



 **Mercados públicos como lugar
de destino.**

Mercados públicos como lugar de destino

Los mercados públicos son considerados centros sociales y culturales que brindan múltiples beneficios a las comunidades que sirven: son capaces de fortalecer las economías locales, promover la salud física y la sostenibilidad de las ciudades, fomentan las conexiones sociales y mejoran los valores inmobiliarios.

Por excelencia, son espacios públicos que concentran la mayor diversidad social en una comunidad, reuniendo a personas de diferentes edades, géneros, etnias y estatus socioeconómico en torno a las experiencias de comida, compras y conversación. Son los centros cívicos originales de nuestros vecindarios.

Un creciente interés por el rescate y transformación de estos espacios, ha marcado el renacimiento de los mismos como activos de ciudad y su evolución como lugares de destino. La experiencia parece ser la razón principal por la que las personas valoran a los mercados: ver a otras personas, las oportunidades para conversaciones improvisadas, los placeres sensoriales inesperados. Esto es lo que atrae a la gente, una y otra vez, a sus mercados favoritos. Pero estas cualidades de espontaneidad y sociabilidad no ocurren simplemente; un gran mercado debe planificarse cuidadosamente como un lugar de reunión público y administrarse dentro de una estructura empresarial sostenible.

El presente documento pretende introducir al lector a conceptos básicos sobre los mercados públicos, su génesis, beneficios y posterior desarrollo como espacios sociales que promueven la cohesión social desde sus principales atributos.

Los mercados y la identidad local

Históricamente, los mercados eran concebidos como los centros cívicos de los pueblos y ciudades, en los cuales se realizaban transacciones comerciales que servían a los vecindarios cercanos. Eran un verdadero motor de desarrollo económico.

Con el tiempo, los mercados de barrios fueron poco a poco siendo reemplazados por grandes superficies que ofrecen la posibilidad de comprar alimentos refrigerados con altos contenidos de conservantes que liberaron al comprador de la necesidad de comprarlos a diario.

Hoy, existe un creciente interés por el rescate de los mercados como activo de ciudad que generan identidad y beneficios directos al vecindario para el que sirven. Ciudades como Barcelona, cuentan con una apuesta pública decidida para el fortalecimiento de la red de mercados, por lo que es reconocida como Market City¹. Los mercados son considerados por las autoridades municipales como servicios públicos de ciudad y son planificados como tal, al punto que los residentes de Barcelona, los clasifican como el segundo servicio público más valioso después de las bibliotecas.

Ahora bien, los mercados públicos son espacios de diferentes tamaños y representan diferentes actividades como por ejemplo artesanías, mercado de arte, de pulgas o mercados de agricultores, mercados al aire libre o

o cerrados, temporales o estacionarios. Pero para ser considerado un mercado de carácter público, el mercado debe tener objetivos públicos² como:

- Reunir a diversas personas
- Crear espacios públicos activos
- Vincular las economías urbanas y rurales · promover la salud pública
- Proporcionar oportunidad económica para los vendedores.
- Catalizar los centros de renovación y barrios

Reimaginar estos espacios como epicentro de múltiples actividades que faciliten la conexión entre personas, constituye hoy el principal desafío; lugares públicos de reunión que brinden a los miembros de la comunidad la oportunidad de fortalecer los lazos sociales y mejorar el compromiso cívico al tiempo que reconstruyen las economías locales.

Beneficios de los mercados públicos

Desde un nuevo entendimiento de los mercados como lugares de destino, son múltiples los beneficios que se destacan: desde el fortalecimiento de las economías, el impacto directo en la salud de las personas que confirman la comunidad para el que sirven por el aumento de acceso a alimentos frescos y saludables, hasta la mejora de los valores inmobiliarios.

Project for Public Spaces (PPS), organización sin ánimo de lucro dedicada a ayudar a las personas a crear y mantener espacios públicos que construyan comunidades sólidas, menciona 6 beneficios directos³: 1. Proporcionan oportunidad económica: los mercados públicos como incubadoras de pequeñas unidades de negocio, son espacios de inclusión económica para minorías que establecen un negocio y aseguran su sustento diario. Así mismo los mercados fortalecen los vínculos entre la economía rural y urbana. 2. Link Economías urbanas y rurales: A través del comercio, los mercados públicos vinculan a las economías y comunidades urbanas y rurales fortaleciendo un vínculo natural y rescatando la esencia misma del intercambio.

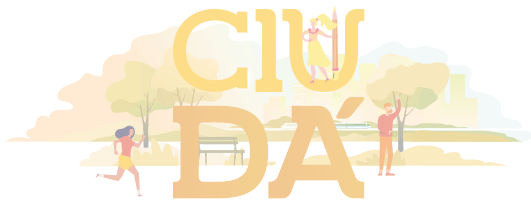
3. Reúnen a gente diversa: los mercados públicos a menudo han sido los lugares públicos con mayor diversidad social en una comunidad, reuniendo a personas de diferentes edades, géneros, etnias de razas y estatus socioeconómico en torno a las experiencias de comida, compras, música y conversación. El aumento de la diversidad cultural se convirtió en un activo que trajo nuevos productos, clientes, proveedores y programación social a sus mercados. 4. Promueven la salud pública: los mercados públicos pueden desempeñar un papel clave para aliviar estos problemas de salud, mejorar el acceso a frutas y verduras frescas, especialmente para los que no tienen tiendas de comestibles, y servir como un lugar público de reunión que ayuda a reducir el aislamiento social y la depresión.

5. Crean un espacio público activo: los mercados revitalizan el espacio público al ser centros sociales y culturales más allá que espacios de mera transacción.

¹ <https://www.pps.org/article/market-cities-barcelona-offers-a-hopeful-glimpse-of-the-future>

² Investigación Fundación Ford

³ <https://www.pps.org/article/the-benefits-of-public-markets>



6. Renuevan centros y barrios: Los mercados públicos exitosos, más que la suma de pequeñas unidades de negocio, son espacios públicos que dan forma a las comunidades y Economías.

Diez cualidades de los mercados públicos exitosos

Desde su experiencia como consultores en el diseño de mercados públicos, PPS menciona que son 10 las cualidades que hacen a los mercados públicos exitosos⁴. Sin embargo, parece ser que las personas valoran los mercados por la experiencia que estos ofrecen: poder conectarse con otros, las oportunidades para conversaciones improvisadas, los placeres sensoriales inesperados, son respuestas comunes a personas que frecuentan estos espacios públicos. Estas cualidades de espontaneidad y sociabilidad no ocurren simplemente; un gran mercado debe planificarse cuidadosamente como un lugar de reunión público y administrarse dentro de una estructura empresarial sostenible.

Las diez cualidades de un mercado exitoso incluyen:

1. Los vendedores correctos
2. La ubicación correcta
3. La mezcla correcta
4. La misión correcta
5. Los espacios públicos adecuados
6. Las conexiones correctas
7. La economía correcta
8. La Promoción Correcta
9. El valor correcto
10. La gestión correcta

Reflexionando sobre las tendencias actuales del mercado

Siendo los mercados espacios públicos que promueven cohesión social e identidad de territorio entre múltiples beneficios, invitamos al lector a reflexionar sobre la valoración de estos espacios en el territorio, la proyección de los mismos desde su concepción mas amplia.

¿Es el mercado público de hoy un lugar para generar conexiones con otros?, ¿Genera una experiencia educativa o culinaria única? ¿Es un lugar que puede fomentar las conexiones no solo en el punto de compra, sino que también puede generar conexiones sociales? ¿Genera conexiones dentro del sistema alimentario y entre pequeños agricultores y consumidores locales?

⁴ <https://www.pps.org/article/tencharacteristics-2>