



EPICENTRO MERCADO MATADERO:
Intervención de Espacios Intersticiales
como lugares de activación cultural en
el Barrio Comercial Franklin

Memoria para la obtención del Título de Arquitecta
Semestre de Otoño 2021

Fernanda Velozo Gorigoytía

Profesor Guía: Jorge Marsino
Profesor Co-Guía: María Inés Buzzoni

INDICE

01

Presentación

02

Reflexiones sobre el Seminario

- 2.1. Gentrificación Turística como problemática a tratar
- 2.2. Consecuencias del proceso de Gentrificación turística en el barrio comercial franklin
- 2.3. Análisis del Barrio
- 2.4 Entrevistas del Seminario
- 2.5. Reflexiones y oportunidades de intervención

03

Contextualización Conceptual

- 3.1. Patrimonio urbano y ciudad
 - Conservación del Patrimonio Urbano como parte de la Rehabilitación
- 3.2. Construcción de la Imagen Urbana en los barrios históricos
 - Imagen e identidad urbana
 - Identidad
 - Identidad urbana
- 3.3. Espacios Intersticiales

04

Contextualización Territorial

- 4.1. Barrio Franklin como polo comercial
- 4.2. Imagen urbana y nuevos procesos de urbanización en el barrio comercial Franklin
- 4.3. Área de intervención

05

Proyecto

- 5.1. Planteamiento del proyecto
- 5.2. Gestión
- 5.3. estrategias de proyecto
- 5.4. Programa

06

Referentes Bibliografía



VARIEDAD
MUEBLES DE OFICINA
Y HOGAR
Al Detalle y al por Mayor

ADP
QM

ARQUI
TEC
TURA

Lo común y lo corriente

3-27



PUNTO LIMPIO
EN MANTENCIÓN

01

PRESENTACIÓN

CAPÍTULO 1/ PRESENTACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

TEMA

EPICENTRO MERCADO MATADERO: Intervención de Espacios Intersticiales como lugares de activación cultural en el Barrio Comercial Franklin para evitar un fenómeno de Gentrificación Turística.

RESUMEN

Se sostiene que la transformación comercial dispuesta por políticas públicas en el barrio comercial Franklin, concentradas principalmente en el sector de persa Víctor Manuel, es el causal de un proceso de gentrificación turística en el barrio generado por las **nuevas transformaciones urbanas a las que se ha visto afectado**. Esto ha provocado una transformación en la imagen urbana del barrio comercial Franklin, la cual divide el barrio en dos zonas, una de comercio más tradicional donde predomina la **“cultura popular”¹**, y otra de comercio más moderno con una **“alta cultura”²**.

Se plantea la necesidad de intervenir el barrio a través de un espacio urbano adyacente a un espacio comercial, que logre consolidarse como un potenciador del barrio, donde converjan los distintos actores, e integre las distintas dinámicas que se desarrollan en este. Para ello, se escoge el sector de Mercado Matadero Franklin, el cual, se consolida como uno de los hitos más relevantes del barrio comercial Franklin, además de ubicarse en el corazón del barrio. La principal problemática, es que su configuración espacial es difusa, lo que provoca que no esté condicionado en su totalidad para la demanda a la que se ve sometido, como lo es la intensa actividad urbana en el barrio. Por lo que, se plantea intervenir los recorridos adyacentes al sector de Mercado Matadero, y el espacio de estacionamiento de este para mejorar el espacio de los usuarios, residentes y comerciantes.

¹ Cultura Popular: Conjunto de manifestaciones artísticas y folklóricas que emana directamente del sistema de creencias, valores y tradiciones de un pueblo, siendo uno de los factores distintivos de la identidad de una nación. Se caracteriza por ser un producto fundamentalmente creado y consumido por las clases populares, compuestas fundamentalmente por individuos de baja extracción social, es decir, del pueblo llano o la plebe.

² Alta Cultura: Concepto referido a las dinámicas sociales que acontecen a un sector que se ha visto afectado por la gentrificación, donde principalmente se desarrolla un aumento de capital a través de esta, donde se promueve una mercantilización del arte o bien denominado ‘capital cultural’, donde una sociedad civil más dura e individualizada se apropiado de la producción cultural. (Ley, 2003).

PROYECTO

Consolidación del edificio del Mercado Matadero Franklin como espacio integrador del barrio, creando así suturas urbanas que lo relacionen directamente con los galpones del sector del Persa Víctor Manuel, posicionando así el barrio como una supermanzana comercial.

La propuesta nace a partir de poder vincular las distintas dinámicas comerciales, tanto las más tradicionales como las más actuales, generando así una atmósfera que integre a los distintos actores que forman parte del contexto urbano, condicionado por las transformaciones urbanas, caos comercial, carencia de espacios públicos y el bajo vínculo espacial, siendo estas las principales condicionantes que presenta el barrio.

La idea del proyecto es reconocer las áreas de interés de carácter patrimonial preexistentes en esta área, y potenciar el valor que estas poseen, para ello se generan nuevos espacios conformados por un paseo cívico que se consolide como recorrido principal para transeúntes y comerciantes del sector, además de acondicionar el área central como una gran plaza pública, que dote de espacio público al lugar, respondiendo a las necesidades actuales del barrio. Cada intervención pretende incrementar el área verde pública y a su vez revalorizar esta zona que presenta una carencia en su estado de conservación, fomentando con esto, la protección del patrimonio y el comercio, al generar una nueva manera de recorrer y vivir el barrio.

OBJETIVO GENERAL

El objetivo es realizar una propuesta de diseño de arquitectura urbana, que sea sustentable, inclusiva y se enfoque en prevenir el desarrollo de una **GENTRIFICACIÓN TURÍSTICA** en el barrio. Utilizando los **ESPACIOS Y VACÍOS INTERSTICIALES**, adyacentes al edificio de Mercado Matadero, como oportunidad para remediar la fragmentación y las fracturas sociales, en pro de una construcción social, entendiendo su organización, y articulación con el barrio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 01 Identificar las dinámicas urbanas del barrio para determinar su imagen urbana, generando así una intervención versátil, que se adecue estas dinámicas de esparcimiento del barrio comercial Franklin.
- 02 Comprender la manzana del antiguo matadero en su funcionamiento, usos, circulación y carácter. Evaluar la calidad espacial desde el habitante para concretar posibles espacios con relevantes cualidades espaciales.
- 03 Relevar dichos lugares y su uso actual para proponer distintos tipos de intervención flexible a las condicionantes de los residentes.

*La memoria fue realizada bajo el contexto de pandemia mundial que nos aqueja desde el año 2020 debido al virus Covid 19. Es por ello que, los recursos para su realización se vieron limitados debido a las cuarentenas que rigieron en la región Metropolitana gran parte del año 2021, esto provocó que el trabajo de campo se viera acotado y dificultado, debido a las restricciones que conlleva la normativa sanitaria.



MERCADO



Primero Dios, después el Matadero

VACUNO
TIPO V-A
CARNES DE
BRASIL

PORTADA ENTRADA HISTORICA AL MATADERO POR CALLE ARTURO PRAT

CALLE DEL DOZ 200

כח

Reflexiones sobre el
SEMINARIO

CAPÍTULO 2/ REFLEXIONES

SOBRE EL SEMINARIO:

Transformaciones culturales en el barrio comercial Franklin de Santiago, Chile:

¿Procesos de Gentrificación Turística?

2.1. GENTRIFICACIÓN TURÍSTICA COMO PROBLEMÁTICA A TRATAR

ANTECEDENTES

El estudio del barrio comercial Franklin deriva del seminario de investigación realizado el semestre de primavera del año 2019, donde se planteaba como hipótesis que “El incentivo comercial dispuesto por políticas públicas en un barrio determinado es el causal de un proceso de gentrificación turística, principalmente si destacamos que los barrios comerciales actuales se rigen por nuevos fenómenos de entretenimiento como restaurantes gourmet, museos o galerías de arte, para generar un desarrollo y promoción de estos. Esto genera que muchos de los barrios antiguos de la ciudad de Santiago, como el caso de Franklin, se involucren en un proceso de transformación por causa de la implementación de estas corrientes culturales, pasando de ser barrios netamente dedicados a un comercio más local, a barrios turistificados con fines de entretenimiento para nuevos visitantes”. (Veloza, 2019).

La investigación se centraba en descubrir si existía o no un proceso de gentrificación turística en el barrio comercial Franklin. Para ello, se desarrolló un marco teórico que buscaba definir los conceptos de gentrificación, la cual se definió según se desarrollaba el concepto a lo largo de los años; y gentrificación turística que es un concepto más reciente desarrollado principalmente en los años 2000 en adelante. Luego de esto, se establecen ciertas variables que son las que nos orientan a verificar si este fenómeno está presente en el barrio comercial Franklin.

Se concluye que como una primera aproximación al planteamiento de este proceso en el área estudiada si está presente, pero en una fase embrionaria, la cual puede sufrir cambios y podría revertirse. Los principales lineamientos que se exhiben como parte de la investigación que apoya la hipótesis, son las transformaciones que se han ido produciendo en el barrio por parte de la municipalidad de Santiago, estas se han desarrollado principalmente como remodelamiento de infraestructura pública, como alumbrado, veredas, además de tener como objetivo erradicar el comercio ambulante del barrio. En adición, existen otras intervenciones que se han producido en el barrio, las cuales se establecen en línea con la implementación de arte urbano en los galpones del barrio, principalmente en el sector del Persa Víctor Manuel. Todas estas intervenciones tienen como objetivo establecer al barrio como un punto de atracción para que nuevos usuarios lo visiten.

Se define como el proceso de transformación urbana donde se intervienen infraestructuras o servicios orientados a un usuario visitante (turista) y no al usuario residente.



SHARON ZUKIN

“No es el desplazamiento originado por el artista, sino la mercantilización del arte y su entorno en un “modo artístico de producción.” (1988)

AGUSTÍN COCOLA

“Se producen en sectores que no habían sido construidos con fines turísticos, por ello, es que la llegada de visitantes estimula los mercados inmobiliarios acelerando el proceso de desplazamiento.” (2018)

CONSECUENCIAS

Llegada de consumidores y capital a un territorio: Aumento del valor del suelo

El turismo acelera el desplazamiento y la posibilidad de acceder a una vivienda

DANIEL HIERNAUX - CARMEN GONZÁLEZ

“Este conflicto de apropiación se puede ligar directamente al hecho de que el turista habitante produce el espacio, particularmente por medio de la producción y apropiación de signos, aunque también en la dimensión material del espacio.” (2014)

CAPÍTULO 2/ REFLEXIONES

SOBRE EL SEMINARIO:

Transformaciones culturales en el barrio comercial Franklin de Santiago, Chile:

¿Procesos de Gentrificación Turística?

2.2. CONSECUENCIAS DEL PROCESO DE GENTRIFICACIÓN TURÍSTICA EN EL BARRIO COMERCIAL FRANKLIN

Como expuso Anguelovski, experta en planificación urbana y ecología política, “La gentrificación puede destruir el tejido social y urbanístico de un barrio”. La prevención de este fenómeno es un debate constante, que siempre busca cómo poder mejorar un entorno urbano sin que pueda afectar negativamente a sus residentes. “Muchos proponen técnicas de **acupuntura urbana**. Es decir, pequeñas intervenciones para que la gente sienta que está habiendo una mejora en su entorno y, a su vez, medir el impacto de estas transformaciones”, (Mireia Gascón, s.f.).





- 1. COMERCIO MUEBLES
- 2. MERCADO MATADERO
- 3. COMERCIO (CORREDOR FRANKLIN)
- 4. PERSA VESTUARIO Y CALZADO

- 5. PERSA DE CACHUREOS
- 6. METRO BÍO BÍO
- 7. METRO FRANKLIN



**SECTOR PATRIMONIAL
CULTURA POPULAR**

SECTOR COMERCIAL

**SECTOR TRANSFORMACIONES URBANAS
ALTA CULTURA**

Las principales variables que se identifican luego de la investigación, en cuanto al comercio establecido, son que la parte más antigua del barrio la cual posee todo el componente cultural que lo identifica, como es la cultural popular predominante en él, se ve afectada por la poca afluencia de público que ha provocado el fomento de la cultura en el sector del persa Victor Manuel. Para estos comercios no tradicionales, que se ubican en el sector del persa Victor Manuel y sus alrededores, se pueden caracterizar como comercios donde predominan bienes culturales, donde el foco artístico crece exponencialmente. Este sector es donde se desarrollan las transformaciones urbanas más relevantes que condicionan la gentrificación turística, además, de de la instalación de la estación del metro Bío Bío que sirve como conexión con el resto de la ciudad, y que fomenta la conectividad para la llegada de usuarios nuevos, turistas, que lo visitan.

CAPÍTULO 2/ REFLEXIONES

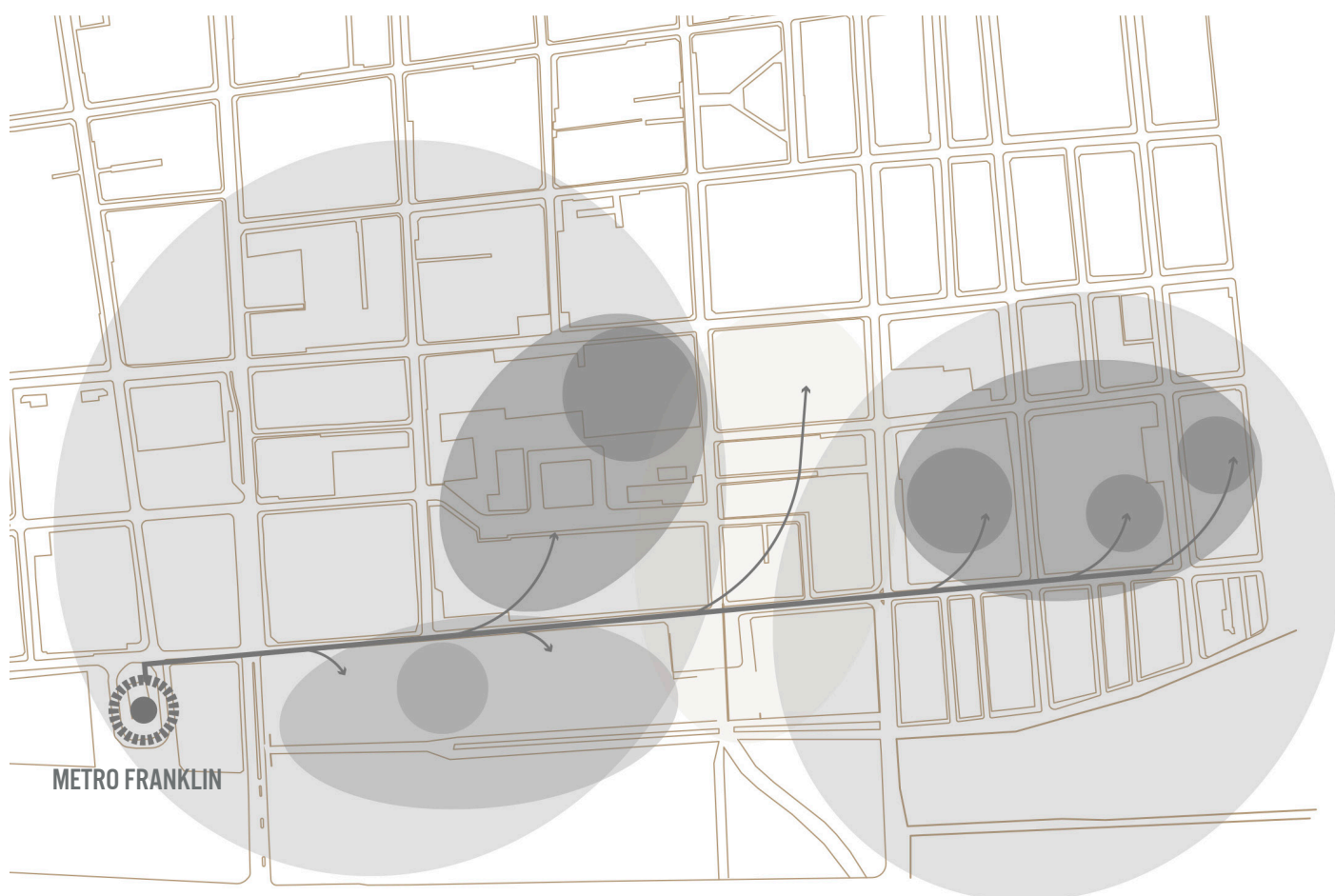
SOBRE EL SEMINARIO:

Transformaciones culturales en el barrio comercial Franklin de Santiago, Chile:

¿Procesos de Gentrificación Turística?

2.2. CONSECUENCIAS DEL PROCESO DE GENTRIFICACIÓN TURÍSTICA EN EL BARRIO COMERCIAL FRANKLIN

FLUJO BARRIO COMERCIAL FRANKLIN HASTA EL 2017 SOLO CON EL METRO FRANKLIN



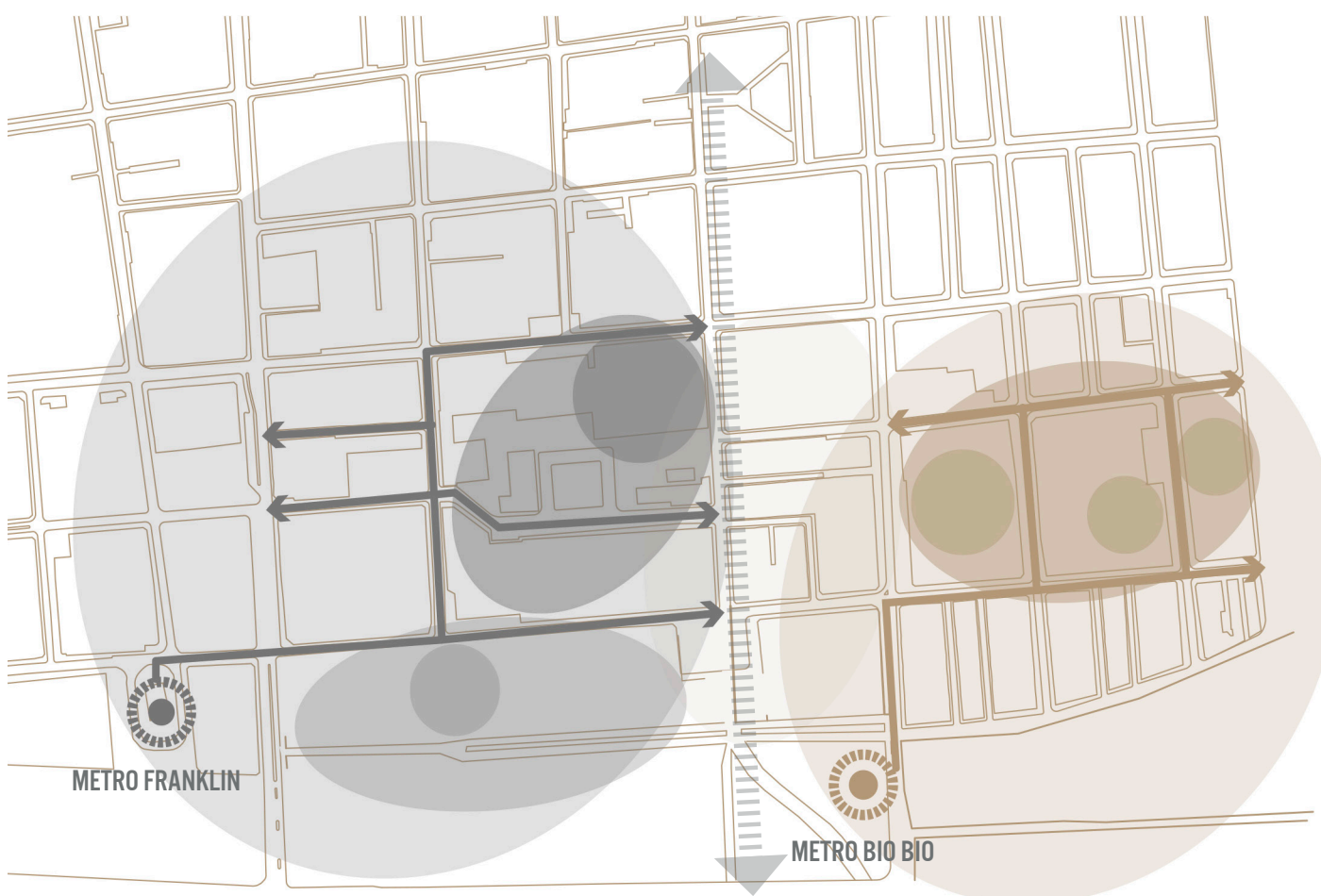
Los principales flujos presentes en el barrio Franklin provenían del Metro Franklin, es desde este sector del barrio que comenzaban los principales recorridos. Cabe destacar que se dificultaba mucho más el poder llegar al sector del Persa Victor Manuel, ya que se encuentra en un sector mucho más lejano.

“Porque antiguamente, donde **solo existía el metro Franklin, la dinámica era que venías desde Franklin, llegabai al persa del mueble y comenzabai a avanzar. Pero no pasaban más allá del persa del mueble.** Ellos cerraban como a las 19:00, y los de más acá cerraban como a las 17:00 porque no todos avanzaban para acá. Ahora cambió eso por el metro nuevo, y eso también ha cambiado el perfil del persa, **viene otro tipo de gente porque esa línea 6 llega a otros lados,** llega a Los Leones, de ahí podí seguir a los dominicos, entonces con ese cambio gente que no venía, probablemente viene y llega acá.” (Trabajador Vinilos Persa Víctor Manuel, 27 años).

“Las desventajas de las transformaciones es que al no replicarse en todo el barrio en general, **hay zonas que pasan a estar como apartadas,** se ven como si no fuera un todo, se ven como aparte.” (Usuario Persa Víctor Manuel, 21 años).

“Inclusive hay menos locales, se cerró el mall de allá, hay poco circulantes. El problema que hay aquí es que **se paga mucho arriendo y no hay ventas, han tenido que emigrar varios,** por eso, suben los arriendos por el IPC y eso, entonces nosotros estamos a medio morir saltando, así como estoy aquí sin vender ni un mueble en cualquier momento me voy a tener que ir.” (Trabajador Mall del Mueble, 66 años).

FLUJO BARRIO COMERCIAL FRANKLIN INAUGURACIÓN DEL METRO BÍO BÍO



Al momento de instalarse el nuevo metro Bío Bío, los flujos del barrio se vieron divididos, ya que ambos metros atraen a personas que provienen de distintos puntos de la ciudad, generando esta división espacial que deja en abandono el sector de Mercado Matadero.

Este fenómeno se produce porque el nuevo metro, atrae a los nuevos usuarios turistas que se establecen en el barrio a partir de las nuevas transformaciones urbanas que lo han consolidado como un foco de atracción de la ciudad.

CAPÍTULO 2/ REFLEXIONES

SOBRE EL SEMINARIO:

Transformaciones culturales en el barrio comercial Franklin de Santiago, Chile:

¿Procesos de Gentrificación Turística?

2.3. ANÁLISIS DEL BARRIO

En definitiva, dentro del sector analizado se está desarrollando un proceso de gentrificación, con características muy específicas, aspecto que beneficia a la minoría de la población de recursos bajos y a la mayoría de recursos altos-moderados, sin contar que las relaciones sociales se debilitan, donde la vida en comunidad es destruida, a través de la especulación inmobiliaria que domina sobre la utilización de esta, realizando una expulsión paulatina de los residentes por especulación.

Este tipo de transformación que se viene desarrollando en el área analizada, se está haciendo de forma particular y sin criterio alguno, legalizada por las autoridades del municipio al realizar proyectos urbanos que solo hacen que se intensifique su procesos. Los cambios de la ciudad no necesariamente deben pasar por una transformación, que se ejecute en beneficios de algunos mientras se convierte en problemas para otros; por el contrario, y de una manera simple, serán entonces las instituciones quienes deberán asumir el control de esos cambios o de esas transformaciones, antes de que las mismas ocurran de forma natural.

Por ello, el proyecto busca estimular un proceso más inclusivo, eficiente, fortaleciendo la planificación y la participación ciudadana para el desarrollo del sector, mediante nuevas estrategias y políticas de desarrollo sostenibles.



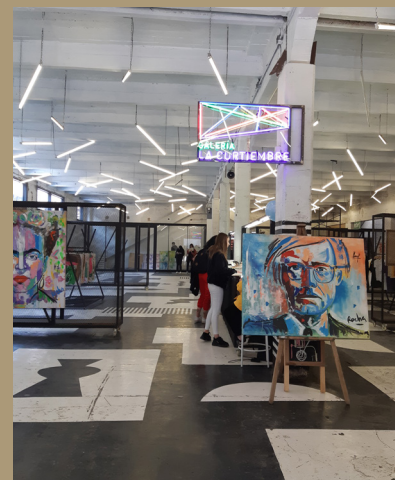
SECTOR MERCADO MATADERO

SECTOR PERSA VICTOR MANUEL



Fotografías de Elaboración Propia. Año 2021

SECTOR MERCADO MATADERO



Fotografías de Elaboración Propia. Año 2019

SECTOR PERSA VICTOR MANUEL

CAPÍTULO 2/ REFLEXIONES

SOBRE EL SEMINARIO:

Transformaciones culturales en el barrio comercial Franklin de Santiago, Chile:

¿Procesos de Gentrificación Turística?

2.4. ENTREVISTAS DEL SEMINARIO

COMERCIO COMO ELEMENTO ESENCIAL DEL BARRIO

“Literalmente de todo, **igual es sabido que en el persa venden de todo, pero ahora hay galpones de lo que quieras**, hay galpones de vinilos, galpones de juegos, de antigüedades, de ropa, en donde ya en el fondo llevan tanto tiempo que la gente ya los conoce.” (Usuario Galpón Antigüedades, 59 años).

“Variedad cultural, cambiar un poco el espacio que se utiliza, que no sea simplemente un lugar de paso para comprar y sería, **sino que un lugar como de estancia de apreciar un poco más de distintas culturas, historias, arte, etc. Eso siento yo que es lo que más le aporta y le da una nueva identidad, que se refleja no solo en la actividad**, sino que también en lo que es, en su forma de ser, en como se ve estéticamente porque la forma la encuentro que está bien marcada con los galpones.” (Usuario Comercio Ambulante, 46 años).

ESPACIO PÚBLICO

“Yo diría que igual hay un intento al menos en el persa, de volverlo profesional, como que igual yo me acuerdo que antes había muchos más coleros, antes todas las calles eran coleros, no había estacionamientos, pero ahora están desplazando a los coleros (...). **Pero por los locatarios trabajan como en nichos, por galpones, está el galpón de los vinilos, está el galpón de las antigüedades, está el galpón de la comida, yo creo que todos tienen sus dinámicas, y ver si unos locatarios perduran depende mucho de cómo funcionen.**” (Trabajador Mercado Matadero, 56 años.)

“En vez de mejorar el barrio lo empeoran, esa es la verdad de las cosas, la imagen de Franklin nunca la van a cambiar, siempre vamos a estar, **aunque tengamos que ponernos en el suelo nos vamos a poner.**” (Trabajador Ambulante, 62 años).

CULTURA POPULAR

La cultura popular tradicional está condicionada históricamente. Se transmite y define de generación en generación fundamentalmente por vía oral o por imitación. **Basta seguir una misma tradición a lo largo de unas décadas para darse cuenta de que está constantemente transformándose para mantenerse viva.**

Lo tradicional encierra un doble juego con el tiempo y el cambio: por un lado niega el influjo del tiempo para presentarse como una estructura estable a lo largo de los años, **por otro necesita cambiar para poder mantenerse viva frente al paso del tiempo.**

“Hay turistas, en el buen sentido, hay gente que no son residentes, no son locales y que van a verlo no sé si por lo que venden, sino por lo patrimonial que es.” (...) **“Porque hay cosas no tradicionales en el comercio, viene todo tipo de gente acá, hay comida, uno puede entrar acá, sirve como paseo.”** (Usuario Galpón Antigüedades, 59 años).

ADAPTABILIDAD HISTÓRICA ESPACIAL

Concebida como la capacidad de reconocimiento colectivo, de la memoria comunitaria, a las transformaciones espaciales ejercidas por los agentes sociales, los que revelan antecedentes temporales y espaciales desde los cuales se define la configuración de un territorio, siempre ha estado presente a través de la historia y cómo ésta es un reflejo del comportamiento típico de la naturaleza humana: el cambio.

“Atraer gente más joven, porque igual siempre el persa a sido característico de gente más adulta, antes sobre todo. Yo llevo dos años, pero en estos dos años yo igual he sentido un cambio, antes era más como de la generación boomer como ese sector, pero ahora por ejemplo los que me compran discos a mí, de repente son cabros jóvenes, hasta cabros de 16 años por ejemplo vienen a ver.” (Trabajador Vinilos Persa Víctor Manuel, 27 años.)

“Tratan de atraer a un público joven, porque los cabros jóvenes que van no van a sociabilizar, sino que van a comprar con la familia, o netamente a trabajar, pero quieren como con esos proyectos urbanos y de carácter como más juvenil, **es para atraer al público joven, pero no solamente por el tema comercial, sino que para un tema más cultural.**” (Usuaría Persa Víctor Manuel, 25 años.)

CAPÍTULO 2/ REFLEXIONES

SOBRE EL SEMINARIO:

Transformaciones culturales en el barrio comercial Franklin de Santiago, Chile:

¿Procesos de Gentrificación Turística?

2.5. REFLEXIONES Y OPORTUNIDADES DE INTERVENCIÓN

En base al análisis realizado en el seminario de investigación, es que se busca la manera de poder intervenir el territorio, para poder frenar la gentrificación turística presente en el barrio comercial.

Para ello, es que se busca desarrollar un proyecto que considere el sector que está sufriendo principalmente el “abandono”, el cual comprende el sector de Mercado Matadero y su radio más cercano, ya que los visitantes no se concentran en este lugar, al preferir el sector del persa Victor Manuel donde hay más oferta gastronómica y cultural, siendo un foco de atracción para las personas.

El proyecto busca establecerse para poder evitar el desplazamiento de los comerciantes y antiguos residentes, sin fomentar una posible gentrificación. Es por ello que, la forma de intervención debe ser por y para la comunidad, ya que es esta la que va a definir los requerimientos necesarios del sector que necesitan ser intervenidos.

Además, se escoge este sector al poseer una ubicación centralizada la cual favorece en el sentido de intervención, ya que el impacto que se pretende generar en esta área afectaría a todo el barrio.

Los principales componentes de este sector son:

- Connotación Histórica
- Ubicación centralizada
- Buena conexión con el barrio
- Áreas disponibles para intervenir



SECTOR MERCADO MATADERO



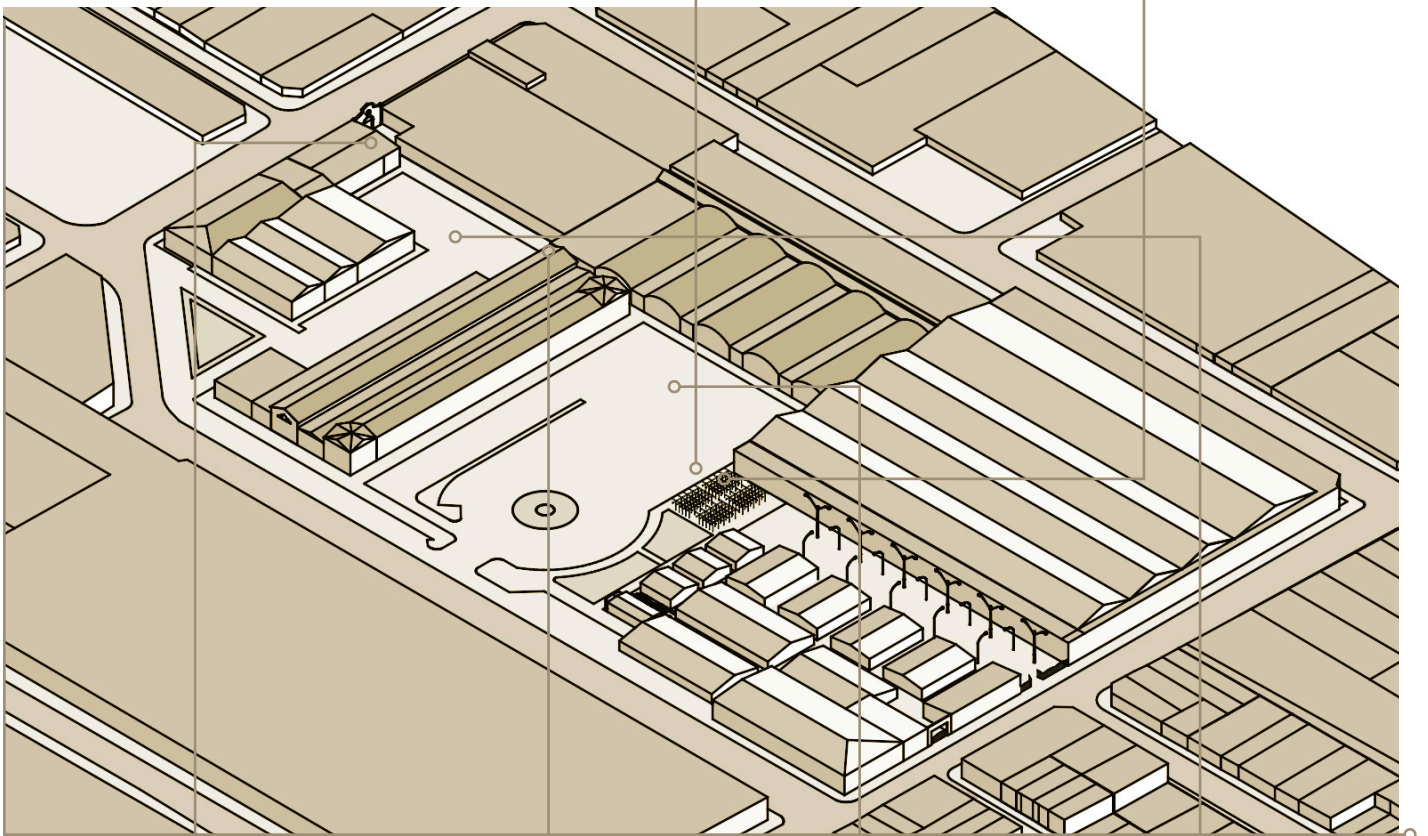
Comercio Gastronómico



Paseo Peatonal



Pérgola Existente



Fachada Patrimonial
Mercado Matadero



Pasaje Externo



Estacionamiento
Camiones



Estacionamiento



CERDOS

VACUNO

ALTERNOS LIEN



HUEVO VACUNO

H-100

KF CY-38

nr

Contextualización
CONCEPTUAL

CAPÍTULO 3/ CONTEXTUALIZACIÓN CONCEPTUAL

3.1. PATRIMONIO URBANO Y CIUDAD

Se define como un grupo de infraestructuras, calles, espacios urbanos, centros históricos e incluso ciudades enteras, que se han desarrollado en el pasado, y que en la actualidad son considerados como parte de una herencia colectiva que se debe ser conservada, tanto sus valores históricos como los estéticos, simbólicos, culturales, entre otros.

El patrimonio urbano no es almacenamiento de elementos preexistentes, sino una construcción social en la que grupos de alto nivel económico seleccionan distintos inmuebles antiguos, de esta forma, **se pone en valor a los objetos producidos en el pasado, afectando a como se ven en la actualidad, y cómo el pueblo y sus élites se relacionan con ellos.**

La apropiación y los vínculos que forman los grupos sociales establecen con edificaciones patrimoniales y con la ciudad son variables. La relación con la identidad y el acceso al patrimonio urbano son desiguales entre los distintos actores: "en un mismo patrimonio urbano se yuxtaponen identidades, memorias, atributos y valores". (Delgadillo, 2015)

Las principales características del patrimonio urbanos son:

- 01 Existen edificios y espacios urbanos que han sido construido con la finalidad de congregarse y mantener unidos a los grupos sociales, aunque no todos los edificios o barrios son creados con el mismo fin. Sin embargo, a lo largo del tiempo si llegan a poseer este objetivo donde sus principales variables son las sociales, políticas y culturales.
- 02 El mantener "intactos" los edificios patrimoniales a lo largo del tiempo es un componente importante que se hace difícil de manejar. Esto debido, a que convierte las edificaciones y espacios urbanos en un instrumento persuasivo para los grupos en el poder.
- 03 La ciudad puede ser considerada como una memoria colectiva para sus habitantes, pues es esta la que está asociada a símbolos y lugares donde se habita. El espacio urbano ofrece para cada miembro de una comunidad una imagen y apariencia social, la cual funciona como un espejo colectivo donde ven reflejado como es su propia sociedad.

3.2. CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO URBANO

Las ciudades latinoamericanas poseen un amplio legado de edificios y espacios públicos que se catalogan como patrimonio urbano. Este patrimonio se localiza principalmente en los centros históricos, los cuales aún poseen atisbos de cómo era la configuración espacial que se tenía en los siglos XVI, XVII, XVIII y XIX.

Como expone Delgadillo 2015, la conservación del patrimonio urbano y cultural demanda el mantenimiento de los edificios catalogados como patrimoniales, debido a que estos contribuyen con la identidad que posee una comunidad. Este concepto de identidad cultural es el que tiene como objetivo destacar las cualidades únicas que poseen estos grupos, ya que sus variables son las que los diferencian de otras culturas y grupos sociales. Sin embargo, son estos valores que poseen estos inmuebles históricos los que, en la actualidad y en la era del capitalismo neoliberal globalizado, se han convertido en una mercancía destinada al consumo cultural y turístico, o en una marca para hacer más competitiva a una ciudad frente a otras. (Delgadillo, 2015).

Otra característica del patrimonio urbano es que no solo se puede categorizar como un objeto tangible, como lo es un inmueble, sino que también es reconocido como el territorio que se habita, el cual puede conservarse en buen estado, o puede ser un área despoblada o en mal estado.

Los centros históricos conviven con ciertas presiones que ejerce el desarrollo urbano contemporáneo sobre su estructura tradicional y sus espacios públicos, así como el constante carácter de desuso en los que se ven sometidos la mayor parte de los inmuebles en la actualidad.

La conservación de los centros históricos no solo estará enfocada en preservar la memoria cultural de un territorio, sino que también es una forma de recuperar el inmueble para un uso más actual, más aún si nos enfocamos en su ubicación privilegiada en la ciudad.

La principal causa para invertir en la conservación es por el deseo de preservar la identidad cultural que está vigente en el territorio. "La promoción del turismo se invoca con frecuencia para justificar la inversión pública en la conservación del patrimonio urbano" (Rojas, Castro 1999).

Es en ese punto donde en países como Estados Unidos y Europa los centros históricos se ven afectados por transformaciones urbanas en favor de la preservación de estos, convirtiéndolos en focos atracción de la ciudad, que atraen a residentes de altos ingresos que son los encargados de restaurar, convirtiendo estos inmuebles en residencias temporales o permanentes, provocando un proceso de gentrificación turística.

Es por ello, que las intervenciones que se consideren realizar en pro a una conservación patrimonial, no solo se deben enfocar en la parte física de los barrios, sino que también deben revitalizar los procesos sociales y económicos que pueden hacer un uso eficiente del conjunto de edificios y estructuras y mantenerlas de modo adecuado. Para poder lograr que estos objetivos se cumplan se necesita principalmente la colaboración de actores sociales que promuevan la valorización social del patrimonio urbano y no la erradicación de este.

CAPÍTULO 3/ CONTEXTUALIZACIÓN CONCEPTUAL

3.1.2 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO URBANO COMO PARTE DE LA REHABILITACIÓN

Uno de los aspectos más relevantes que se han descubierto en el último tiempo es que la conservación del patrimonio urbano puede ayudar a “impulsar la rehabilitación de las áreas urbanas donde se localizan” (Rojas, Castro 1999). Siendo esta una de las principales motivaciones para incentivar la inversión hacia la conservación.

La restauración de los inmuebles históricos puede desarrollarse para usos públicos o privados, o con un uso mixto. El principal objetivo es que se establezca un mejoramiento en el espacio público y las edificaciones, con tal de que su repercusión en el territorio sea positiva y que atraigan un capital económico que ayude a la autosustentación del proceso. La conservación de los edificios del patrimonio se financia ya sea con fondos públicos o mediante operaciones conjuntas con inversionistas privados.

Como mencionamos anteriormente, la principal causa para preservar el patrimonio es por la necesidad de mantener la identidad e imagen urbana en una cultura cada vez más globalizada. Este puede sacarse provecho si se realiza con un enfoque turístico, si es que esto se maneja de manera adecuada, ya que como hemos analizado anteriormente con el seminario es que, lo que genera más complicaciones a la hora de intervenir el patrimonio es olvidarse de la propia imagen local y desplazarla para hacer zonas más rentables con enfoque turístico. Si se logra realizar bien se puede lograr sacar provecho de los beneficios intangibles que trae consigo.

En la actualidad, la conservación del patrimonio urbano es un tema relevante en la agenda política de los gobiernos locales de América Latina principalmente por su valorización económica y cultural que se desarrolla a la hora de intervenir. La teoría expone que esta inversión será sustentable a largo plazo si todo los actores sociales están involucrados, y participan activamente en esto. **“Esto requiere de una equilibrada distribución de funciones entre los actores públicos y privados”**. (Rojas, Castro 1999).

3.2. CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN URBANA EN LOS BARRIOS HISTÓRICOS

3.2.1 IMAGEN URBANA

Kevin Lynch (1960) determina la imagen urbana como las experiencias obtenidas por un espectador en un espacio determinado, siendo el resultado de la relación entre observador y espacio. Está condicionada por un carácter socio-cultural donde los habitantes conforman esta dimensión física, en base a sus propias percepciones tanto individuales como colectivas.

La ciudad representa la dimensión física mediante la cual sus habitantes concretan su carácter socio-cultural, entendiéndose esta como una construcción temporal en el espacio (Herrera, 2017),

El entendimiento de la ciudad desde el punto de vista de su imagen urbana, nos releva como es la percepción de esta por parte de los habitantes, conformando así una guía de cómo se conforma y estructura. Además, es relevante señalar que el mayor impacto en el significado de un espacio se ve reflejado en la imagen urbana colectiva, ya que esta posee una mayor incidencia tangible e intangible en un territorio.

3.2.2 IDENTIDAD

El sociólogo Jorge Larraín (2001) define su significado como la manera en que una persona o un grupo de personas se sienten conectados por una o varias cualidades propias o externas, cuyas interpretaciones no deben ser contradictorias entre sí. Plantea además que la identidad es un proceso social, y se encuentra constituida por tres elementos claves.

Primero la **definición propia del individuo y el como este se identifica con cualidades dentro de categorías sociales compartidas**, tales como religión, género, sexualidad, entre otros. De esta forma la persona establece su propio sentido y caracterización.

El segundo elemento es el material, donde las **personas se proyectan y reconocen a sí mismos en un elemento físico, su sentido propio se ve plasmado en este, sintiéndolo de esta forma parte de su propia imagen y esencia**. El elemento material hace referencia tanto a objetos que adquiere el individuo, como a un espacio físico que lo represente. El sentido de este elemento son los vínculos que se generan con la persona.

El tercer elemento que conforma la identidad son los "otros", **el cómo un individuo se define respecto a la manera en que lo ven las demás personas**. Este elemento abarca tanto las opiniones de los otros hacia nuestra identidad, como la forma en que nos diferenciamos desde nuestra perspectiva del resto, nos volvemos individuos únicos, con un significado distintivo. (Olivares, 2020).

CAPÍTULO 3/ CONTEXTUALIZACIÓN CONCEPTUAL

3.3. ESPACIOS INTERSTICIALES

Un espacio que es conquistado por memoria y tradición, proyectadas referencialmente como una base cultural de soporte identitario, impregnándose el lugar de vivencias grupales.

Los espacios demarcados reflejan parcialmente los intereses de sus habitantes y, su partición abstracta.

ESPACIO INTERSTICIAL

“Tradicionalmente, el diseño urbano se ha encargado de diseñar la calle y la plaza, asumiendo que ese espacio público se lo define bajo ciertas categorías que responden a variables políticas, administrativas, físicas, funcionales, entre otras, de carácter muy restrictivo, muy limitante en circunstancias en que la propia sociedad ha rebasado o está rompiendo esas barreras. Esas categorías que limitaban el ámbito público y el privado se están diluyendo desde el punto de vista de la sociedad, de los individuos, del habitar observando una transgresión a esas categorías que separaban ambas esferas, como también desde el punto de vista espacial, físico y funcional”. (Arze, et. al.: 2013)

El concepto de intersticio como soporte del diseño urbano, no prioriza la condición que limita el ámbito público y el privado, sino más bien, incorpora todo aquello que queda “entre” ambos e incluso transgrede barreras del ámbito privado. “Es una condición que en muchos casos sobrepasa las dimensiones físicas, configurando nuevas instancias en las cuales el límite divisorio podría llegar a ser infiltrable o indefinido”. (Arze, et. al.: 2013)

Estas aproximaciones a la definición de intersticio, pone en relevancia aquel vínculo homeostático que se encuentra entre todo aquello que se considere público y privado, resuelto en una condición.

El concepto mismo tradicionalmente entendido conlleva a una constante que se caracteriza por **aquello que está “entre” dos partes. Ya sea un límite, un encuentro, una superficie donde convergen dos medios diferentes o funciones al menos distintas** (Arze, et. al.: 2013). Funcionan como un límite bien definido, en el cual cada una de las condiciones cumple un rol específico provocando una dualidad, su configuración por tanto es ambigua. Asimismo, dentro de nuestra disciplina, hemos entendido el espacio intersticial “tradicional” como aquel restante que van dejando las operaciones autistas, espacios que necesitan para alcanzar su fin pero quedan atrapados en el medio sin construirse.

Es aquí donde es necesario replantear esta concepción tradicional con la cual el diseño urbano ha venido trabajando. **Reconfigurar significa la exploración y resolución de la condición dual existente entre la esfera pública y privada cada vez más difusa y claramente poco definida en la contemporaneidad.**



...nes
MENDOZAS
...nte la mejor...

CARNES MENDOZAS
El Palacio del Cerdo

COMERCIAL SHALOM
CALIDAD EN CARNES Y SUBPRODUCTOS DE VACUNO

CERDO NACIONAL

PAGUE CON
RED COMERCIAL
EMPROQUE

ESTIMADO CLIENTE
RECUERDE
...BOLSA

TADAPACHO \$5.990
POTO PACHO \$5.990
... \$5.990

... \$3.990
... \$3.990
... \$3.990

04

Contextualización
TERRITORIAL

CAPÍTULO 4/ CONTEXTUALIZACIÓN TERRITORIAL

4.1. BARRIO FRANKLIN COMO POLO COMERCIAL

3.1 PERICENTRO COMO CONTENEDOR DE BARRIOS COMERCIALES

El espacio construido en áreas centrales y peri-centrales de las ciudades en Chile se ha caracterizado por el aumento de nuevas proporciones de ocupación del suelo. Ante la ausencia de planificación del espacio público, el ya existente se torna cada vez más escaso. Las áreas urbanas de mayores flujos y acceso a servicios, tienden a concentrar la mayor parte de los nuevos desarrollos inmobiliarios. El espacio antes colectivo, se privatiza y aísla de los barrios, dejando veredas angostas para circular como única posibilidad de interacción directa con la ciudad.

La escasa capacidad de los gobiernos locales para desarrollar proyectos que respondan al aumento de la población residente y flotante hace urgente la reflexión sobre el espacio público en este nuevo escenario. La hibridación entre espacio público y densidad construida genera nuevas posibilidades de diseño arquitectónico que aborden la relación entre escala metropolitana y escala barrial, resignificación del contexto urbano y nuevos usos asociados.



Comercio Informal Barrio Franklin

Fuente: Archivo Fortín Mapocho

Entre los años 30' y 60' se implementó una serie de iniciativas de vivienda social y se conformó el trazado vial en los sectores adyacentes al Matadero Municipal. Estas iniciativas, promovidas tanto desde organismos públicos como privados, marcan la consolidación urbanística del barrio. (Gobantes, Peirano, Tapia, 2004).

Hacia el año 1979 se consolidó el cierre de la estación de ferrocarriles, junto con las industrias de Curtiembre y Calzado, fue ahí donde estas infraestructuras fueron arrendadas a locatarios comerciales conformando así el persa Bío-Bío. Ya hacia los años 90' el crecimiento comercial era tal, que la identidad del barrio se establecía gracias a esto, consolidándose como uno de los barrios comerciales más importantes de la ciudad de Santiago, esto se ve identificado en la superficie destinada a comercio, es superior a la destinada a residencia.

“La identidad cultural de los transeúntes se construye en base a la identificación del barrio Franklin como el territorio comercial donde los sectores populares tiene las más amplias posibilidades de acceder a bienes de consumo”. (Gobantes, Peirano, Tapia, 2004).

En los últimos años, el barrio se ha visto afectado por la implantación del transantiago, que eliminó muchos recorridos, por la Gran Avenida, Santa Rosa y Placer, los cuales proporcionaban una cuota de accesibilidad al barrio. Además de la llegada de migrantes de distintas nacionalidades que aportan un valor cultural al sector, esto con la evolución del comercio que ha sido afectado por los nuevos consumidores, los cuales, por ser un barrio de moda, van en busca de nuevas atracciones. Es en base a esto, que se establece una transformación cultural en el barrio, el cual, por su valor histórico, posee una imagen urbana clara que lo destaca dentro de la ciudad, es imperante el rol que va a poseer estas nuevas corrientes que se establecen, y generan un cambio en el sector, convirtiéndolo de una zona exclusivamente comercial, a una mucho más turística con diversas atracciones.

3.1 ELECCION DEL LUGAR DE INTERVENCION

“El sector entorno al Zanjón de la Aguada tiene un origen común comercial asociado al Mercado Matadero y una marcada identidad popular, expresada a través de sus poblaciones obreras, cuestión que genera un interés particular. En este sentido el barrio Matta-Franklin contiene los valores de un barrio multifuncional con acceso a equipamientos y servicios de carácter comunal, además de estar favorablemente vinculado con el centro de actividades económicas de la ciudad, posee una serie de cualidades positivas para la construcción de proyectos habitacionales integrados.” (Cantillana, 2017).

3.2 CONTEXTO HISTÓRICO: BARRIO COMERCIAL FRANKLIN

“El barrio Franklin ha ido reforzando su vocación comercial por sobre su uso para fines residenciales.” (Gobantes, Peirano, Tapia, 2004). Los orígenes del barrio Franklin se remontan hacia los años 1847 aproximadamente, cuando se produjo una expansión de los barrios bajos de la ciudad de Santiago, los cuales tenían como principal rol la producción agrícola y ganadera de la capital. No fue hacia los años 1910, que se consolida como un barrio comercial, con el establecimiento del popular Matadero Municipal de Santiago, o mejor conocido como Matadero Franklin, y la llegada de la estación de ferrocarriles.

La cual incentivó al establecimiento del comercio, principalmente el comercio ambulante, el cual produjo una densificación en el barrio, que provocó un crecimiento del mismo.

CAPÍTULO 4/ CONTEXTUALIZACIÓN TERRITORIAL

4.2. IMAGEN URBANA Y NUEVOS PROCESOS DE URBANIZACIÓN EN EL BARRIO COMERCIAL FRANKLIN

“En el caso de un barrio comercial, la relación de identidad y responsabilidad se complejiza debido a que la gente no vive necesariamente en el barrio. Esto trae consigo dos resultados inmediatos: están determinados por un mayor flujo y actividades a nivel peatonal, a la vez que por una construcción de identidad más débil que la que se produce en los barrios no comerciales.”

La principal imagen urbana presente en el barrio está caracterizada por los usuarios, como actores claves, que lo identifican como un territorio comercial donde pueden acceder a una variedad de bienes de consumo principalmente usuarios provenientes de sectores populares (Gobantes, Peirano y Tapia, 2004).

Esta imagen urbana está condicionada por el caos, el movimiento y el flujo comercial presente en él, de acuerdo a la función netamente comercial que para ellos lo define y le otorga su carácter particular

“Sin embargo, la relación entre residencia y comercio ha cambiado radicalmente en Franklin, lo que tiene su correlato en la experiencia de sus habitantes y en la forma como éstos construyen sus representaciones respecto del barrio, implicando un cambio en su identidad cultural. Si bien aún existe una identificación de los comerciantes y residentes con el territorio, el referente de esta identidad corresponde a una imagen tradicional que no necesariamente tiene un correlato en la práctica cotidiana”. (Manual Santiago Lateral 2016).

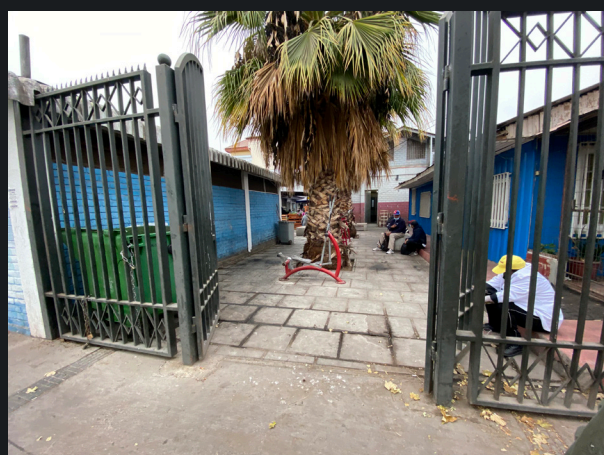
Franklin es un claro reflejo de la actual tendencia de desarticulación entre la experiencia y la imagen urbana. Esto se manifiesta particularmente en el Matadero como el principal hito que marca el territorio, que sigue siendo el referente simbólico del barrio, pero que ya no cumple su función tradicional, por la que se constituyó en hito. A esta imagen tradicional de Franklin se contraponen la imagen que tienen los usuarios externos, que identifican el barrio predominantemente con su carácter comercial, donde los espacios de flujo representan el principal hito. La relación entre cultura, identidad y territorio tiende a diluirse en el caso de Franklin.

Sus habitantes ya no constituyen una comunidad, sólo se mantiene la idea de ésta, sin existir vínculos presenciales y afectivos más que entre vecinos cercanos de una misma cuadra. En segundo lugar, la identidad territorial se construye únicamente sobre una idea de cierto modo mítica del sector y, finalmente, el mismo

territorio pierde correspondencia entre uno y otro habitante. Lo anterior se muestra claramente en la representación particular que se construye del “barrio”, donde el espacio que se considera propio no se corresponde con el del resto de los miembros de la comunidad imaginada, sino sólo con el de los vecinos cercanos.

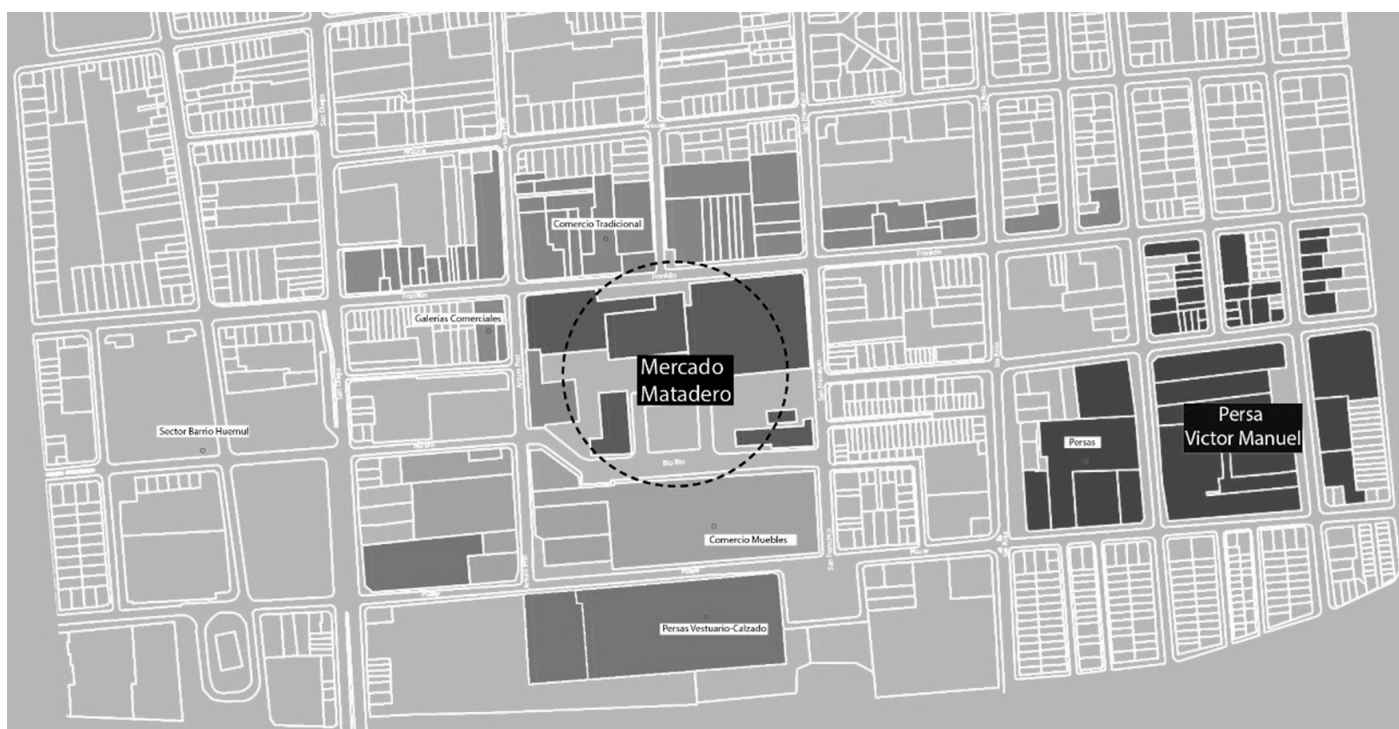
La comunidad deja de corresponder a los habitantes del territorio culturalmente delimitado, para pasar a ser un agregado de residentes que no mantienen relaciones sociales entre sí, fuera del círculo íntimo de vecinos. De esta manera, se desmitifica la idea del barrio como unidad homogénea, autocontenida e independiente del resto de la ciudad, reflejando cómo los nuevos procesos de urbanización afectan los modos de habitar y experimentar la ciudad y, por lo tanto, configuran nuevas y dinámicas formas de construir identidades, fomentándose procesos como el desarraigo de sus habitantes.” (Gobantes, Peirano y Tapia, 2004).

ESPACIOS PUBLICOS



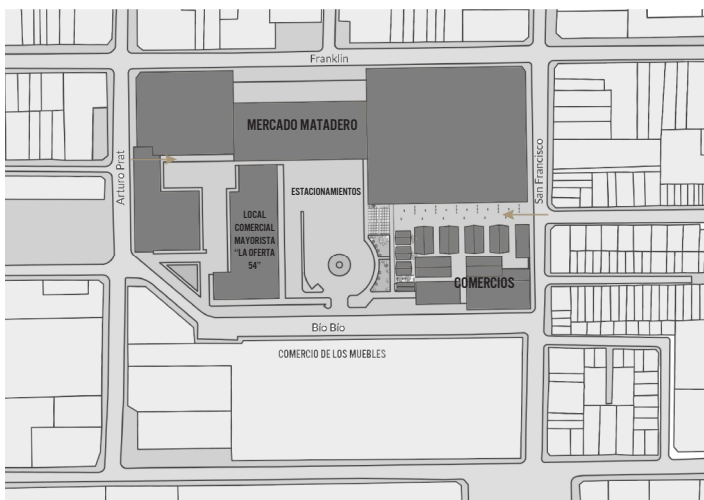
CAPÍTULO 4/ CONTEXTUALIZACIÓN TERRITORIAL

4.3 ÁREA DE INTERVENCIÓN



El Mercado Matadero se consolida como un hito comercial del barrio, caracterizándose principalmente con el rubro de la alimentación, donde convergen personas de todas partes de la capital en él. Junto a él se emplaza el Paseo Gastronómico Matadero Franklin, o denominado por los mismos trabajadores como el “Paseo Ahumada de Franklin”. Este se destaca por ser un espacio público intersticial, que se compone principalmente por cocinerías con terrazas hacia el paseo peatonal, y espacios de tránsito.

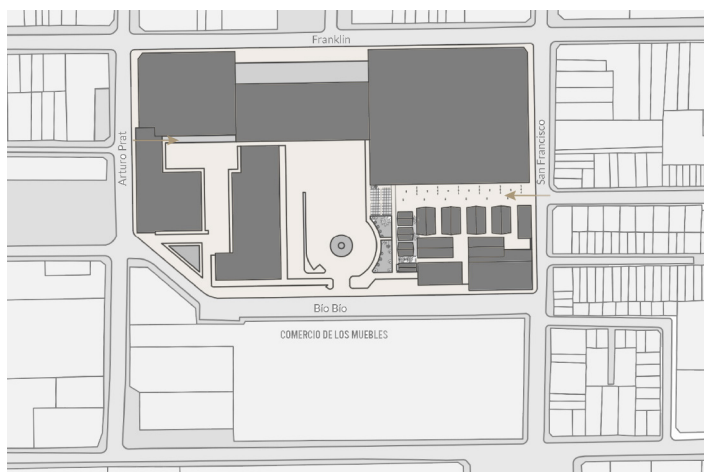
EDIFICACIONES



Al realizar un análisis del barrio comercial Franklin, se pueden establecer ciertas condiciones que permiten identificarlo como un polo comercial relevante para la ciudad de Santiago, donde convergen distintas variables que lo convierten en un barrio complejo y diverso. Es por ello, que al querer aproximarse a una posible intervención es que se dificultan estas acciones, ya que son tantas las variables a considerar, que se debe tener especial precaución a la hora de intervenir.

Al considerar distintas intervenciones, se establecen que estas estén conectadas y sean atingentes a las necesidades y dinámicas del barrio, por lo que estas se establecerían a partir de nodos o ejes urbanos, en lugar de pensar en intervenciones aisladas. Si analizamos los nodos urbanos, estos se caracterizan por ser espacios públicos o instalaciones públicas que actúa como motor de cambio, pudiendo ofrecer distintos usos: centros sociales, mercados, zonas de juego, parques, superficies de agua y otros espacios singulares.

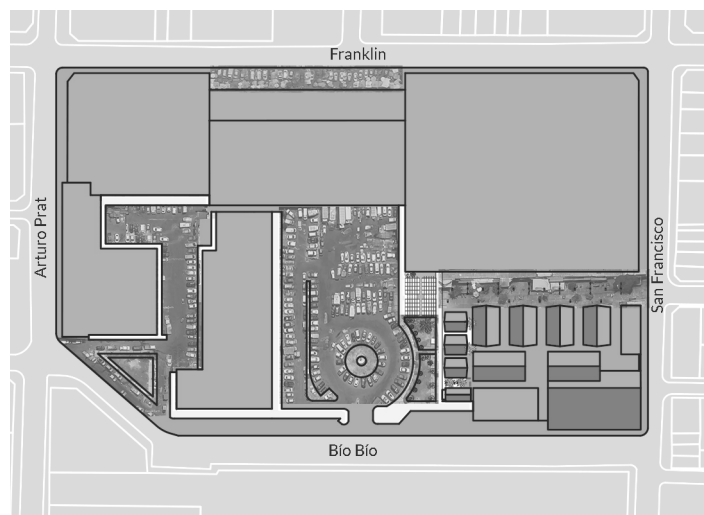
ESPACIOS INTERSTICIALES DEL MERCADO MATADERO



Los corredores, a su vez, son calles o caminos que se han seleccionado para realizar mejoras, como el aumento de vegetación, la integración de redes de saneamiento, mejoras de accesibilidad y, en general, hacer de ellos unas calles más transitables y confortables. Esta estructura hace que el conjunto de las intervenciones tenga un mayor impacto, proporcionando una mejora generalizada y notable de la experiencia urbana para las personas que viven o se desplazan por la zona.

Las principales carencias de este espacio son los espacios públicos que están en deterioro, solo hay un sector de áreas verdes que no están disponibles para el público, carece de accesibilidad universal, siendo difícil el poder transitar por este sector. Además, existe un proceso de descarga de la carne cruda que se vende en el Mercado Matadero que genera una condición ambiental de olores y tránsito de esta misma que se deben considerar.

ESTACIONAMIENTOS

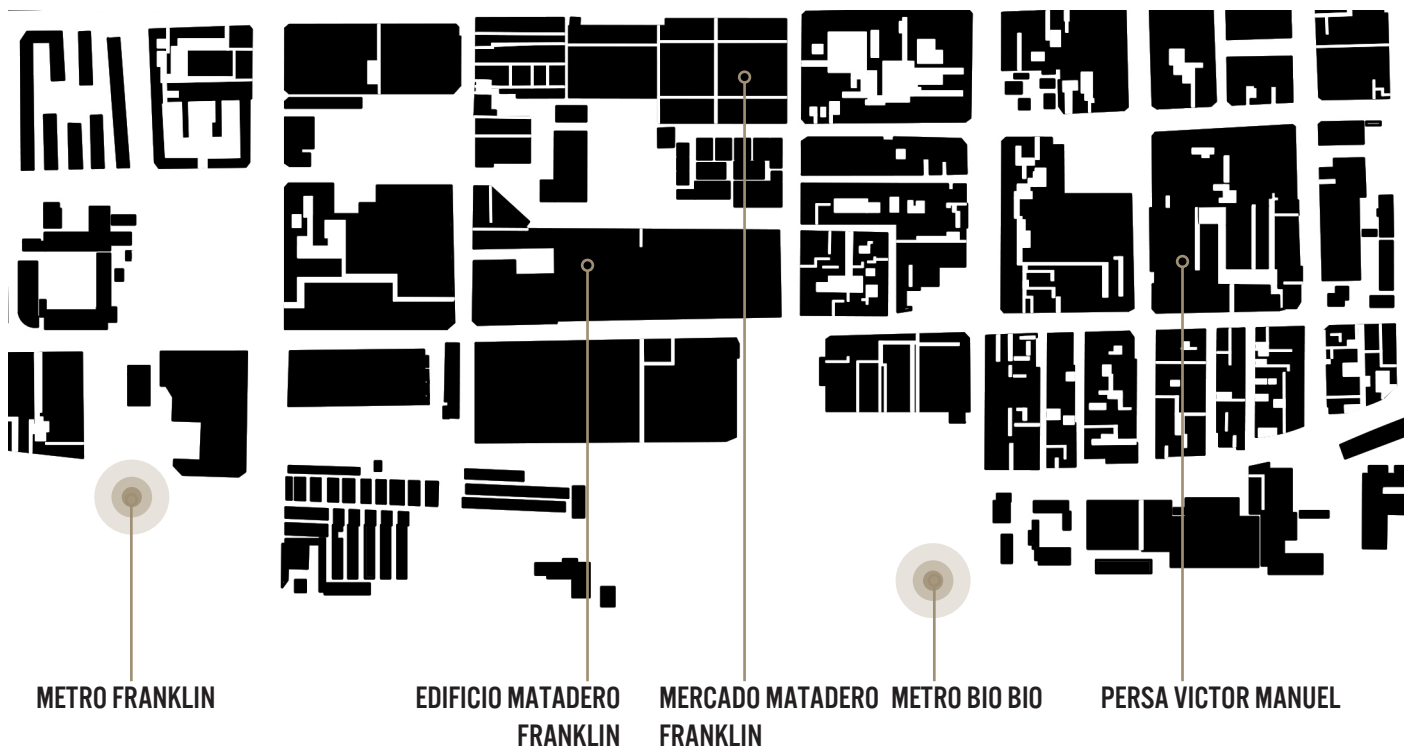


CAPÍTULO 4/ CONTEXTUALIZACIÓN TERRITORIAL

4.3 ÁREA DE INTERVENCIÓN



PLANO NOLLI: EDIFICIOS PÚBLICOS IMPORTANTES

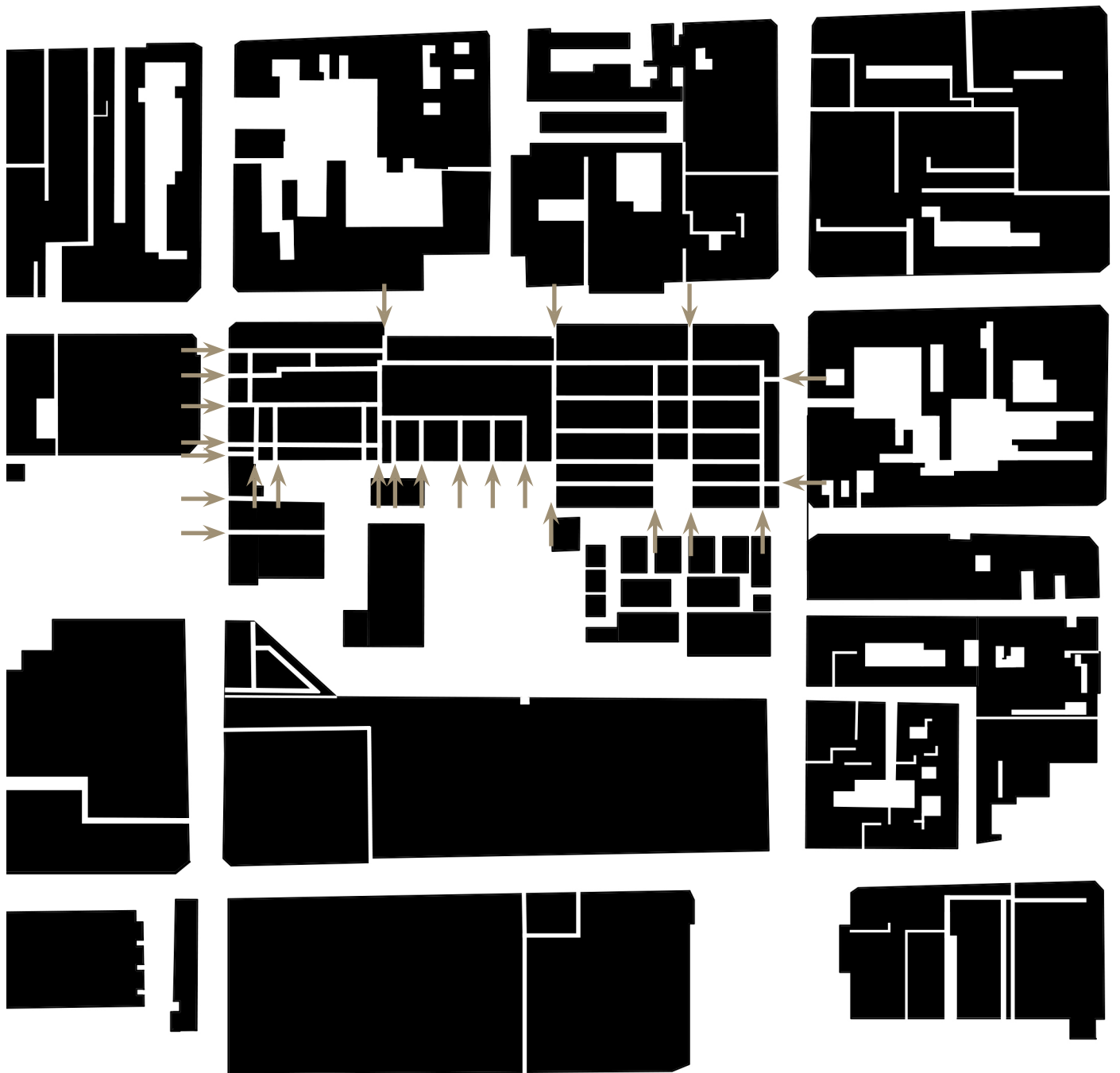


NEGATIVO PLANO NOLLI: ESPACIOS INTERSTICIALES



CAPÍTULO 4/ CONTEXTUALIZACIÓN TERRITORIAL

4.3. ÁREA DE INTERVENCIÓN: ACCESOS



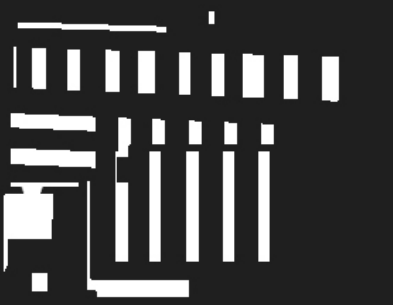
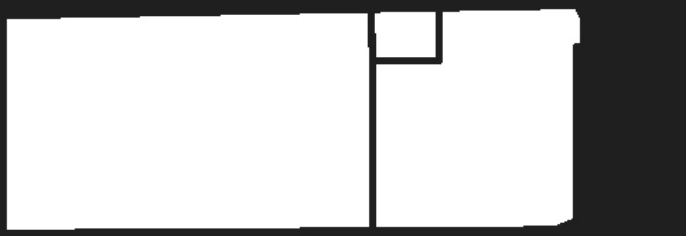
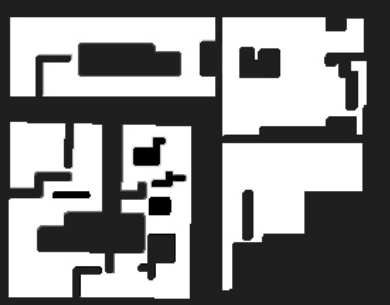
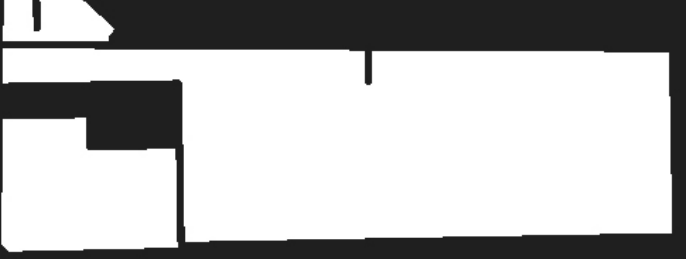
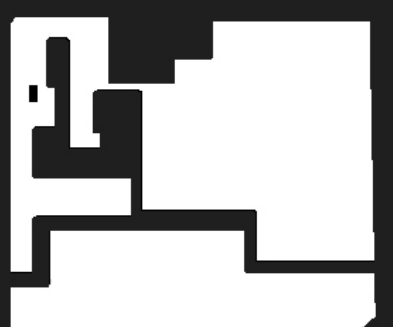
ESPACIOS INTERSTICIALES: ÁREA A INTERVENIR

RECORRIDOS INTERNOS



NEGATIVO





05

Aproximación al
PROYECTO

CAPÍTULO 5/ ARGUMENTO PROYECTUAL

5.1. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

Los sectores y barrios patrimoniales permanecen, como testimonios de identidad –histórica, simbólica, y funcional- en medio de una urbe en constante cambio. Suelen ser espacios de representatividad en su condición de centralidad, lugares de expresión para sus habitantes y un libro edificado sobre la historia de la ciudad. Allí están el espacio público, los conjuntos arquitectónicos, los inmuebles.

El tejido edificado de estas áreas es la expresión formal de los procesos históricos, de la ideología y las condiciones socioeconómicas de sus habitantes. En estos barrios, más que en el resto de la ciudad, las relaciones entre grupos sociales permiten materializar físicamente su propia identidad. (Carrión, 2005; Sahady, 2015; Waisman, 1995). Es por ello, que al momento de intervenir un territorio es relevante tener en consideración las dinámicas establecidas en él y como las personas se desarrollan en este.

El diseño participativo juega un rol relevante a la hora de abordar este tipo de proyectos, por eso se busca a actores claves del sector, que tengan significancia en el barrio.

OBJETIVOS



INCORPORACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO COMO ELEMENTO DE RELACIÓN CON EL ENTORNO

Esta estrategia se vincula al diseño de la masa y el vacío en relación con el contexto circundante, en el cual se incorporan, dentro de una escala reducida, espacios destinados al público. De alguna manera, el programa del inmueble se ajusta a las dinámicas propias del barrio, siendo, en muchos casos, aquello que constituye un aporte a las comunidades existentes.

La incorporación del espacio público, dentro una propuesta determinada, se puede asociar a la revelación del medio, dado que esta acción se plantea bajo la necesidad de recuperar el patrimonio a través de la rehabilitación del lugar. Suele involucrar el área pública como espacio jerárquico y corazón endógeno del proyecto. O bien, a modo de vínculo con el exterior, la incorporación de nuevas circulaciones, o espacios relacionados con áreas públicas que visualmente ponen al descubierto las áreas históricas por medio del vacío.

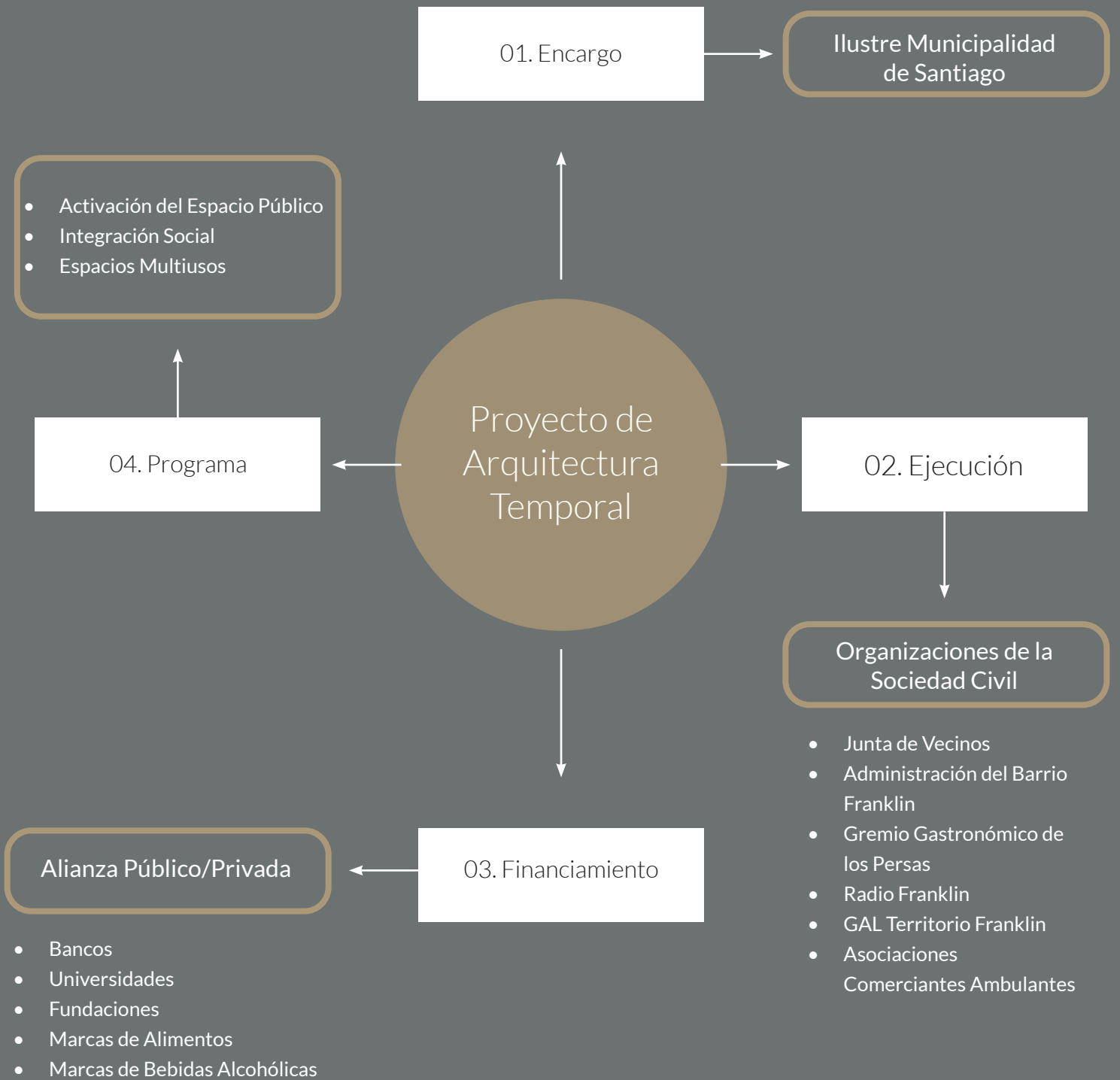
REQUERIMIENTOS

- **INTRODUCIR SERVICIOS O INFRAESTRUCTURAS PÚBLICAS (BAÑOS PÚBLICOS, GESTIÓN DE RESIDUOS, MOBILIARIO URBANO) PARA APOYAR LAS ACTIVIDADES Y MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LOS LOCATARIOS COMO DE LOS RESIDENTES**
- **PROPORCIONAR LA INTEGRACIÓN DE ÁREAS VERDES EN EL BARRIO PARA LOGRAR UN BARRIO MÁS RESILIENTE Y SOSTENIBLE**
- **HACERSE CARGO DEL ESPACIO POCO AGRADABLE GENERADO POR LA DESCARGA DE CARNES CRUDAS DESDE EL ESTACIONAMIENTO HACIA EL MERCADO MATADERO**



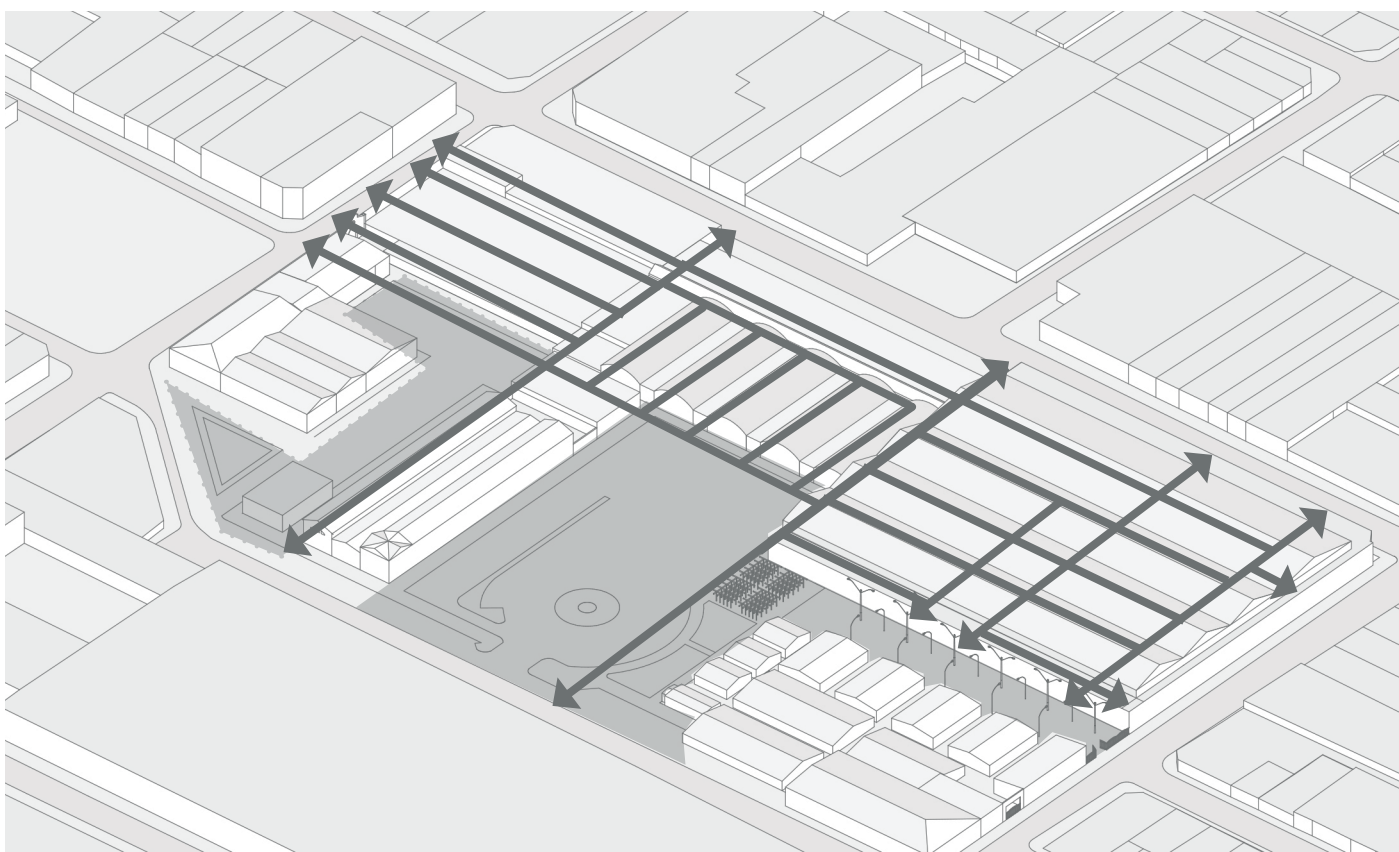
CAPÍTULO 5/ ARGUMENTO PROYECTUAL

5.2. GESTIÓN



01 LIBERAR

El paño de las estructuras que fragmentan su interior, como comercios no consolidados o automóviles. Se establece trabajar a partir del predio disponible como articulador de toda la manzana, respetando y poniendo en valor las preexistencias de esta. El proyecto se desarrollará en los espacios intersticiales por lo que no hay un sector definido para intervenir.

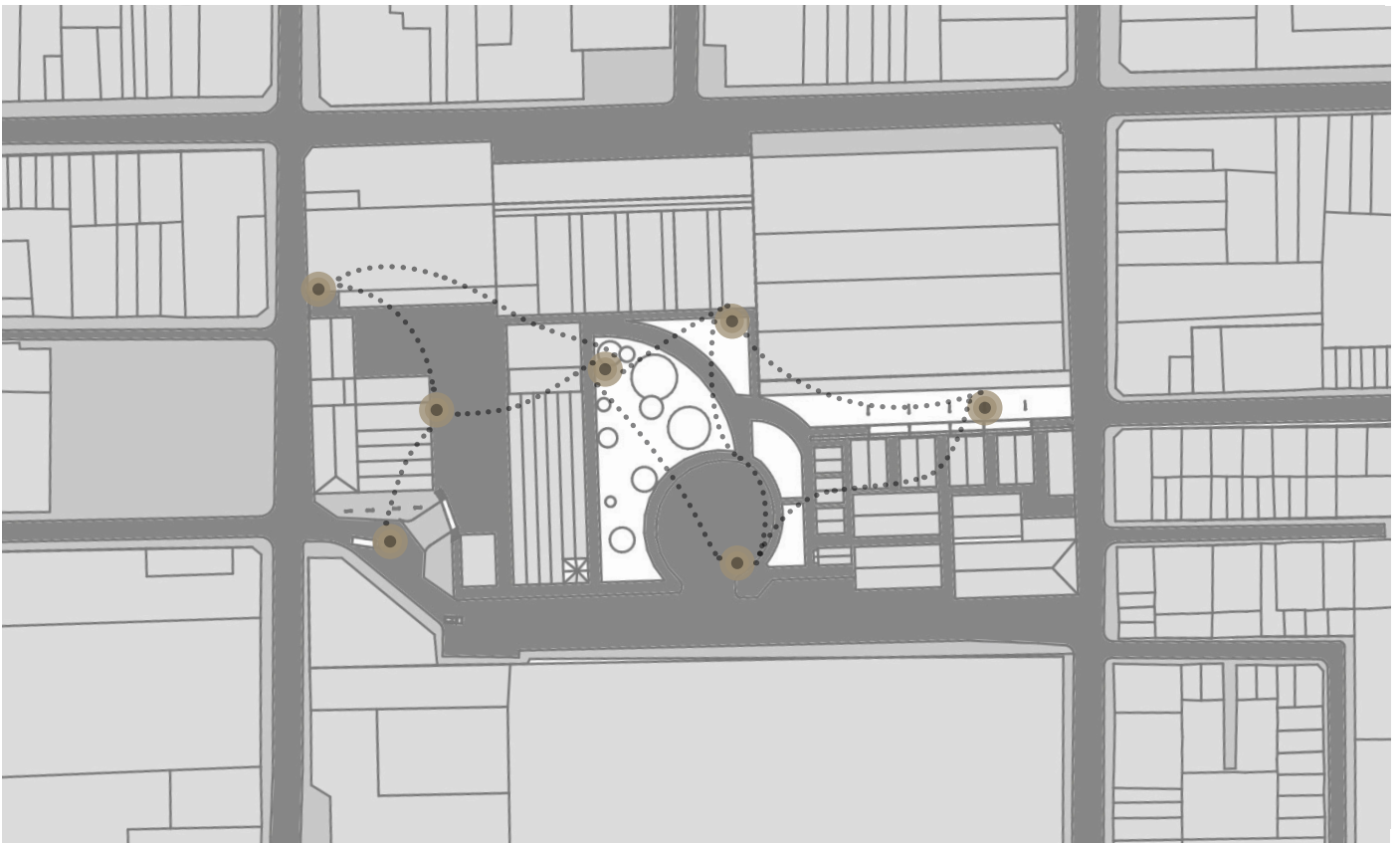


Fuente: Elaboración Propia

02 PROGRAMAR

Programar los espacios con componentes culturales, recreacionales o comerciales. Condicionando los espacios públicos que invaden el interior, con el objetivo de **hacerse cargo de esta condición de red** que tanto caracteriza el barrio. Se genera un cruce con un nuevo espacio público, que va desde los recorridos existentes a través del terreno disponible.

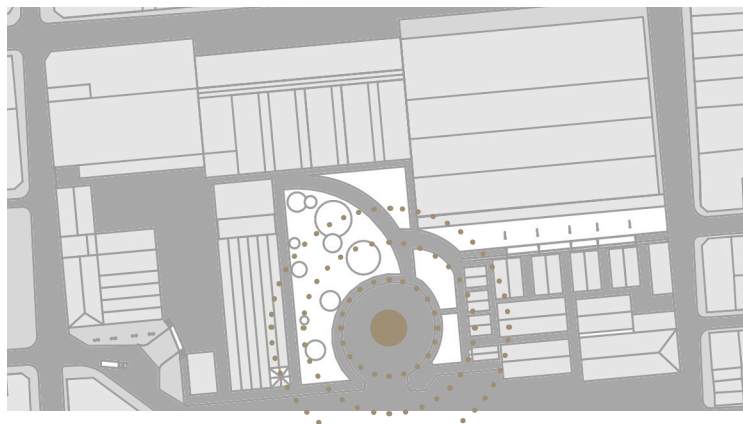
En este sentido se declara una manera de operar en el centro, acorde a lo existente, pero al mismo tiempo **se busca un reconocimiento de las relaciones entre unidades construidas al interior de la manzana**, por lo que se establece una forma de operar entre ellas que es ilustrada por el repertorio explorado en la investigación, funcionando como marco operativo en las relaciones espaciales entre lo construido.



Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO 5/ ARGUMENTO PROYECTUAL

5.3. ESTRATEGIAS DE PROYECTO



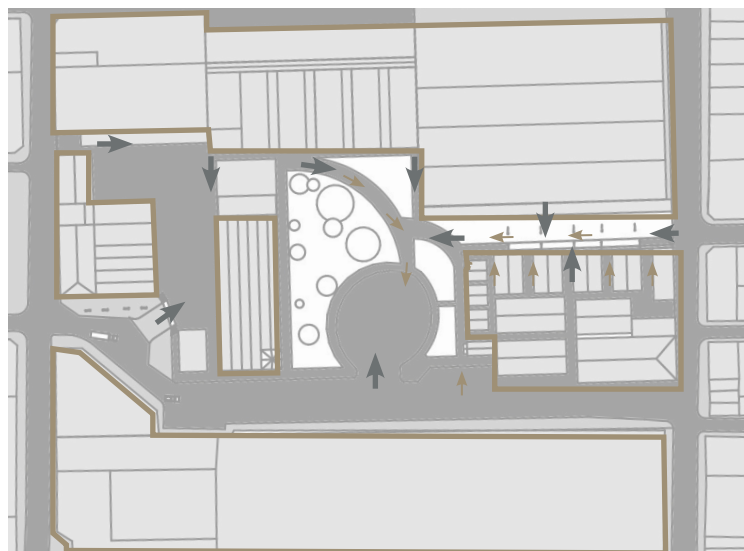
Fuente: Elaboración Propia

03 ARTICULAR

La tercera operación consiste en un **vacío colectivo interno que actúa como articulador de la manzana**, buscando un vuelco y una puesta en valor hacia el interior con el objetivo de repensar el espacio interno como un lugar de encuentro, que **enriquezca la manera en que se desarrolla lo colectivo y comercial en el centro**, buscando **potenciar y fortalecer las relaciones sociales entre comerciantes de la manzana**.

04 APROPIACIÓN

A partir de la observación de la apropiación de espacios de la manzana (aparentemente residuales) por parte de los residentes surge la cuarta operación, que busca **articular en diferentes niveles el potencial “nuevo suelo urbano” que el sector nos presenta**. Así, se conforma un gran patio colectivo que se conecta con un gran paseo cívico, que va vinculando con las estructuras existentes.



Fuente: Elaboración Propia

Es por esto que el proyecto funciona como una especie de virus que se va apropiando de diferentes espacios residuales que hoy la manzana presenta, integrándolos con las nuevas unidades construidas en el lote disponible. Por esta razón, se desarrolla la manzana a través de la resolución de diferentes pequeñas operaciones que desde lo privado a lo comunitario, logran configurar el paisaje interior de manzana de carácter colectivo del barrio comercial Franklin. Así se entienden las relaciones espaciales que se generan al interior de la manzana, las cuales determinan y tienen la oportunidad de potenciar las relaciones sociales con las que se busca trabajar.

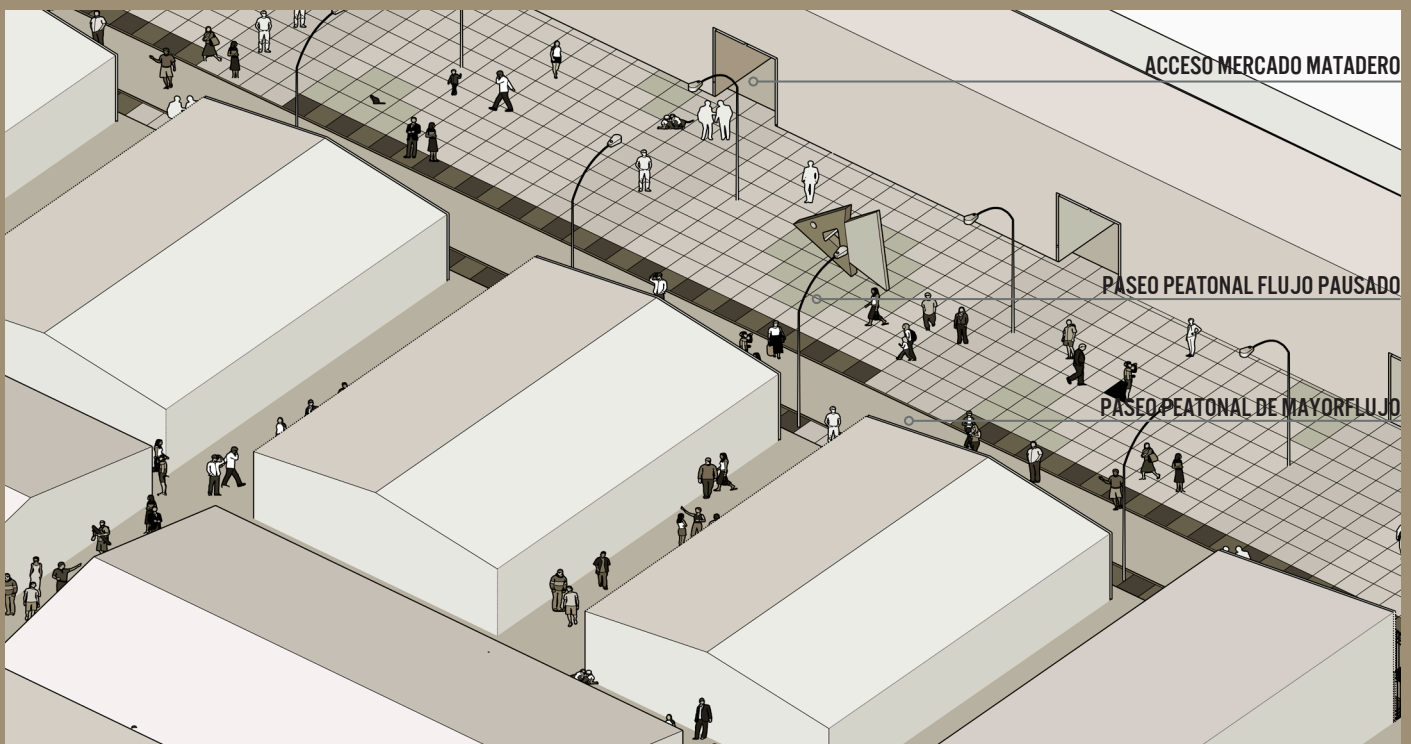
5.4. PROGRAMA

El proyecto busca desarrollar espacios para la comunidad, que tengan como objetivo revitalizar el sector de Mercado Matadero. Los programas se hacen cargo de los distintos usos del barrio, además de los distintos usuarios que lo visitan.

- Área Adyacente: Zona de Borde Comercial, se establece en el límite de los espacios gastronómicos desarrollados en el exterior de Mercado Matadero, se hace cargo del uso público de los visitantes del barrio.

Se comprende la relevancia de los espacios gastronómicos, funcionan como reactivadores de sectores comerciales, con el objetivo de que no se transformen en una variable gentrificadora del barrio, sino que sean espacios donde los usuarios visitantes y residentes compartan en comunidad, aportando con espacios de recorrido hacia el interior y exterior del Mercado Matadero.

- Paseo cívico: Se establece un paseo que integre el flujo de personas que provienen del sector poniente del barrio.



CAPÍTULO 5/ ARGUMENTO PROYECTUAL

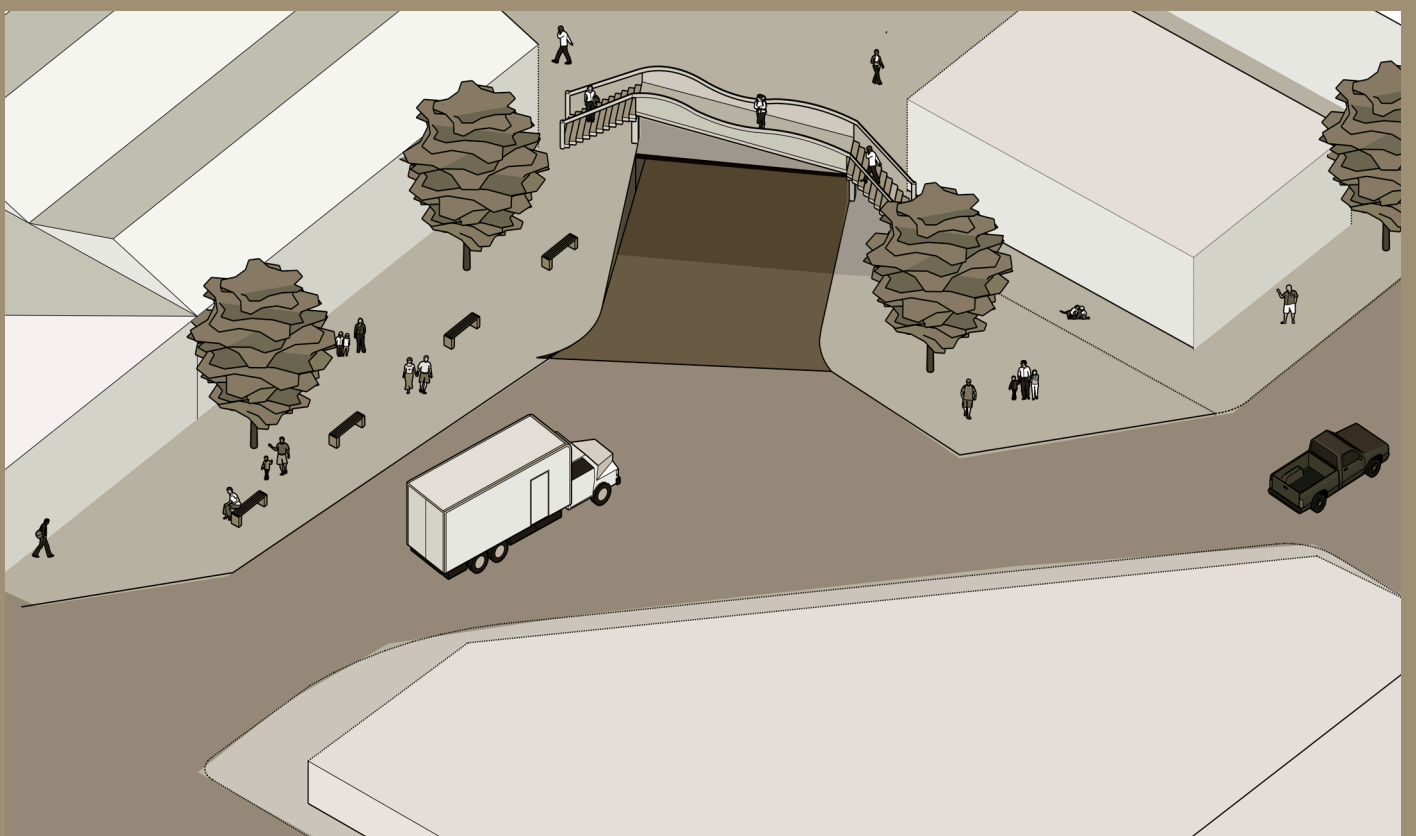
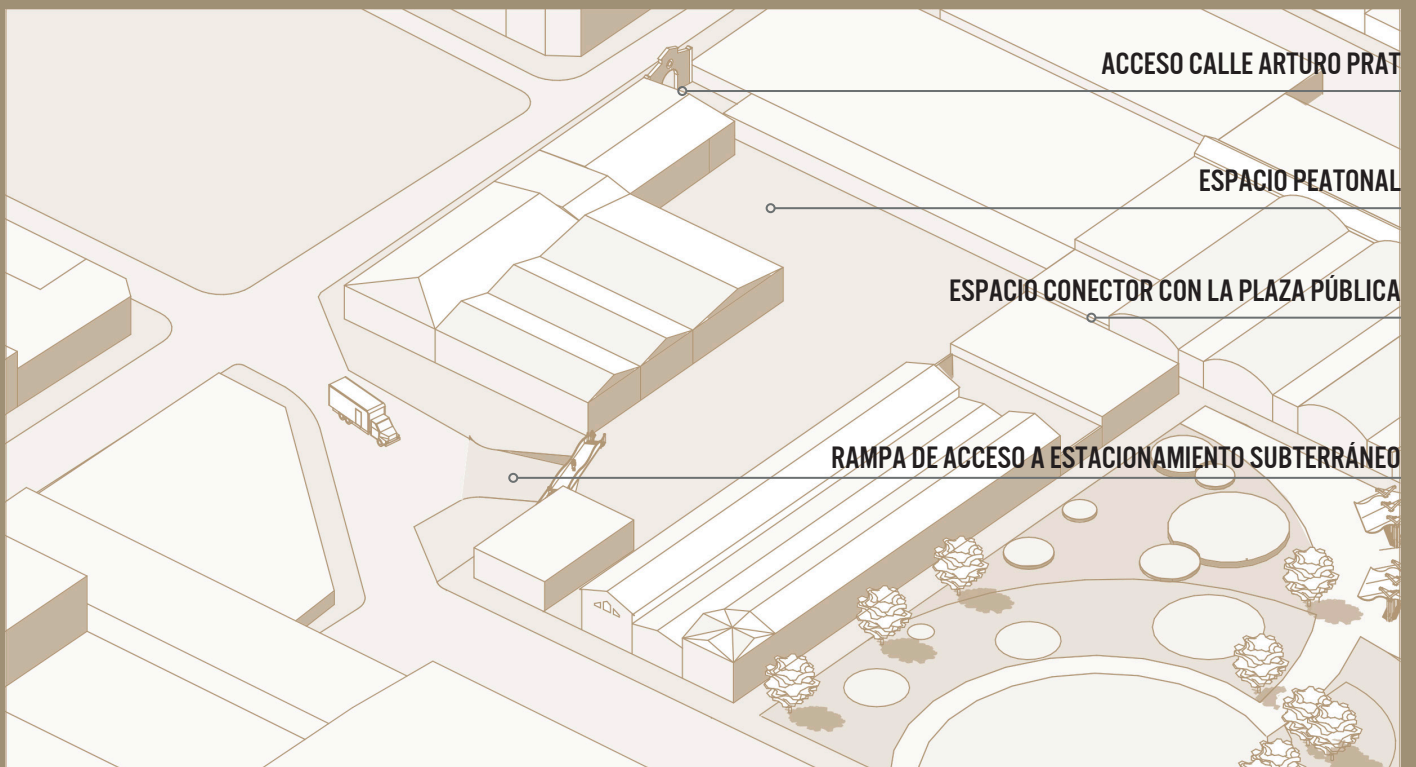
5.4. PROGRAMA



- Plaza Dura: Gran explanada, se desarrolla como el gran nodo de este hito urbano.

Se desarrolla una gran explanada que se consolide como un espacio donde converjan distintos eventos culturales que se puedan desarrollar en el barrio comercial.

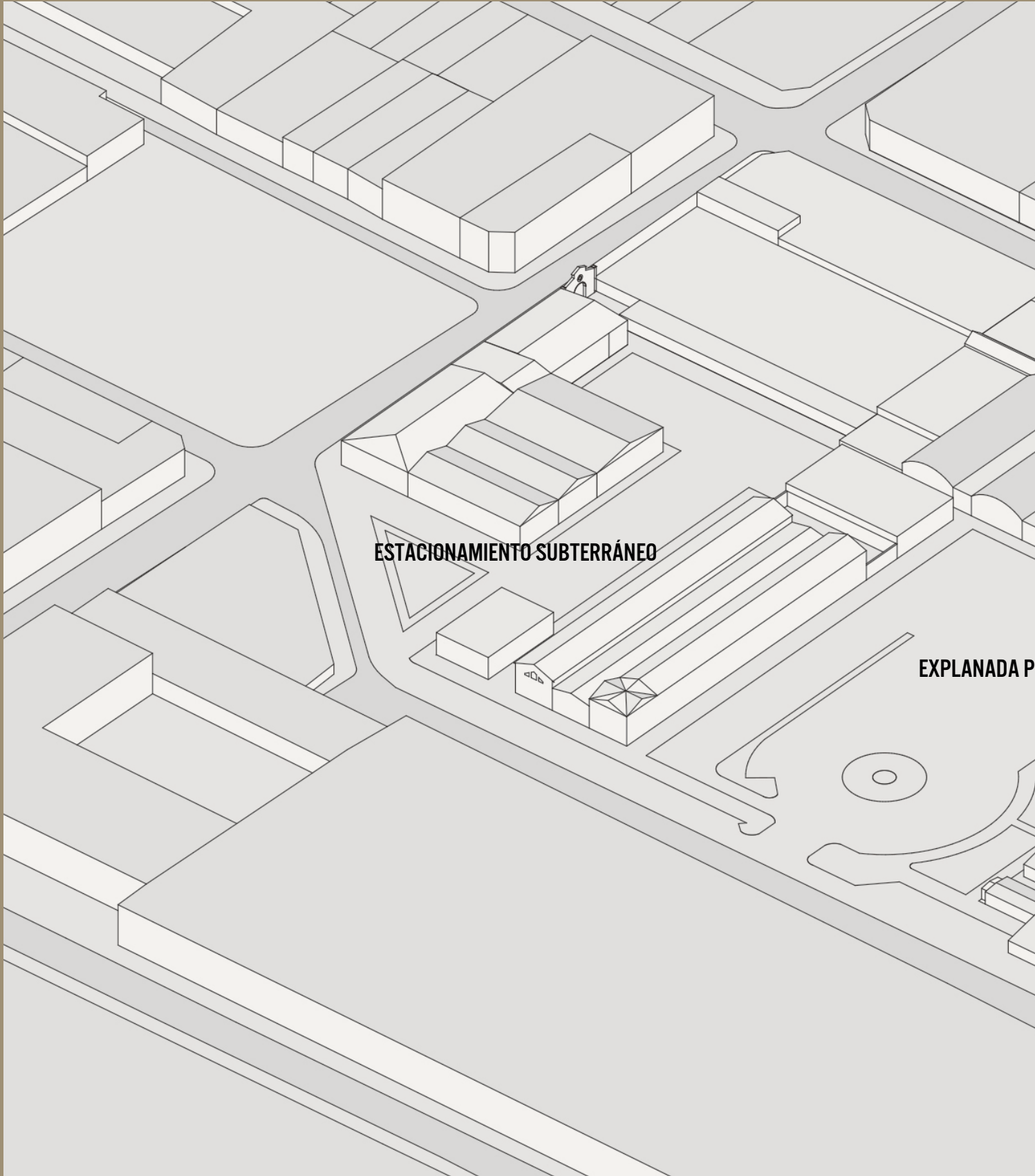
Estos se diseñan en base a elementos de arquitectura temporal que se establezcan en el espacio, en base a las necesidades y requerimientos de cada evento, lo principal es hacer un trabajo de acupuntura urbana donde se pueda potenciar los intersticios adyacentes a la supermanzana de Mercado Matadero y se integren con la infraestructura presente.

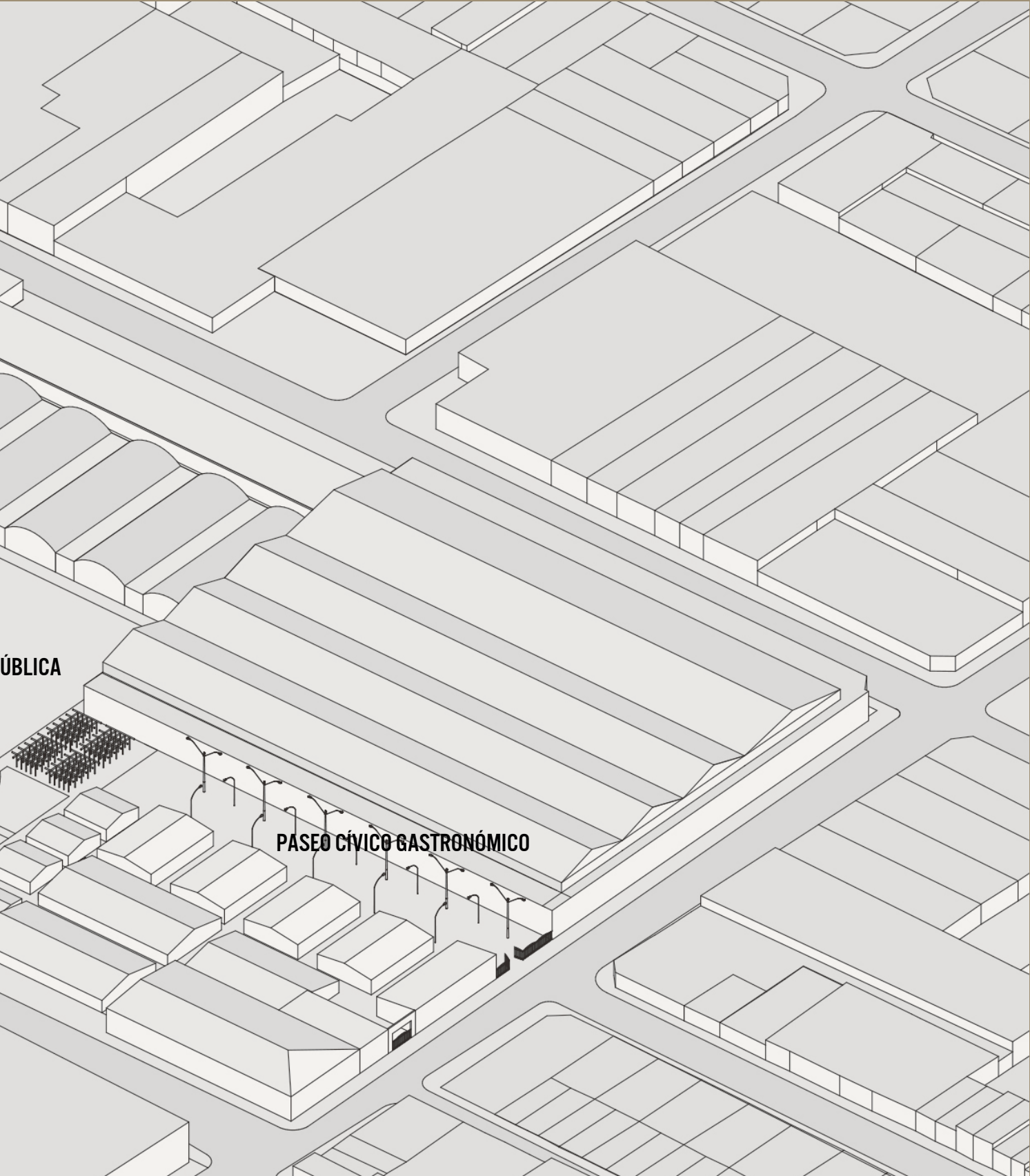


- Se plantea la incorporación de un estacionamiento subterráneo para hacerse cargo del flujo de camiones que llegan al mercado para abastecerlo. Esto con el fin de mejorar el flujo, convirtiendo este espacio en un sector peatonal, erradicando al automóvil y reubicándolo en un sector nuevo que solo albergaría camiones y automóviles de abastecimiento para las funciones comerciales del barrio.

CAPÍTULO 5/ ARGUMENTO PROYECTUAL

5.4. PROGRAMA: INTERVENCIÓN PROGRAMÁTICA





ÚBLICA

PASEO CÍVICO GASTRONÓMICO

CAPÍTULO 6/ REFERENTES

PASEO BANDERA

Un nuevo y colorido proyecto peatonal, liderado por la Municipalidad de Santiago Centro, creado gracias a una innovadora alianza público/privada que permitió sacarlo adelante con la participación de Banco Santander y la compañía cervecera Carlsberg. La oficina Estudio Victoria —liderada por el muralista Dasic Fernández (con formación en Arquitectura) y el arquitecto Juan Carlos López— fue la encargada del diseño del Paseo Bandera, unificando una calzada de 400 metros lineales en un colorido lienzo de anamorfismos y franjas, en una superficie total de 3.300 metros cuadrados.

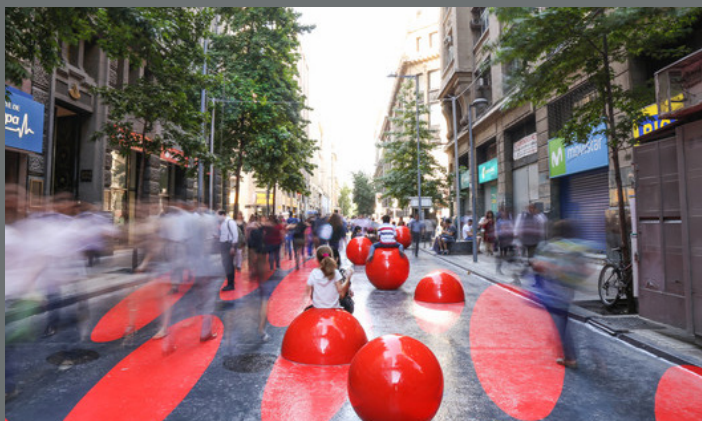
La obra, que se extiende sobre la calle Bandera, entre Moneda y Compañía de Jesús, fue creada por Fernández y el arquitecto Juan Carlos López, por encargo de la Municipalidad de Santiago. El edil explica que el objetivo de este proyecto es “devolver la ciudad a los peatones, hacer una ciudad más amable. Soñábamos con el proyecto de recuperar Bandera, que había estado cerrada por casi 5 años por trabajos del Metro”, explica el alcalde de Santiago Felipe Alessandri.

El artista a cargo dice que el Paseo Bandera “se puede entender como un tejido geométrico que se construye en la medida que el transeúnte avanza”, explica el pintor. “Del tejido pintado nacen las sillas, mesas y terrazas”, agrega.

El nuevo paseo peatonal está dividido en tres tramos, cada uno creado bajo un concepto diferente. El primero, entre Moneda y Agustinas, se planteó como “conexión social”, donde el mobiliario invita a que la gente comparta. “La pintura propone anamorfismos, que son figuras que solo pueden ser vistas en su totalidad desde un punto de fuga específico”, explica el pintor. “Esta cuadra tiene tres anamorfismos, compuestos de esferas y paralelepípedos, las que van acompañados de mobiliario en las mismas formas”, añade.



Fuente: Twitter - @LigaPeatonal <https://twitter.com/ligapeatonal/status/943593053549486080>



Fuente: <https://www.emol.com/noticias/Espectaculos/2017/12/20/888046/Inauguran-el-Paseo-Bandera-El-artista-Dasic-Fernandez-cuenta-la-hazana-de-pintar-3-mil-metros-cuadrados.html>

El segundo, entre Agustinas y Huérfanos, es de “sustentabilidad”, y cuenta con un árbol que se ilumina a través de paneles solares, zonas de descanso y un gran ciclero. El último tramo, en tanto, entre Moneda y Compañía de Jesús, se armará en base al concepto de “patrimonio”, para complementarse con la presencia del Museo Precolombino. Este tramo aún no está listo y está a la espera de financiamiento.

Un punto importante a tener en cuenta es que **el Paseo Bandera es reversible y la calle todavía puede volver a ser de tránsito vehicular**. Así, la permanencia de la obra se evaluará dentro de tres meses, según cuán positiva haya sido la recepción del público.



Fuente: <https://www.emol.com/noticias/Espectaculos/2017/12/20/888046/Inauguran-el-Paseo-Bandera-El-artista-Dasic-Fernandez-cuenta-la-hazana-de-pintar-3-mil-metros-cuadrados.html>

“Una coreografía perfecta”, así define el muralista Dasic Fernández el proceso de pintar el Paseo Bandera, una calle peatonal en pleno corazón de Santiago que desborda color a lo largo de 3 mil metros cuadrados. El paseo combina un enorme mural en el suelo con un mobiliario diseñado especialmente para el encuentro entre los ciudadanos.

“Para los que creemos en el arte y en su poder de influenciar el humor de las personas, este tipo de iniciativas son importantes porque causan efectos positivos en la población y además, todos pueden apreciarlo sin tener que concurrir a un museo”, dice el artista que actualmente reside entre Santiago y Nueva York.



Fuente: <https://www.latercera.com/nacional/noticia/los-numeros-dejo-calle-bandera-ahora-paseo-peatonal-permanente/302477/>

CAPÍTULO 6/ REFERENTES

ESCARAVOX / ANDRÉS JAQUE ARQUITECTOS

El objetivo de este proyecto es dotar a Matadero-Madrid –el antiguo matadero de la ciudad ahora transformado en una institución que se define como un “espacio público de creación contemporánea con vistas al río”– con dispositivos materiales públicos y protocolos institucionales para hacer posible un maridaje entre los grandes centros oficiales de la cultura y las pequeñas agrupaciones y asociaciones (por ejemplo, grupos de teatro de barrio, bandas de música, directores de cine amateur, etc.) que se extienden por el extenso territorio de la ciudad de Madrid. Se propone equipar los espacios abiertos del antiguo matadero con dos estructuras móviles de grandes luces que contengan sistemas para la amplificación de sonido, iluminación escénica y proyección audiovisual, que en combinación con gradas rodantes permitan que cualquiera pueda organizar actuaciones abiertas al público en el patio de Matadero-Madrid.

El acceso masivo a estos equipamientos está disponible por el mismo procedimiento por el que se reservan por horas las pistas de tenis municipales. La estrategia material del proyecto consiste en utilizar elementos genéricos populares producidos en serie ensamblados en una composición singular que atienda la especificidad del programa. Sistemas de irrigación de acero galvanizado, mallas de sombreado de fibra de vidrio de la industria agrícola, sillas de plástico o bolsas de escombros forman una composición de ready-mades que usan las tecnologías de una manera diferente al uso para el que fueron diseñadas. Es una estrategia de relación de la arquitectura con la industria que en lugar de buscar una relación directa entre producción industrial y arquitectónica, hace uso de estrategias propias del customized mass production y de la reapropiación.





Fuente: https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/625106/escaravox-andres-jaque-arquitectos/5046a70d28ba-0d0c65000025-escaravox-andres-jaque-architects-photo?next_project=no

CAPÍTULO 6/ REFERENTES

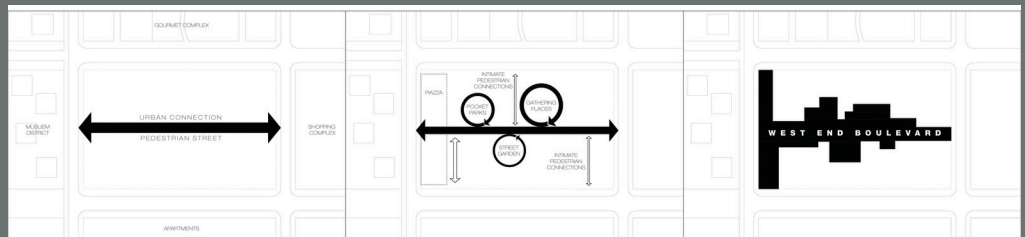
MOLEWA: PROYECTO CULTURAL-COMERCIAL DEL ESTUDIO MEXICANO TEAM730 EN CHINA



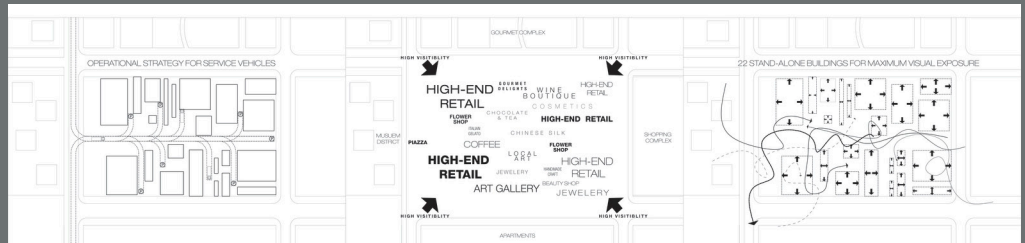
Plot 7: Shopping Street, de la oficina mexicana **TEAM730 Taller de Estudios** y Análisis Metropolitanos, dirigida por José Muñoz Villers y Carlos Marín, donde plantean el diseño de una calle peatonal multifuncional a lo largo de todo el complejo.

La arquitectura debería permitirnos diseñar experiencias y posibilidades para que las cosas sucedan; la arquitectura debe sugerir en lugar de imponer. La filosofía de diseño se basa en componentes clave para responder con éxito al desempeño del proyecto:

Al introducir el 'WEST SIDE BOULEVARD' -una larga calle de 126 metros que se contrae y **se expande para crear pequeñas plazas íntimas y parques de bolsillo-**, el proyecto aborda con éxito no sólo a las demandas de los clientes en la creación de una calle comercial, sino también a la enorme oportunidad de **reinventar la calle peatonal contemporánea**. El 'WEST SIDE BOULEVARD' **enlaza ambos extremos del terreno y funciona como un componente urbano de conexión con los diferentes terrenos y programas, al hacerlo, esta calle peatonal interna impulsa el flujo de personas, el programa y la actividad necesaria para activar el sitio entero.**



WEST END BOULEVARD OR THE CONTEMPORARY PEDESTRIAN STREET
 THE WEST END BOULEVARD CONCEPTUALLY PRESENTS NOT ONLY THE CLASSIC STRAIGHT OR CURVED STREET BUT ALSO TO THE TREMENDOUS OPPORTUNITY TO RE-INVENT THE CONTEMPORARY PEDESTRIAN STREET. THE WEST END BOULEVARD LINKS BOTH ENDS OF THE PARCEL, OPERATING AS AN URBAN COMPONENT TO CONNECT WITH DIFFERENT PLOTS AND PROGRAMS (MUSEUM DISTRICT AND SHOPPING COMPLEX). BY DOING SO THIS INNER PEDESTRIAN STREET PROFILES THE FLOW OF PEOPLE, PROGRAM AND ACTIVITY NEEDED TO ACTIVATE THE ENTIRE SITE. THE PEDESTRIAN STREET SERVES AS A MEETING PLACE, BOTH SPONTANEOUS AND PLANNED, DUE TO SERIES OF INTIMATE PLAZAS, POCKET GARDENS AND PARKS THAT APPEAR ALONG THE WAY. IT ALSO PROVIDES MULTIPLE STANDPOINT TO OBSERVE THE HIGH-END RETAIL STORES, THE GALLERY SPACES, AND ENJOY THE FLOWERS, HANDMADE GOODS OR ITALIAN GELATO KIOSKS. THE WEST END BOULEVARD HELPS TO CREATE "A SENSE OF PLACE," IT OFFERS A COMFORTABLE PLACE TO SIT AND GATHER WHILE CREATING A UNIQUE IMAGE FOR THE NEIGHBORHOOD.



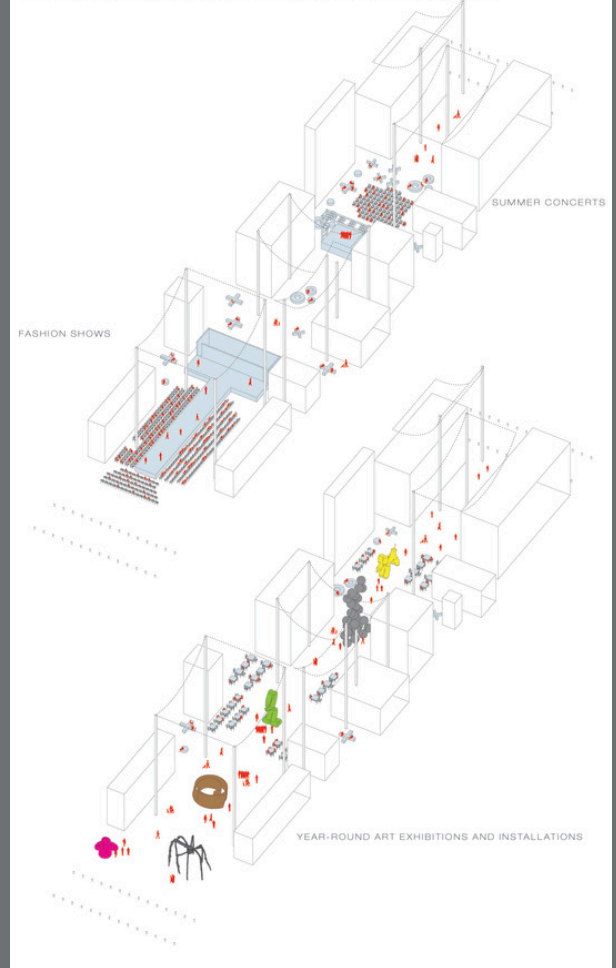
PROPOSED PROGRAM AND OPERATIONAL STRATEGY
 PROPOSED PROGRAM: HIGH-END STORES AT CORNERS OR STREET INTERSECTIONS FOR HIGH VISIBILITY / ART GALLERIES FOR LOCAL AND INTERNATIONAL ARTISTS AND ART DEALERS / CHINESE LUXURY SILK STORE AS CENTER PIECE ON THE WEST END BOULEVARD / ITALIAN GELATO AND COFFEE SHOPS ACTIVATING INTIMATE PARKS AND PLAZAS FOR GATHERING AND PLEASURE. / HANDMADE CRAFT KIOSKS DEPLOYED ACROSS THE SITE TO ADD SMALL SCALE, INTIMATE AND SUBTLE COMMERCIAL POINTS.

La calle peatonal sirve como lugar de encuentro, tanto espontánea como estaba previsto, debido a la serie de plazas íntimas, jardines de bolsillo y parques que aparecen en el camino, sino que también proporciona múltiples puntos de vista para observar la alta diversidad de tiendas, los espacios de la galería, y disfrutar de la venta de flores, productos hechos a mano y gelato italiano.

El 'WEST SIDE BOULEVARD' también se presenta como el **epicentro de la cultura, la moda, el arte y el entretenimiento**. Propuesto como una calle peatonal multiusos, que se transforma fácilmente de una concurrida calle comercial con cafeterías, heladerías y quioscos de flores, a un desfile de moda vibrante para introducir la ropa de las nuevas temporadas de las tiendas, y terminando como un lugar para conciertos de verano de la orquesta local. Con el fin de ofrecer las mejores condiciones climáticas para este tipo de eventos durante todo el año, la calle comercial está protegida por una serie de columnas delgadas que soportan techos que sirven para brindar sombra y protección de la lluvia, pero sin bloquear las vistas que generan tanto adentro como afuera.

THE PEDESTRIAN STREET: EPICENTER FOR CULTURE, FASHION, ART AND ENTERTAINMENT

THE WEST END BOULEVARD IS PROPOSED AS A MULTI-EVENT PEDESTRIAN STREET TO HOST CULTURE, FASHION AND ART RELATED EVENTS ALL-YEAR-ROUND. THIS SHOPPING STREET CAN BE EASILY TRANSFORMED FROM A BUSY COMMERCIAL STREET WITH COFFEE SHOPS, GELATO AND FLOWER KIOSKS, INTO A VIBRANT FASHION SHOW TO INTRODUCE NEW SEASON CLOTHING FOR THE HIGH-END RETAIL STORES, OR A SUMMER CONCERT FROM A LOCAL ORCHESTRA.

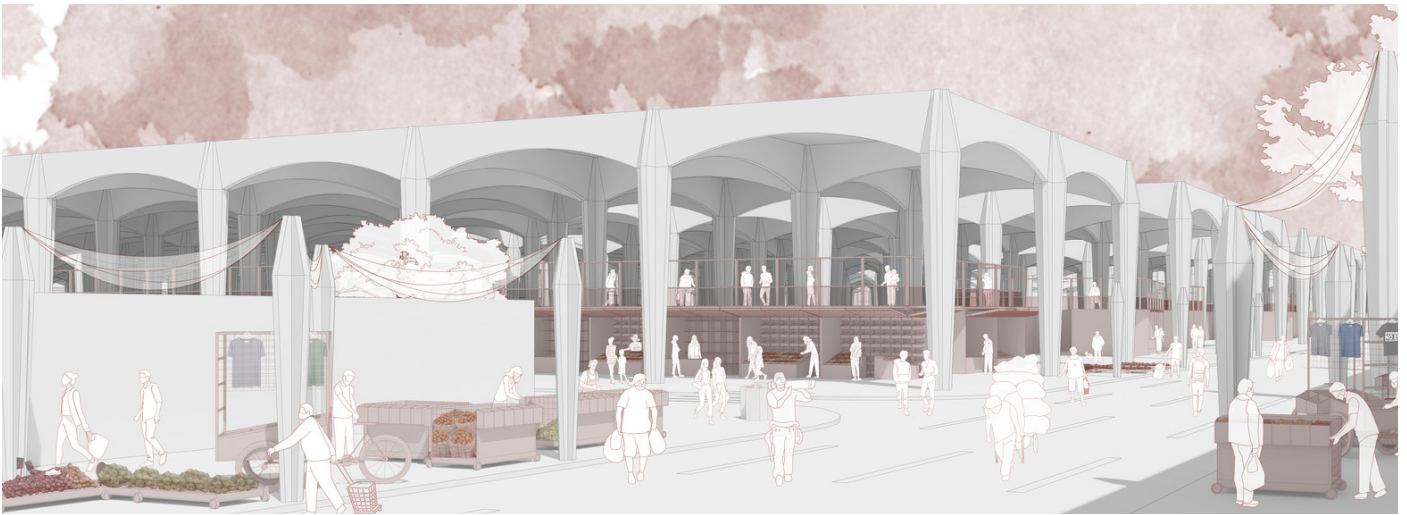


THE WEST END BOULEVARD IS A 126METER LONG STREET WHICH CONTRACTS AND EXPANDS TO CREATE SMALL AND INTIMATE PLAZAS AND POCKET GARDENS. IN ORDER TO OFFER THE BEST CONDITIONS FOR YEAR-ROUND EVENTS, A SERIES OF THIN COLUMNS SUPPORT HANGING ROOFS TO CAST SHADOWS WITHOUT BLOCKING VIEWS FROM AND TO THE SITE AND THE SURROUNDINGS. THE FLOATING ROOFS PROMOTE SUSTAINABILITY THROUGH MINIMIZING HEAT ISLANDS AND RESPONDING TO CLIMATIC DEMANDS, CAPABLE OF BEING MAINTAINED WITHOUT EXCESSIVE COSTS.

Fuente: https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/772249/molewa-proyecto-cultural-comercial-del-estudio-mexicano-team-730-en-china?ad_source=search&ad_medium=search_result_all

CAPÍTULO 6/ REFERENTES

“MERCADOS RESILIENTES” PRIMER CONCURSO INTERNACIONAL POST C-19 - MUNICIPALIDAD DE LIMA

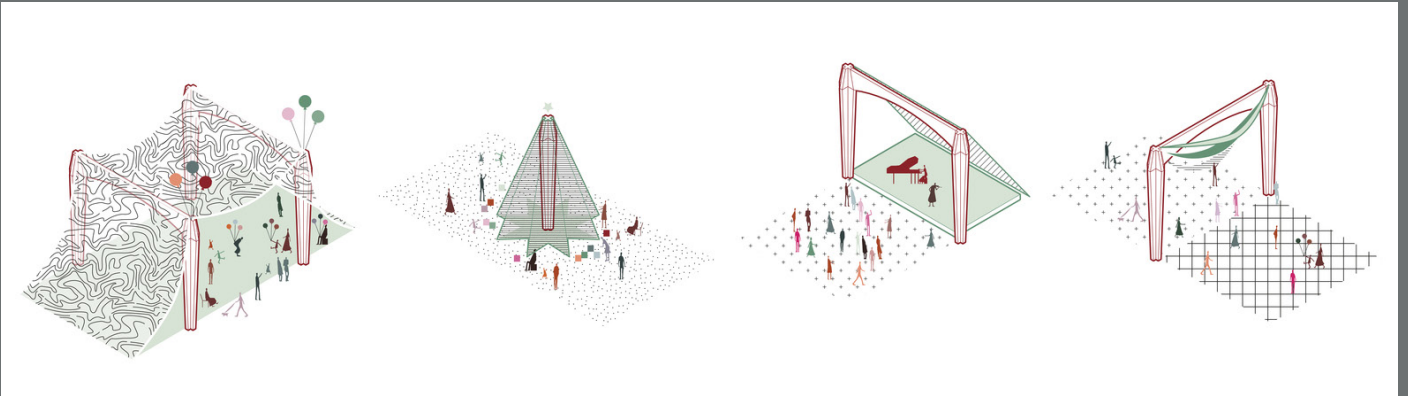
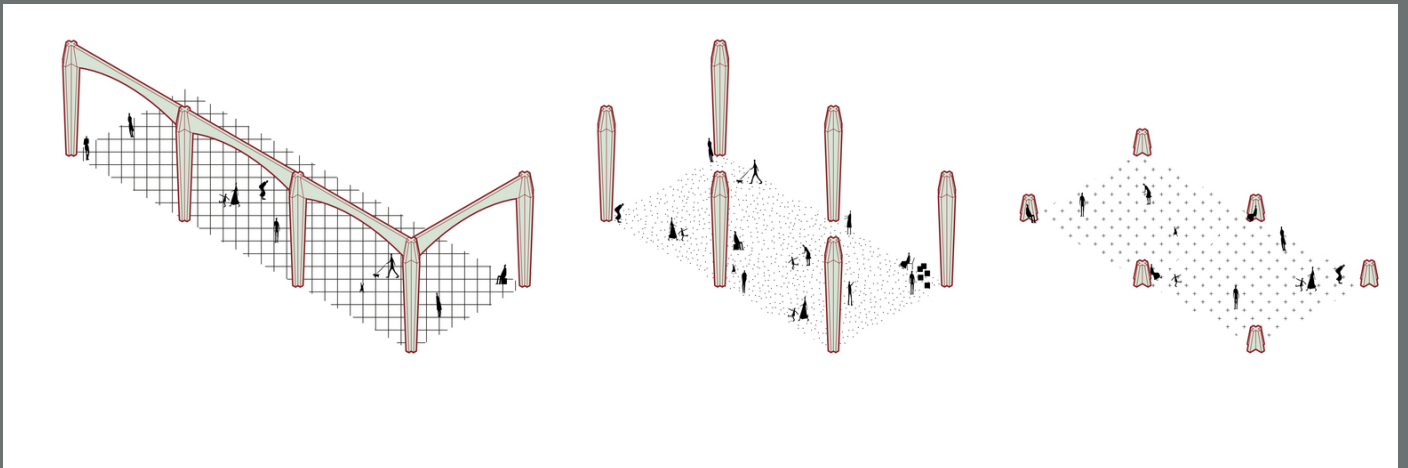
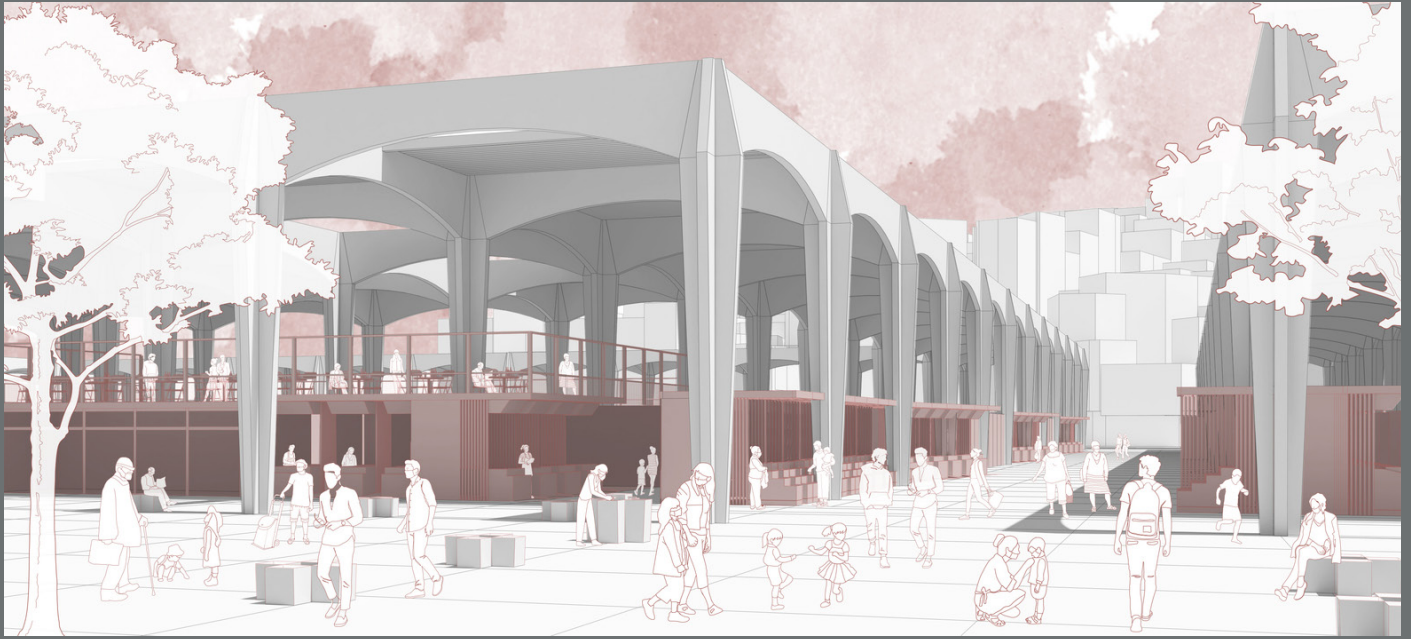


El proyecto se plantea como una **extensión programática que literalmente toma la calle y la transforma en un espacio longitudinal de comercio e intercambio sin límites definidos**, la intervención arquitectónica organiza lo ya existente y proporciona una estructura espacial reconocible, abierta y lo suficientemente contundente como para convertirse en algo más que un edificio. **El proyecto se plantea como continuidad, unidad y contexto a la vez.**

La estrategia espacial adoptada por el proyecto permite **incorporar la calle al mercado y viceversa**, planteando una serie de intervenciones urbanas en el entorno inmediato al mercado, pero siguiendo las lógicas espaciales

y formales del mismo. **De esta manera, la idea de mercado se mantiene como espacio público/calle y no solamente como edificio.**

La lectura que se propone para el proyecto es una lectura unitaria, en donde todo está conectado a partir de la forma. La propuesta indaga en un sistema diseñado para ser fácilmente reconocible, de condición sobria pero contundente, el mercado como propuesta urbana plantea la costura de este sector de la ciudad a partir de emplazarse como estructura ramificada y policéntrica. De este modo, la aproximación al proyecto es guiada de manera sutil y construyendo gradualmente la idea de estar “en el mercado”.



CAPÍTULO 6/ BIBLIOGRAFÍA

Arze, Gonzalo. (2014). El Intersticio como nuevo soporte del diseño urbano de la sociedad contemporánea. Revista de Urbanismo. 16. 10.5354/0717-5051.2014.30993.

Berg, L.; Sahady, A.; Peña, P. (2018). Estrategias de intervención como proceso de actualización en las áreas patrimoniales de Santiago de Chile. ARTEOFICIO N° 14 (2018): 5-11. ISSN 0717-5590 Escuela de Arquitectura. Universidad de Santiago de Chile

Byung-Chul, H (2016). Shanzhai: el arte de la falsificación y la deconstrucción en China. Buenos Aires: Caja Negra.

Cantillana, A. (2017). "Vive Franklin" Conjunto habitacional de integración social y urbana en Santiago Centro.

"Cultura popular". En: Significados.com. Disponible en: <https://www.significados.com/cultura-popular/>

Díaz Parra, Iban. (2015). Perspectivas del Estudio de la Gentrificación en México y América Latina.

Ekdahl, K., & Aliste Almuna, E. (2011). Renovación urbana en el centro de Santiago : dinámicas de barrio y procesos de transformación en microterritorios . Memoria (geógrafo)--Universidad de Chile, 2011.

Gallardo Frías, L. y Krahe Edelweiss, R. (2014). Clonación y re-valorización de la identidad en la arquitectura contemporánea. Disponible en <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/139782>

Gobantes, C.; Peirano, M.; Tapia, V. (2004). Construcción de Identidad y Nuevos Procesos de Urbanización: El Caso de Franklin. V Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, San Felipe

Herrera Valencia, A. C (2017). La identidad urbana como categoría de análisis: una propuesta metodológica para la lectura del territorio a través de la consolidación Histórico-Espacial de sus atributos urbanos característicos

Janoschka, M.; Sequera, J. (2014). Procesos de gentrificación y desplazamiento en América Latina - una perspectiva comparativista

Lacarrière, Mónica. (2016). "Mercados tradicionales" en los procesos de gentrificación/recualificación. Consensos, disputas y conflictos. Alteridades, 26(51), 29-41. Recuperado en 11 de junio de 2021, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-70172016000100029&lng=es&tlng=es.

Larraín, J. (2001). La identidad chilena. Santiago: LOM Ediciones.

Ley, D. (2003). Artists, Aestheticisation and the Field of Gentrification. <https://doi.org/10.1080/0042098032000136192>

Lynch, K. (1960). La imagen de la ciudad. Disponible en <http://bibliografias.uchile.cl/1968>

Manríquez Alarcón, D. (2018). Centro Cultural y Gastronómico Mercado Matadero. Disponible en <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/173001>

Ninno, M. (2018). “Siempre se pierde con la modernización”: Patrimonio histórico y economía cultural en el Mercado San Telmo. Independent Study Project (ISP) Collection. 2889. https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/2889

Olivares, J. (2020). Espacialidad efímera en la ciudad. Su producción a partir de nuevas prácticas artísticas en Plaza de la Dignidad en el contexto del estallido social del 18 de octubre del 2019.

López, O. (2010). Recorriendo Chile: Persa Bío Bío. https://web.archive.org/web/20101010105325/http://www.chile.com/secciones/ver_seccion.php?id=66304

Qualitz, M. (2020). Exhibicionismo: De los objetos al mercado. Una comparación entre las prácticas curatoriales y el Persa Bío-Bío.

Raffio, V. (s.f). Gentrificación: una amenaza para la identidad de los barrios. https://www.esteve.org/publicaciones/gentrificacion-una-amenaza-para-la-identidad-de-los-barrios/?doing_wp_cron=1628047943.5114400386810302734375

Rojas, Eduardo & Castro, Cláudio. (1999). Préstamos para la conservación del patrimonio histórico urbano: Desafíos y oportunidades. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Pr%C3%A9stamos-para-la-conservaci%C3%B3n-del-patrimonio-hist%C3%B3rico-urbano-Desaf%C3%ADos-y-oportunidades.pdf>

Salinas, L.A., & Cordero, L.L.(2021). Transformación de los mercados en la Ciudad de México Cuadernos Geográficos 60(1), 225-243

Schatzki, T. 1996. Social practices: a wittgensteinian approach to human activity and the social. Cambridge, MA: Cambridge University Press.

Veloza, F. (2019). Transformaciones culturales en el barrio comercial Franklin de Santiago, Chile: ¿Procesos de Gentrificación Turística?

