

CIUDAD
GLOBAL

DERECHO AL ESPACIO PÚBLICO

ÍNDICE

3 DERECHO AL ESPACIO PÚBLICO

3 FRASES RESUMEN

4 DEFINICIÓN

4 LAS PERSONAS TIENEN DERECHO A:

5 PAPEL DEL ESTADO

5 MARCO JURÍDICO

8 MEJORES PRÁCTICAS

9 CASO DE COLOMBIA

9 EJEMPLOS DE APROPIACIÓN TEMPORAL Y PERMANENTE
DE ESPACIO PÚBLICO: PALERMO, ROMA, MILANO.

12 MERCADO Y COMERCIO EN VÍA PÚBLICA

12 DEFINICIÓN

14 FACTORES QUE HAN INTERVENIDO EN EL PROCESO DE
DETERIORO DE LOS MERCADOS PÚBLICOS

15 RESCATE DE LOS MERCADOS

16 COMERCIO EN VÍA PÚBLICA (COMERCIO AMBULANTE)

16 MARCO JURÍDICO

19 ALGUNOS DATOS ESTADÍSTICOS SOBRE LOS MERCADOS

20 MEJORES PRÁCTICAS

20 EL CASO DE URBACT MARKETS

21 LOS MERCADOS HOY

22 EL PROYECTO URBACT MARKETS:

25 BIBLIOGRAFÍA

DERECHO AL ESPACIO PÚBLICO

"Todos tenemos nuestra casa, que es el hogar privado y la ciudad, que es el espacio público."

Enrique Tierno Galván

Frases resumen

- El espacio público es el elemento que le caracteriza y da identidad a nuestra ciudad.
- Los mercados son espacios de carácter público universales, que aportan tradición a las ciudades.
- El concepto de mercado municipal se imbrica en el concepto de ciudad compacta que frente a la ciudad difusa garantiza mejores economías de escala urbanas

Definición

En las ciudades tradicionales, el Espacio Público es el que da identidad y carácter a la ciudad, el que permite reconocerla y vivirla en sus sitios urbanos: naturales, culturales y patrimoniales. Los espacios públicos son bienes comunes.¹

Tienen una función:

- Política
- Social
- Educativa
- Cultural
- Lúdica
- Recreativa.

Las personas tienen derecho a:

Usar, disfrutar y aprovechar todos los espacios públicos para la convivencia pacífica y el ejercicio de las libertades políticas y sociales reconocidas por esta Constitución, de conformidad con lo previsto por la ley.²

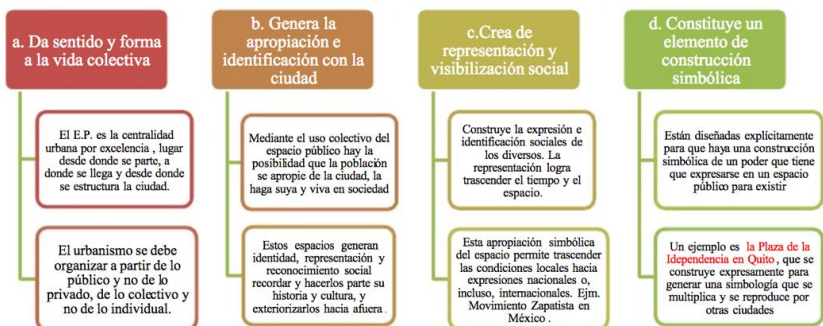
¹ Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Las ciudades y su espacio público.[en línea][Fecha de consulta: 20 de abril del 2017] Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/9porto/perahia.htm>

² Gobierno de la Ciudad de México.Diario Oficial de la Federación.[en línea][Fecha de consulta: 1 de mayo de 2017]Disponible en:http://www.dof.gob.mx/avisos/2569/GCDMX_050217/GCDMX_050217.html

Papel del Estado³

El Estado debe garantizar el carácter colectivo, comunitario y participativo de los espacios públicos y promoverán su creación y regeneración en condiciones de calidad, de igualdad, de inclusión, accesibilidad y diseño universal, así como de apertura y de seguridad que favorezcan la construcción de la ciudadanía y eviten su privatización.

El espacio público:



Marco Jurídico

Constitución Política de la Ciudad de México

Artículo 13.

D. Derecho al espacio público

³ Ibídem

1. Los espacios públicos son bienes comunes. Tienen una función política, social, educativa, cultural, lúdica y recreativa.

Artículo 16.

G. Espacio público y convivencia social 1.

En la Ciudad de México es prioridad la creación, recuperación, mantenimiento y defensa de los espacios públicos y de convivencia social. Las calles, banquetas, plazas, bosques urbanos, parques y jardines públicos, así como los bajo puentes son el componente fundamental de la convivencia, la expresión ciudadana y la cohesión social. Las autoridades de la Ciudad garantizarán el rescate, mantenimiento e incremento progresivo del espacio público; en ningún caso podrán tomarse medidas que tiendan a su destrucción o disminución. Todas las personas tienen la obligación de respetar y contribuir a la conservación de los espacios públicos y áreas verdes.

2. El diseño y gestión de los espacios públicos deberán estar en armonía con la imagen y el paisaje urbano de las colonias, pueblos y barrios originarios de acuerdo con el ordenamiento territorial y con los usos y necesidades de las comunidades. Su diseño se regirá por las normas de accesibilidad y diseño universal. El Gobierno de la Ciudad regulará su cuidado y protección a fin de evitar la contaminación visual, acústica o ambiental provocada por cualquier publicidad o instalación de servicios.

3. El equipamiento y la vía pública son bienes públicos y su propiedad corresponde a la Ciudad de México. El Gobierno de la Ciudad, por causa de interés público, tendrá la facultad de transmitir el uso, goce

o disfrute a los particulares y establecer los gravámenes que determine la ley.

4. El Gobierno de la Ciudad, de acuerdo con la ley, impedirá la ocupación privada de los espacios públicos, vías de circulación y áreas no urbanizables. Las leyes establecerán incentivos urbanos y fiscales para generar espacios abiertos de uso público y áreas verdes. Se sancionará a quien haga uso inapropiado o dañe el espacio público.

5. Se promoverá la corresponsabilidad entre el gobierno y la sociedad en la definición de prioridades para la creación y el mejoramiento del espacio público y del entorno rural.

6. La Ciudad de México garantiza el derecho a realizar actividades de ocio, esparcimiento, recreativas, artísticas y turísticas, privilegiando el interés público. Las actividades comerciales y de servicios vinculadas con este derecho deberán contar con permiso de las alcaldías. El Gobierno de la Ciudad y las alcaldías, en los ámbitos de su competencia, definirán programas de uso, mantenimiento y ampliación del espacio público con la participación ciudadana.

7. La Ciudad de México asume la defensa y desarrollo del espacio público. Ésta será una obligación de las autoridades que garantizarán la accesibilidad y diseño universal, seguridad y protección civil, sanidad y funcionalidad para su pleno disfrute.

Carta Mundial por el Derecho a la Ciudad

Artículo 2

2. Función social de la ciudad y de la propiedad urbana:

2.2. Los espacios y bienes públicos y privados de la ciudad y de los(as) ciudadanos(as) deben ser utilizados priorizando el interés social, cultural y ambiental. Todos los(as) ciudadanos(as) tienen derecho a participar en la propiedad del territorio urbano dentro de parámetros democráticos, de justicia social y de condiciones ambientales sustentables. En la formulación e implementación de las políticas urbanas se debe promover el uso socialmente justo y ambientalmente equilibrado del espacio y el suelo urbano, en condiciones seguras y con equidad entre los géneros.

Mejores Prácticas

La Organización mundial de la Salud (OMS) señala que debería existir entre 10 y 15 metros cuadrados de espacio público por persona. Sin embargo, en Latinoamérica el 80% de la población, no cumplen con este requisito y la ONU Hábitat estima que en una década será 90% de la población quienes no cumplan con ese requisito.⁴

⁴ El Comercio. Bogotá es la Capital con mayor espacio público de Latinoamérica.[en línea][Fecha de consulta: 15 de mayo de 2017]Disponible en: <http://elcomercio.pe/mundo/latinoamerica/bogota-pais-mayor-espacio-publico-latinoamerica-noticia-1727307>

Caso de Colombia⁵

Cuadra a cuadra y metro a metro. Así ha sido el proceso para recuperar el espacio público invadido en Bogotá. En los primeros 10 meses se hicieron más de 200 operativos que incluyeron recolección de basura y llantas usadas, limpieza de puentes, parques y avenidas, y traslado de vendedores ambulantes.

En este lapso se han recuperado 238.544 metros cuadrados, que equivalen a 17 veces el tamaño de la plaza de Bolívar de Bogotá, la cual según un estudio de la Universidad de los Andes tiene 13.903 metros cuadrados.

Las actividades, que han contado con la participación de la comunidad y del sector privado, consistieron en acciones de limpieza de grafitis en monumentos, edificios, postes y muros, como ocurrió en la plaza de Bolívar y en el parque de los Periodistas, en el centro de la ciudad.

Ejemplos de apropiación temporal y permanente de espacio público: Palermo, Roma, Milano.⁶

⁵El tiempo. Se ha recuperado espacio público equivalente a 17 plazas Bolívar.[en línea][Fecha de consulta: 15 de mayo de 2017]Disponible en: <http://www.eltiempo.com/bogota/recuperacion-de-espacio-publico-en-bogota-46281>

⁶ Università degli Studi di Palermo. Reinventar los espacios públicos la ciudad contemporánea.[en línea][Fecha de consulta: 10 de mayo de 2017]Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3262715.pdf>

En Palermo, donde se puede hablar de falta de políticas estratégicas de transporte, hay que defender los espacios públicos, *in primis*, por los coches. Desde hace unos años, algunos jóvenes que viven y trabajan en la ciudad siciliana empezaron a trabajar para promover una manera diferente de vivir el espacio público del centro histórico. Se constituyó así el Comitato Spazio Pubblico, un grupo de jóvenes profesionales que velan por su derecho a la ciudad. Su acción comenzó con “invadir” un espacio símbolo de la ciudad, pero ahogado por coches que lo cruzan y que aparcen allí cada día: la Piazza Bellini.

A esta plaza, destino turístico obligado para cualquier visitante, se empezaron a trasladar todas aquellas funciones que tendría que haber en un espacio público: primero intentando quitar los coches (o haciéndolos “desaparecer” con manteles y usándolos como mesas para tapear) y luego creando espacios de estancia (juegos creativos que implicaban la presencia de otros ciudadanos). Casi una vez al mes se empezó y se sigue organizando algo en este espacio y con ello se le ha devuelto el papel público a un espacio olvidado por la administración, que además lo usa para aparcar sus coches.

En muchos casos examinados esta manera de manifestar la necesidad de políticas públicas, de espacio o de nueva socialidad tiene un éxito temporal limitado; la experiencia nos enseña que hay que perseguir el objetivo constantemente.

Un ejemplo de esto son los huertos urbanos de Milán que representan, en el momento actual de crisis ecológica, una nueva herramienta de recuperación del espacio urbano que puede mejorar la ciudad a nivel ambiental y relacional. Los huertos urbanos presentados son parcelas para el cultivo, en terrenos de la administración local. Se encuentran al norte de Milán y fueron plantados en los años '80, para crear una conexión entre el parque verdadero, Parco Nord Milano y la ciudad. Hoy, en día, hay 35 pequeños huertos asignados a jubilados o desempleados con una completa previsión de planificación y de gestión. Los huertos se adjudican durante un periodo de seis años y la tasa anual es mínima, va desde los 12 euros hasta los 25 euros y se utilizan para cobrar el coste de gestión de las herramientas, del agua y de la basura. «Sus objetivos principales son la recuperación de espacios urbanos, la educación ambiental y la creación de espacios de socialización. [...] También son un instrumento que contribuye al diseño a escala humana de la ciudad, dotando de carácter e identidad local al espacio público, respondiendo a la diversidad social y cultural de sus usuarios, y a la complejidad de condicionantes climáticos, físicos y sociales»

MERCADO Y COMERCIO EN VÍA PÚBLICA

"Fui de mercado en mercado

por años enteros,

porque México

está en sus mercados"

Pablo Neruda

Definición

Los mercados son espacios comerciales de carácter universal. Son lugares donde se compra y se vende en pequeñas cantidades, principalmente alimentos, aunque no únicamente. El mercado es, además, el lugar privilegiado y simbólico para el producto fresco. El mercado es también un espacio público, donde la gente se reúne, habla, hace circular y recibe información. Son lugares públicos de encuentro y de transacciones por parte de personas de diferentes orígenes y credos; lugares de comunicación intercultural. Lugares donde se mantiene viva, en definitiva, la relación social a nivel local.⁷

⁷ Euskomedia. Mercados y espacio público: transformación y renegociación de nuevas demandas urbanas. Análisis comparativo de casos (Barcelona, Budapest) [en línea] [Fecha de consulta: 4 de mayo de 2017] Disponible en: <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/zainak/36/36183200.pdf>

Los mercados mexicanos tradicionales y otras numerosas prácticas de negocios tienen su origen en el trueque y mercados prehispánicos o mesoamericanos. Lo que en la actualidad son los mercados tradicionales públicos con venta al menudeo, son el resultado de los esfuerzos por regular y reemplazar los tianguis con formas más modernas de comercialización.⁸

La diferencia entre un mercado municipal o tradicional y un tianguis

Primero que nada, los tianguis tradicionales se establecen en un día en específico, en donde cada uno los vendedores levantan y desmontan sus puestos el mismo día. Los mercados tradicionales tienen puestos que son ocupados por comerciantes; en estos se puede encontrar una gran variedad de productos como: ropa, juguetes, alimentos de necesidades básicas, etc.

Otra cuestión es que los mercados fijos están en funcionamiento todos los días, a diferencia de los que función como puestos individuales en los tianguis que están únicamente un día a la semana, ocupando el mismo lugar para que los comensales puedan encontrar fácilmente el puesto que buscan cada vez que visitan el tianguis. Muchos tianguis, sobre todo los que están en las zonas rurales,

⁸ Arquelología mexicana. Los mercados prehispánicos. La economía y el comercio.[en línea] [Fecha de consulta: 4 de mayo de 2017] Disponible en: <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/zainak/36/36183200.pdf>

operan junto con los mercados fijos a fin poder ampliar la variedad de mercancías que tienen.

Los mercados en la Ciudad de México no constituyen solamente un espacio económico, si no, también son un espacio cultural y de creación de identidad colectiva.

Nuestra historia está ligada a la historia de los mercados, que se han convertido en lugares de encuentro, de charla y de regateo, de compra y de venta, donde se funde el pasado y el presente, porque cada mercado es un trozo de México y de su cultura, su gente y sus raíces.

Factores que han intervenido en el proceso de deterioro de los mercados públicos

- La falta de oportunidades de desarrollo y el acceso a nuevas tecnologías. Actualmente resulta fundamental estar en constante actualización. Los mercados han dejado a un lado el avance tecnológico, como por ejemplo el poder utilizar una tarjeta de débito o crédito para realizar las compras, por lo que resulta difícil competir frente a las cadenas de autoservicio transnacionales.
- La competencia desleal que representa la llegada masiva de consorcios. Los mercados públicos no se encontraban preparados para la llegada de éstas grandes empresas

quedando en desventaja al no poder ofrecer los mismos servicios y comodidades; como los horarios de apertura y cierre, que son mucho más amplios en los supermercados, la venta de productos extranjeros.⁹

- La idea generalizada de que en un supermercado los productos cuentan con mejores estándares de calidad.
- La falta de mantenimiento de los mercados públicos afecto la imagen que se tienen de estos, no solo estéticamente sino también en cuestiones de seguridad.

Rescate de los mercados¹⁰

En el 2014 el Gobierno Del Distrito Federal, hoy Ciudad de México, lanzó un programa de rescate para trece mercados públicos de nueve delegaciones Por ser considerados como parte de la cultura y tradición de la Ciudad de México.

El Programa de Fomento y Mejoramiento de los Mercados Públicos del Distrito Federal cuenta con una inversión de 148 millones 328 mil 969 pesos con el propósito de mejorar las condiciones de estos

⁹ Academia.La tradición de los mercados públicos en decadencia.[en línea] [Fecha de consulta: 5 de mayo de 2017]Disponible en: https://www.academia.edu/27632603/La_tradici%C3%B3n_de_los_mercados_p%C3%BAblicos_en_decadencia

¹⁰ 24 horas. Invierten 158 mdp para remodelar 13 mercados en línea] [Fecha de consulta: 5 de mayo de 2017]Disponible en: <http://www.24-horas.mx/invierten-148-mdp-para-remodelar-13-mercados/>

espacios, toda vez que han quedado en abandono e incluso no se ha construido uno en 30 años.

Comercio en vía pública (Comercio ambulante)¹¹

Se considera comercio ambulante (también conocido como venta no sedentaria), o venta no sedentaria, a la realizada por comerciantes, fuera de un establecimiento comercial permanente, de forma habitual, ocasional, periódica o continuada, en los perímetros o lugares debidamente autorizados en instalaciones comerciales desmontables o transportables.

Es practicada en ubicación móvil, de manera y con medios que permitan al vendedor ofertar su mercancía de forma itinerante, deteniéndose en distintos lugares sucesivamente y por el tiempo necesario para efectuar la venta.

Marco Jurídico

Constitución Política de la Ciudad de México

Artículo 17 Bienestar social y economía distributiva

B. De la Política económica

¹¹ Venta no sedentaria.[línea] [Fecha de consulta: 5 de mayo de 2017] Disponible en: <http://www.indi.gva.es/web/comercio/venta-no-sedentaria>

11. El Gobierno de la Ciudad de México y sus alcaldías promoverán y fomentarán la economía social y la distribución de alimentos básicos a través de los sistemas de abasto tradicionales como son los mercados públicos, los tianguis, las concentraciones y los pequeños comercios.

Reglamento Mercados Públicos para el Distrito Federal

Decreto por el que se declara Patrimonio cultural Intangible a las manifestaciones tradicionales que se reproducen en los mercados públicos ubicados en la Ciudad de México

PRIMERO. Se declara como patrimonio cultural intangible al conjunto de festividades, manifestaciones artísticas, gastronómicas, ferias populares, actividades de esparcimiento, exposiciones de arte, artesanía nacional, formas de comercialización, abasto, organización comunitaria y demás manifestaciones colectivas que se realizan dentro de los mercados públicos ubicados en la Ciudad de México.

SEGUNDO. Con el propósito de proteger y preservar las tradiciones culturales de los mercados públicos como centros de abasto, las formas de comercialización y recreación, de acuerdo con el artículo 4, fracción XI, de la Ley de Fomento Cultural de la Ciudad de México, siendo esta declaratoria de interés social y de utilidad pública para los habitantes de la Ciudad de México.

TERCERO. Para el cumplimiento de las obligaciones que la presente declaratoria conlleva, el Gobierno de la Ciudad de México, a través de la Secretaría de Cultura, en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico, ambas de la Ciudad de México, conformarán a más tardar en un término de 90 (noventa) días hábiles a partir la publicación de esta Declaratoria, la Comisión de Patrimonio Cultural Intangible de los Mercados Públicos de la Ciudad de México, la cual tendrá por objeto elaborar e instrumentar un programa de trabajo con base en el Plan de Salvaguarda, a corto, mediano y largo plazos, destinado a investigar, preservar, difundir y promover sus valores culturales, así como las demás atribuciones que se señalen en los lineamientos organizacionales correspondientes.

CUARTO. El seguimiento y evaluación de las acciones contempladas en el Plan de Salvaguarda estará a cargo de la Secretaría de Cultura en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico, en los respectivos ámbitos de competencia.

QUINTO. La Secretaría de Cultura de la Ciudad de México, en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico, en los respectivos ámbitos de competencia, serán las dependencias responsables de vigilar el cumplimiento de lo ordenado por esta Declaratoria y de coordinar todas las acciones que de la misma se deriven.

SEXTO. La Secretaría de Desarrollo Económico y la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México, en los respectivos ámbitos de

competencia, apoyarán la gestión de los recursos presupuestales necesarios que el Plan de Salvaguarda establezca y requiera.

SÉPTIMO. Como parte de esta declaratoria, a partir de su Plan de Salvaguarda, se establecerán enlaces permanentes entre las Secretarías de Cultura, Desarrollo Económico, Salud, Desarrollo Social, Obras y Servicios, Educación y Turismo, a fin de respaldar los objetivos de la presente Declaratoria.

Algunos datos estadísticos sobre los Mercados¹²

Actualmente el Distrito Federal cuenta con un total de 329 Mercados Públicos la distribución de los mercados por delegación es así:

- Gustavo A. Madero con 51
- Venustiano Carranza con 42
- **Cuauhtémoc con 39**
- Coyoacán con 22
- Iztapalapa 20
- Tlalpan con 20
- Azcapotzalco con 19
- Miguel Hidalgo con 19

¹² Secretaría de Desarrollo Económico. Protección y fomento para los mercados públicos de la Ciudad de México.[línea] [Fecha de consulta: 5 de mayo de 2017] Disponible en: <http://www.indi.gva.es/web/comercio/venta-no-sedentaria>

- Tláhuac con 19
- Álvaro Obregón con 16
- Benito Juárez con 16
- Iztacalco con 16
- Milpa Alta con 9
- Cuajimalpa con 5
- Magdalena Contreras con 5
- Xochimilco con 4
- En 2016 la delegación Cuauhtémoc invirtió cerca de 30 millones de pesos para la rehabilitación de 12 mercados públicos
- Se estima que en la Ciudad de México existen alrededor de mil 420 tianguis

Mejores Prácticas

El caso de URBACT Markets

Al igual que en México los Mercados locales o municipales españoles son el resultado de una tradición histórica de siglos que ha ido evolucionando y transformándose a lo largo del tiempo.

En el caso español los mercados municipales han evolucionado desde las plazas extramuros donde se celebraban ferias e intercambios de todo tipo hasta la consolidación de espacios comerciales gestionados por el municipio en sus distintos distritos.

Esta medida impulsada fue desde mediados desde finales del siglo XVIII ,pero se desarrolla a lo largo del siglo XIX convirtiendo dichos espacios en equipamientos municipales. Cuestiones higiénicas, de regulación y urbanísticas fueron extendiendo por las principales ciudades españolas un buen número de estructuras que en su momento representaban los últimos avances tecnológicos en construcción.

El desarrollo económico y la prosperidad que significaron para dichas ciudades fue el comienzo de un importante modelo comercial y de abastecimiento alimentario que poco a poco se ha visto sustituido por modelos alternativos y por la propia transformación de la ciudad y de los estilos de vida de sus habitantes.¹³

Los Mercados hoy

En los últimos años, se ha visto que los mercados municipales han entrado en decadencia, provocando con esto su desaparición.

Debido a esto, los mercados están tratando de experimentar diferentes fórmulas para regenerarse, pasando desde hacer un trabajo en conjunto con los supermercados, hasta la transformación en espacios comerciales orientados al turismo, conocidos como “mercados gourmet”.

¹³ Ecosistema urbano. Mercados municipales: tejido local y sostenible.[línea] [Fecha de consulta: 5 de mayo de 2017] Disponible en: <http://www.indi.gva.es/web/comercio/venta-no-sedentaria>

Esta fórmula va muy de la mano con el conocido proceso de gentrificación, que está cada vez más latente en los barrios históricos.

En otros lugares se están desarrollando fórmulas alternativas que van desde la especialización en productos orgánicos (Mercado de El Carmen en Madrid) hasta los procesos comunitarios de revitalización como es el caso del Mercado de Antón Martín en Madrid. Estas dinámicas no son únicas en Europa, sino que se reproducen en otros países europeos.¹⁴

El proyecto URBACT Markets:

Retomando el proyecto anteriormente mencionado, proyecto URBACT aborda la regeneración de los mercados desde una perspectiva transversal y transnacional; propone el desarrollo de instrumentos que permitan la supervivencia de los mercados municipales en diversos países europeos desde una perspectiva sustentable e innovadora.

¹⁴ Ecosistema urbano. Ciudades del mañana: acción hoy; propuestas y conclusiones de URBACT en 7 informes.[línea] [Fecha de consulta: 5 de mayo de 2017] Disponible en: <http://www.indi.gva.es/web/comercio/venta-no-sedentaria>

En el proyecto, en el que participan diez países, se persigue la reactivación de los mercados municipales mediante una estrategia transversal que incluye:¹⁵

- el protagonismo de los mercados en la rehabilitación de barrios
- su capacidad para generar empleo y desarrollo económico
- su doble dimensión sostenible que busca articularse como actor clave en la reducción de emisiones de CO₂,
- desarrollar alianzas con productores locales que ofrezcan calidad y desarrollo de la economía y el empleo local.

El concepto de mercado municipal se imbrica en el concepto de ciudad compacta que frente a la ciudad difusa garantiza mejores economías de escala urbanas en términos de sostenibilidad. A mayor densidad mayor variedad comercial, calidad y oferta, planteaba Jane Jacobs en su obra clásica *"Death and Life of American Cities"*. Cuanta más actividad, mayor atracción de gente que circula por la calle y por lo tanto mayor seguridad.

Así mismo, el *valor social y comunitario* que tienen los mercados como puntos de encuentro e interacción ha sido reconocido históricamente. Los mercados contribuyen a la vitalidad de un barrio en diversas formas. El comercio de proximidad que se ubica en los mercados y en sus alrededores dota de centralidad a los barrios,

¹⁵ Ibídem

genera interacción social en el nivel vecinal y aporta actividad en el espacio público.¹⁶

En algunos casos la tradición de mercado ha pervivido y se buscan nuevas formas que garanticen su sostenibilidad y pervivencia en el tiempo, tales son los casos¹⁷:

- Torino,
- Toulouse,
- Londres y
- Dublín.
- Wroclaw (Pl),
- Pécs (H),
- Plovdiv (Bu)
- y Suceava (Ro)

La existencia de los mercados municipales es un elemento muy relevante cuando se entra al concepto de ciudad sustentable y sobre todo, habitable. Diferentes fórmulas se están poniendo en marcha en diferentes países europeos. En la mayoría, las instituciones públicas juegan un papel muy importante como gestoras e impulsoras de los nuevos modelos a aplicar. Los ciudadanos también pueden proponer fórmulas destinadas al modelo en que consumimos y así apoyar a nuestros mercados locales.

¹⁶ Íbidem

¹⁷ Íbidem

Bibliografía

- Constitución política de la Ciudad de México. En: gaceta oficial de la Ciudad de México. 5 de febrero de 2017 [en línea]. [fecha de consulta: 5 de mayo de 2017.] Disponible en: <http://www.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/589/746/ef5/589746EF5F8CC447475176.pdf>
- Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Las ciudades y su espacio público.[en línea][Fecha de consulta: 20 de abril del 2017] Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/gporto/perahia.htm>
- Gobierno de la Ciudad de México. Diario Oficial de la Federación. [en línea] [Fecha de consulta: 1 de mayo de 2017]Disponible en: http://www.dof.gob.mx/avisos/2569/GCDMX_050217/GCDMX_050217.html
- El Comercio. Bogotá es la Capital con mayor espacio público de Latinoamérica.[en línea][Fecha de consulta: 15 de mayo de 2017]Disponible en: <http://elcomercio.pe/mundo/latinoamerica/bogota-pais-mayor-espacio-publico-latinoamerica-noticia-1727307>
- El tiempo. Se ha recuperado espacio público equivalente a 17 plazas Bolívar.[en línea][Fecha de consulta: 15 de mayo de

2017] Disponible en:

<http://www.eltiempo.com/bogota/recuperacion-de-espacio-publico-en-bogota-46281>

- Universit  degli Studi di Palermo. Reinventar los espacios públicos la ciudad contemporánea.[en línea][Fecha de consulta: 10 de mayo de 2017] Disponible en:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3262715.pdf>
- Euskomedia. Mercados y espacio público: transformación y renegociación de nuevas demandas urbanas. Análisis comparativo de casos (Barcelona, Budapest) [en línea] [Fecha de consulta: 4 de mayo de 2017] Disponible en:
<http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/zainak/36/3618320.pdf>
- Arqueología mexicana. Los mercados prehispánicos. La economía y el comercio.[en línea] [Fecha de consulta: 4 de mayo de 2017] Disponible en:
<http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/zainak/36/3618320.pdf>
- Academia. La tradición de los mercados públicos en decadencia. [en línea] [Fecha de consulta: 5 de mayo de 2017] Disponible en:
https://www.academia.edu/27632603/La_tradici%C3%B3n_de_los_mercados_p%C3%BAblicos_en decadencia
- 24 horas. Invierten 158 mdp para remodelar 13 mercados en línea] [Fecha de consulta: 5 de mayo de 2017] Disponible en:
<http://www.24-horas.mx/invierten-148-mdp-para-remodelar-13-mercados/>

- Venta no sedentaria.[línea] [Fecha de consulta: 5 de mayo de 2017]Disponible en:
<http://www.indi.gva.es/web/comercio/venta-no-sedentaria>
- *Reglamento Mercados Públicos para el Distrito Federal*[en línea] [Fecha de consulta:4 de mayo de 2017]Disponible en:
<http://cgsservicios.df.gob.mx/prontuario/vigente/720.htm>
- Secretaría de Desarrollo Económico. Protección y fomento para los mercados públicos de la Ciudad de México. [línea] [Fecha de consulta: 5 de mayo de 2017]Disponible en:
<http://www.indi.gva.es/web/comercio/venta-no-sedentaria>
- Ecosistema urbano. Mercados municipales: tejido local y sostenible.[línea] [Fecha de consulta: 5 de mayo de 2017]Disponible en:
<http://www.indi.gva.es/web/comercio/venta-no-sedentaria>
- Ecosistema urbano. Ciudades del mañana: acción hoy; propuestas y conclusiones de URBACT en 7 informes.[línea] [Fecha de consulta: 5 de mayo de 2017]Disponible en:
<http://www.indi.gva.es/web/comercio/venta-no-sedentaria>

LA **CIUDAD** DE
LOS **DERECHOS**

CIUDADDEDERECHOS.MX