

Convirtiendo los mercados públicos en grandes lugares

Aliados



CITYZENS

Provocación	<p>1. ¿Pueden ser considerados los mercados como un servicio público, que fomenta el desarrollo y da forma a las comunidades?</p> <p>2. ¿Pueden los mercados actuar como catalizadores para crear sentido de lugar?</p> <p>3. ¿Cómo crear mercados públicos en Barranquilla como lugar de destino y elemento de transformación de ciudad?</p>
Contexto	<p>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, fomentan las conexiones sociales y mejoran los valores inmobiliarios.</p> <p>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.</p> <p>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</p>
Metodología	<p>El taller permitirá a los participantes construir un imaginario entorno a los mercados públicos como puntos de encuentro comunitario y lugares de destino, identificando las cualidades que hacen a los mercados públicos exitosos y los beneficios derivados. Se complementa el taller con un recorrido por una calle comercial del centro de la ciudad, buscando comprender la fenomenología del mercado en la calle como propuesta de economía informal y de consolidación de una actividad urbana identitaria de Barranquilla.</p> <p>Duración: 4 horas</p> <p>Metodología: taller teórico - práctico y recorrido por mercados públicos (Deriva Urbana).</p> <p>2:00pm - Presentación situación actual de los mercados públicos en Barranquilla. A cargo de: Alcaldía Distrital</p> <p>2:30pm- ¿Cómo evaluar un mercado público? A cargo de: PPS</p> <p>3:00pm- Inicio de recorrido por calle comercial (calle 35 entre carreras 40 y 44) - Auditoría de Mercados A cargo de: Citizens</p> <p>4:00pm- Análisis de información recolectada y discusión guiada A cargo de: PPS</p> <p>4:45pm- Presentación Impulso a Mercados Públicos desde el Placemaking. Beneficios y estrategias A cargo de: PPS</p>
Aprendizaje	<ol style="list-style-type: none"> 1. Principales beneficios y atributos de los mercados públicos 2. Introducción a la herramienta de auditoría de mercados 3. Elaboración de un diagnóstico sobre mercados públicos (recorrido por el mercado) 4. Estrategias para impulsar mercados públicos exitosos

Resultados	<p>58 inscritos 38 confirmados 32 asistentes</p> <p>Posterior al recorrido por el mercado, se organizaron 3 grupos de igual numero de personas con el obetivo de solicializar la información recolectada. A los integrantes se les dio la instrucción de responder en concenso las siguientes preguntas: ¿qué es lo que mas te gusta del mercado?, ¿cuáles son los principales retos?, mejoras a corto plazo y a largo plazo.</p> <p>Como respuesta a la primera pregunta, en términos generales los grupos reconocieron al mercado como un punto de encuentro que promueve la interacción entre comprador y comerciante, posee gran diversidad de productos y una gran historia que representa elementos identitarios de los barranquilleros. Entre los principales retos los participantes señalan: la seguridad, señalizacion, movilidad, ambientales, organización, recuperacion de espacio público, mejoramiento de servicios públicos, acceso para el peatón, manejo de indigentes, manejo de residuos. Como estrategias a corto plazo para afrontar estos desafíos, los participantes propusieron: promover una jornada de aseo entre ciudadanos e instituciones, mejorar la señalización y crear puntos de información, crear estrategias de urbanismo táctico generando espacios de esparcimiento y otro tipo de actividades complementarias, implmenetar un programa de cutura ciudadana y la peatonalizacion en quincenas de ciertas calles del mercado que privilegie al peatón. A largo plazo las apuestas serían: garantizar las rutas de acceso por medio de transporte público para desestimular el uso de autos particulares en el mercado, peatonalización definitiva de calles del mercado, habilitar vida nocturna segura y capacitación para comerciantes, mejoramiento de infraestructura existente.</p>
------------	--