DIANA BENAVIDES M.
SARAY CASTRO M.

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA

FACULTAD DE ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE LA COSTA

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO EN BARRANQUILLA

Propuesta de Revitalización en la zona de Mercado Público de la ciudad de Barranquilla

DIANA JACQUELIN BENAVIDES MOREU

SARAY DANIELA CASTRO MARQUEZ

PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE ARQUITECTO

DIRECTORES PROYECTO DE GRADO:

Arq. EMILIO REYES SCHADE

Arq. PAOLA HERNÁNDEZ AHUMADA

MAYO, 2021.

Universidad de la Costa CUC

Facultad de Arquitectura

Programa de Arquitectura

BARRANQUILLA, COL.

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Dedicatoria

Con todo cariño dedico este proyecto primero a Dios, por toda la fuerza y entendimiento para alcanzar esta meta, a mis padres, por su gran enseñanza, esfuerzo, sacrificio y por ser ejemplo de vida de lucha y perseverancia; a mis ángeles, que desde el cielo me guían por buen camino; a mis tías, por su ayuda y comprensión; a mi familia, por su gran apoyo incondicional y aliento; a mis amigos, por su inmenso apoyo y por compartir muy buenos momentos, y a mis tutores, por compartir sus conocimientos y apoyarnos para la ejecución de este trabajo de grado.

Diana.

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Dedicatoria

Primeramente a Dios, a mis padres por haberme apoyado y forjado como la persona que soy actualmente, a mi familia por brindarme su apoyo, a mis compañeros más cercanos, que más que compañeros de estudio, fueron personas importantes en este camino y a cada docente que me inspiró a seguir tratando de conseguir éste gran sueño.

Saray.

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Agradecimientos

Un agradecimiento muy especial para nuestros tutores Paola Ivama Hernández y Emilio Reyes Schade por habernos acompañado, guiado y apoyado en este trayecto. Sin su ayuda y conocimientos, no hubiese sido posible realizar este trabajo, gracias por su dedicación y por habernos aportado lo necesario para llevar a cabo este proyecto de grado y a la Universidad de la Costa por ofrecernos el espacio y la oportunidad para lograr cumplir nuestros sueños.

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo realizar una propuesta de revitalización en la zona de Mercado Público de la ciudad de Barranquilla, con el fin de incorporar factores que se sumen a la comprensión del espacio público como parte de un beneficio de un modelo urbano-arquitectónico que se desea proponer.

La situación actual de la zona del Mercado Público de la ciudad de Barranquilla requiere de una serie de análisis que comprenden estudios en las áreas ambiental, arquitectónica, social y cultural para la generación de una revitalización, con el fin de obtener un cambio paisajístico impactando positivamente al ofrecer un escenario que se articule con el entorno. De este modo, se busca identificar en esta zona el comportamiento de los habitantes y sus actividades para generar, a su vez, espacios integrales para el manejo de las problemáticas existentes. El proyecto busca integrar los componentes urbanos que ayuden al mejoramiento del diseño urbano por medio de un eje fundamental como lo es el espacio del mercado público, proporcionando un entorno social y urbano que favorezca el funcionamiento óptimo de actividades de comercio, recreación, servicios, entre otros, para así potenciar el desarrollo del sector. Básicamente, se le dará importancia a esta zona para mitigar el impacto negativo que ofrece hacia el entorno, incorporando soluciones en temas de espacio público, mercado, infraestructura y cultura ciudadana.

Palabras clave: mercado público, espacio público, infraestructura, cultura ciudadana

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Abstract

The present work aims to carry out a revitalization proposal in the Public Market area of the city of Barranquilla in order to incorporate factors that add to the understanding of public space as part of a benefit of an urban-architectural model that is plant as you like.

The current situation of the public market area of the city of Barranquilla requires a series of analyzes that includes studies in the environmental, architectural, social and cultural areas for the generation of a revitalization, in order to obtain a landscape change with a positive impact by offering a setting that is articulated with the environment. In this way, it is sought to identify in this area the behavior of the inhabitants and their activities to once generate integral spaces for the management of existing problems. The project will seek to integrate urban components that help to improve urban design through a fundamental axis such as the public market space, leaving a social and urban environment that favors the optimal functioning of commerce, recreation, services, among others, in order to promote the development of the sector. Basically, this area will be given importance to mitigate the negative impact it offers to the environment, incorporating solutions on issues of public space, housing, market, infrastructure and civic culture.

Keywords: public market, public space, infrastructure, citizen culture

.

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Tabla de contenido

1. INTRODUCCION 12
1.1. Planteamiento del problema ..... **¡Error! Marcador no definido.**
2. OBJETIVOS 24
2.1 Objetivo general 24
2.2 Objetivos específicos: 24
3. MARCO TEORICO 25
3.1 Marco conceptual ..... 26**¡Error! Marcador no definido.**
4. ESTADO DEL ARTE 31
4.1 Análisis de Referentes 35
5. MARCO NORMATIVO 40
6. ANALISIS DEL SECTOR 47
6.1 Metodología 59
7. PROPUESTA 61
8. CONCLUSIONES 82
9. BIBLIOGRAFÍA ..... **¡Error! Marcador no definido.**

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Lista de Figuras

Figura1. Localización de la zona del Mercado Publico de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia. 14
Figura 2. Plano esquemático de identificación de las problemáticas del sector del Mercado de la ciudad de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia..... **¡Error! Marcador no definido.**
Figura 3. Espacio público actual de la zona del mercado de la ciudad de Barranquilla. 17
Figura 4. Propuesta Mercado EPM de la ciudad de Barranquilla. Fuente: El Heraldo. 18
Figura 5. Propuesta Gran Bazar en el Mercado Público de Barranquilla. Fuente: Alcaldía de Barranquilla..... 19
Figura 6. Estado actual de las viviendas del sector del mercado. Fuente: Heraldo. 20
Figura 7. Espacio público del Mercado de Barranquilla. Fuente: Zona Cero. 21
Figura 8. Zona actual del Mercado Público de Barranquilla. Fuente: Google..... 22
Figura 15. Mercado Publico de Barranquilla a finales de 1920.Fuente: Directorio Comercial Pro-Barranquilla..... 32
Figura 16. Estrategias del proyecto del Mercado Ermitaño. Fuente: Archdaily. 36
Figura 17. Propuesta general del proyecto de plaza de Mercado Nuevo Gramalote; Santander, Colombia. Fuente: Archdaily. 37
Figura 18. Vista general de proyecto del Mercado de los Encantos, Barcelona (España). Fuente: Archdaily..... 39
Figura 19. Plano polígonos normativos POT. Fuente: Elaboración propia 41
Figura 20. Plano subsistema vial de la zona de mercado de Barranquilla. Fuente: POT..... 42
Figura 21. Plano Edificabilidad (Densidades) de la zona de mercado de la ciudad de Barranquilla. Fuente: POT. 43
Figura 22. Plano Tratamientos urbanísticos de la zona del mercado de la ciudad de Barranquilla. Fuente: POT. 44
Figura 23. Localización del sector de estudio. Fuente: Elaboración propia. 47
Figura24. Ubicación de puntos críticos por localidades. Fuente: El Heraldo. 48
Figura 25. Deficiencia de zonas verdes en el Mercado Público de Barranquilla. Fuente: El Heraldo. 50
Figura 26. Estado actual de los caños del sector del Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. Fotografía tomada por Paola I. Hernández. 51
Figura 27. Situación actual del espacio público del mercado de Barranquilla. Fuente: El Heraldo. 52
Figura 28. Estado actual del Edificio Ferrans, Barranquilla. Fuente: Diario la Libertad. 53
Figura 29. Calle 41, Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. Fuente: Zona Cero. 54
Figura 30. Estado actual de las calles del Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. Fuente: El Heraldo. 55
Figura 31. Perfil vial actual de la calle 30, tipo V3. Fuente: Elaboración propia. 56

Figura 32. Perfil vial actual de varias zonas del mercado público de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia. 56
Figura 33. Estado actual de los locales comerciales en la zona de Mercado Público de Barranquilla. Fotografía tomada por: Paola I. Hernández. 57
Figura 34. Demografía y población. Fuente: DANE. 58
Figura 35. Morfología urbana para las tres manzanas dentro de la zona de Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia. 62
Figura 36. Zonas de actividades recreativas y áreas verdes en el proyecto de recuperación de la zona de Mercado Público de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia. 63
Figura 37. Propuesta perfil vial entre las tres manzanas propuestas dentro de la zona de mercado. Fuente: Elaboración propia. 64
Figura 38. Integración del Edificio Ferrans (bloque amarillo) hacia la propuesta de recuperación de la zona de mercado en Barranquilla. Fuente: Elaboración propia. 65
Figura 39. Plano arquitectónico general. Propuesta de diseño de la zona de Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia. 66
Figura 41. Zonas verdes, áreas de descanso y sendero peatonal propuesto en la Recuperación del Mercado Público de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia. 68
Figura 42. Planta general ambientada de la propuesta en la zona del Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia. 68
Figura 43. Corte longitudinal del proyecto. Fuente: Elaboración propia. 69
Figura 44. Corte transversal. Fuente: Elaboración propia. 69
Figura 45. Descripción de cada uno de los espacios más representativos del proyecto. Fuente: Elaboración propia. 70
Figura 46. Descripción de cada uno de los espacios más representativos del proyecto. Fuente: Elaboración propia. 71
Figura 47. Vistas generales de la propuesta. Recorrido visual de cada espacio en la zona del Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia. 72
Figura 48. Áreas pasivas propuestas en el proyecto. Estrategias de Revitalización en la zona de Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia. 73
Figura 49. Zona peatonal para la conexión de todos los espacios propuestos en el sector del Mercado Publico de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia. 74
Figura 50. Pavimento de adoquines para las escalinatas. Fuente: Elaboración propia. 75
Figura 51. Zona de recreación. Fuente: Elaboración propia. 76
Figura 52. Materiales propuestos dentro del proyecto de Revitalización de la zona de Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia. 77
Figura 53. Aplicación de barreras de acceso universal (rampas) para los usuarios con limitaciones. Fuente: Elaboración propia. 78
Figura 54. Vista del manejo paisajístico del caño en la zona del Mercado Público de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia. 80
Figura 55. Zonas verdes, áreas de descanso y sendero peatonal propuesto en la Recuperación del Mercado Público de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia. 81

1. INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación se plantea una propuesta de revitalización de la zona de Mercado Público de la ciudad de Barranquilla, con el objetivo de asumir el espacio público como áreas que requieren de una atención prioritaria por parte de las autoridades y la comunidad en general. Dicha propuesta se realizará con el fin de mejorar la calidad de vida del entorno y las condiciones de los habitantes.

De acuerdo con los factores determinantes de la zona, como la inseguridad, la contaminación ambiental, la deficiencia de zonas verdes, y la desorganización espacial, se procederá a establecer respuestas arquitectónicas donde el producto parte de la revitalización, con herramientas teóricas, metodológicas y técnicas para desarrollar el pensamiento proyectual, en el proceso de creación de la forma espacial, construible y habitable.

En el sector de estudio se han presentado varios proyectos de recuperación orientados al mejoramiento ambiental, incorporándose en el mantenimiento de caños, espacio público e integración del centro histórico, pero la mayoría de sus habitantes no cuidan ni aprovechan estas

oportunidades que ofrece el entorno, haciendo que, con el paso del tiempo, estos espacios se vayan deteriorando e incrementando más problemáticas existentes en el sector.

Por tal motivo, se presenta este proyecto, que busca darle un cambio a la zona del Mercado Público de la ciudad, integrando aspectos económicos, sociales y ambientales, en donde se verá nuevamente cómo el legado arquitectónico influye dentro del marco histórico del sector.

Dentro de los cambios que pretende propiciar el proyecto, en los aspectos económicos, mencionamos los siguientes: definición de espacios para el establecimiento de comercio, ordenación de áreas para circulación vial y peatonal de forma segura y fácil manejo para el desarrollo de actividades comerciales de productos agrícolas y pecuarios.

Con respecto a los cambios sociales, tenemos los siguientes: facilidad de organización de la comunidad local mediante asociaciones comunitarias al contar en la misma área con los establecimientos comerciales de forma ordenada, aumento del nivel de vida debido a la ordenación de su entorno y aumento de nivel de cultura al experimentar con espacios urbanísticos jerarquizados.

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

En lo referente a los aspectos ambientales, los cambios que generaría el proyecto se resumen en el manejo y control de la contaminación del caño, aumento de áreas verdes y un impacto positivo en el paisaje generando una percepción visual agradable para el usuario.

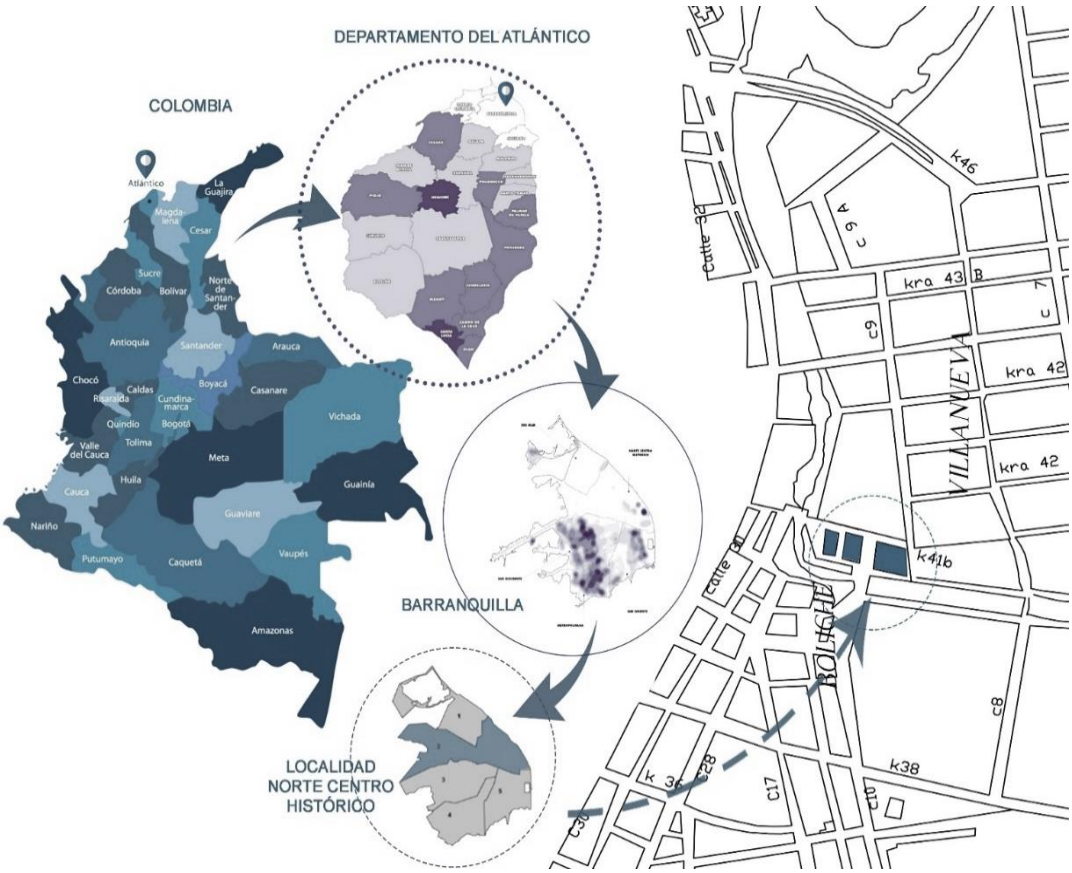


Figura 1. Localización de la zona del Mercado Publico de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia.

El Mercado Público de Barranquilla comprende parte del centro de la ciudad. Está comprendido entre las carreras 41 y 46, y desde la calle 30 hasta la zona del Centro Histórico, en el sector conocido como Barranquillita**;** en este sector se ubica la principal actividad comercial pública de la ciudad, desde ventas callejeras hasta almacenes y centros comerciales debidamente formalizados. (Ver Ilustración No.1).

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Los denominados "**vendedores estacionarios**", invasores del espacio público, que, por no haber sido tratados ni habérseles aplicado una solución funcional, se han convertido en una problemática urbana, social y cultural para la comunidad barranquillera, que no puede transitar por el centro histórico con un margen razonable de seguridad, porque dicho comercio informal invade los andenes y las edificaciones patrimoniales, obligando al peatón a arriesgarse en los espacios aledaños como calzadas, y causando una pésima imagen paisajista de la ciudad.

Los vendedores ambulantes siempre han estado presentes en el crecimiento de la ciudad, lo cual hace parte de una problemática que se torna cada vez más preocupante. Su historia empieza desde las actividades que estas personas realizaban; eran vendedores ambulantes aquellos que generaban venta de comestible, servicios y de transporte.

Se consideraban también vendedores ambulantes aquellos campesinos que venían de regiones cercanas y se alojaban en calles de barrios, casi todos los fines de semana para ofrecer sus productos de consumo o la venta de sus servicios.

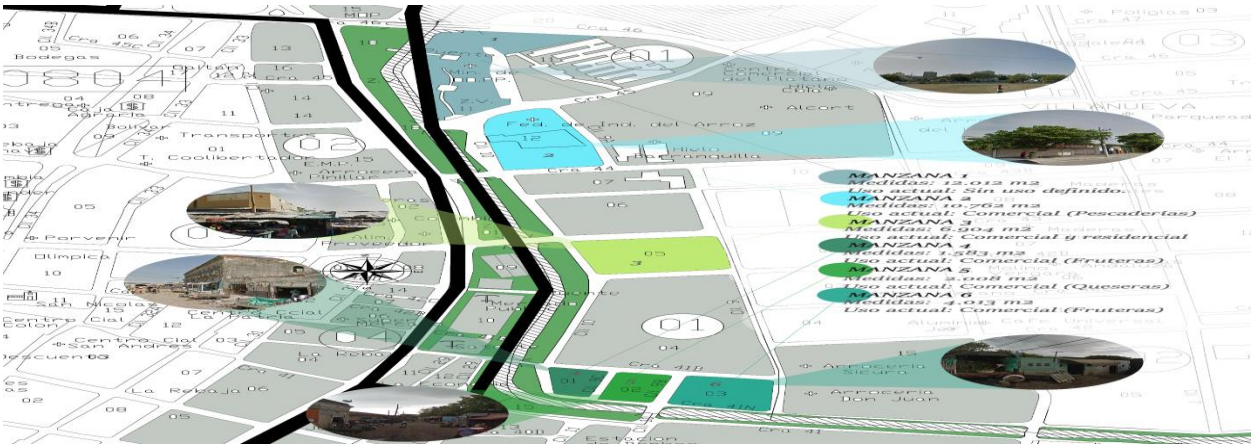


Figura 2. Plano esquemático de identificación de las problemáticas del sector del Mercado de la ciudad de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia.

Por medio de esto, se especificaron las zonas con mayor problemática donde se detalla la venta informal dentro del sector del mercado. Dentro de ellas se destacaron varias manzanas que presentan problemas de espacio público, vivienda, establecimientos comerciales y zonas verdes debido a la invasión de estos vendedores ambulantes. Cada uno de estos aspectos se traduce en una situación muy delicada para el sector de estudio generando zonas de riesgo en cada espacio de la ciudad. (Ver Ilustración No.2).

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Figura 3. Espacio público actual de la zona del mercado de la ciudad de Barranquilla.

Fuente: Google.

Por este motivo, el espacio público es una de las mayores problemáticas del mercado público de la ciudad. En él se evidencia la contaminación, que es causada por el comercio informal, generando así contaminación visual y la ocupación de zonas peatonales que a su vez originan la inseguridad en el sector.

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

En estos años se han realizado y planteado propuestas de diseño de algunos espacios en el mercado público en Barranquilla. Sin embargo, no todos los proyectos cumplen con las necesidades básicas del entorno y del usuario. (Ver Ilustración No.4).

Figura 4. Propuesta Mercado EPM de la ciudad de Barranquilla. Fuente: El Heraldo.

Como se puede ver en las propuestas, se trata de espacios arquitectónicos cerrados. Esto aun cuando se concibe como una posible solución es un poco extraño para la realidad de la venta ambulante del mercado, lo cual hace que no cumpla con las necesidades básicas del entorno.

Figura 5. Propuesta Gran Bazar en el Mercado Público de Barranquilla. Fuente: Alcaldía de Barranquilla.

Sin embargo, cabe resaltar que no todos los proyectos que se están realizando en la ciudad presentan impactos negativos. Dentro de la zona del mercado también se están empleando propuestas de mejoramiento del espacio público, entre ellas, el llamado ‘‘Gran Bazar’’, el cual será la propuesta de una nueva plaza que será la punta de lanza en la recuperación del centro de Barranquilla. (Ver Ilustración No.5).

Figura 6. Estado actual de las viviendas del sector del mercado. Fuente: Heraldo.

En este registro fotográfico se puede apreciar el gran deterioro de las viviendas del sector. La mayoría de estas viviendas presentan algún tipo de deterioro estructural que afecta la calidad de vida de sus habitantes. Como malas se encasillan aquellas cuyos materiales presentan mucho daño estructural que requiere una sustitución parcial de las áreas afectadas (bases hundidas, grietas, huecos, etc.), lo cual constituye un peligro para quienes habitan allí. (Ver Ilustración No.6).

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Figura 7. Espacio público del Mercado de Barranquilla. Fuente: Zona Cero.

Actualmente se observa la ocupación de comercios informales hacia el espacio público del sector. Cabe resaltar que las edificaciones de conservación de patrimonio han sido totalmente invadidas por este tipo de comercio. Esta degradación del espacio público reafirma la negación de la ciudad al sector. (Ver Ilustración No.7).

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Figura 8. Zona actual del Mercado Público de Barranquilla. Fuente: Google

La zona del mercado público es uno de los puntos críticos. En este lugar, los habitantes de la calle y personas en general arrojan desechos y escombros en contra de todas las normas vigentes en materia de gestión integral de residuos sólidos. (Ver Ilustración No.8).

Con respecto al análisis de estas falencias que predominan en el sector, se pudo notar que presentan un problema de hacinamiento, ya que el total de personas que habitan allí superan el índice de viviendas existentes. Según el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), actualmente existe un promedio de 82 viviendas en el sector dentro de las cuales habitan 283 personas aproximadamente lo que se deduce que habitan 4 personas por vivienda. Esto hace que genere un gran problema, tanto de hacinamiento como en temas de insalubridad, violencia, inseguridad, baja calidad de vida, entre muchos otros. La situación de hacinamiento se

ve agravada por el ya mencionado mal estado de estas viviendas, que no cumplen con las necesidades de sus habitantes.

Por otro lado, la infraestructura urbana se observa con un estado avanzado de deterioro, tanto en vías como en edificaciones y redes de servicios públicos, que no permite darle vida al sector, por lo que aparece la inseguridad, que es uno de los puntos críticos de esta zona.

Lo anteriormente expuesto, permite demostrar que, a pesar de que se pretende mostrar una ciudad sin problemas, se dejan de lado factores que conforman una gran problemática social, económica y cultural en temas de espacio público, vivienda, medio ambiente, entre otros que hacen parte del entorno.

Surge así el siguiente interrogante:

¿Cómo aportarían los procesos de revitalización urbana a la recuperación del sector del Mercado Público de Barranquilla y a la mejora de la calidad de vida de sus habitantes?

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

Plantear un proyecto de revitalización en la zona del Mercado Público de Barranquilla con el fin de incorporar a la ciudad un territorio mediante un proceso de reurbanización y regeneración urbana para el sector.

2.2 Objetivos específicos:

- Analizar las condiciones actuales del sector del Mercado Público en aspectos ambientales, históricos, culturales y sociales.
- Proponer un escenario diferente mediante el mejoramiento paisajístico del Mercado Público.
- Integrar los componentes urbanos para ayudar al mejoramiento del diseño urbano teniendo como eje fundamental el espacio público del Mercado Público.
- Potenciar el desarrollo del sector, presentando como alternativa la aplicación de la revitalización del Mercado Público, basándose primordialmente en tres pilares; la regeneración urbana, la renovación y la reurbanización.

3. MARCO TEÓRICO

3.1 Marco conceptual

La propuesta de la Revitalización de la Zona del Mercado Público de Barranquilla se enmarca generalmente en el concepto de la Regeneración Urbana, que se define como el acto que lleva a dar solución a lo urbano que se encuentre degradado, ya sea restableciéndolo o mejorándolo. El diccionario de la Real Academia Española, RAE, define el verbo "regenerar" como "dar nuevo ser a algo que se degeneró, restablecerlo o mejorarlo". De esta forma, se podría deducir que la regeneración urbana es el acto que lleva a dar arreglo al espacio degradado, ya sea restableciéndolo u optimizándolo.

Aunque el concepto de regeneración urbana es bastante complejo debido a su dinamismo, Roberts y Sykes, (2000), explican sus procesos como:

''Una consecuencia de la interacción entre diversas fuentes de influencia y la respuesta a las oportunidades que se presentan a través de la Regeneración Urbana en un lugar puntual y en un momento específico en el tiempo".

Desde este punto de vista se deduce que, en sí, estos procesos que se enmarcan en la regeneración urbana no son expansivos, es decir, que tienen una finalidad muy común, la cual se basa en un objetivo principal sobre la resolución de problemas urbanos en áreas degradadas o marginales a partir de una transformación urbana.

La regeneración urbana, entonces, es un proceso de actuación en entornos urbanos con características más amplias que las que conllevan procesos como la renovación y la revitalización urbana (Miramontes, 2015). Esto se debe a que implica la búsqueda de soluciones a numerosas problemáticas urbanas, y no solamente a circunstancias particulares como pueden ser la degradación puntual de edificios o la ausencia de actividades comerciales, sino que engloba todos los problemas buscando soluciones integrales. Se puede afirmar entonces, que la regeneración urbana busca responder y dar solución a diversas problemáticas provocadas por el deterioro urbano en un área concreta. Estas problemáticas pueden tener dimensiones físicas, económicas, sociales e incluso medioambientales (Campos et al., 2009, p.190). En general, la regeneración es un concepto que se asocia a la rehabilitación con el fin de preservar los elementos patrimoniales del ámbito urbano haciendo referencia a la actividad económica. Su principal función es combinar los factores sociales, económicos, ambientales y de gestión de modo que mejore la calidad de vida, la estabilidad económica, el consumo de energía y dotaciones de los centros urbanos.

Dentro de la regeneración se pueden emplear dos diferentes tratamientos dependiendo de la estructura urbana que lo refleje: la reurbanización y la renovación. La reurbanización se denomina como el replanteo de una urbanización o lotización que conlleve la recomposición de la trama urbana existente mediante la reubicación, el pre-dimensionamiento de las vías y la acumulación y subdivisión de varios espacios de una ciudad (Castillo, 2010). Se puede afirmar que, en sí, la reurbanización consiste en revitalizar las áreas urbanas envejecidas para reestablecer el orden del urbanismo. Mientras que la renovación da a entender la creación o el establecimiento de algo nuevo, algo renovado, algo que no necesariamente refleja la situación anterior ni mantiene la

naturaleza o el carácter del ámbito urbano preexistente (Juaristi & Aguado, 2015). A partir de esta afirmación, se deduce que la renovación es el reemplazo de estructuras del ámbito urbano viejo por uno más estructurado. Estos dos conceptos se suman a la modificación de la calidad y ordenamiento del espacio urbano que requieren de equipamientos públicos para definir a una ciudad con urbanismo sostenible.

Los equipamientos urbanos o equipamientos públicos según (Gregorio, 2010), son bienes públicos o privados, propuestos a prestación de servicios para el funcionamiento de la ciudad establecidos por medio de la autorización del poder público para espacios públicos y privados. La implementación de estos equipamientos urbanos está asociada con el desarrollo social y se reflejan en la calidad de vida de la ciudad y en la población en ella residente. Teniendo en cuenta esta afirmación, se deduce que concuerda con el objetivo principal de esta propuesta, que le da beneficios a la ciudad y a la población local en cuanto al goce y uso de los equipamientos públicos y a la vez, sirve como motor de desarrollo económico, social y ambiental a nivel local.

Los equipamientos presentan características culturales, históricas y centrales, de ahí es donde estos espacios se convierten en gran potencial para la reactivación económica y social de la ciudad. De igual manera los equipamientos de carácter histórico y central como las edificaciones de patrimonio y parte de las zonas de comercio constituyen una pieza representativa en el paisaje de una ciudad, ya que a través de su significado y su simbolismo como elementos puntuales o hitos permiten producir un cambio en el entorno.

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

En la propuesta se plantea como equipamiento público la adecuación de áreas de recreación pasiva, conformadas por áreas verdes, senderos peatonales, zonas de descanso, fuentes, arborización paisajística y adecuación de las márgenes del caño mediante el mejoramiento paisajístico.

Ahora bien, teniendo en cuenta que la propuesta de este trabajo relaciona ampliamente y con mucha importancia el espacio público, es importante definir y conocer la definición de este concepto. El espacio público lo define Capel (2002), como el dominio público, el uso social colectivo y multifuncional, el cual refleja un campo enormemente extenso y complejo que incide en el comportamiento social y el uso cotidiano de las ciudades, tanto en su análisis como en su transformación, en la cual intervienen un gran número de prácticas para crear un espacio de convergencia (Reyes y Hernández, 2021).

En términos generales, el espacio público es un concepto urbano relacionado con la ciudad, que está abierto a la sociedad y que es de uso para todos, integrado a la ciudad, ya que es el sitio que genera el encuentro e intercambio de las actividades que están en el núcleo mismo del concepto de la colectividad (Reyes, 2021). Por tal motivo, se deduce que es el espacio más importante en una ciudad, debido a que allí se implementan actividades fundamentales para la colectividad que la habita, es el espacio que hace a la ciudad y que la diferencia de los demás equipamientos (casas, edificios, instituciones, entre otros).

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

También es importante conocer otra definición de Lefebvre, (1968**)**, donde él propone el espacio público como un esquema basado en tres dimensiones: la paradigmática, la simbólica y la sintagmática. ‘‘*La primera se refiere a la capacidad de los monumentos, pero también a los vacíos, plazas y avenidas. La segunda dimensión implica y muestra oposiciones, dentro y fuera, centro y periferia, integradas en la sociedad urbana y no integradas. Finalmente, la dimensión sintagmática se desarrolla en los vínculos de varios elementos que compone un espacio (vías, andenes, plazoletas, bulevares, parques, zonas verdes.).’’*

Teniendo en cuenta el propósito principal de la propuesta de revitalizar el sector del Mercado Público de Barranquilla, es necesario entender de qué se trata la revitalización urbana como tal. De acuerdo con (Taracena, 2013), define la revitalización como un instrumento para revertir los efectos del deterioro físico, social y económico de los centros de la ciudad y de otras partes importantes de la misma. La revitalización, además, brinda la oportunidad de mejorar la calidad de vida urbana que presta un espacio público a la comunidad. La revitalización, hace que se mantenga el funcionamiento de varias actividades económicas (comercio), aplicando estrategias que atienden a las demandas de la sociedad.

Los espacios públicos y privados son valorizados por las acciones de rehabilitación como muestra de mejora y cuidado de la infraestructura y construcciones, generando una buena imagen urbana en el sector. Su función principal es reactivar estos espacios (centro histórico, mercado, comercio, entre otros) implementando servicios tradicionales o nuevos usos que permiten actividades y apropiación del mismo lugar, convirtiéndolo en un sitio más atractivo para los

visitantes, recuperando la vitalidad de estas áreas urbanas que se encuentran en abandono teniendo en cuenta las condiciones poblacionales.

De acuerdo con lo descrito anteriormente, se propone que el espacio público sea un amplio escenario paisajístico que sea agradable para los usuarios y visitantes que acudan al sitio. Este mejoramiento urbano se propone a través de la revitalización del Mercado Publico de Barranquilla, que se resume en la implementación de áreas verdes, adecuación y manejo paisajístico del Caño Arriba para ambientar el espacio, amoblamiento urbano para mejorar las condiciones de permanencia y uso del lugar y áreas de recreación con el fin de reintegrar a los habitantes de la ciudad hacia el área del mercado público y generar un espacio de confort al momento de hacer contacto con el sector.

En términos generales, la revitalización establece como finalidad principal que el sector se convierta en un centro de atracción para la comunidad habitante no solo de la ciudad de Barranquilla, sino también en el ámbito regional, al ofrecer distintos espacios para el desarrollo de actividades comerciales, empresariales, cultuales y turísticas, aprovechando la oportunidad del ofrecimiento de este escenario renovado que sirve conectarse con los demás proyectos urbanísticos que se ejecutan actualmente y a los proyectados en la ciudad.

4. ESTADO DEL ARTE

Enfoque histórico zona del Mercado Público de la ciudad de Barranquilla

Según la memoria de la revista digital del Mercado Público de la ciudad de Barranquilla, López (2015) señala que:

> **"***En los primeros meses del año 1880, siguiendo los debates del recientemente instalado Acueducto en la ciudad de Barranquilla, se registra en las páginas del diario El Promotor la Memoria descriptiva del proyecto de construcción de un Mercado Público para la ciudad que respondía a un orden arquitectónico neoclásico que retoma el Dórico denticular, a diferencia de las tendencias europeas entre los materiales de construcción no se emplearían los metales a excepción del zinc para las tuberías.***"** (pág. 15).

En sus inicios, la ciudad de Barranquilla era una villa habitada por una casa inmensa (Mercado) delante del río Magdalena, por donde llegaba y se iba lo cultivado. El Mercado Público era el centro de intercambio comercial que poco a poco se fue sustituyendo por el auge las importaciones (Jiménez, A. 2019).

Debido a esto, el Mercado Público quedo atrás perdiendo ese gran valor hacia la ciudad. Por tal motivo, el Sr. Fuenmayor (fundador del mercado de Barranquilla), fue el encargado de mimetizar este sector por medio de colores, olores y sonidos del Centro Histórico. Gracias a esto, se dio la consolidación de espacios como supertiendas y establecimientos comerciales que impusieron a la compra y venta del nuevo Mercado Público. A partir de ahí comenzó una nueva historia para este lugar.

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Hemos visto los planos de la casa inmensa que se refiere y no tememos equivocarnos al decir, que la realización de esta obra sería un paso avanzado en la senda del progreso de Barranquilla. Este nuevo Mercado nace de las necesidades de la población, facilita las operaciones del mercado, crea una renta con el arrendamiento de las piezas adyacentes a él; impedirá, en parte, que las arenas de la población, arrastradas por las lluvias, acaben de cegar la ciénaga, y, por último, será un ornato para la población. (Ver Ilustración No.15).

Figura 9. Mercado Publico de Barranquilla a finales de 1920.Fuente: Directorio Comercial Pro-Barranquilla.

Es importante destacar que este edificio funcionó por muchos años para la venta de provisiones de todo género, ya que el ingreso continuo de nuevos habitantes hizo necesaria la construcción de otro edificio nuevo. Básicamente se trató de un techo de dos aguas muy bajo, cubierto de tejas de forma antigua. Está dividido en dieciséis cuartos laterales con un pasadizo central, los cuales

formaron cuarto de rejas ligeras de madera que se cierran por ambos extremos de las puertas. (López, 2015).

Gracias a esto, surgió la idea de consolidar un nuevo Mercado Público apto para todo tipo de usos, por tal motivo, (Bassol y Bañales,2005) argumentan que con el crecimiento de los intercambios y de las comunicaciones, los mercados pasaron a integrarse en redes más amplias de distribución, ubicándose en el campo de la economía, ya que en aquellos años estaban adquiriendo una disciplina con carácter en leyes propias y autónomas. Por esto se fue adoptando una lógica funcional que se desarrolló en dos niveles de organización; el espacio de circulación y la disposición de conjuntos que responde a la voluntad de clasificar, pero también de aislar el mercado de la calle. Se trató de imponer al espacio público y en particular a los mercados, mayores exigencias higiénicas para una mayor dosis de urbanidad. Con esto, el mercado se convirtió en equipamiento y escuela de urbanidad en ese tiempo. Fue un ideal que impregnó todo el siglo y a todos los países occidentales.

La localización del Mercado Público de Barranquilla hacía los años 1880 fue un factor determinante que contribuyó a que la ciudad se convirtiera en puerto fluvial y marítimo en los últimos siglos. El ambiente de ciénaga y la cercanía a la desembocadura del río Magdalena le dio importancia a los canales que dieron paso a la circulación de alimentos de producción a nivel nacional e internacional; los canales logran ser un sistema de transporte tradicional conjugando otros medios modernos como las carreteras y el ferrocarril.

Todo lo anterior define en gran parte la importancia del Mercado Público frente a las edificaciones de la ciudad, convirtiéndolo en un elemento regenerador del desarrollo del sector implementando medidas que unifican la integridad del entorno. Por lo tanto, se incorpora en los elementos colectivos (equipamientos, amueblamientos urbanos) que hacen crecer una ciudad y la integran con su enfoque histórico.

Además, los equipamientos públicos dentro del sector del Mercado Público se muestran como un conjunto de edificaciones y espacios, predominantemente de uso público, en los que se realizan actividades complementarias a las de habitación y de trabajo, en las que se le proporciona a la población servicios de bienestar social y de apoyo a las actividades económicas. En función de las actividades o servicios específicos a que corresponden se clasifican en equipamientos para la salud, la educación, la comercialización y abasto, la cultura, la recreación y el deporte, la administración, la seguridad y los servicios públicos. Aunque existen otras clasificaciones con diferentes niveles de especificidad, se estima que la aquí anotada es lo suficientemente amplia para permitir la inclusión de todos los elementos del equipamiento urbano (Secretaría de Asentamientos Humanos y Obras Públicas).

De esta manera, (Cabas, 2019**),** concluye que todos los espacios e inmuebles destinados para el mercado público de la ciudad de Barranquilla se concibieron como elementos del sistema de equipamientos al igual que las casas de gobierno, los hospitales, las escuelas públicas, los palacios de justicia, las cárceles, las edificaciones de la policía, los teatros, los museos e iglesias los cuales prestaban un servicio público. En la medida en que la ciudad se iba desarrollando y creciendo, los

mercados se fueron especializando y funcionando de manera mucho más eficiente. Se generaron distintas categorías de mercados y la sectorización interior de sus productos.

4.1 Análisis de referentes

Los siguientes proyectos se presentarán con el fin de ver los logros que se han generado al intervenir parte de las zonas de Mercado por medio del uso del espacio público y el desarrollo de planes para un equilibrio urbano, social, económico y ambiental.

Desde estas perspectivas de la revitalización urbana, se han recuperado zonas perdidas y se han logrado integrar áreas abandonadas formando una unidad a la ciudad que reintegra las estructuras históricas y culturales.

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Mercado el Ermitaño, Perú (2017).

> **‘‘***El "Mercado El Ermitaño", con cincuenta años de actividad, es el mercado de abasto más antiguo e importante del distrito de Independencia y Lima Norte. Aunque tiene una gran afluencia de clientes, los cambios en la estructura urbana de la zona con la aparición de formatos comerciales como los supermercados hicieron que su representatividad comercial disminuyera.***’’ (Bayona, 2015).**

Los criterios de evaluación para las propuestas presentadas fueron: diseño, relación con el entorno, flexibilidad, mantenimiento, sostenibilidad y factibilidad. El proyecto se plantea mediante un sistema de construcción convencional para facilitar el proceso constructivo y su viabilidad económica. El sótano y el primer nivel están constituidos por losas, vigas y muros de concreto armado -en su mayoría acabados en concreto cara vista tipo 1P (puzolánico)- para obtener la coloración y reducir costos de pintado, limpieza y mantenimiento a lo largo de toda la vida útil del mercado. (Ver Ilustración No.16).

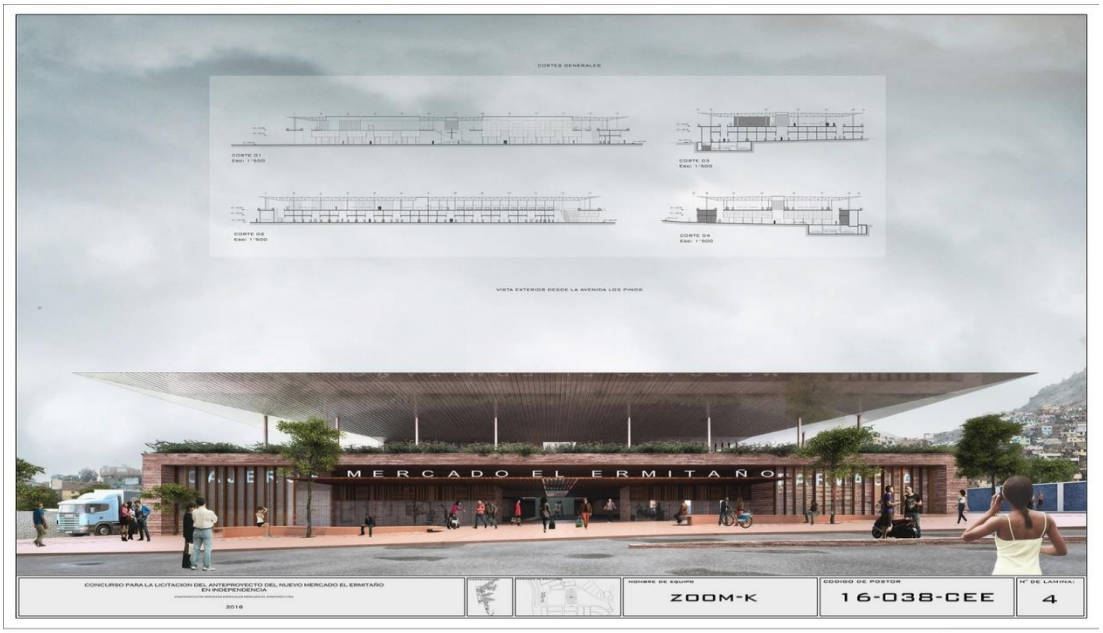


Figura 10. Estrategias del proyecto del Mercado Ermitaño. Fuente: Archdaily.

Figura 11. Propuesta general del proyecto de plaza de Mercado Nuevo Gramalote; Santander, Colombia. Fuente: Archdaily.

Plaza de Mercado Nuevo Gramalote, Santander (Colombia).

‘‘El proyecto de la plaza de mercado estará localizado en el corazón del Nuevo Gramalote y será un nodo estratégico para conectar los equipamientos propuestos para la reconstrucción del municipio (polideportivo, colegio, casa cultural y Alcaldía), convirtiéndose en un lugar emblemático para los gramaloteros, el espacio de intercambio de culturas y agricultura; un escenario y mirador constante de la naturaleza de Gramalote’’ **(Valencia, 2014).**

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

El proyecto presenta una topografía con el 25% y 30% de pendiente, lo cual hace que se cree un recorrido en zigzag entre el acceso alto y el acceso bajo hacia la plaza de mercado. Su trazado se resuelve en una rampa con pendientes y descansos adecuados para mejorar la circulación tanto de un carro de mercado como de una persona con movilidad reducida. Igualmente, para evitar excavaciones y rellenos en el terreno a intervenir, se implementan unas plataformas que respetan la topografía del lugar adecuándose a este para lograr diferentes visuales a lo largo del recorrido. (Ver Ilustración No.17).

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Mercado de los Encantos. Barcelona, España.

El Mercado de los encantos de Barcelona, es un mercado centenario creado de manera informal en la calle al aire libre. El proyecto de sitúa en la confluencia de la Avenida Meridiana. Esta propuesta de mercado se hizo con el fin de mantener el carácter abierto y de mercado en la calle de la cual gozan los habitantes del sector. (Ver Ilustración No. 18).

Este proyecto evita la construcción de varias plantas sin huir del modelo del centro. Por tal motivo, se proyecta un espacio totalmente comercial con varios puntos de tiendas que son recorridas gracias a la zona peatonal.

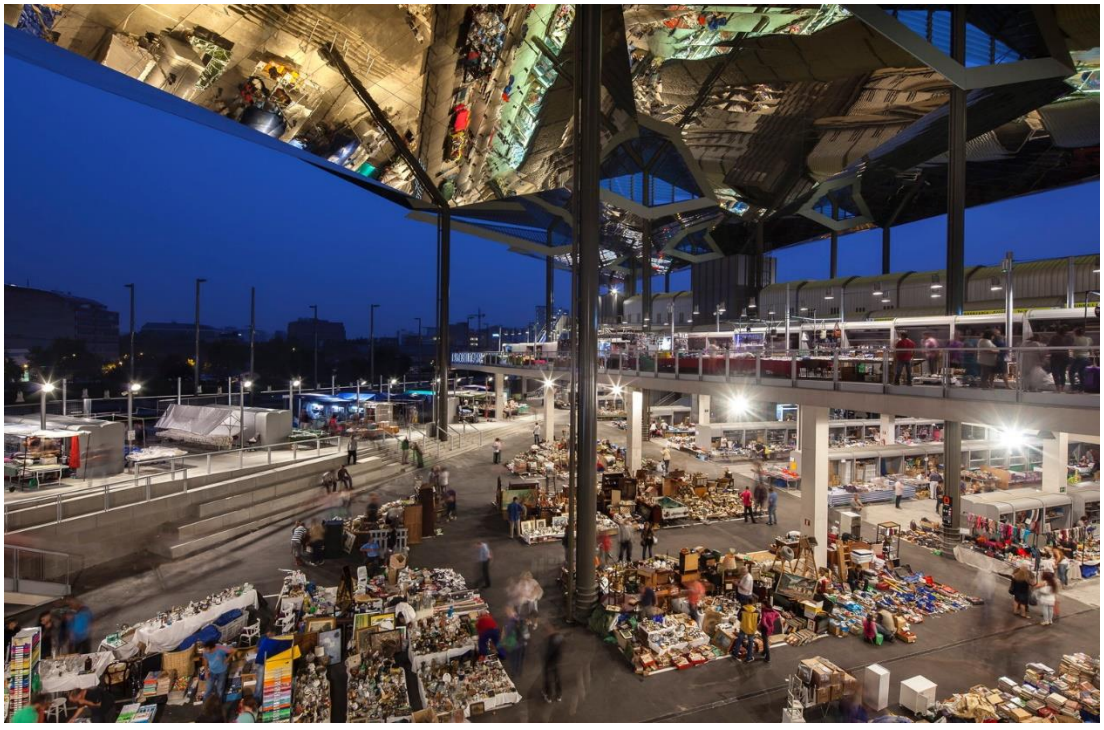


Figura 12. Vista general de proyecto del Mercado de los Encantos, Barcelona (España). Fuente: Archdaily.

5. MARCO NORMATIVO

Los siguientes documentos presentaran el marco normativo correspondiente al Plan de Ordenamiento Territorial (POT), elaborado el 2012

que han tenido algunas actualizaciones con respecto a las normas vigentes a cargo de la Alcaldía Distrital de Barranquilla.

Tabla 1.

Tabla Normativa de usos urbanos POT 2012.

TIPO DE POLIGONO	POLIGONO NORMATIVO DE USO		USO RESIDENCIAL				ESCALA DEL USO	USO COMERCIO DE SERVICIOS								
	NOMBRE	SIMBOLO	UNIFAMILIAR	BIFAMILIAR	TRIFAMILIAR	MULTIFAMILIAR		2 ACTIVIDADES PROFESIONALES Y	3 INFORMACION Y COMUNICACIONES	4 SERVICIOS DE APOYO	5 ALQUILER Y ARRENDAMIENTO DE	6 TRANSPORTE	7 ALMACENAMIENTO Y BODEGAJE	8 MANTENIMIENTO Y REPARACION DE ENSERES	9 MANTENIMIENTO Y REPARACION DE VEHICULOS	10 COMIDAS, BEBIDAS Y SITIOS DE REUNION
	Poligono Comercial Tipo 6	PC-6	C	C	C	C	LOCAL									
							ZONAL	P	P	P	P	P	P	P		P
							DISTRITAL	P	P	P	P	P	P	P		P

Fuente: Tabla Normativa usos urbanos POT 2012.

De acuerdo con la Tabla Normativa de Usos, se deduce que el uso residencial es compatible **(C),** con el tipo de polígono que se presenta en el sector del mercado (polígono comercial 6). Algunas de las actividades de uso de comercio de servicios poseen un uso principal **(P),** excepto

las casillas subrayadas de azul, lo cual manifiesta un uso prohibido dependiendo de la escala del uso. (Ver Tabla No. 1).

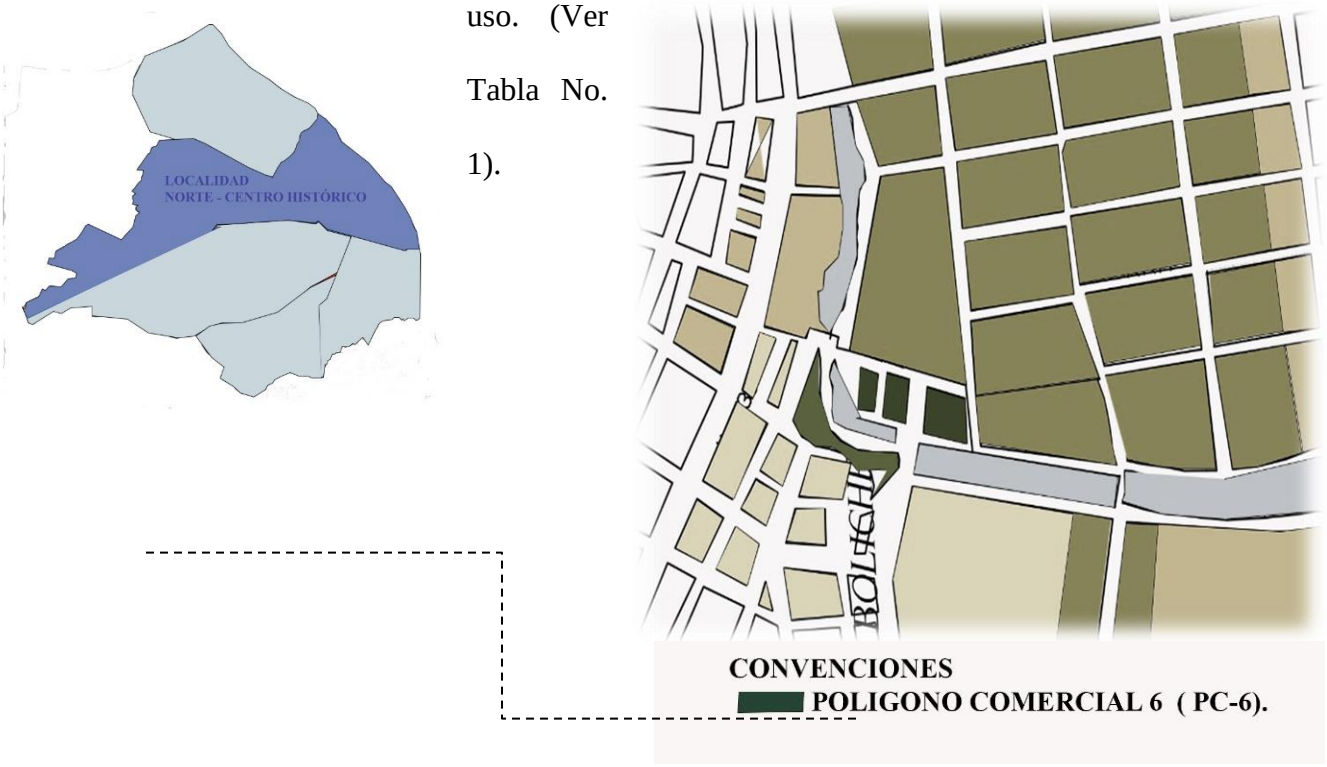


Figura 13. Plano polígonos normativos POT. Fuente: Elaboración propia

En la imagen de polígonos normativos, se observa que el sector en estudio corresponde al polígono comercial 6, en el cual, según la tabla normativa, los usos permitidos son de comercio de servicios (actividades profesionales, servicios de apoyo, alquiler de productos, transporte, mantenimiento de enseres, comidas, bebidas y sitios de reunión, entre otros), de acuerdo con su escala (local, zonal, distrital, metropolitana). (Ver Ilustración No. 19).

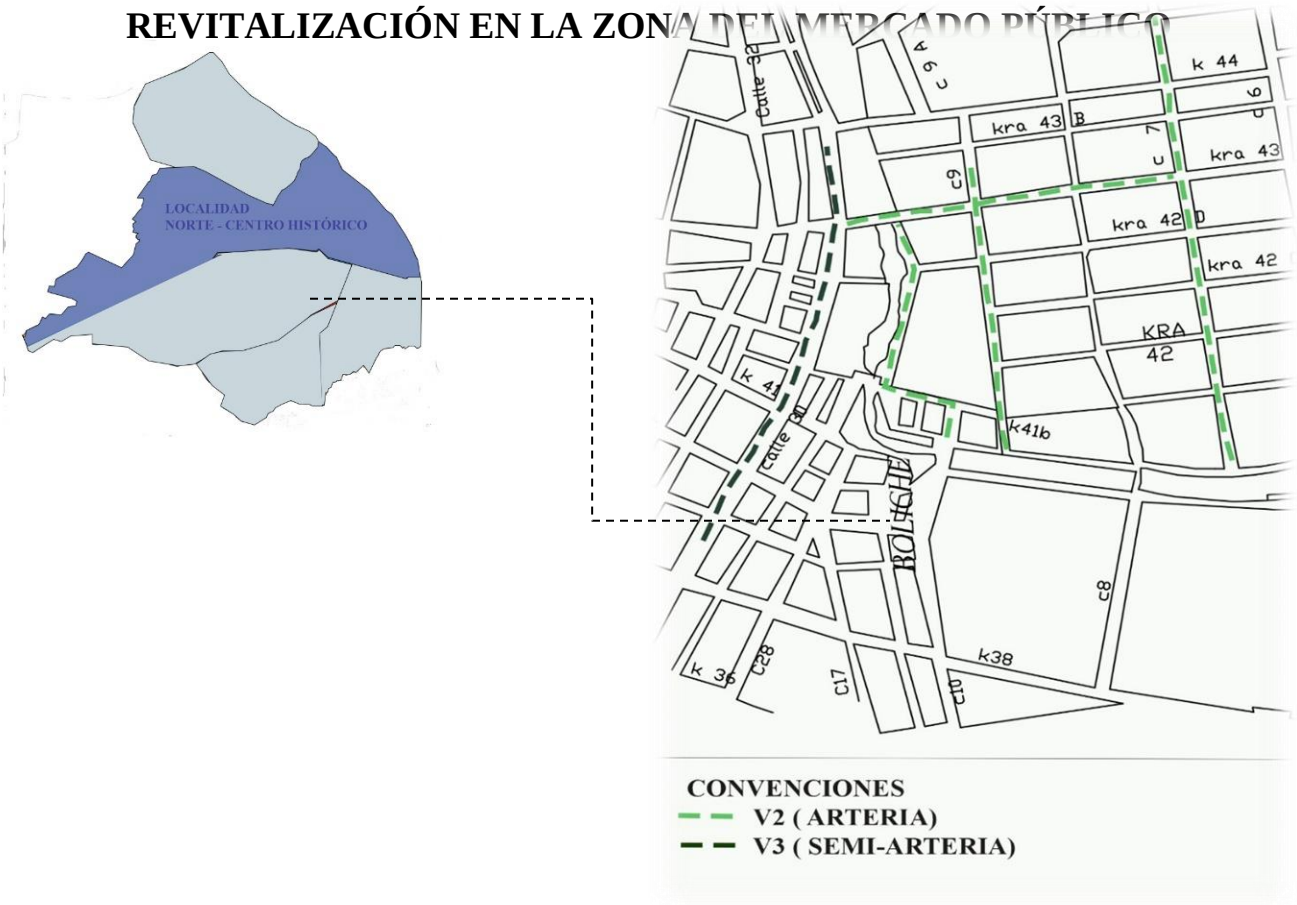


Figura 14. Plano subsistema vial de la zona de mercado de Barranquilla. Fuente: POT

En el plano del subsistema vial correspondiente a la zona del Mercado Público de la ciudad de Barranquilla se observa que existen vías semi-arteria tipo V3 (calzada vehicular central), y vía arteria tipo V2 (calzada vehicular central y separador). (Ver Ilustración No. 20).

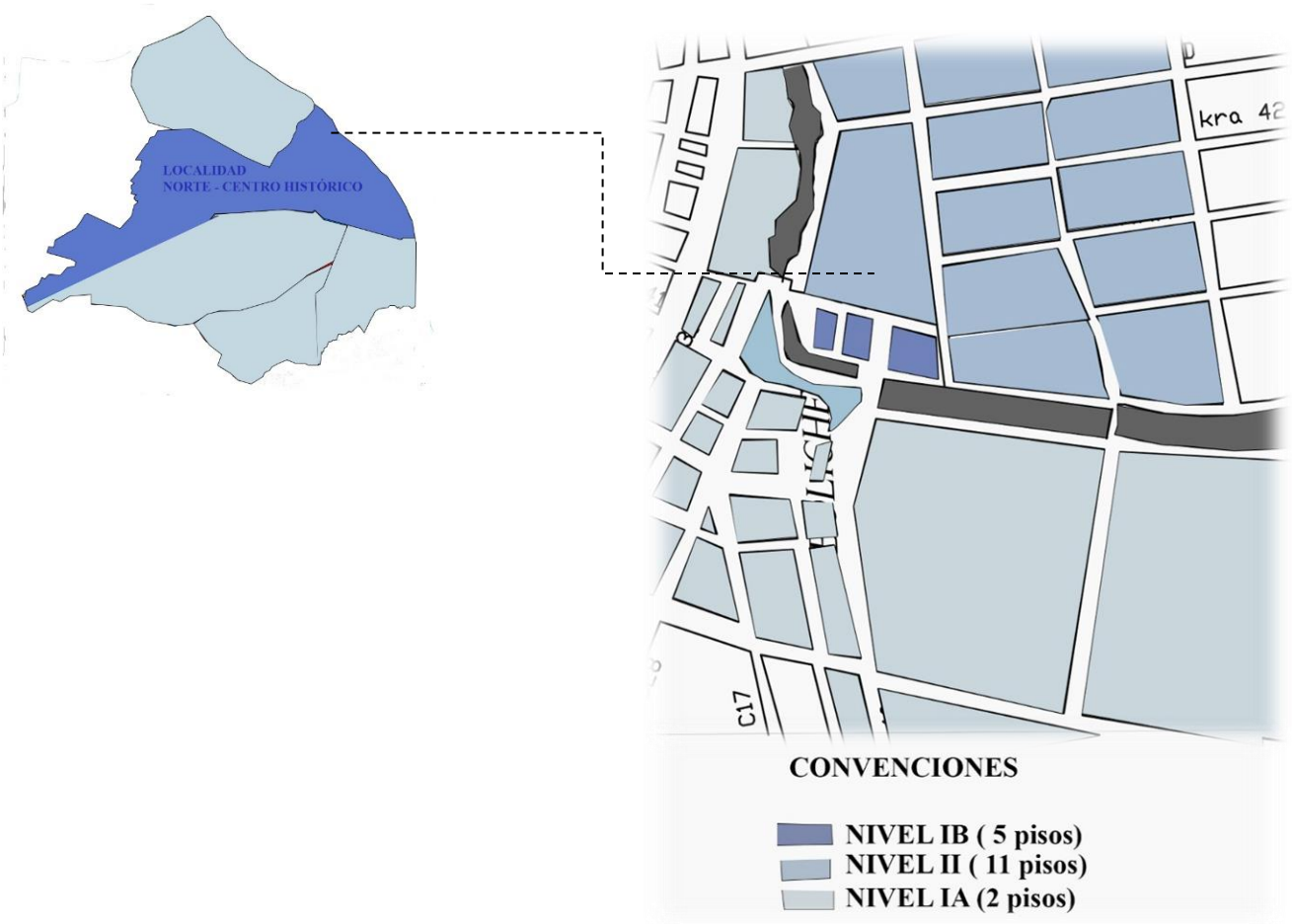


Figura 15. Plano Edificabilidad (Densidades) de la zona de mercado de la ciudad de Barranquilla. Fuente: POT.

Con respecto al plano de edificabilidad de la zona de estudio, se encontró que pertenece al Nivel IB**,** de acuerdo con el tratamiento urbanístico de consolidación avalado por el POT. Según la norma de edificabilidad, la propuesta base es de 2 niveles y la máxima es de 5 niveles, dependiendo del rango de área de la edificación que se vaya a proponer. (Ver Ilustración No. 21).

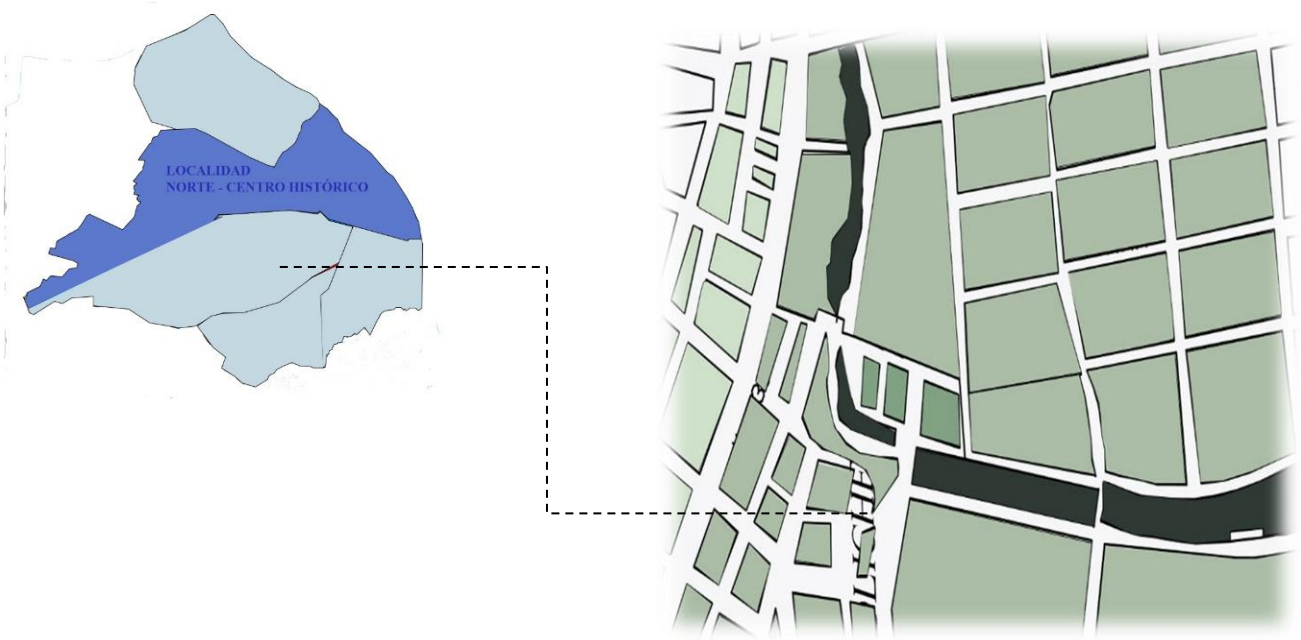


Figura 16. Plano Tratamientos urbanísticos de la zona del mercado de la ciudad de Barranquilla. Fuente: POT.

De acuerdo con el plano de tratamiento urbanístico del sector, se encontró que la zona del mercado se encuentra en el tratamiento de Consolidación, lo cual regula la transformación de las estructuras urbanas de la ciudad de Barranquilla. (Ver Ilustración No. 22).

A continuación, se transcribe lo planteado en el **Capítulo 1 de Usos del suelo** según lo establecido en la normativa urbanística del POT.

Artículo 56. Usos permitidos. Se determinan como usos permitidos los siguientes:

1. Residencial, en todas sus categorías
2. Comercial de menor impacto C-2 y mayor impacto C-3, en las siguientes categorías únicamente:

VENTA DE BIENES:

- Ventas de maquinaria liviana, herramientas pesadas y similares
- Artículos eléctricos y herramientas menores
- Ventas de grifería, herrajes, aldabas y cerrajes, y pinturas.

VENTA DE SERVICIOS:

Servicios técnicos de mantenimiento y reparación de instalaciones y artículos del hogar uso doméstico y similares, lavanderías, tintorerías y remontadoras de calzado.

Ver las restricciones establecidas en el subcapítulo II del presente Título

3. Oficina, según las disposiciones del Plan de Ordenamiento Territorial definida en los artículos 197, 198, 199, 202.
4. Hoteles y aparta hoteles.
5. Recreativo en todas las categorías.
6. Institucionales de influencia urbana Local Grupo 1. Se determinan los tipos de usos definidos por el Plan de Ordenamiento Territorial en el artículo 284.
7. Institucionales del Grupo 2. En este se permiten los tipos de usos definidos según el Plan de Ordenamiento Territorial en el artículo 285.
8. Institucional de Influencia Urbana General Grupo 3. A los usos institucionales del Grupo 3 corresponden los usos definidos según el Plan de Ordenamiento Territorial en el artículo

286, con las restricciones que para cada sector de norma se indican en el Subcapítulo II del Título V del presente Título.

Articulo 57. Restricciones. Se precisan los siguientes usos los cuales tendran carácter de Usos No Permitidos para las categorías que se indican a continuación:

I. USOS COMERCIALES

1. Categoría Comercial de menor impacto C-2, Los siguientes usos incorporados dentro de estas categorías seran usos no permitidos en la localidad Centro Histórico de Barranquilla:

a). Centro de redes de telecomunicaciones;

b). Alquiler de vehiculos y otros;

c). Progamadoras de televisión con estudios y similares;

d). Exhibicion y punto de venta de materiales de construcción (ladrillos, arena, etc.)

e). Estación de servicios y de transporte (taxis);

f). Servicios funerarios (Velación);

6. ANALISIS DEL SECTOR

La presente propuesta se encuentra ubicada entre las calles 6 y calle 30, entre las carreras 41 y 46 del sector de Mercado Público de la localidad Norte Centro Histórico de la ciudad de Barranquilla. (Ver Ilustración No. 23).

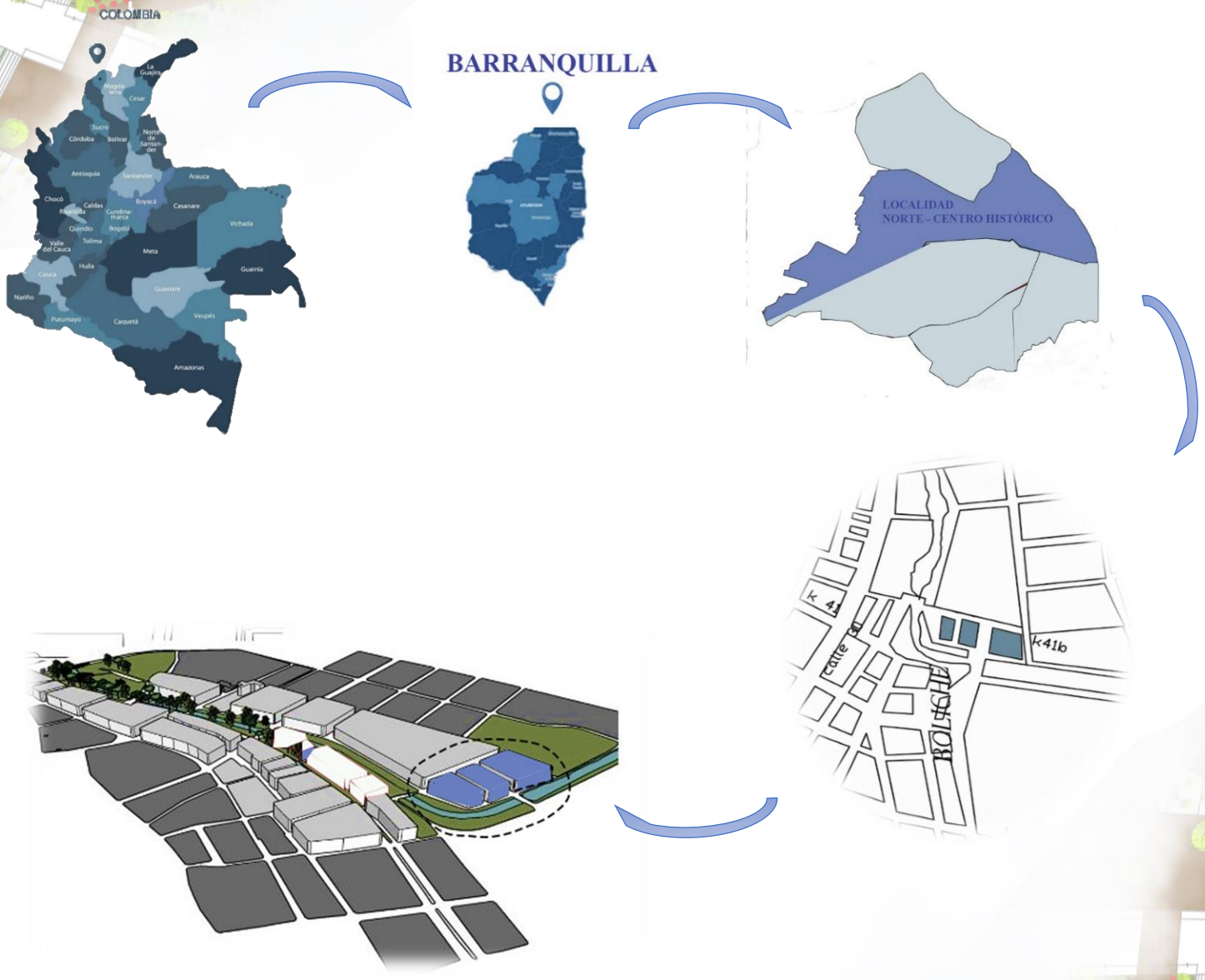
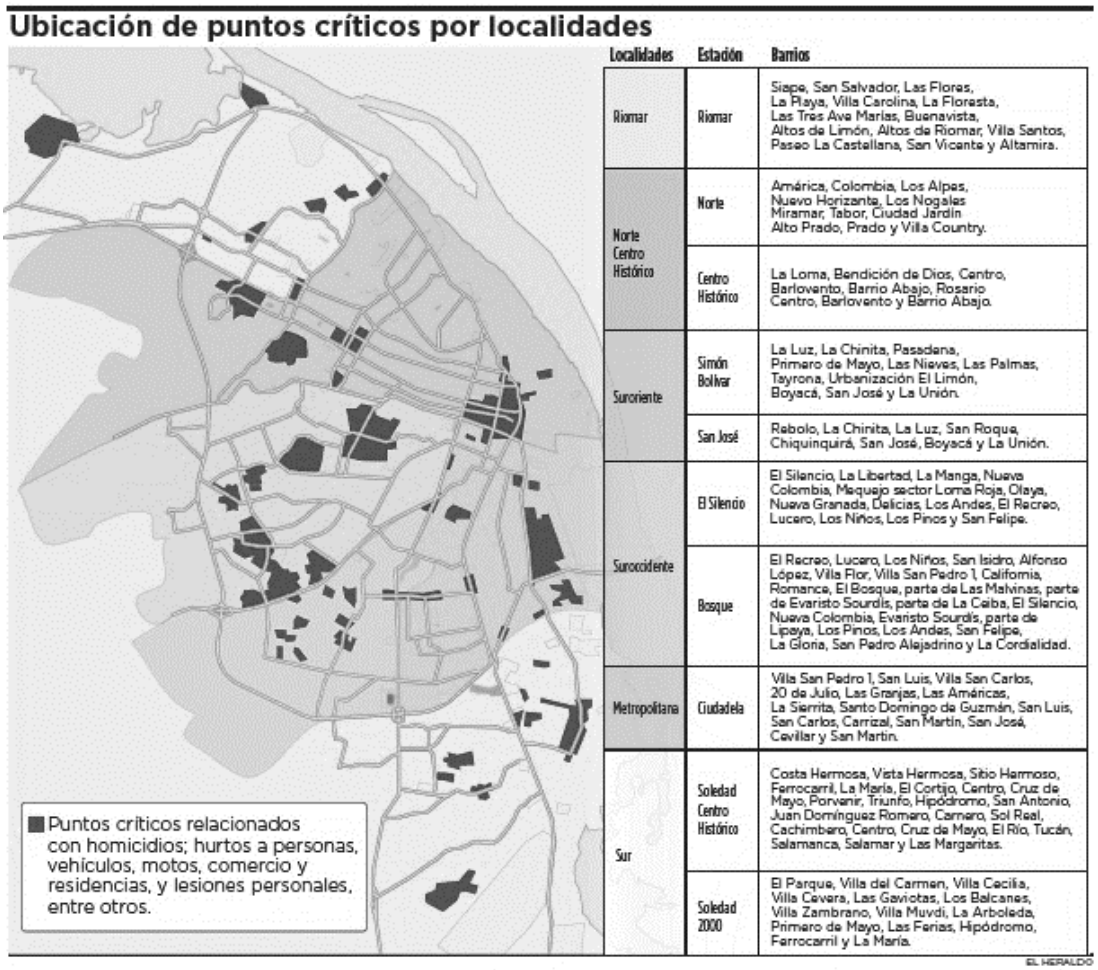


Figura 17. Localización del sector de estudio. Fuente: Elaboración propia.

FACTORES DE RIESGO

Inseguridad



Localidades	Estación	Barrios
Riomar	Riomar	Siape, San Salvador, Las Flores, La Playa, Villa Carolina, La Floresta, Las Tres Ave Marías, Buenavista, Altos de Limón, Altos de Riomar, Villa Santos, Paseo La Castellana, San Vicente y Altamira.
Norte Centro Histórico	Norte	América, Colombia, Los Alpes, Nuevo Horizante, Los Nogales Miramar, Tabor, Ciudad Jardín Alto Prado, Prado y Villa Country.
	Centro Histórico	La Loma, Bendición de Dios, Centro, Barlovento, Barrio Abajo, Rosario Centro, Barlovento y Barrio Abajo.
Suroriente	Simón Bolívar	La Luz, La Chinita, Pasadena, Primero de Mayo, Las Nieves, Las Palmas, Tayrona, Urbanización El Limón, Boyacá, San José y La Unión.
	San José	Rebolo, La Chinita, La Luz, San Roque, Chiquinquirá, San José, Boyacá y La Unión.
Suroccidente	El Silencio	El Silencio, La Libertad, La Manga, Nueva Colombia, Mequejo sector Loma Roja, Olaya, Nueva Granada, Delicias, Los Andes, El Recreo, Lucero, Los Niños, Los Pinos y San Felipe.
	Bosque	El Recreo, Lucero, Los Niños, San Isidro, Alfonso López, Villa Flor, Villa San Pedro 1, California, Romance, El Bosque, parte de Las Malvinas, parte de Evaristo Sourdis, parte de La Ceiba, El Silencio, Nueva Colombia, Evaristo Sourdis, parte de Lipaya, Los Pinos, Los Andes, San Felipe, La Gloria, San Pedro Alejadrino y La Cordialidad.
Metropolitana	Ciudadela	Villa San Pedro 1, San Luis, Villa San Carlos, 20 de Julio, Las Granjas, Las Américas, La Sierrita, Santo Domingo de Guzmán, San Luis, San Carlos, Carrizal, San Martín, San José, Cevillar y San Martín.
Sur	Soledad Centro Histórico	Costa Hermosa, Vista Hermosa, Sitio Hermoso, Ferrocarril, La María, El Cortijo, Centro, Cruz de Mayo, Porvenir, Triunfo, Hipódromo, San Antonio, Juan Domínguez Romero, Carnero, Sol Real, Cachimbero, Centro, Cruz de Mayo, El Río, Tucán, Salamanca, Salamar y Las Margaritas.
	Soledad 2000	El Parque, Villa del Carmen, Villa Cecilia, Villa Cevera, Las Gaviotas, Los Balcanes, Villa Zambrano, Villa Muvdi, La Arboleda, Primero de Mayo, Las Ferias, Hipódromo, Ferrocarril y La María.

Figura 18. Ubicación de puntos críticos por localidades. Fuente: El Heraldo.

En la localidad Centro Histórico, según la fuerza pública, existen 12 puntos críticos y los delitos que más ocurren son hurto a personas, comercio y residencia y lesiones personales.

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

La localidad Norte Centro Histórico, en donde se ubica la zona del mercado, es uno de los puntos más delicados de la ciudad de Barranquilla, porque cada semana se presentan atracos, muertes, robos y contaminación. Por tal motivo, los accesos hacia estas zonas se restringen para evitar ciertos accidentes que puedan atentar contra la seguridad y tranquilidad de los habitantes del sector. (Ver ilustración No. 24).

Deficiencia de zonas verdes

Figura 19. Deficiencia de zonas verdes en el Mercado Público de Barranquilla. Fuente: El Heraldo.

En todo el recorrido realizado es bastante notoria la escasez de zonas verdes en el sector. Las pocas zonas verdes encontradas en el sector tienen tres usos: basureros, parqueaderos y hogar de indigentes. La falta de vegetación incrementa los niveles de temperatura de la ciudad afectando en gran parte los espacios del sector. (Ver Ilustración No. 25).

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Estado actual de los caños

Figura 20. Estado actual de los caños del sector del Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. Fotografía tomada por Paola I. Hernández.

Dentro de la zona de Mercado Público, se encuentra el curso de agua llamado ‘‘Caño Arriba’’. Actualmente no presenta un buen funcionamiento hidráulico ni sanitario, impidiendo el mejoramiento paisajístico y ecológico del sector, lo cual limita una solución permanente y de impacto hacia la zona del mercado. (Ver ilustración No. 26).

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Figura 21. Situación actual del espacio público del mercado de Barranquilla. Fuente: El Heraldo.

Espacio público

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

El espacio público es uno de los temas más delicados en el Mercado Público de Barranquilla. Alrededor de un 95% de las calles en este sector, se encuentran invadidas por un comercio informal que obstruye la adecuada circulación tanto de personas como de vehículos. Por tal motivo, el estado de las vías ha sido afectado por este tipo de falencias, impidiendo la correcta señalización en cada zona del Mercado. (Ver Ilustración No. 27).

Deterioro del sector

Figura 22. Estado actual del Edificio Ferrans, Barranquilla. Fuente: Diario la Libertad.

El abandono es notorio tanto en edificaciones de patrimonio como en el sector como tal; no muchos son los proyectos que se realizan en esta parte de la ciudad debido a la complejidad de la zona. Una de las edificaciones afectadas es el Edificio Ferrans, que, a pesar de ser considerado

patrimonio histórico y arquitectónico de Barranquilla, se encuentra en estado de abandono y a la vez invadido por el comercio informal. (Ver Ilustración No. 28).

Infraestructura

Figura 23. Calle 41, Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. Fuente: Zona Cero.

Algunas zonas no cuentan con un buen alumbrado público, entre ellas está la calle 41 y gran parte del Mercado Público. Sin embargo, en la calle 30, considerada como una de las vías principales del sector, existe buen alumbrado debido a los proyectos de ampliación de vías y recuperación de la zona. Por otro lado, con respecto a los servicios públicos, se deduce que,

actualmente la zona cuenta con redes de servicios públicos domiciliarios, (red de alcantarillado, de acueducto, de gas y de energía eléctrica). (Ver Ilustración No. 29).

Estado de las vías

Figura 24. Estado actual de las calles del Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. Fuente: El Heraldo.

Algunas vías se encuentran en regular estado, presenta muchos daños y hacen que pueda haber algún tipo de inconveniente al momento de transitar en el sector. Algunas zonas del Mercado Público no presentan señalización, lo que impide que se dé una buena circulación peatonal y vehicular. (Ver Ilustración No. 30).

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

En los perfiles viales se observa el estado actual de las vías que se encuentran en la zona de Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. La mayoría no cumple con las normas establecidas según el POT debido a falta de accesibilidad hacia el sector. Algunas no presentan ningún tipo de señalización que ayude a localizar al usuario. (Ver ilustración No. 31 y No. 32).

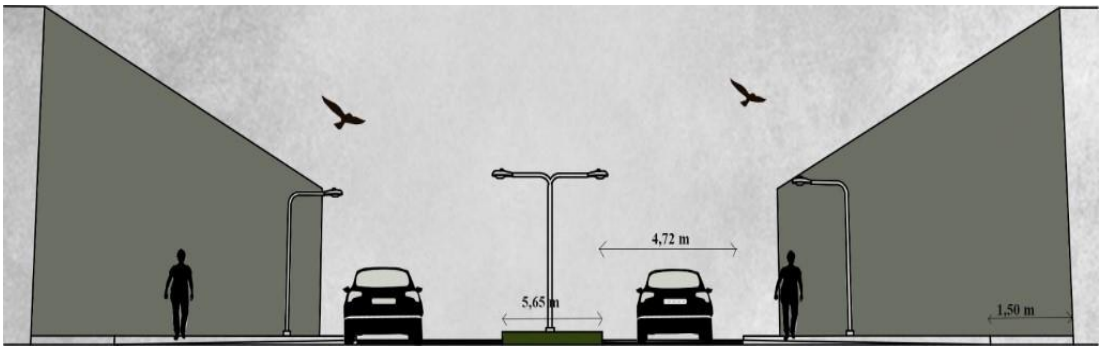


Figura 25. Perfil vial actual de la calle 30, tipo V3. Fuente: Elaboración propia.

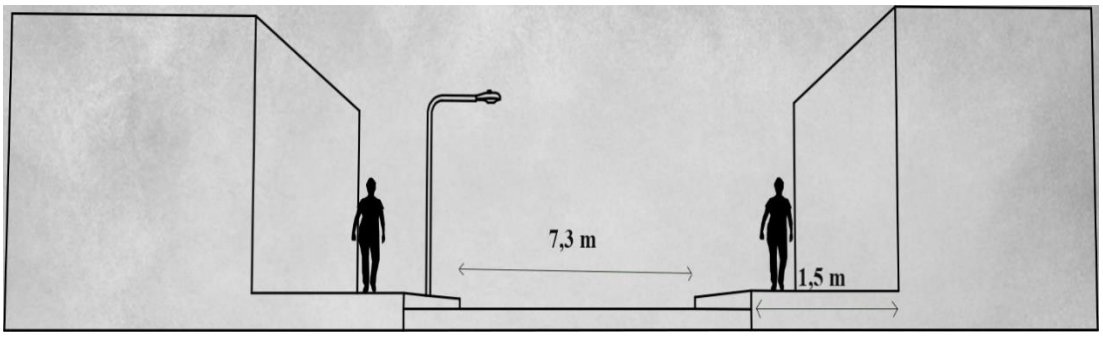


Figura 26. Perfil vial actual de varias zonas del mercado público de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia.

Durante el recorrido realizado en las tres manzanas, se logró identificar el área y sus alrededores. Actualmente hay locales en mal estado de venta de alimentos perecederos con condiciones antihigiénicas. El área estándar de estos locales es de aproximadamente 63 m^2. (Ver Ilustración No. 33).

Figura 27. Estado actual de los locales comerciales en la zona de Mercado Público de Barranquilla. Fotografía tomada por: Paola I. Hernández.

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Demografía y población

Según el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) dentro de la zona de estudio hay en total 82 viviendas de las cuales la mayoría son tipo casa. Existen 283 personas habitando el sector. La mayoría está entre los 20 y 29 años. La mayoría de estas viviendas presenta un mal estado y por tal motivo las condiciones de habitabilidad no son buenas afectando sus necesidades básicas y la calidad de vida. (Ver Ilustración No. 34).

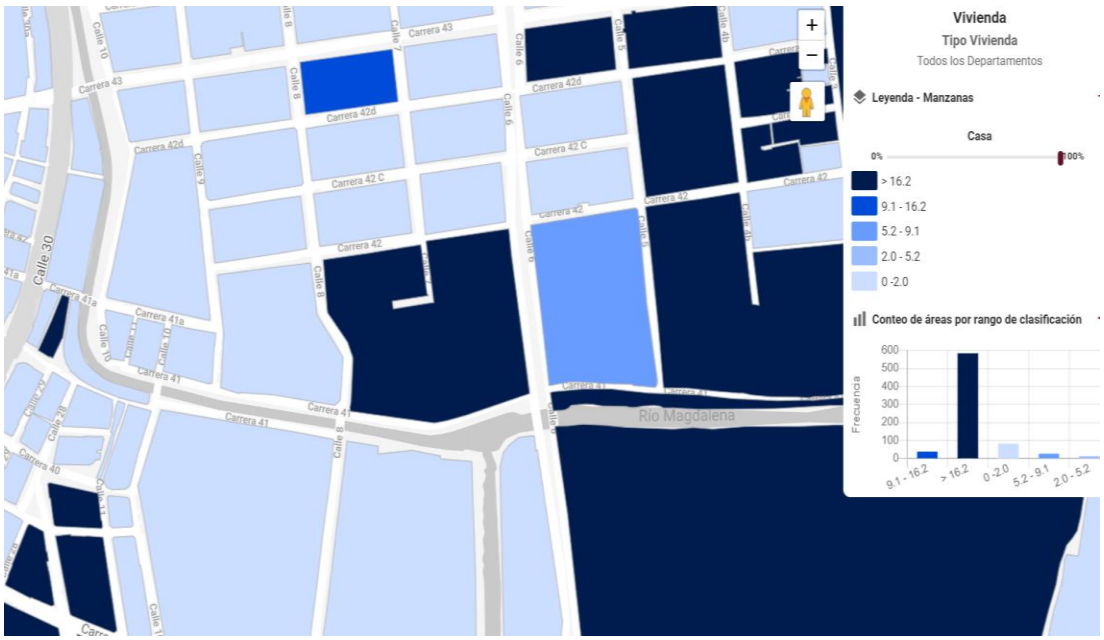


Figura 28. Demografía y población. Fuente: DANE.

6.1 Metodología

Debido a que la investigación se rige por medio de teorías, metodologías y técnicas, se debe lograr una propuesta integral a través de planimetrías y esquemas, para así atender necesidades sociales, culturales, económicas, formales y urbanas desde los conocimientos de la revitalización urbana. Es decir, el proyecto se establece desde respuestas arquitectónicas a partir de estudios críticos del sector a trabajar, donde el producto parte de la revitalización, con herramientas teóricas, metodológicas y técnicas para desarrollar el pensamiento proyectual, en el proceso de creación de la forma espacial construible y habitable.

Se realizó una investigación bibliográfica referenciando documentos como el Plan de Desarrollo del Distrito, el Plan Especial de Manejo y Protección de Barranquilla (PEMP), el Plan Parcial y el Plan de Ordenamiento Territorial (POT). También se procedió a buscar si existen otros estudios similares al proyecto para confrontar los datos y la información.

Paralelamente, se hicieron consultas con profesionales especialistas en las áreas de patrimonio arquitectónico, de espacio público y urbanismo que laboran en los sectores oficial y privado para conocer los adelantos de proyectos similares.

Se realizó un trabajo de campo para inspeccionar las edificaciones existentes, el espacio público y los establecimientos comerciales públicos (zonas comerciales, Mercado Público).

Una vez obtenida la información relacionada con datos bibliográficos, mapas, planos, registros fotográficos, estudios, esquemas básicos, entre otros, se procedió a hacer la selección exhaustiva de esta información. Posteriormente se digitalizó la indagación y se armó un documento preliminar con todas las características anteriormente mencionadas para ser revisada por los tutores y así obtener las correcciones pertinentes para dar paso a la presentación final de trabajo de grado.

7. PROPUESTA

El proyecto consiste en plantear una alternativa para la recuperación de la zona de Mercado Público de la ciudad de Barranquilla que permita mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Al principio se realizó un tipo de modificación en las tres manzanas escogidas para lograr un buen desarrollo dentro de la zona, cambiando su morfología urbana. Pero, debido a las condiciones del sector, se modificaron algunas piezas urbanas sin perjudicar las actividades propuestas.

Para obtener una buena morfología urbana dentro del sector, se cambió la forma de las tres (3) manzanas escogidas, dándole mayor accesibilidad a la zona e integralidad con las demás áreas, logrando que, además, tenga una conectividad con los demás proyectos en desarrollo de la ciudad. (Ver Ilustración No. 35).

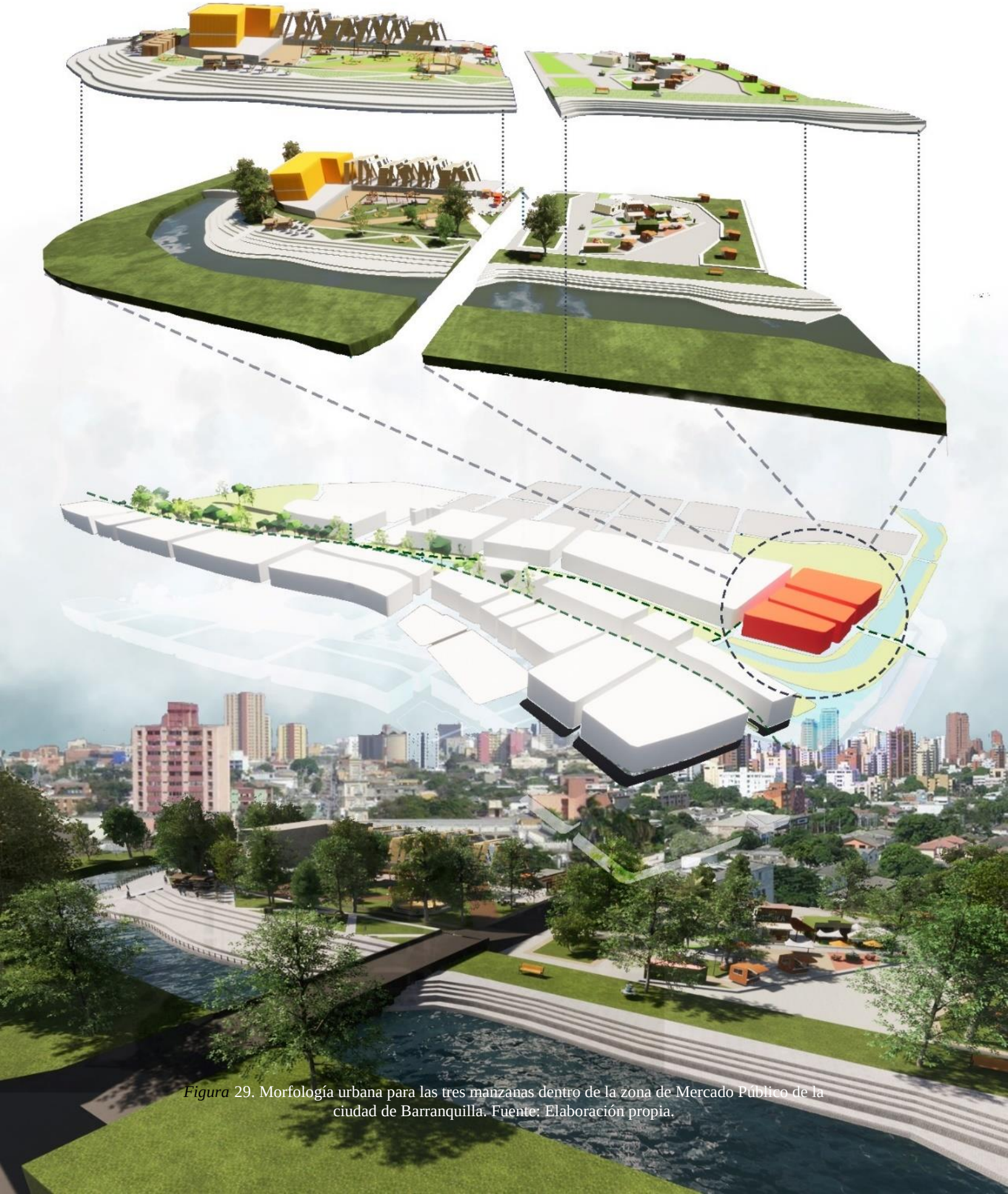


Figura 29. Morfología urbana para las tres manzanas dentro de la zona de Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia.

Dentro de la propuesta, se implementaron zonas recreativas, áreas verdes con el fin de generar ambientes de recreación pasiva, áreas comerciales para la venta de alimentos perecederos y lugares de consumo para que el usuario se integre a estos espacios que ofrece el entorno. (Ver Ilustración No. 36).

Figura 30. Zonas de actividades recreativas y áreas verdes en el proyecto de recuperación de la zona de Mercado Público de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia.

La propuesta de diseño contempla la construcción de una sola plaza a cielo abierto con varios accesos, en donde el usuario tenga la capacidad de integrarse a cada espacio que ofrece la zona de Mercado Público generando confort, seguridad, visibilidad y armonía con el entorno.

Además, se propone establecer una sola vía de acceso vehicular con doble sentido como el ente fundamental que conecta las tres manzanas dentro del sector. Esto se hizo con el fin de permitir el acceso de vehículos particulares y de transporte público. (Ver Ilustración No. 37).

Figura 31. Propuesta perfil vial entre las tres manzanas propuestas dentro de la zona de mercado. Fuente: Elaboración propia.

En **el Edificio Ferrans** (considerado patrimonio arquitectónico de la ciudad) se hizo un planteamiento de intervención para incorporarlo al proyecto con el fin de integrar la zona del Mercado Público con la ciudad, convirtiéndose en el mayor atractivo del entorno. Su uso será modificado. En la planta alta se implementarán el uso de restaurantes y la planta baja se centrará en actividades culturales (galerías y museos vivos) que permitan homenajear el legado del sector. (Ver Ilustración No. 38).

Figura 32. Integración del Edificio Ferrans (bloque amarillo) hacia la propuesta de recuperación de la zona de mercado en Barranquilla. Fuente: Elaboración propia.

El área total del proyecto es de 7125 m^2. Dentro de la propuesta se incorporaron varios espacios de consumo, de comercio, de recreación y de servicios con el fin de generar atención a los usuarios para que recorran cada zona que ofrece esta propuesta de intervención del Mercado. Así mismo, se crearon vías peatonales para una mejor circulación y una vía principal para acceso vehicular. (Ver Ilustración No. 39 y Tabla No. 2).

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

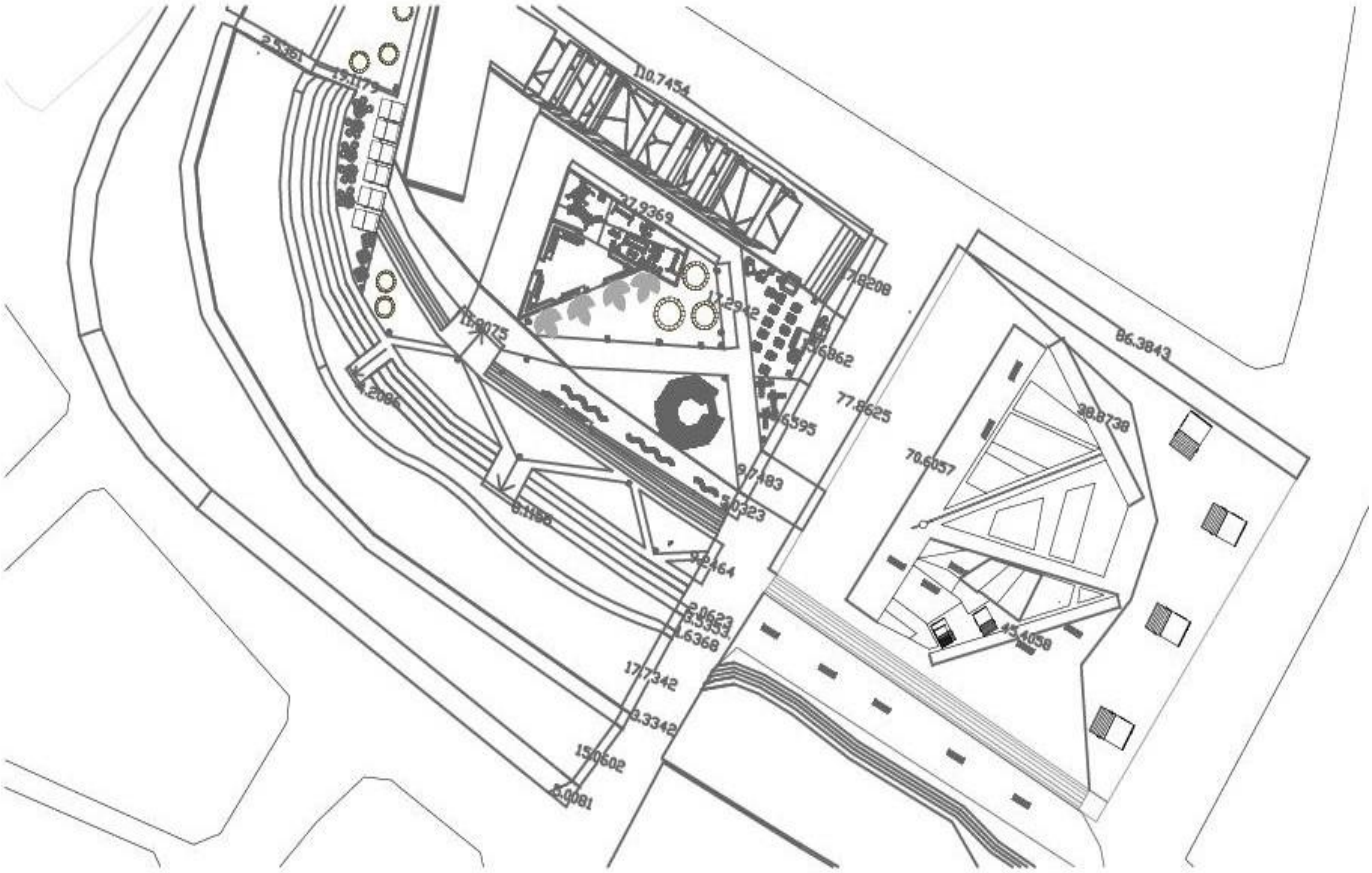


Figura 33. Plano arquitectónico general. Propuesta de diseño de la zona de Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2.

Convenciones. Tipología de espacios.

Tipología de espacios	**Superficie total**	**Proporción**	**Uso**
Área de locales de consumo	350 m^2	4,91 %	Servicio
Parque infantil	291 m^2	4,08 %	Recreacional
Áreas comerciales	1870 m^2	26,4 %	Comercial
Zona de escenografía	1125 m^2	15, 7 %	Espacio público
Áreas de venta de productos perecederos	2660 m^2	37,3 %	Comercial
Zonas de descanso	785 m^2	11,01 %	Espacio público
Zonas verdes	4729 m^2	66,3 %	Espacio público

Fuente: Elaboración propia.

Figura 34. Zonas verdes, áreas de descanso y sendero peatonal propuesto en la Recuperación del Mercado Público de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. Tipología de espacios

Descripción	Número
Zona de consumo	1
Edificio Ferrans	2
Venta de artesanías acorde a las festividades de la ciudad	3
Zona de recreación	4
Zonas pasivas con vistas al caño	5
Zona de espacio público (escenografía)	6
Zona de comercio	7
Vía principal	8

Secciones

Figura 36. Corte longitudinal del proyecto. Fuente: Elaboración propia.

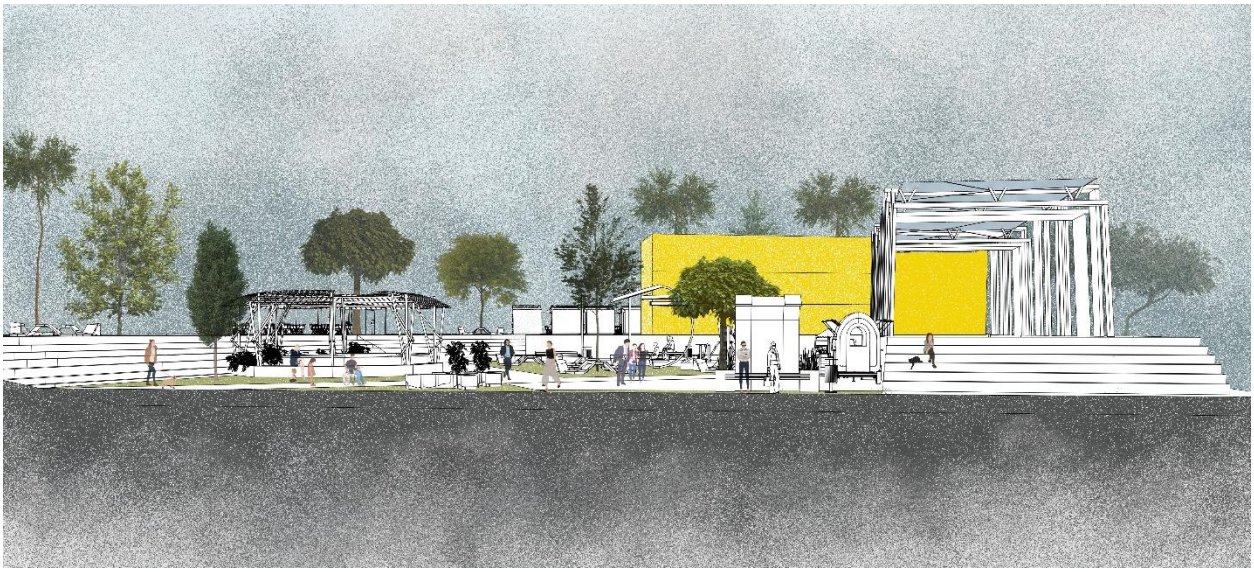


Figura 37. Corte transversal. Fuente: Elaboración propia.

Figura 38. Descripción de cada uno de los espacios más representativos del proyecto. Fuente: Elaboración propia.

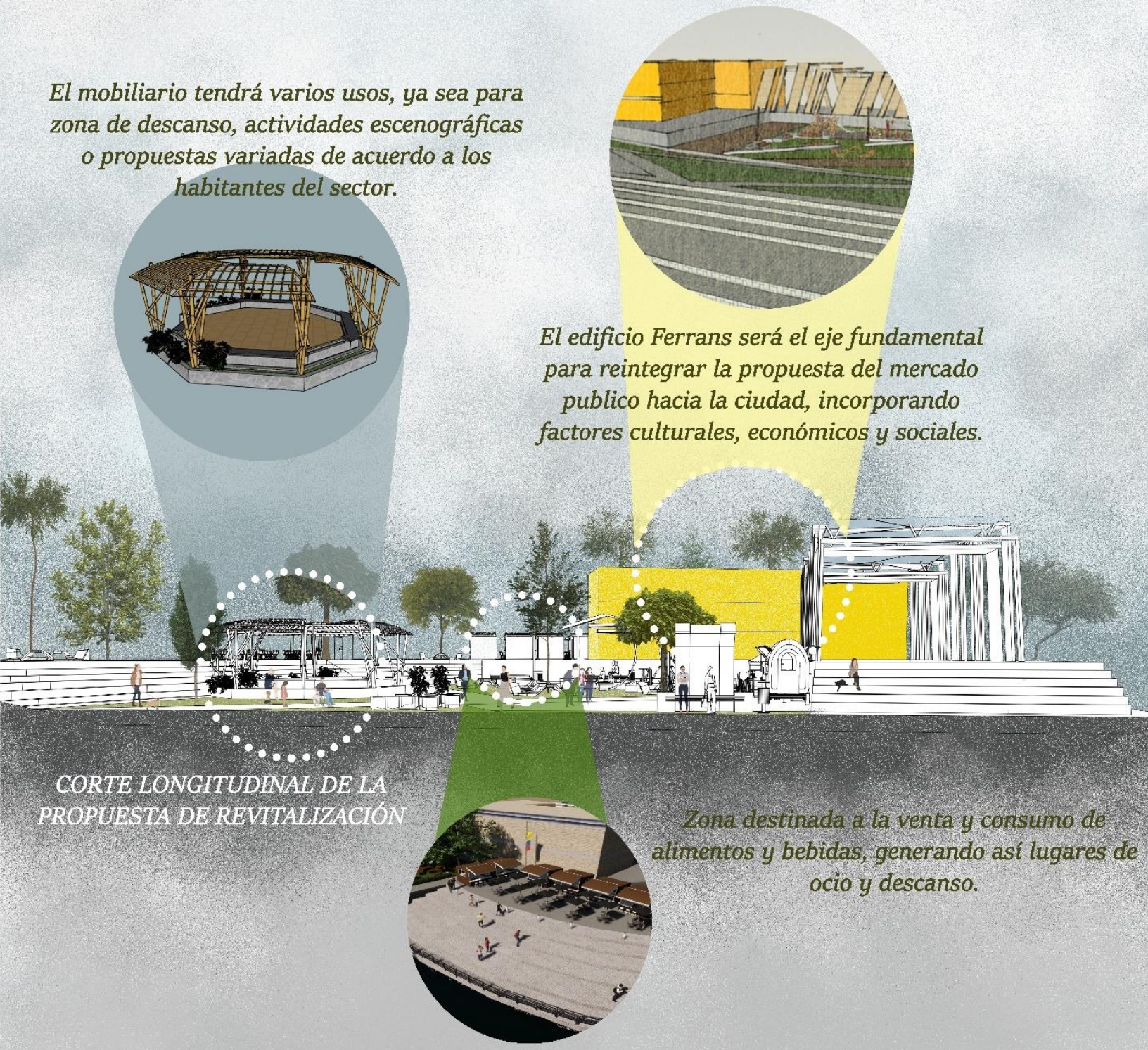


Figura 39. Descripción de cada uno de los espacios más representativos del proyecto. Fuente: Elaboración propia.

Figura 40. Vistas generales de la propuesta. Recorrido visual de cada espacio en la zona del Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia.

Se implementaron nuevas zonas de espacio público, donde el usuario tiene la posibilidad de presenciar confort y seguridad en cualquier lugar que se encuentre. Dentro de este lugar, se propuso un sistema de arborización para generar tranquilidad y confort hacia los usuarios. (Ver Ilustración No. 48).

Figura 41. Áreas pasivas propuestas en el proyecto. Estrategias de Revitalización en la zona de Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia.

Así mismo, se crearon vías peatonales dentro del sector del Mercado. Estas se diseñaron con el fin de que cada usuario tenga la oportunidad de trasladarse y conocer cualquier espacio que ofrece el sector satisfaciendo sus necesidades y generando seguridad en el entorno. (Ver Ilustración No. 49).

Figura 42. Zona peatonal para la conexión de todos los espacios propuestos en el sector del Mercado Publico de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a los materiales propuestos en el proyecto, se escogieron los que más se acomodan al entorno y mejoran la calidad de vida del usuario (Ver Ilustración No. 52).

Como primera medida se incorpora el adoquín de concreto, ubicado en las escalinatas de la propuesta. La ventaja de este material es que crea un espacio amigable con la naturaleza, es bastante efectivo, duradero y de fácil mantenimiento. (Ver Ilustración No. 50).

Figura 43. Pavimento de adoquines para las escalinatas. Fuente: Elaboración propia.

De otra parte, en las zonas recreativas se aplicó pavimento ecológico que mitiga el impacto ambiental producido por los pavimentos tradicionales. Este sistema ayuda, igualmente, a controlar la polución de los caños y ríos al evitar el arrastre de partículas presentes en las calles y andenes. (Ver Ilustración No. 51).

Figura 44. Zona de recreación. Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, para las actividades de uso comercial y recreacional, se incorporó madera (roble) en los bancos y locales de consumo, entre otros. Este tipo de material es apto para este clima cálido presente en la ciudad. Es resistente la humedad, duradera y muy fácil de manipular.

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

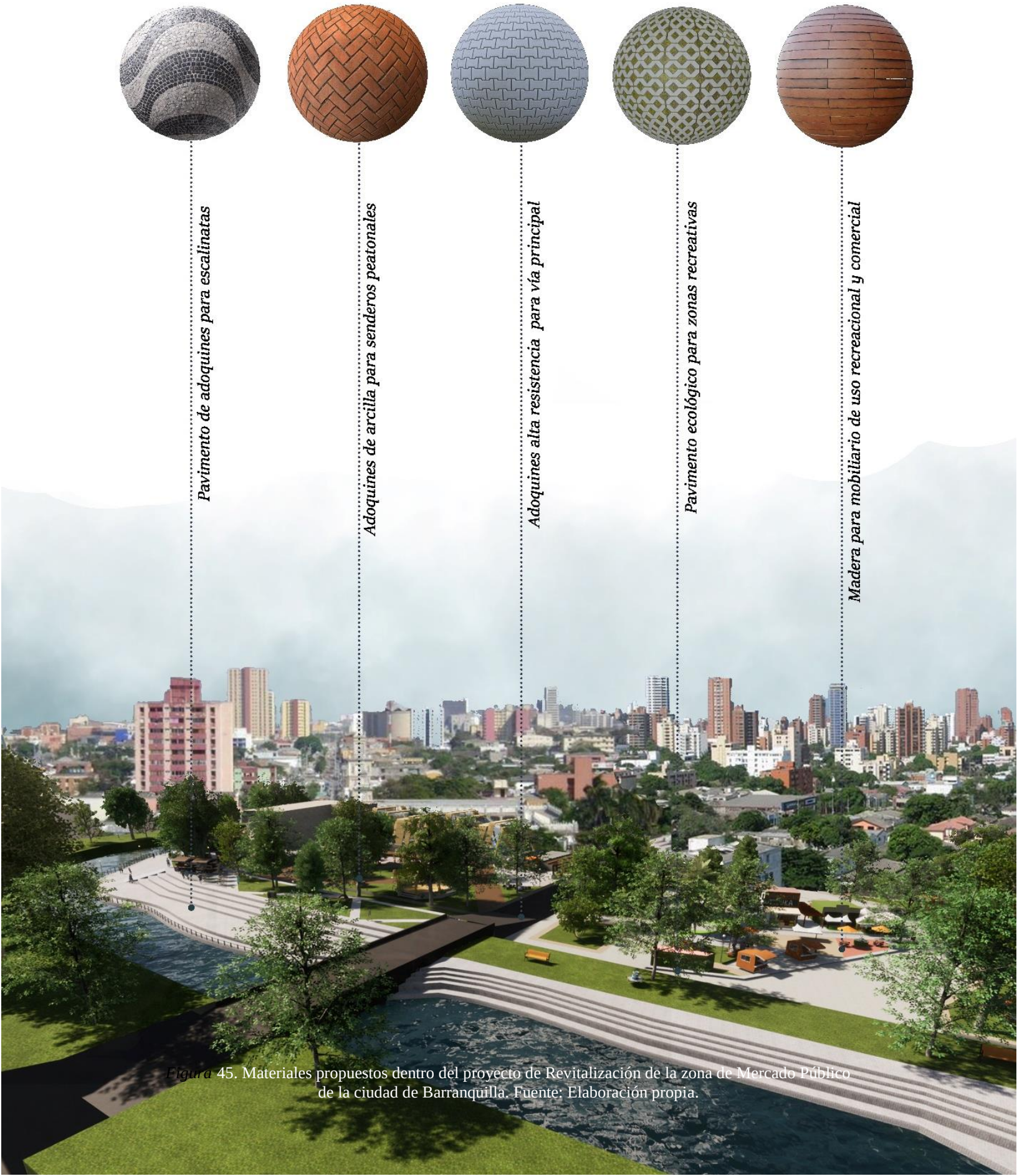


Figura 45. Materiales propuestos dentro del proyecto de Revitalización de la zona de Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, se implementaron rampas de acceso para mejorar la accesibilidad en varios espacios del proyecto, buscando comodidad y seguridad para usuarios con limitaciones de movilidad. Esto les da la oportunidad de recorrer y conocer cada espacio ofrecido por el entorno sin ningún inconveniente. (Ver Ilustración 53)

Figura 46. Aplicación de barreras de acceso universal (rampas) para los usuarios con limitaciones. Fuente: Elaboración propia.

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Para mejorar las condiciones ambientales del caño, se plantea hacer la purificación de las aguas que corren por este drenaje mediante la instalación de una planta de tratamiento de aguas residuales (PTAR) arriba de la zona del proyecto. De esta manera, ofrecería un ambiente sano y agradable que concuerda con los objetivos de esta propuesta.

Para el manejo de las áreas adyacentes al caño, en esta propuesta se ha considerado un tratamiento paisajístico, estableciendo unas escalinatas en las márgenes del caño, complementado con áreas verdes y zonas de descanso y arborización con especies nativas. (Ver Ilustración No. 54).

Figura 47. Vista del manejo paisajístico del caño en la zona del Mercado Público de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia.

Figura 48. Zonas verdes, áreas de descanso y sendero peatonal propuesto en la Recuperación del Mercado Público de Barranquilla. Fuente: Elaboración propia.

La propuesta asume el espacio público como áreas que requieren de una atención prioritaria por parte de las autoridades y de la comunidad en general, para mejorar la calidad de vida del entorno y las condiciones de los habitantes. El proyecto integra los componentes urbanos que ayudan al mejoramiento del diseño urbano por medio de un eje fundamental, el Mercado Público, proporcionando un entorno social y urbano que favorezca el funcionamiento óptimo de las actividades de comercio, de recreación y de servicios, entre otras, para así potenciar el desarrollo del sector.

8. CONCLUSIONES

El trabajo desarrollado en esta propuesta permitió definir una alternativa adecuada para el tratamiento y solución a la problemática de la zona de Mercado Público de la ciudad de Barranquilla, asumiendo el espacio público como área de atención prioritaria para la comunidad y el entorno.

La respuesta arquitectónica se enmarcó en el esponjamiento o vaciado de las manzanas presentes en el sector para la liberación de espacio en desuso, como estrategia hacia la implementación de la reurbanización y rehabilitación dentro de la zona del Mercado.

Las tres manzanas seleccionadas, sumaron un área de 7125 m2. Dentro de ellas se alberga una gran influencia económica a nivel departamental, caracterizada mayormente por el comercio de alimentos perecederos. Es un espacio que muestra abundante flujo peatonal en las horas del día. Cuando empieza el descenso del sol en horas de la tarde, éste pasa a ser un sector sin vida y con altos indicios de inseguridad y violencia. A partir de esto, se buscó generar una imagen diferente al sector, incorporando mejoras espaciales, liberando estas manzanas y creando una nueva morfología urbana en la zona, para que así los usos y actividades que se desarrollarán dentro de ese espacio sean funcionales a favor de la población que las frecuente.

REVITALIZACIÓN EN LA ZONA DEL MERCADO PÚBLICO

Teniendo en cuenta la problemática actual de la zona, como la contaminación ambiental, la deficiencia de zonas verdes, deficiencia y mal estado de infraestructura urbana y la inseguridad, se formularon respuestas arquitectónicas acogiéndose primordialmente a la aplicación y manejo de la revitalización, implementando herramientas teóricas, metodológicas y técnicas del desarrollo urbanístico, acorde con el entorno y con la tendencia o estilo arquitectónico moderno de la ciudad.

Con relación a los cambios urbanísticos, se propuso la mejora de las edificaciones en cuanto a su rehabilitación, renovación y recuperación del espacio público que les circunda, sus fachadas, entre otros. Específicamente se definieron espacios para el establecimiento de locales comerciales, ordenación de áreas para circulación vial y peatonal de forma segura, creación de espacios de recreación pasiva, además para facilitar el manejo y desarrollo de actividades comerciales como puntos de compra y venta de productos agrícolas y pecuarios.

Dentro de los cambios sociales, se dio facilidad para la organización de la comunidad local mediante asociaciones comunitarias al contar en la misma área con los establecimientos comerciales de forma ordenada, mejorando la calidad de vida debido a la ordenación de su entorno y mejorando las condiciones de convivencia al experimentar con espacios urbanísticos jerarquizados. De igual manera se propicia la obtención de beneficios en cuanto a generación de empleo, incremento de actividades económicas, entre otras.

En lo referente a los aspectos ambientales, los cambios que generaría el proyecto se resumen en el manejo y control de la contaminación del caño, aumento de áreas verdes, reforestación, mejora visual del entorno y de cada espacio recuperado, logrando de esta manera una oferta paisajística muy agradable para los usuarios y visitantes, generando una percepción visual altamente positiva.

En términos generales, la propuesta de la recuperación de la zona de Mercado Público de Barranquilla tuvo en cuenta aspectos básicos como la regeneración urbana, la reurbanización, y la revitalización urbana, el mejoramiento del espacio público la definición de equipamientos urbanos y la rehabilitación de áreas verdes con el fin de darle un cambio a este lugar significativo en el sector, en donde se verá nuevamente el legado histórico y arquitectónico que en su momento tuvo un valor trascendental en la ciudad.

9. Referencias

- Alcaldía de Barranquilla. (2020). Plan de Desarrollo de Barranquilla. Recuperado de https://www.barranquilla.gov.co/planeacion/plan-de-desarrollo-barranquilla/2020-2023.
- Alcaldía de Barranquilla. (2012). Plan de Ordenamiento Territorial. Recuperado de https://www.barranquilla.gov.co/transparencia/planeacion/politicas-lineamientos-y-manuales/planes-estrategicos/plan-de-ordenamiento-territorial
- Alcaldía de Barranquilla. (2012). Lineamientos y manuales. Recuperado de https://www.barranquilla.gov.co/transparencia/planeacion/politicas-lineamientos-y-manuales/planes-estrategicos/plan-de-ordenamiento-territorial
- Arteaga, I.C. (2010). Reflexiones sobre el espacio público. Intervenciones puntuales.
- Adoquines ecológicos. Recuperado de http://ecotelhado.com.co/beneficios-del-ecopavimento-o-pavimento-permeable/
- Bayona, D. (2017). Primer concurso mercado 'El Ermitaño' en Lima. Recuperado de https://www.archdaily.co/co/805612/primer-lugar-concurso-mercado-el-ermitano-independencia-lima-arquitectura-verde
- Cabas, M. (2019). El mercado público como elemento regenerador de la ciudad. Recuperado de https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/2457/El%20mercado%20p%c3%bablico%20como%20elemento%20regenerador%20urbano%20de%20la%20ciudad.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Cabrera Cely, R., & Torres Díaz, J. (2018). Revitalización del Centro Histórico de Sogamoso. Bogotá.
- Cabrera, W. Capítulo II. Marco teórico. Reurbanización. Recuperado de https://es.scribd.com/document/398918225/Que-Es-La-Reurbanizacion

- Capel, H. (2002). Reflexiones sobre el espacio público. Espacio Público.
- Capel, H. (2007). El debate sobre la construcción de la ciudad y el llamado ‘’ Modelo Barcelona’’. Recuperado de http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-233.htm
- DANE. Demografía y población. Recuperado de https://www.dane.gov.co/
- Decreto 0177. Plan parcial Centro Histórico, Barranquilla, Atlántico, 29 de Julio de 2005.
- Edubar. (2019). Proyecto Mercado Gran Bazar. Recuperado de https://www.edubar.com.co/
- Equipo Editorial. (2016). Proyecto Reactivación del Espacio Público en Ecuador. Recuperado de https://www.archdaily.co/co/795221/reactivacion-del-espacio-publico-en-ecuador-la-experiencia-de-cuenca-red
- Estrategias de la madera de Roble. Recuperado de https://www.carpintek.es/propiedades-madera-roble/
- Gauradia Bassol, M., & Oyon Bañales, J. (2005). Los mercados públicos en la ciudad contemporánea. El caso de Barcelona. Barcelona
- Gregorío, B. (2010). Edificaciones y equipamientos urbanos. Recuperado de https://es.slideshare.net/ritagandrade/edificios-y-equipamentosurbanos
- Gutierrez, A. (2016). El comercio como elemento detonante del crecimiento urbano: el caso de la ciudad de Barranquilla. Módulo Arquitectura CUC. Recuperado de https://revistascientificas.cuc.edu.co/moduloarquitecturacuc/article/view/1533
- Hernández, I. (2021). Docente Facultad de Arquitectura, Corporación Universitaria de la Costa CUC. Tutor del presente trabajo de tesis de grado.
- Jauristi, J. & Aguado, I. (2015). Conceptos de Rehabilitación Urbana. El caso del Per del casco viejo de Bilbao. Recuperado de https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/21229/TFG_IraeguiCuentas.pdf?sequence=1

- Jiménez, L. (2020). Propuesta Mercado EPM de la ciudad de Barranquilla. Heraldo. Recuperado de https://www.elheraldo.co/barranquilla/asi-avanza-la-renovacion-del-mercado-publico-epm-739786
- Lefebvre, H. (1968). Reflexiones sobre el Espacio Público. Construido sobre lo construido.
- Lefebvre, H. Más allá del espacio, Recuperado de file:///C:/Users/Acer/Downloads/MAS_ALLA_DEL_ESPACIO_HENRI_LEFEBVRE_Y_LAS_GEOGRAFI.pdf

- Lynch, K. (1960). La imagen de la ciudad. Recuperado de https://taller1smcr.files.wordpress.com/2015/06/kevin-lynch-la-imagen-de-la-ciudad.pdf
- López, J. (2015). Memoria Revista digital de la zona de Mercado Público de la ciudad de Barranquilla. Enfoque Histórico del Mercado Público entre los años 1880-1888.
- López, J. (2015). El Mercado Público de Barranquilla entre 1880-1888. Recuperado de http://www.scielo.org.co/pdf/memor/n25/n25a13.pdf
- López, J. (2014). Eco Renovación urbana del borde de la ciudad de Barranquilla. Modulo Arquitectura CUC. 255-271.
- López, J. (2016). Inventario de inmuebles patrimoniales en el sector de los caños del mercado público de Barranquilla. Modulo Arquitectura CUC. 75-114.
- Martínez, A. (2014). Proyecto de Revitalización Río Cali por West. Metalocus. Recuperado de https://www.metalocus.es/es/noticias/proyecto-de-revitalizacion-rio-cali-por-west-8
- Muxí, Z. (2007). Usos de la Ciutat. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2352371
- Ott, C. (2017). Plaza de mercado Gramalote. Recuperado de https://www.archdaily.co/co/934989/plaza-de-mercado-gramalote-niro-arquitectura-plus-rodrigo-chain

- Panza, E. (2007). Desarrollo urbano de Barranquilla. Barranquilla. Recuperado de https://www.edubar.com.co/
- Portas, N. (2003). Regeneración urbana. Construir sobre lo construido.
- POT. Capítulo 1 Usos del suelo permitidos y no permitidos. Alcaldía de Barranquilla.
- Remesar, A., & Ricart, N. (2013). Reflexiones sobre el espacio público. Universidad de Barcelona, España.
- Remesar, A. (2012). Procesos de Regeneración Urbana. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/316004294_Procesos_de_Regeneracion_Urbana
- Reyes, E. (2021). Docente Facultad de Arquitectura, Corporación Universitaria de la Costa CUC. Tutor del presente trabajo de tesis de grado.
- Reyes, E. (2017). El espacio público como interfaz. Capitulo II, la calle espacio soporte de las interfaces urbanas. Tranvía y Metro en Barcelona. Recuperado de https://www.tdx.cat/handle/10803/462137
- Rodríguez Gómez, J. (2020). Recuperación del edificio la Flauta, Bogotá. Recuperado de https://www.rcnradio.com/bogota/con-recuperacion-del-edificio-la-flauta-construido-en-1930-arranca-reconstruccion-del-bronx
- Sainz, B (2006). Conceptos sobre la Regeneración Urbana.
- Taracena, E. (2013). La Revitalización Urbana. Un proceso necesario. Recuperado de https://conarqket.wordpress.com/2013/08/16/la-revitalizacion-urbana-un-proceso-necesario/

- Universidad del Norte. (2012). Revista Memorias de la ciudad de Barranquilla. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es

- Valencia. (2014). Proyecto Plaza de Mercado Nuevo Gramalote, Colombia. Archdaily. Recuperado de https://www.archdaily.co/co/02-371754/primer-lugar-en-concurso-de-anteproyecto-plaza-de-mercado-de-nuevo-gramalote-colombia