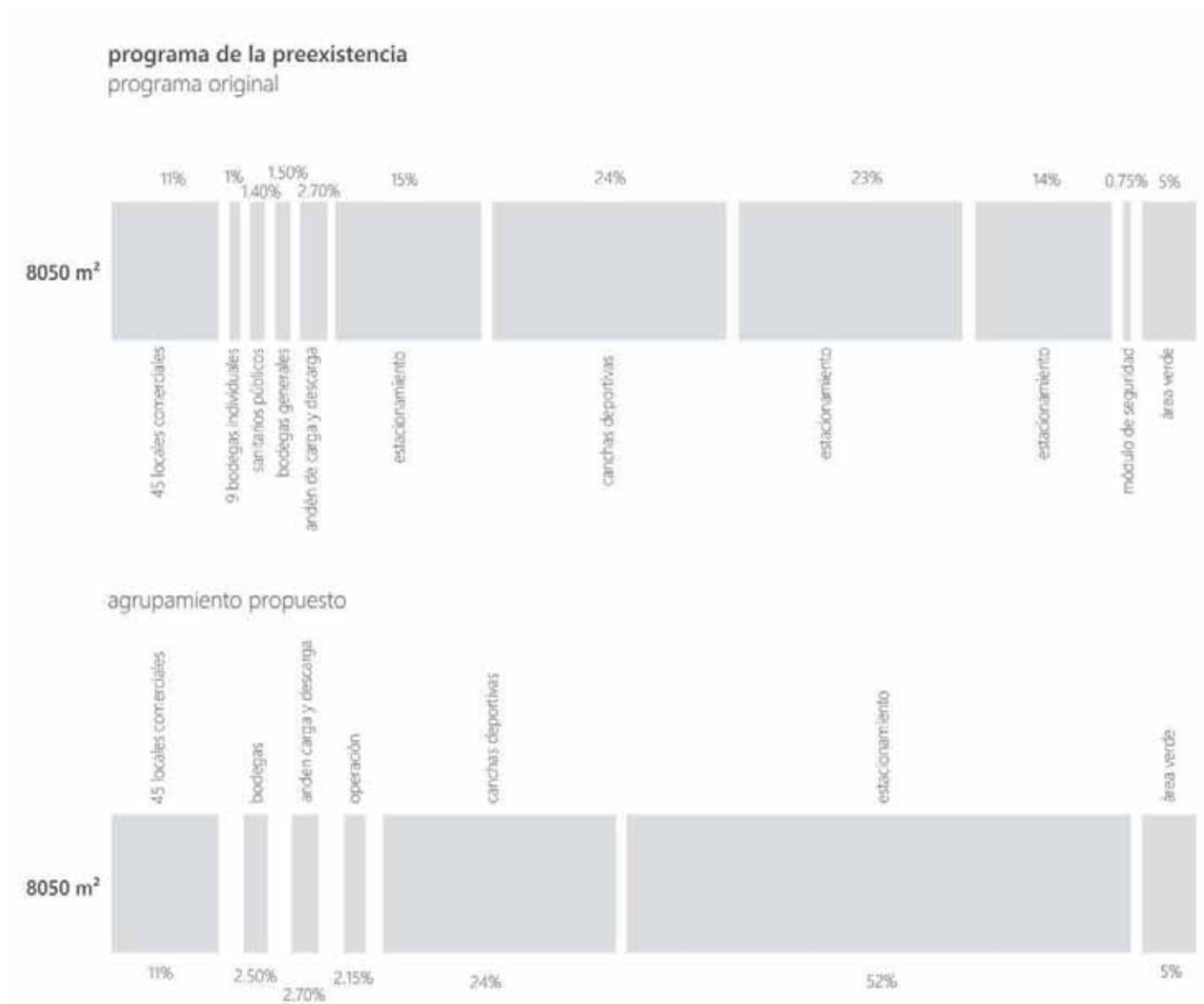


Ilustración 69 Análisis de programa arquitectónico actual. Fuente: elaboración propia.

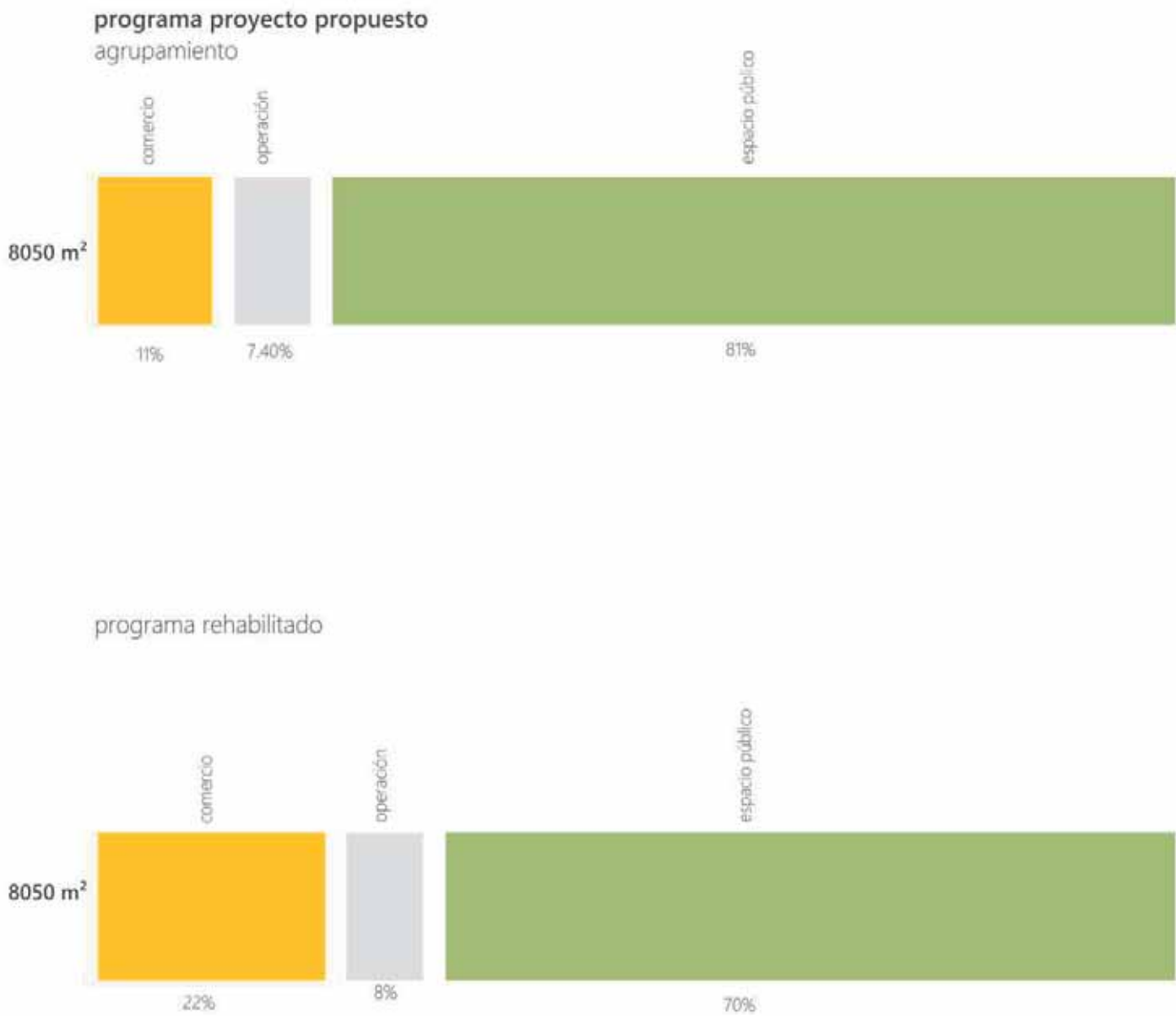


Ilustración 70 Análisis de programa arquitectónico rehabilitado propuesto. Fuente: elaboración propia.



Ilustración 71 Análisis de uso y tiempo: Mercado. Fuente: elaboración propia.

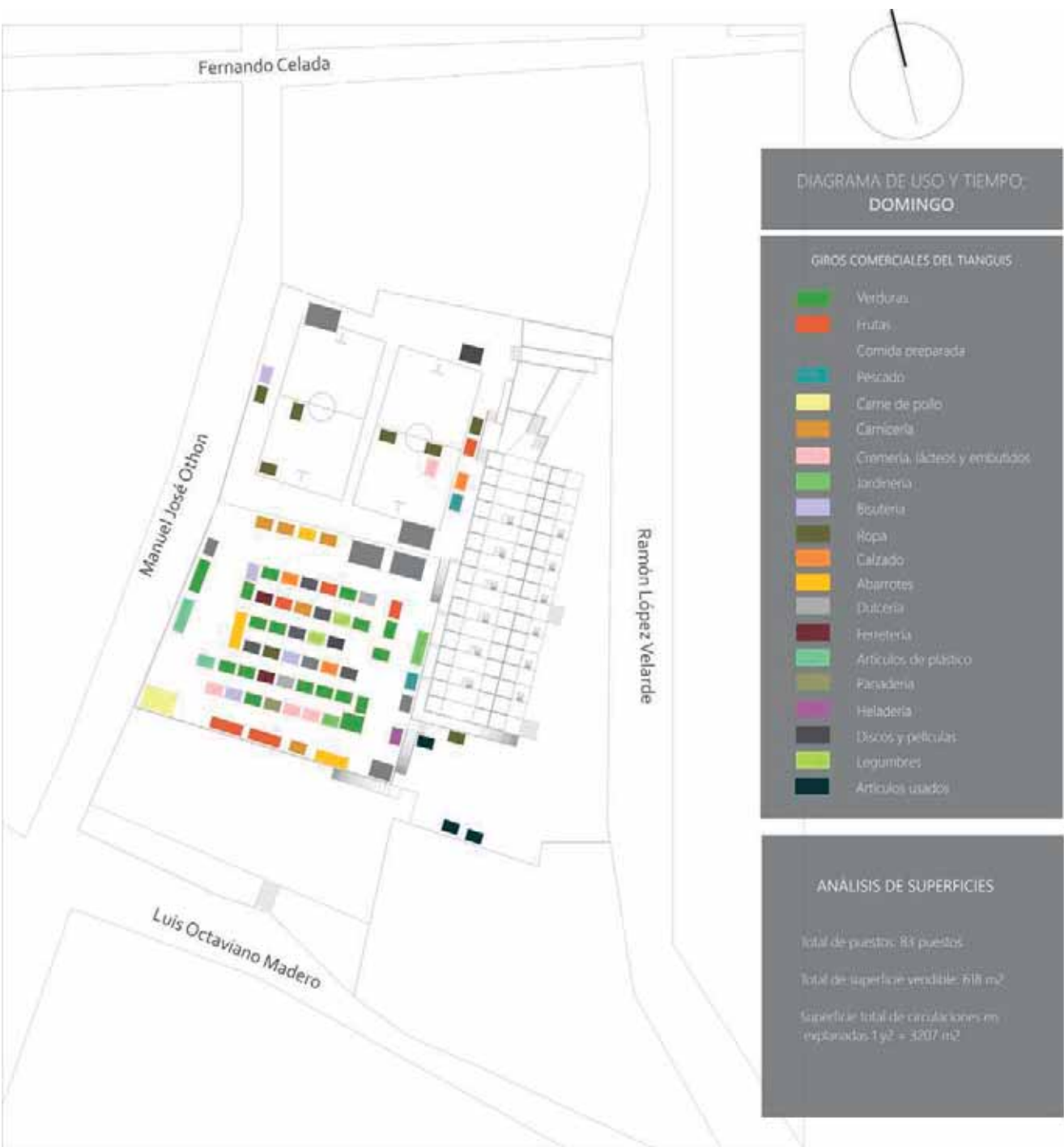


Ilustración 72 Análisis de uso y tiempo: Domingo. Fuente: elaboración propia.

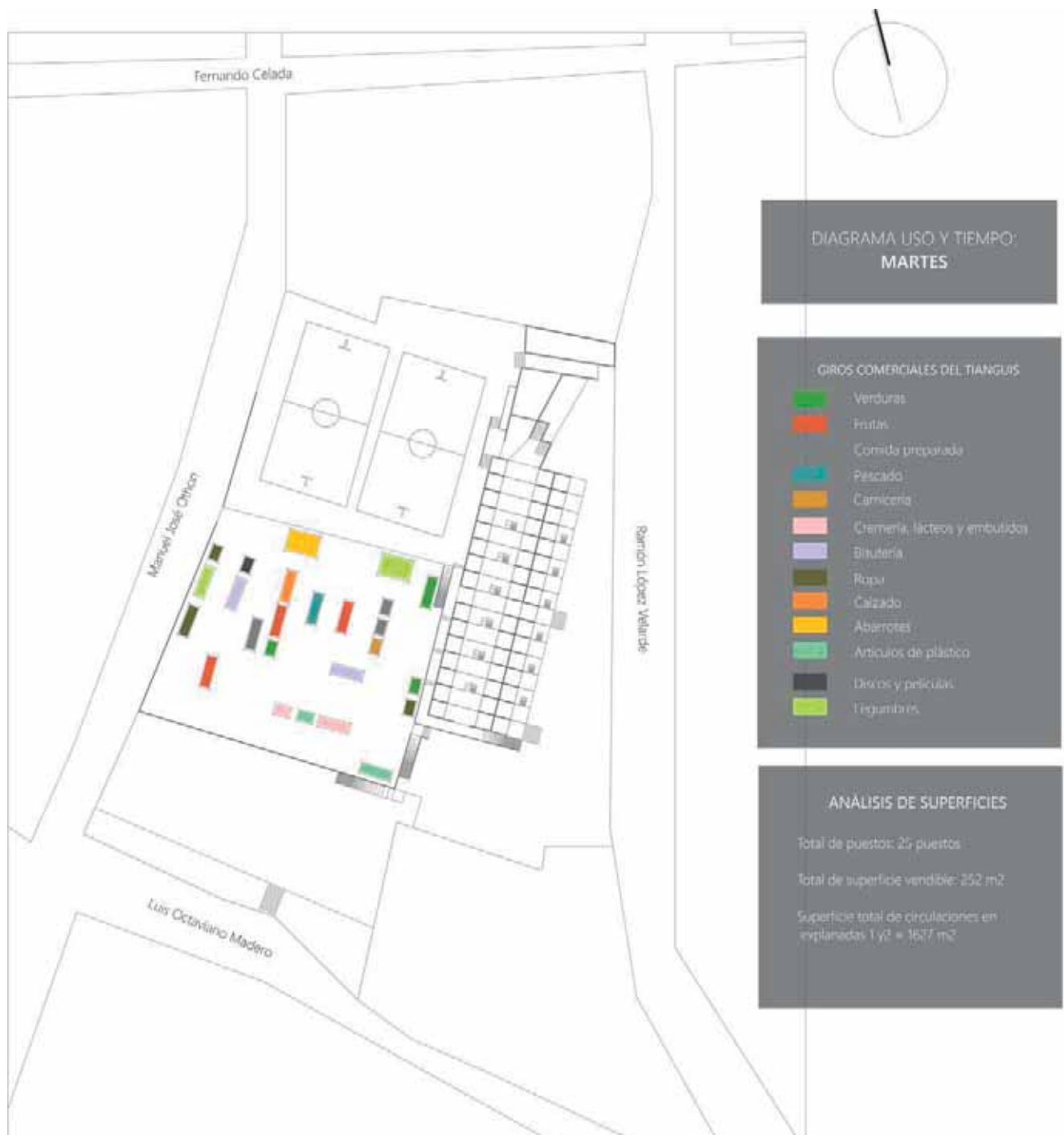


Ilustración 73 Análisis de uso y tiempo: Martes. Fuente: elaboración propia.

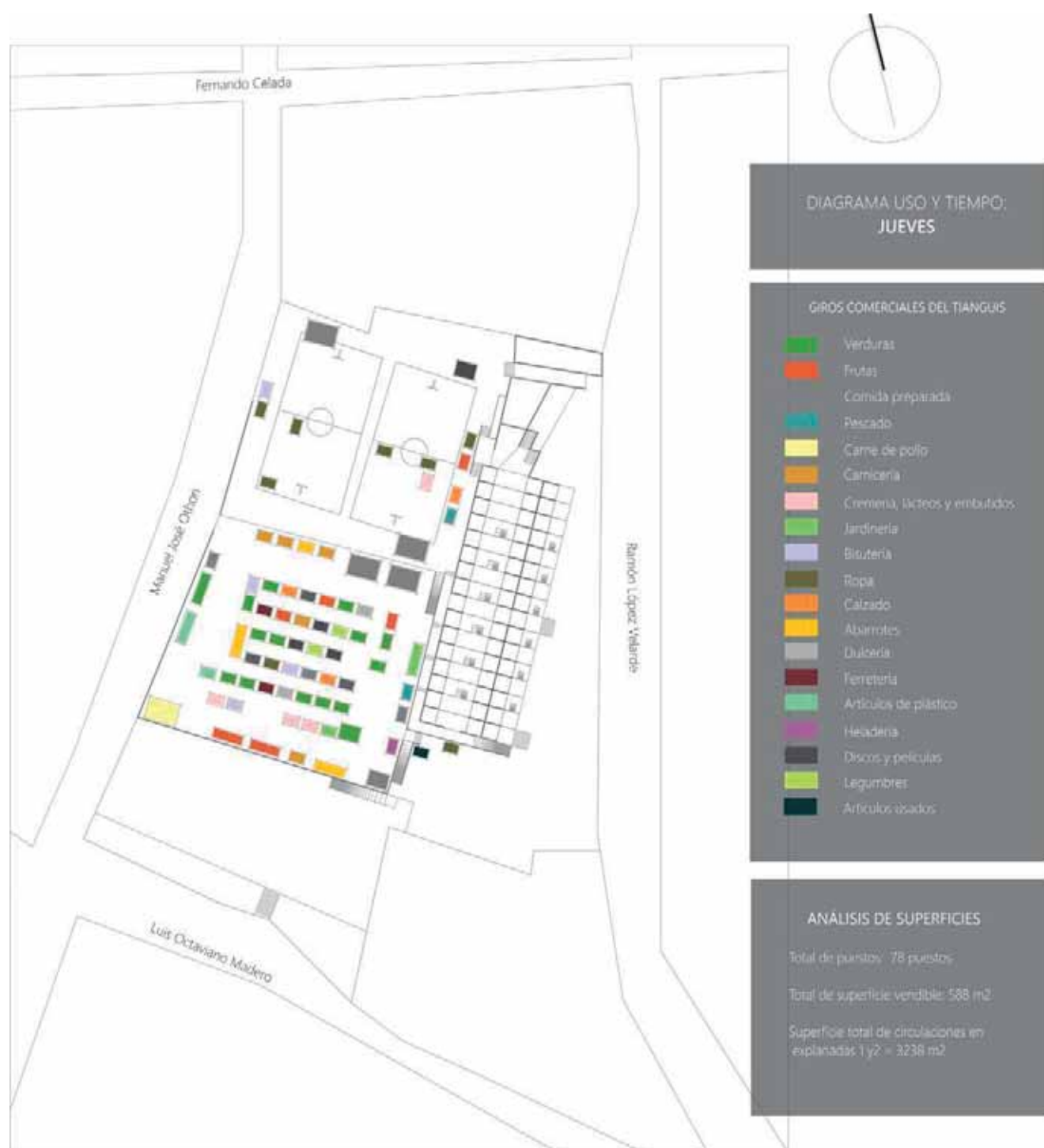


Ilustración 74 Análisis de uso y tiempo: Jueves. Fuente: elaboración propia.

Análisis diagramático

A partir de identificar las dos grandes zona que construyen el programa arquitectónico, que son el espacio público y el mercado, se deben plantear estrategias que permitan vincular ambas zonas y crear unidad entre ambos, con la finalidad de que ambas zonas funcionen en conjunto, partiendo de la idea de que uno permite la existencia del otro.



Ilustración 62 Conceptos para rehabilitación del mercado municipal. Fuente: elaboración propia.

definidas y se plantea una propuesta de los posibles niveles en el que se encontrarán cada uno de los espacios que permiten el desarrollo de estas acciones, (ver ilustración 63)

Para el espacio público, se reconoce la necesidad de conectar los tres niveles de explanadas que se tienen actualmente para que funciones conjuntamente, y no de manera aislada como se plantea en la solución actual, logrando una conexión visual entre los elementos que componen el programa del espacio público que permita una transición más directa y amable para las personas.

Para el programa del mercado, se plantea un recorrido en el interior que permita al usuario comerciante y consumidor acceder de manera sencilla a los diferentes espacios, favoreciendo las circulaciones interiores y exteriores que permitan a las personas caminar dentro y fuera del mercado.

Las tres líneas de acción están claramente

Para proponer la intervención al programa actual, se establecen tres líneas de acciones a proponer. La línea de comercio está dirigida hacia los locales y puestos comerciales, permanentes y temporales. Para ello, se propone un programa fijo que contenga los locales comerciales presentes en el estado actual, es decir 45, esto responde a los parámetros establecidos por la normativa de

SEDESOL, con el cual se define este número de locales identificado con un nivel de servicio medio y que cubre a la población localizada en el radio de atención del mercado. Para realizar el análisis de superficie por local, se establece un parámetro por unidad básica de diseño, es decir, un parámetro por local de 18 m², con lo que se obtiene un total de 810 m², representando un 10 % de la superficie total del terreno.

Para el tianguis, se siguen los mismos criterios para la elección del nivel de atención medio, para

90 puestos, considerando el parámetro de la unidad básica de 10.5 m², con lo que resulta una superficie de 945 m², lo que representa un 11.74%. Para el estacionamiento, se toma el parámetro de 30 m² por cajón, es decir 27 cajones, como mínimo, con lo cual se obtuvo la superficie total de 810 m².

Se establecen los conceptos que permitan determinar los componentes arquitectónicos que habrán de representar cada uno de ellos. Se establecen tres líneas que dirijan el enfoque del proyecto de mercado público con base en el análisis de los casos de estudio, son: comercio, espacio público y cultura.

Programa arquitectónico

45 locales comerciales de 18 m ²	810 m ²
90 puestos 10.5 m ²	945 m ²
27 cajones de estacionamiento.....	810 m ²
Plaza de vinculación	1354 m ²
Plaza pública	2203 m ²
Anfiteatro (capacidad 210 personas)	897 m ²
Áreas verdes.....	605 m ²
Área de recreo	559 m ²
Administración	519 m ²

La línea de espacio público, al igual que la de comercio, se construye a partir de los casos de estudio, para ello se retoman elementos de ambos, el High line y la Plaza Israel, con la finalidad de obtener elementos arquitectónicos que permitan establecer un vínculo entre la comunidad, la preexistencia y su uso actual, permitiendo transformar su condición

actual. Como resultado de análisis se proponen: un anfiteatro y plazas públicas que diversifiquen su uso, permitiendo flexibilidad en el uso del espacio, pudiendo albergar actividades culturales y comerciales realizadas en la comunidad.

El programa que se propone, corresponde a los requerimientos del lugar, se busca responder a las características culturales y a las dinámicas sociales que tienen lugar en la comunidad. Así pues, el programa se convierte en una estrategia que permita la vinculación con el pueblo, dando paso a la realización de las actividades tradicionales prevalecen hasta ahora en Santa María.

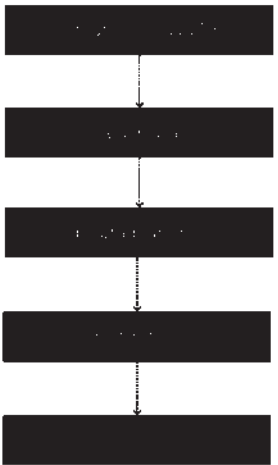
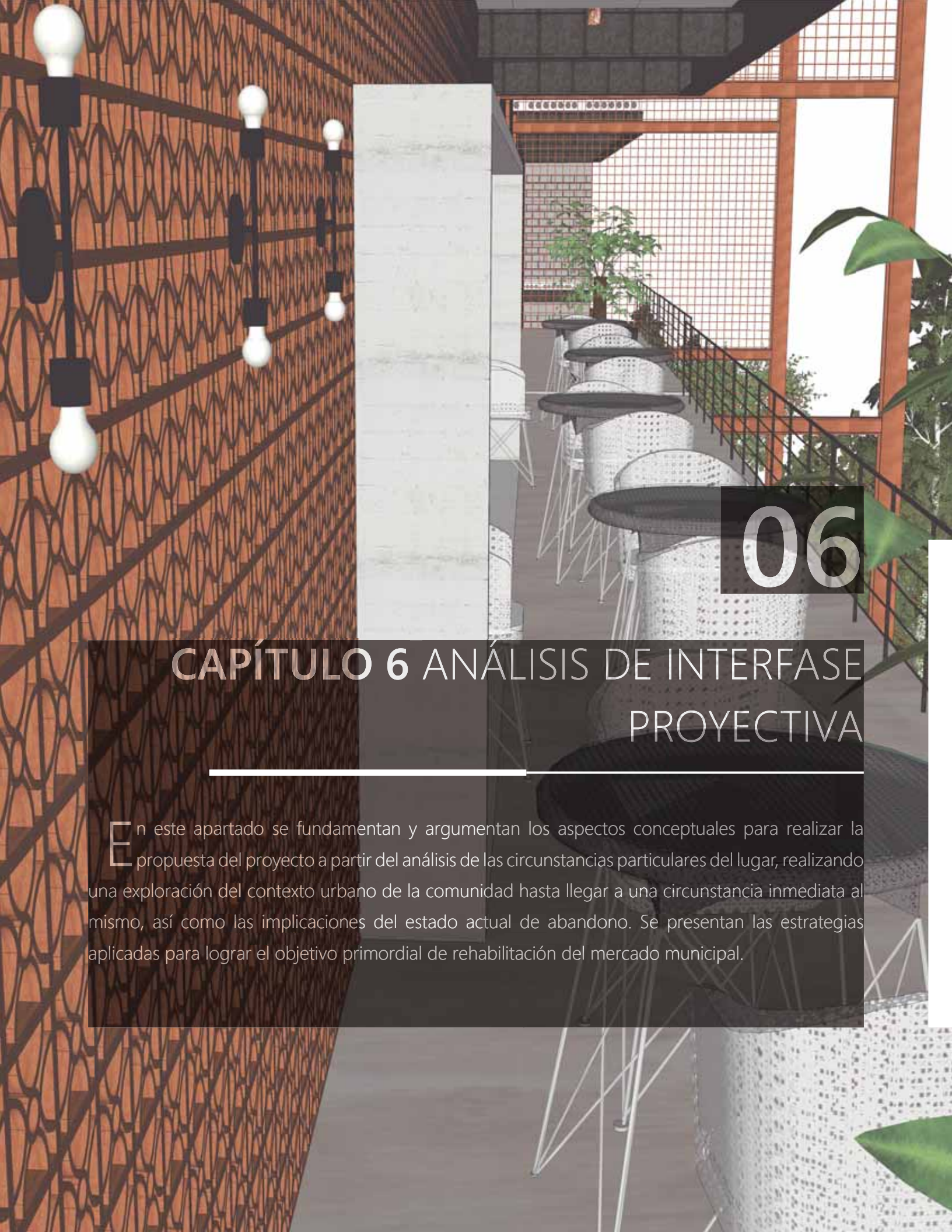


Ilustración 75 Diagrama de programa de mercado y espacio público. Fuente: elaboración propia.



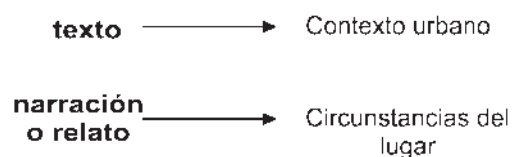
06

CAPÍTULO 6 ANÁLISIS DE INTERFASE PROYECTIVA

En este apartado se fundamentan y argumentan los aspectos conceptuales para realizar la propuesta del proyecto a partir del análisis de las circunstancias particulares del lugar, realizando una exploración del contexto urbano de la comunidad hasta llegar a una circunstancia inmediata al mismo, así como las implicaciones del estado actual de abandono. Se presentan las estrategias aplicadas para lograr el objetivo primordial de rehabilitación del mercado municipal.

Argumentación de proyecto y estrategias de diseño

Deconstruir se define según la RAE, como deshacer analíticamente los elementos que constituyen una estructura conceptual. Por otro lado, el deconstructivismo, es un movimiento filosófico, impulsado por Jacques Derrida, el cual se fundamenta en la idea de mostrar los múltiples estratos de sentido en que trabaja el lenguaje escrito de un texto ⁸⁴. Es a partir de esta filosofía que se realiza una lectura del contexto urbano inmediato al lugar en donde se emplaza el mercado, identificando los gradientes que coexisten en él, así como los puntos coincidentes de los que debe responder la propuesta. Se realiza la siguiente analogía:



La circunstancia del lugar de pauta a identificar las partes esenciales de una narración en las circunstancias que contiene el estado actual del sitio, es decir, “ubicándolo dentro de un lugar y un ambiente específicos: mundo ficticio y las relaciones espacio-temporales.” Por un lado, el mundo ficticio, se refiere a una realidad alterada por el autor, y que tiene la finalidad de sumergir al lector en su imaginario, construyendo emociones en quien lo lee. Las relaciones espacio-temporales, permiten al lector establecer un orden cronológico de la historia contada, el espacio da oportunidad al lector de crear escenarios en los que se lleva a cabo la narración, y se conforma por tres elementos:

El **lugar**, o escenarios en donde ocurre la acción de la narración.

El **espacio**, lugar abierto o cerrado en donde se mueven los personajes, e influyen de manera decisiva en ellos.

El **tiempo**, es el momento en el cual transcurre la narración de manera progresiva.

A partir de la definición de estos elementos realizan las analogías siguientes, para a partir de ellas construir el discurso narrativo del proyecto:

⁸⁴ Méndez Landa, Francisco Javier, Paquete de Lecturas de la optativa Filosofía de la Posmodernidad, Facultad de Arquitectura, UMSNH, septiembre 2016, p. 24.

Analogías narración-circunstancia

Mundo ficticio → Contexto urbano del pueblo (atmósfera de comunidad)

Relaciones espacio-temporales

Lugar	→	Mercado y espacio público
Espacio	→	Mercado (cerrado) y tianguis (abierto)
Tiempo	→	Mercado (fijo-permanente) y tianguis (temporal o esporádico)

Mediante estas analogías, resulta un relato acerca de una historia que evoca al pasado, el presente y el futuro. Las circunstancias de uso y abandono actual, son las condicionantes temporales y espaciales. El programa se convierte en el interlocutor de estas condicionantes de temporalidad, espacialidad e identidad de la comunidad, materializando los pasajes históricos que caracterizan a la comunidad. El abandono que caracteriza el mercado, lo convierte en un edificio que identifica, se convierte en una remembranza al pasado de las personas que crecieron a su alrededor, por lo que su permanencia es fundamental, su rehabilitación, adaptación y transformación imprescindibles. La comunidad es históricamente reconocida por su ubicación en la zona alta, topográficamente hablando, de la ciudad de Morelia, lo que permite apreciar su extensión, reconocer sus partes y contemplar su crecimiento; sin embargo, mirar hacia una realidad diferente, una evolución y crecimiento de la propia comunidad haciendo una retrospectiva de la situación que vive, permitir verse a través de los cambios y

transformaciones erigiendo un escenario hacia lo cotidiano, hacia sus personas, convirtiéndolos en los narradores.

En base a los argumentos conceptuales expuestos anteriormente, se establecen los ejes de acción que permitan lograr el desarrollo de los objetivos del proyecto estos, son los siguientes:

- La regeneración urbana
- La sostenibilidad [ambiental y económica; el empleo]

La regeneración se logrará mediante la consideración de los siguientes puntos:

- Replanteo del espacio público
- Conexión del mercado a manera de recorrido con los lugares que pertenecen al imaginario del pueblo
- Acceso a nivel de calle
- Conformar una secuencia de espacios públicos

La sostenibilidad ambiental se establece determinando los aspectos siguientes:

- Optimización de los recursos naturales: luz y ventilación natural
- Optimización de los espacios urbanos y arquitectónicos

En síntesis, estableciendo estos parámetros, se establecen argumentos conceptuales que determinan la línea hacia donde se enfoca el proyecto a desarrollarse.

Proceso de diseño

Un proceso, puede definirse como el conjunto de fases sucesivas de un fenómeno natural o una operación artificial ⁸⁵. Por otro lado, “diseñar es pensar antes de hacer.”⁸⁶, lo que nos permite definir un proceso de diseño como un conjunto de fases sucesivas de una actividad proyectual creativa arquitectónica, la cual se debe analizar, planificar y ejecutar para responder a las necesidades de los usuarios.

Se inicia la exploración de la preexistencia mediante la realización de la maqueta, lo que permitió comprender la complejidad de la topografía, así como la solución que se dio al proyecto cuando se construyó el inmueble.

La exploración anterior, permitió interactuar de manera más cercana con la condicionante topográfica y urbana en la que se encuentra el terreno, lo que resultó en un aporte para el entendimiento y la definición de las estrategias a implementar.

Las estrategias mediante las cuales se llegó a una propuesta arquitectónica que responde al



Ilustración 76 Maqueta de estudio de preexistencia. Fuente: Elaboración propia

programa establecido.

1) Recuperación de accesibilidad universal.

Con ello se eliminarán los elementos, tales como escaleras y rampas que impiden la accesibilidad tanto al mercado como al espacio público, permitiendo un uso incluyente e igualitario.

2) Porosidades.

Mediante la reubicación de las áreas de

⁸⁵ Larousse Gran Diccionario: “proceso.” Gran Diccionario de la Lengua Española. 2016. Larousse Editorial, S.L. [03/01/18], disponible en línea: <https://es.thefreedictionary.com/proceso>

⁸⁶ Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), Proceso de diseño, fases para el desarrollo de productos, Boletín informativo N°141, 01/09/2009, Buenos Aires, Argentina, Programa de Diseño del INTI.

servicios de bodegas y sanitarios preexistentes.

3) Vinculación mediante porosidades.

A partir de estas aperturas, se crea una vialidad peatonal que conecta ambas vialidades colindantes al lugar, además de crear porosidades en el cuerpo del edificio que permite crear una conexión con la vialidad y el espacio público.

4) Reducción de un 50% de la superficie con menor uso.

Se reduce la explanada que presenta un uso menor en relación con el análisis de usos, en un 50% de la superficie actual.

5) Ampliación de un 20% de la superficie con mayor uso.

La ampliación de la explanada en donde se presenta un mayor uso, potencializando el aprovechamiento de la misma, albergando también los usos de la primera explanada.

Estas estrategias son aplicadas de igual modo en el inmueble del mercado, a continuación, se muestra la fachada oriente del estado actual del mercado, y en seguida las estrategias de intervención propuestas.

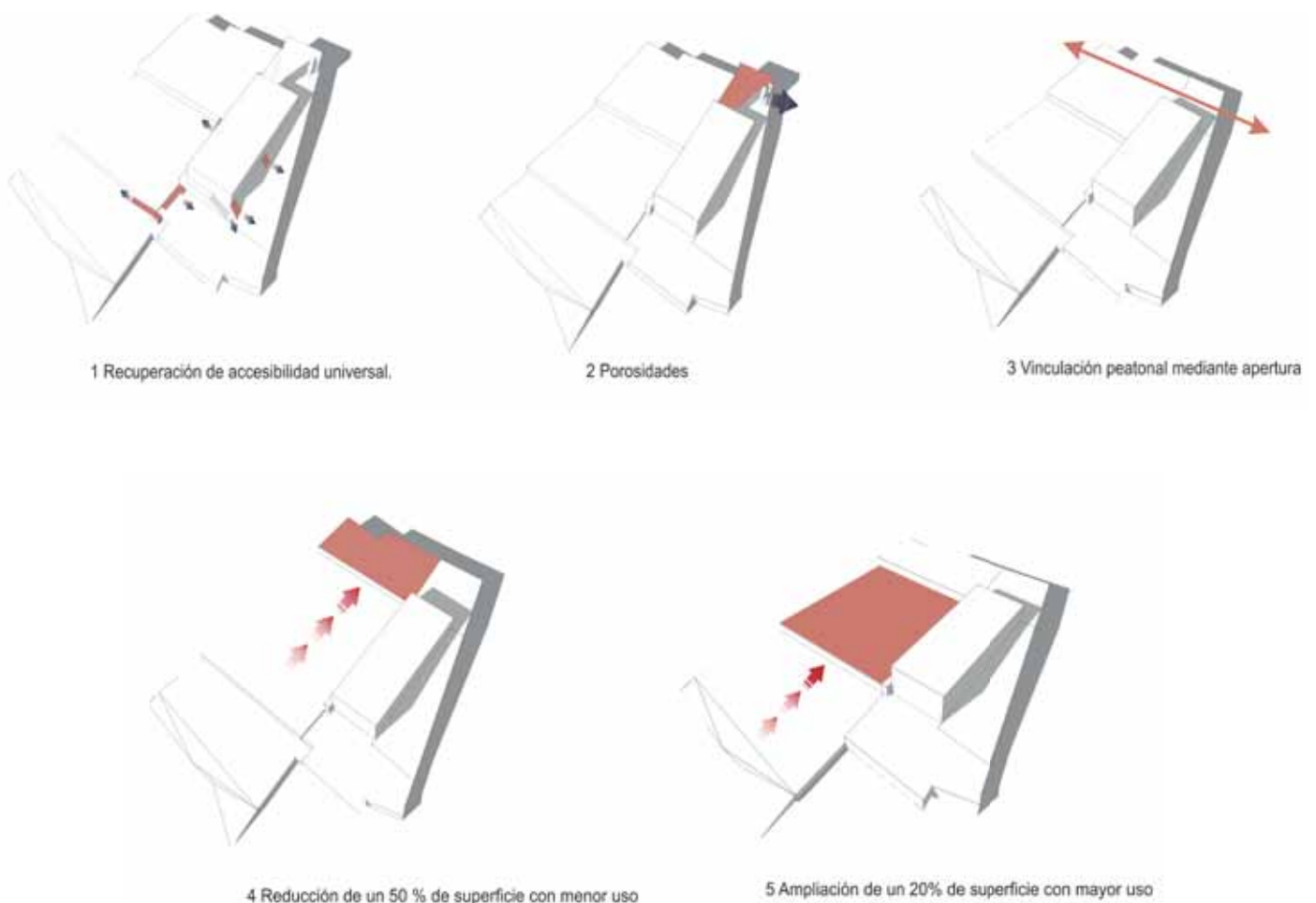


Ilustración 77 Estrategias de diseño: rehabilitación. Fuente: elaboración propia



Ilustración 78 Diagrama de aplicación de estrategias: recuperación de accesibilidad universal. Fuente: elaboración propia

En las imágenes anteriores se aprecia la aplicación de la estrategia de recuperación de accesibilidad universal, retomando el nivel de calle del acceso en la parte norte al mercado, para así establecer una única cota de nivel a la cual se

acceda al inmueble, eliminando los desniveles que se presentan actualmente, permitiendo resultar un solo cuerpo y el aprovechamiento de la parte baja del edificio para ubicar el estacionamiento para visitantes y comerciantes del mismo.

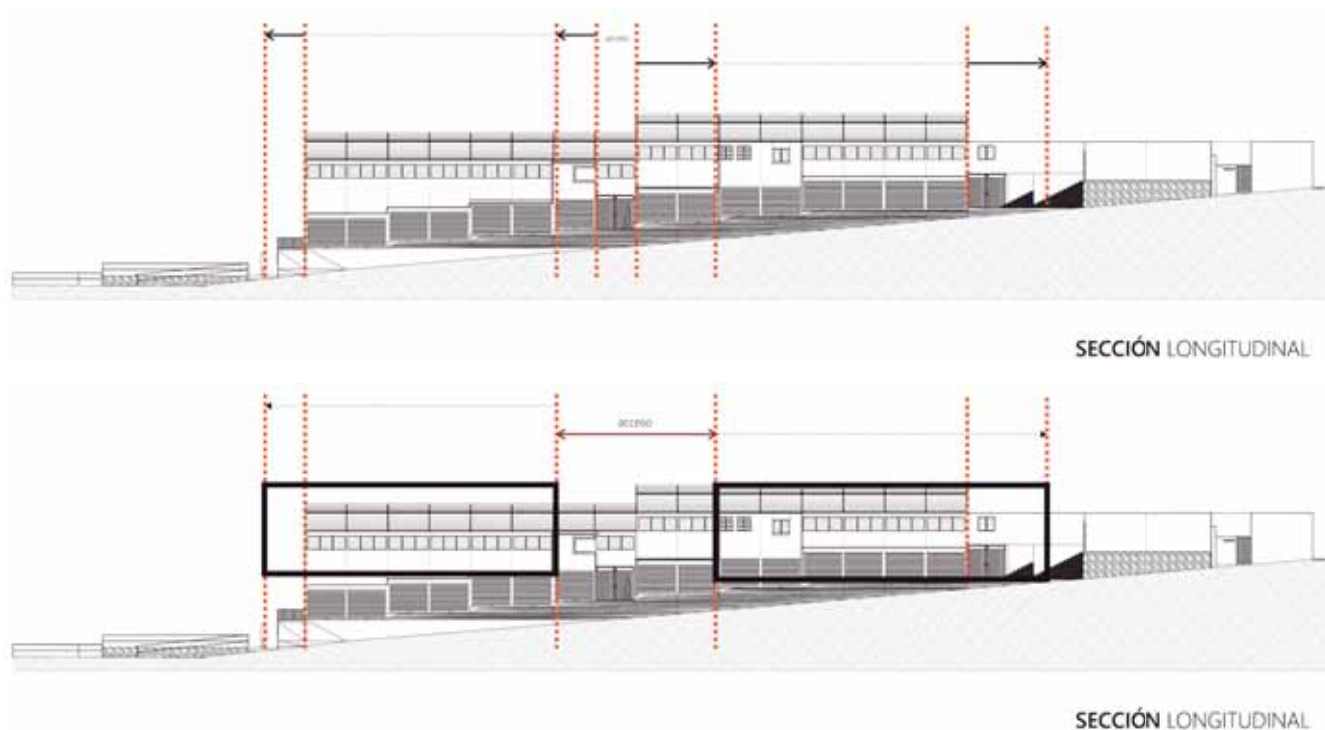


Ilustración 79 Diagrama aplicación de estrategias: porosidades. Fuente: elaboración propia

En el análisis anterior, se presenta una de las porosidades que se abre en el centro del mercado, en donde actualmente se localiza el acceso al mismo por la vialidad Ramón López Velarde. La estrategia tiene la finalidad de ampliar la zona del acceso,

estableciendo una continuidad en la presencia de vanos contra macizos, mediante los cuales se establezca un dialogo entre la vialidad principal y el espacio público contiguo que se extiende a partir de las porosidades generadas.

Diseño contextual

Para el mejor entendimiento de la circunstancia, un punto primordial, es la interacción, observación y el análisis realizado en los apartados anteriores para poder brindar una perspectiva objetiva y un tanto lógica a manera de diagnóstico, lo que nos dará pauta a iniciar con la proposición de respuesta más adecuada a las situaciones variadas que confluyen en un contexto social.

Para ello, se establecen tres puntos estratégicos que son el punto de partida para lograr una lectura de estas particularidades. Como primer punto, se identifican las condicionantes urbanas, éstas son: la cercanía con los puntos que identifican a la comunidad, es decir, la plaza cívica y el templo; así como la conexión vial con la vialidad principal de la misma, lo que denota el relevante papel que la propuesta representa en cuanto al desarrollo urbano del pueblo, a partir de ello se determinan ámbitos urbanos en los cuales se divide la zona a analizar, (ver ilustración 57), donde se identifican cuatro zonas vinculadas entre sí, pero que generan un contraste de variables tanto urbanas como sociales; el análisis de estas variables son las siguientes: densidad de construcción, traza urbana, lotificación de predios e ingreso económico.

Las zonas se describen a continuación: centralidad, en ella se observa una traza regular de las manzanas y vialidades, de igual manera, se sigue un patrón regular en la lotificación de los predios, y se concentran los puntos referentes de la

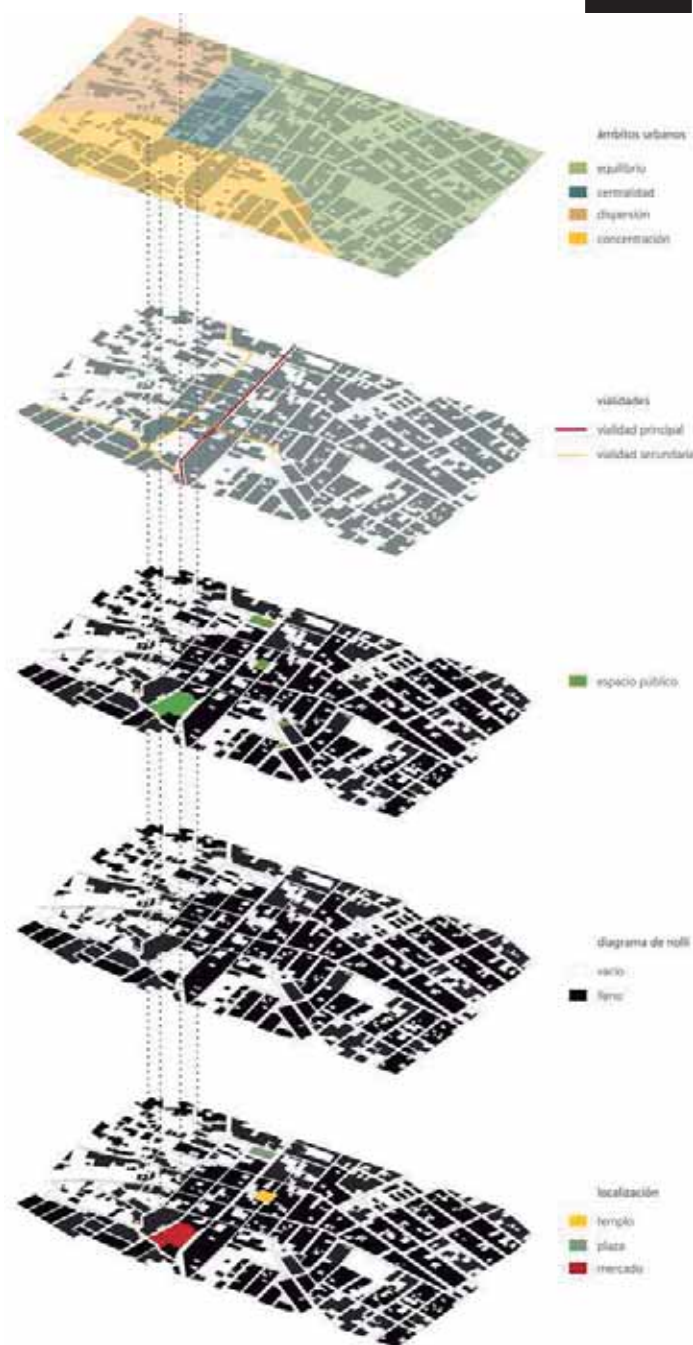


Ilustración 80

1. Ámbitos urbanos
2. Vinculación vial con el centro de Santa María
3. Espacio público
4. Diagrama de Nollí
5. Condicionantes urbanas del sitio.

Fuente: elaboración propia

comunidad de Santa María, como lo son la plaza y el templo, puntos determinantes para la realización de dinámicas sociales culturales de la población de la comunidad.

Por otro lado, la zona de dispersión, en la cual se localizan predios aislados unos de otros y áreas “libres” de uso privado, lo que se transforma en amplios espacios para pocas personas, disminuyendo la densidad respecto a la superficie de esta zona, la traza difiere de la traza del centro de la comunidad. Así mismo, está la zona de equilibrio, en donde se denota una traza más ordenada, que, si no sigue fielmente la establecida en el ámbito de centralidad, da pie a un orden y jerarquía de vialidades equilibrando el espacio público y privado, de manera que interactúan de manera más amigable.

Finalmente, se tiene la zona de concentración, en la cual se observa una traza irregular, que no sigue patrones de las zonas circundantes, pero que, sin duda, responden a las condicionantes topográficas que determinan este aspecto, por otro lado, en esta zona se concentran familias en situaciones económicas desfavorables.

Por último, se tiene la vinculación con el centro de la comunidad, como ya se mencionó, la ubicación del lugar es primordial para regeneración urbana, puesto que la delimitación de los ámbitos en el punto anterior,

permite identificar la fragmentación de un área, lo que propicia un distanciamiento entre estos sectores poblacionales que involucran dichos ámbitos, lo que ha traído como consecuencia la condición de abandono en la cual se encuentra actualmente el mercado y el espacio público adyacente al mismo. Por ello, es uno de los puntos que debe considerarse mediante estrategias de conectividad con el centro de la comunidad que impulse y fomente su uso.

A partir de estas condicionantes urbanas y sociales, se busca mediante el proyecto lograr apertura y vinculación entre los ámbitos demarcados con anterioridad, pudiendo determinar la coexistencia de circunstancias contrastantes en un área reducida y que interactúan, conviven y se desarrollan conjuntamente. El mercado debe convertirse en un espacio público que articule al pueblo de Santa María, por medio de la conexión con el centro de la comunidad, permitiendo una inclusión de la zona en donde se localiza el mercado y lograr integrarlo en el circuito peatonal que se crea en el imaginario de los pobladores y visitantes de la comunidad.

Criterios espacio ambientales

Como diagnóstico, se analiza el emplazamiento actual del mercado en los aspectos de asoleamiento y aspectos espaciales e interiores, iluminación y ventilación, lo que permitirá la optimización de recursos ambientales y energéticos,

promoviendo un proyecto sustentable y sostenible. Resultando de éste diagnóstico, que el edificio está orientado en sus fachadas alargadas hacia el oriente y poniente, lo que sugiere la exposición al asoleamiento en los horarios más críticos. Por lo que se realiza el análisis de la incidencia solar en el proyecto en la ilustración siguiente:

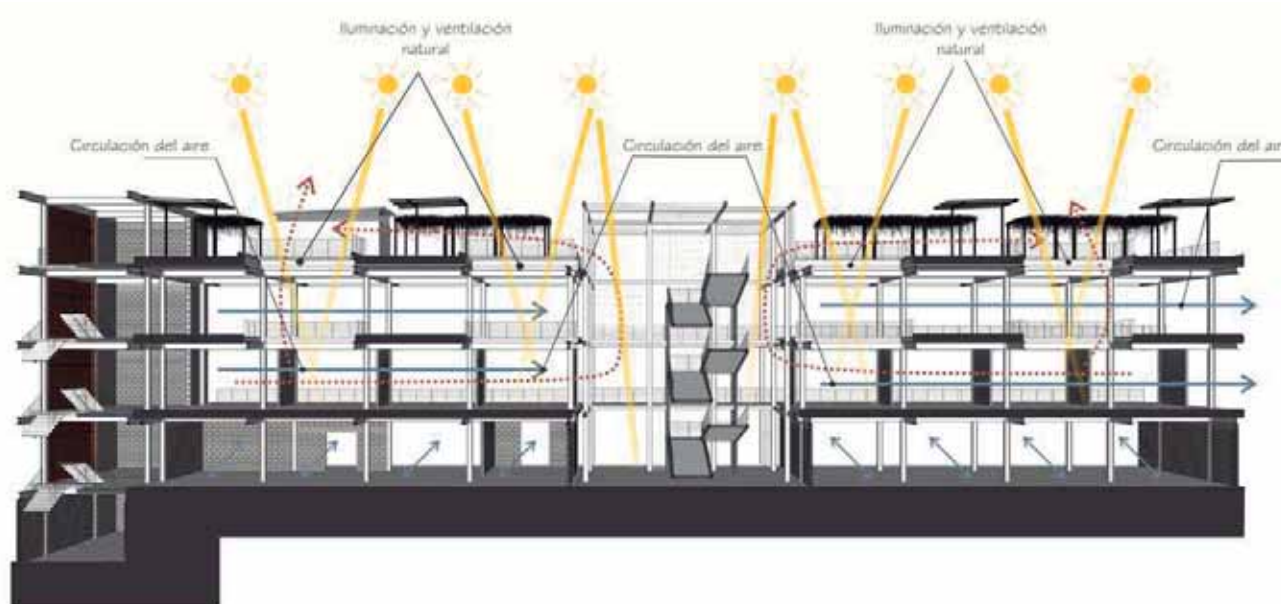


Ilustración 81 Análisis de incidencia solar y circulación de viento. Fuente: elaboración propia

Este aspecto se proponen elementos en fachadas que permitan el confort térmico y lumínico al mercado, para ello suceda se propone un sistema de muros de celosía de barro, separado del muro divisorio, logrando la ventilación del espacio interior permitiendo el control de olores.

El criterio espacial del estado actual del interior del mercado, presenta muros interiores de carga de una altura de 3.00m y en los casos en los que está construido hasta dos niveles, lo que da como resultado una delimitación rígida en el interior para los locales, para ello se realiza la siguiente exploración de las condiciones espaciales interiores.

Estrategias en interior

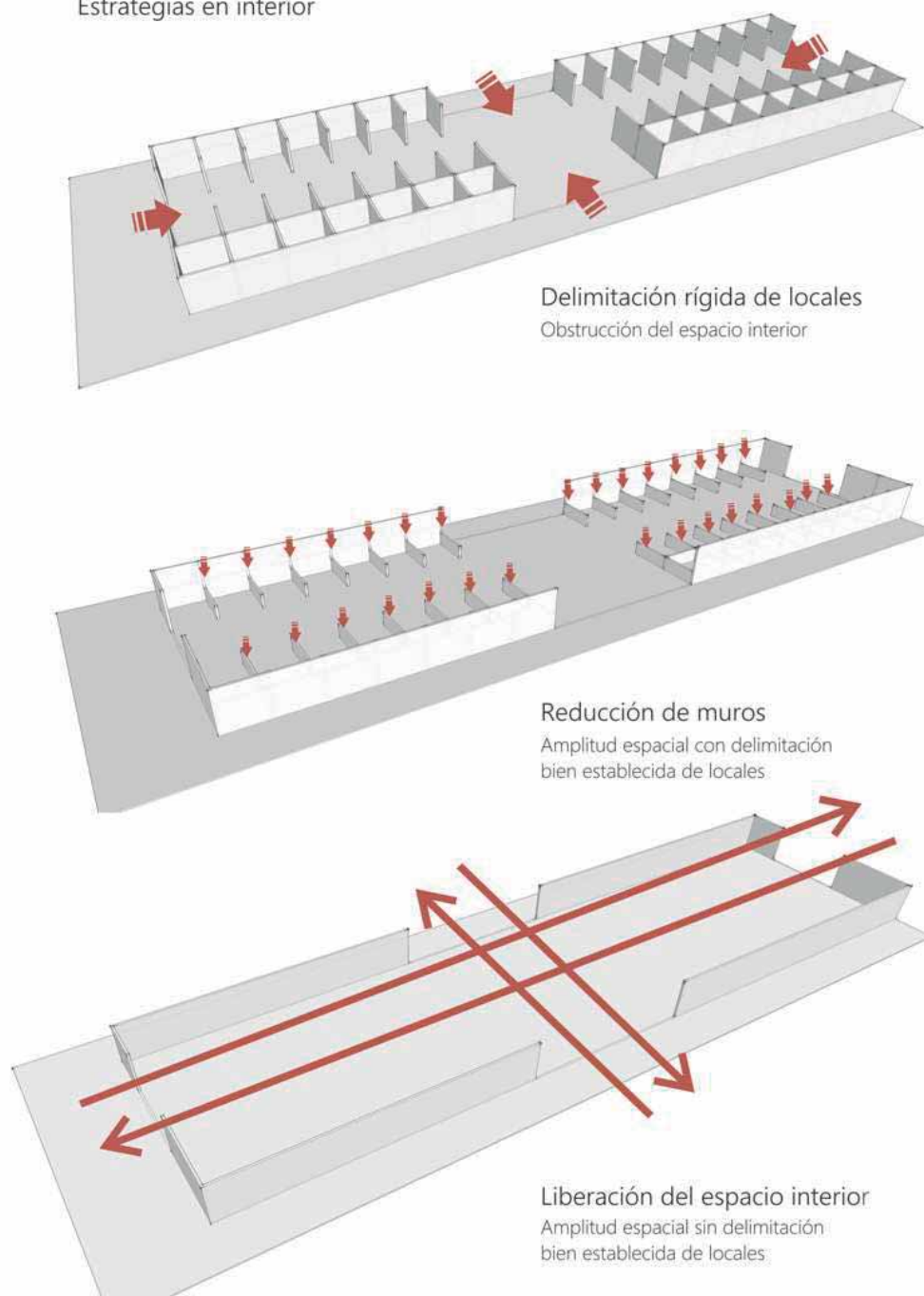


Ilustración 82 Exploración y aplicación de estrategias para liberar el espacio interior del mercado. Fuente: elaboración propia

Gracias a este análisis, se determina la necesidad de crear un espacio interior más amigable con los locatarios y los consumidores, permitiendo una liberación del espacio, lo que concluye en la

propuesta de la modificación total del edificio del mercado creando porosidades y aperturas que promuevan la interacción entre las personas.

Principios constructivos

La estructura actual del mercado se conforma por cimientos de mampostería que, a su vez, cumplen la función de plataformas que nivelan los diferentes espacios que componen el programa actual del proyecto, elaborados con piedra braza. Los muros, son de carga de tabique que soportan la cubierta de la nave del mercado, conformada por perfiles metálicos y láminas acanaladas de acero.

Mediante la aplicación de las estrategias, y la exploración realizada en base a maquetas y

diagramas, se llega a la conclusión de reconsiderar la estructura del inmueble, ya que presenta deficiencias en cuanto a accesibilidad, espacialidad y estructural, obteniendo como resultado la demolición del mismo y el replanteo de los niveles que conformen el edificio. Los principios constructivos que se consideran a continuación se dividen de la siguiente manera: la subestructura y la superestructura. La primera se refiere a la estructuración de elementos que sostienen y estabilizan a la segunda.

Para la subestructura se proponen cimientos

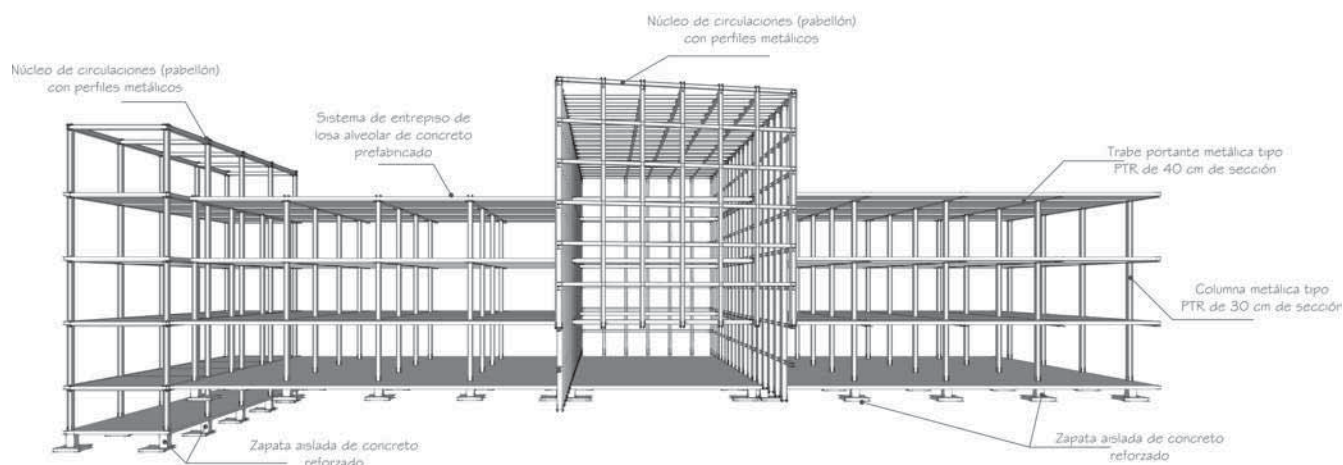


Ilustración 83 Diagrama de estructura a partir de marcos con perfiles de acero. Fuente: elaboración propia

de concreto reforzado contruidos en base a zapatas aisladas que reciben el peso de la superestructura y la distribuyen a través de columnas al suelo. Debido a que la zona presenta un suelo apto para la construcción, estos elementos se convierten en elementos superficiales que no rebasan los 4 m de profundidad.

Para la superestructura, se propone una estructura en base a columnas de acero, de perfiles tipo IR, partiendo de cuadrículas modulares en planta de 6m por 6m (ver ilustración), permitiendo una estructuración a base se marcos y que logra liberar el espacio interior del mercado, convirtiéndolo en un elemento ligero, esbelto, sencillo y flexible para

futuros cambios de uso. Por otro lado, la ausencia de muros en el interior, permite una apertura en el espacio interior, delimitando únicamente mediante muros divisorios los locales que por el giro comercial que se oferte, lo requieran. Se propone, un entepiso y cubierta compuesta mediante el sistema de placas alveolares de concreto prefabricado, de dimensiones de 1.20 m de ancho por 6 m de longitud de acuerdo a la estructuración de las columnas. Este sistema de entepiso, ofrece la facilidad de montaje, así como la opción de crear estructuras mixtas, de acero y concreto, lo que permite aislamiento térmico y acústico. Para los muros interiores, se propone la aplicación de block de concreto prefabricado.

Otro aspecto que se considera, es el de las instalaciones, las cuales pueden definirse como como el conjunto de redes o tuberías y equipos fijos que permiten el suministro y operación de los servicios básicos como son agua potable, energía eléctrica, saneamiento, de gas y comunicaciones.

Para la instalación hidráulica, se propone un sistema de abastecimiento por presión o bombeo, el cual se conforma por un equipo hidroneumático, que permita la distribución del agua potable a los diferentes niveles que componen el edificio a la presión más adecuada para su uso. Para la instalación sanitaria o de saneamiento, se busca el mayor aprovechamiento de las condiciones topográficas, las cuales permitan el desazolve de las aguas negras. De igual manera se plantea una

planta de tratamiento para aguas grises y captación de agua pluvial, así como su aprovechamiento en el sistema de riego a implementar en el espacio público.

Los sistemas de iluminación, están dados a partir de la optimización del recurso, es decir, se busca conseguir el mayor aprovechamiento de la energía solar para la captación y transformación de la misma en energía eléctrica, principalmente en la implementación de tecnologías fotovoltaicas en los espacios exteriores del proyecto. Por otro lado, la instalación del servicio de gas, se convierte en imprescindible, para los locales que lo requieren para ofrecer su servicio, se propone mediante depósitos de almacenamiento estacionarios, considerando las condiciones de seguridad debido a la actividad comercial a desarrollar en el edificio.

En este apartado se realiza la propuesta de la materialidad mediante los criterios en acabados, recubrimientos y pieles, aspectos que permiten desarrollar y acondicionar los espacios para convertirlos en espacio confortables.

En este sentido, se retoman aspectos de interiorismo y paisajismo que se consideran dentro del proyecto. Para ello, se desarrollan una serie de conceptos en los cuales se puntualizan las ideas que comprenden la circunstancia del proyecto, y que logran convertirse en algo tangible a partir de materiales que evoque sensaciones que correspondan a las estrategias a implementar, algunas de ellas se muestran a continuación:

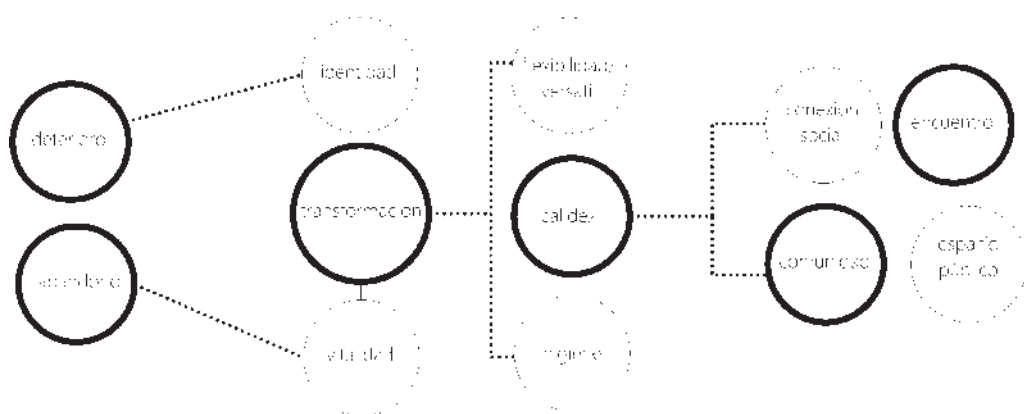


Ilustración 84 Diagrama conceptos interiorismo

El deterioro y abandono, están presentes en la materialidad del pabellón a partir de las características del acero corten, en donde se denota la condición de desgaste, mediante el color rojizo, característico del acero oxidado, se evoca esta condición del paso del tiempo en el acero.

Por otro lado, los acabados interiores,

serán aparentes, los muros del block de concreto, el concreto pulido como acabado en pisos, las columnas e instalaciones visibles dan idea de la identidad industrial que se desarrolló en el pueblo a partir de 1950, así como el conjunto de colores terracota en los muros de celosía retomando las condiciones de la zona industrial maderera.

07

CAPÍTULO 7 PROYECTO CONSTRUCTIVO

A continuación se muestra el desarrollo planimétrico y diagramático del proyecto arquitectónico y constructivo del mercado municipal la Asunción, resultado del análisis de la información recabada en los apartados anteriormente desarrollado.

Preliminares

Capítulo 7 Proyecto constructivo