

Plazas de mercado en Colombia: tensión entre modernidad y tradición en el diseño de las ciudades del siglo XXI

Resumen

El propósito de este artículo es analizar las transformaciones experimentadas por dos mercados de abasto en Colombia, que atienden a la puesta en funcionamiento de dos modelos divergentes para la producción y el diseño del espacio urbano. Uno de los modelos es el *culturalista*, que hace énfasis en la producción de ciudades que obedecen a un diseño urbano en el que se privilegia la existencia de espacios que reconocen un alto valor a la tradición y a los vínculos humanos. El otro modelo es el *progresista*, que encuentra en la búsqueda del progreso, el provecho económico y en algunas expresiones de la modernidad, los criterios fundamentales para el diseño de la ciudad y sus espacios. La metodología es cualitativa (a partir de un enfoque etnográfico) y comparativa. Las técnicas empleadas fueron el análisis documental de normas de planificación y de periódicos locales, las conversaciones y entrevistas estructuradas con diferentes tipos de actores asociados con las plazas de mercado y la planificación local, y la observación directa y participante en los mercados de las ciudades de Pereira y Manizales. Los hallazgos indican una inclinación de las administraciones municipales hacia el diseño urbano que prioriza la demolición y reemplazo de espacios tradicionales, como plazas de mercado, a favor de un enfoque progresista y racional. No obstante, existen ejemplos donde la acción colectiva ha influido en la planificación, logrando la preservación de estas plazas y evitando cambios radicales o su eliminación.

Gregorio Hernández-Pulgarín
Doctor en Ordenamiento Territorial y Urbanismo.

Profesor, Universidad de Caldas.

Manizales, Colombia.

Correo electrónico:

gregorio.hernandez@ucaldas.edu.co

 orcid.org/0000-0002-9659-4063

Google Scholar

María Alejandra González
Ocampo

Magíster en Estudios Territoriales.

Joven investigadora, Semillero

Terranova, Universidad de Caldas.

Manizales, Colombia.

Correo electrónico:

maleja.gocampo@gmail.com

 orcid.org/0000-0003-1455-5448

Google Scholar

Recibido: octubre 30 de 2023

Aprobado: noviembre 26 de 2024

Palabras clave:

obsolescencia, arquitectura,
diseño y medio ambiente, social,
innovación.



Revista KEPES Año 22 No. 31 enero-junio 2025, págs. 43-71 ISSN: 1794-7111(Impreso) ISSN: 2462-8115 (En línea)

DOI: 10.17151/kepes.2025.22.31.3



Marketplaces in Colombia: The Tension Between Modernity and Tradition in 21st-Century Urban Design

Abstract

This article examines the transformations of two wholesale markets in Colombia, reflecting the coexistence of two divergent urban design models. One model, rooted in culturalism, prioritizes urban spaces that uphold tradition and human connections. The other, aligned with progressive ideals, emphasizes economic growth, modernization, and technological advancements as key criteria for urban planning. The study employs a qualitative, comparative, and ethnographic methodology. Techniques include document analysis of planning regulations and local newspapers, structured interviews with stakeholders involved in marketplace management and local planning, and direct and participant observation in markets in Pereira and Manizales. Findings indicate a municipal preference for an urban design approach that favors the demolition and replacement of traditional spaces, such as marketplaces, in pursuit of a rational and progressive vision. However, cases exist where collective action has successfully influenced planning decisions, preserving these markets and preventing radical transformations or their elimination.

Key words:
obsolescence, architecture,
urban design, social
dynamics, innovation.

Introducción

Los espacios destinados a los mercados de abasto en Europa y en América han sido desde hace varios siglos unas “fuerzas modeladoras de las ciudades” (Guàrdia y Oyón, 2010, p. 11). Estos espacios son componentes esenciales en el diseño urbano, actuando no solo como epicentros de actividad económica, sino también como espacios privilegiados para la sociabilidad y la construcción de sentidos sociales (Busse y Sharp, 2019; Gehl, 2010; Jacobs, 2011). Además, la forma en que se integran o marginan estos lugares en los planes de desarrollo urbano puede servir como un indicador, tanto de las prioridades políticas, como del nivel de participación ciudadana. Asimismo, los mercados o las plazas de mercado, como se les suele llamar en Colombia, a menudo condensan el patrimonio y la identidad cultural de una comunidad, convirtiéndose en depositarios de la memoria colectiva y la historia local (Pradelle, 1996). En este sentido, el papel que jueguen las plazas en las perspectivas acerca del diseño urbano puede revelar mucho sobre las dinámicas más amplias de la planificación urbana y el desarrollo de la ciudad.

Convendría recordar que el diseño urbano no es neutral y a menudo refleja ideologías o políticas de desarrollo específicas. En este sentido, Sennett (1992) en *The Conscience of the Eye: The Design and Social Life of Cities* señala que en contextos donde se prioriza la modernización y el progreso, las plazas de mercado tradicionales pueden ser marginadas o incluso demolidas para dar paso a estructuras más “modernas”, como centros comerciales. Este fenómeno evidencia una visión utilitaria de la ciudad, donde el progreso y la racionalidad técnica y económica a menudo eclipsan la importancia de preservar espacios que son cruciales para la vida comunitaria.

En Colombia, los mercados han sido pilares urbanísticos, sociológicos y arquitectónicos desde gran parte del siglo XX. No obstante, al igual que en otras

regiones de América Latina (Cordero, 2017), desde finales del siglo pasado existe una tendencia a demoler, reemplazar o transformar drásticamente estos espacios. Tales cambios suelen generar gentrificación, turistificación y conflictos urbanos, especialmente en ciudades grandes e intermedias. Estas transformaciones reflejan aspiraciones de modernización impulsadas por los decisores urbanos, materializadas en un nuevo diseño urbano que incluye ciertos proyectos arquitectónicos y de urbanismo.

A pesar de las transformaciones urbanas actuales, los mercados de abasto o plazas de mercado han sido históricamente centrales en la vida social y económica de las ciudades colombianas. En distintas urbes, grandes y pequeñas, estos espacios continúan siendo referentes emblemáticos por su función comercial y su papel como puntos de convergencia entre las dinámicas rurales y urbanas. Así, se configuran como lugares cargados de significados de pertenencia para quienes los habitan o frecuentan en su cotidianidad.

No obstante, su relevancia histórica se ve desafiada por nuevas concepciones urbanas que cuestionan su vigencia en el contexto contemporáneo. Esta situación los convierte en objeto de interés para las administraciones municipales, que a menudo oscilan entre estrategias de revitalización patrimonial (Ángel, 2016; Ladino, 2018) y actitudes de indiferencia frente a problemas como el deterioro espacial, la compleja vida social y la inseguridad que pueden caracterizarlos (Aguilar-Morales et al., 2007). Más recientemente, algunas políticas urbanas han optado por eliminar estas infraestructuras tradicionales, impulsando procesos que podrían entenderse como una “política de eliminación” (Rojas, 2007), en busca de sustituirlas por nuevos desarrollos urbanos.

En este contexto, la planificación y el diseño urbano suelen justificar la desaparición de plazas de mercado tradicionales bajo argumentos económicos y políticos. Las presiones provienen de sectores inmobiliarios interesados en el

suelo urbano, de corrientes que promueven un diseño urbano más moderno y cosmopolita, y de actores económicos que perciben en estas transformaciones una oportunidad de negocio rentable. Así, estas decisiones no solo modifican la estructura física de las ciudades, sino que también alteran el tejido social y cultural que estos espacios representan.

En el marco de análisis propuesto por la teórica de la arquitectura y urbanismo Françoise Choay (1983), las plazas de mercado en ciudades intermedias colombianas se presentan como espacios donde se confrontan dos enfoques distintos de diseño urbano: el modelo culturalista y el modelo progresista. El diseño urbano culturalista se centra en fomentar la presencia de espacios urbanos con expresiones tradicionales y consolidadas relaciones interpersonales. Por otro lado, el diseño urbano progresista se guía por criterios técnicos y racionales, que buscan producir espacios urbanos, alineándose con visiones económicas, de modernidad y progreso. Estos modelos no solo delinean formas distintas de diseño urbano, sino que también representan diferentes perspectivas temporales: el culturalista se inspira en un pasado arraigado en la tradición, mientras que el progresista aspira a un futuro definido por su potencial económico y virtudes técnicas.

En Colombia coexisten los dos modelos, como se analizará más adelante. Sin embargo, vale la pena señalar que muchas de las plazas de mercado que no son demolidas son transformadas no solo física y estéticamente, sino que además se trastoca su dinámica social, en función de su habilitación para el turismo. En estas intervenciones se desconocen los actores y prácticas tradicionales locales, las actividades comerciales, su importancia en el abastecimiento alimentario y en la economía de las ciudades, la informalidad y las maneras de intercambio social y económico propias de estas.

Los gobernantes urbanos a menudo justifican la remodelación o el reemplazo de plazas de mercado aludiendo a factores como la ilegalidad, la estética anacrónica, las condiciones insalubres, el deterioro del lugar, la informalidad o la ineficiencia comercial. Estas transformaciones, que pueden incluir la presencia de prácticas comerciales modernas y estéticas globales, generan preocupación en sectores sociales que valoran la identidad y la función histórica de estos espacios (Guàrdia y Oyón, 2010; Pradelle, 1996). Las intervenciones tienden a homogenizar y estandarizar las plazas, socavando su carácter único y el papel que desempeñan en la vida comunitaria de cada territorio.

El propósito de este artículo es examinar el impacto de diversas estrategias de gestión urbana en el destino de las plazas de mercado en Pereira y Manizales, dos ciudades intermedias de Colombia del centro occidente; la primera con aproximadamente 480.000 habitantes y la segunda con cerca de 450.000. Centrándose en el papel del diseño urbano, el artículo busca entender cómo las particularidades geosociohistóricas de estas plazas las alinean con modelos culturalistas o progresistas de planificación urbana. En Pereira, el gobierno ha justificado la demolición de la plaza apelando a conceptos de modernidad y racionalidad en el diseño urbano. Por otro lado, en Manizales, la plaza ha resistido intentos de transformación gracias a una coalición diversa de actores locales, cuyas visiones y sentimientos colectivos respecto al diseño urbano de la plaza han contribuido a su preservación.

Anotaciones metodológicas

El análisis expuesto en este texto se basa en una comparación basada en el estudio de dos casos que adoptaron un enfoque etnográfico para su investigación. En este estudio, se empleó una metodología etnográfica que abarcó varias etapas durante un período de dos años en Manizales y tres

años en Pereira. Durante este tiempo, se realizaron observaciones directas y participantes en las plazas de mercado de ambas ciudades. También se llevaron a cabo entrevistas estructuradas y conversaciones informales con una variedad de actores locales. Esto incluyó propietarios de negocios, empleados de las plazas y clientes habituales que ofrecieron sus perspectivas sobre la dinámica cotidiana y los cambios en estos espacios.

Adicionalmente, en el caso de Pereira se entrevistaron funcionarios públicos involucrados en proyectos de renovación urbana, incluyendo secretarios de planeación, arquitectos y alcaldes, para entender las políticas y decisiones detrás de las modificaciones urbanísticas. En Manizales, se dialogó con líderes de sindicatos y asociaciones que han jugado un papel esencial en la resistencia a la transformación de la plaza, algo que permitió una comprensión más completa de los conflictos y resistencias locales. Las entrevistas fueron grabadas, transcritas y analizadas de manera manual, a través de una codificación abierta, axial y selectiva de datos textuales, lo que facilitó la identificación de temas recurrentes y la triangulación de datos entre las diferentes fuentes y observaciones.

En ambos casos se empleó el método documental aplicado al análisis de los discursos oficiales, representados en la normatividad que ha sustentado transformaciones efectivas y fallidas en ambos lugares: planes de desarrollo, planes de ordenamiento territorial, decretos y resoluciones de diversas autoridades, así como las manifestaciones de actores políticos y técnicos asociados con la planificación urbana. Finalmente, se analizó la prensa local durante los periodos en los que las plazas de mercado se convirtieron en objetos de debate público, tratando de rastrear las representaciones que sobre estos lugares construían las élites urbanas incidentes en las dinámicas de ambas plazas.

Los mercados y las plazas de mercado en las ciudades colombianas

En América Latina, incluso desde tiempos precolombinos, los mercados han ocupado un lugar central en el diseño urbano de los centros poblados. Su reiterada localización en plazas, implica que sean depositarios de una significativa carga simbólica por su diseño arquitectónico, por su historia, por su representación del poder (secular o religioso), a la que se le suma la significación de la economía, como lo sugiere Richardson (1982).

En Colombia, los mercados de abasto o las plazas de mercado han sido objeto de múltiples estudios. No pocas de estas investigaciones se orientan hacia un enfoque problema-solución. En estas se aborda la crisis que enfrentan estos enclaves urbanos, de cara al modelo de vida urbano actual (homogéneo y funcional) a nivel de usos y actividades, y se presentan las razones que justifican su intervención (renovación, revitalización, redesarrollo) y, en la mayoría de los casos, la transformación socioespacial de las mismas con impactos en la vida urbana.

50

Al respecto, por ejemplo, Baquero (2011) sugiere que las plazas de mercado funcionan como catalizadores urbanos y presenta una guía de diseño para resolver conflictos de uso en Bogotá. Este enfoque busca integrar las funciones espaciales y simbólicas de las plazas con su entorno inmediato. De forma similar, Borda y Franco (2016) proponen el “redesarrollo” para revitalizar la plaza de mercado del 7 de agosto en Bogotá, argumentando que la intervención aborda el deterioro de las instalaciones y actividades, contribuyendo así a solucionar conflictos espaciales y funcionales en la zona.

Contreras et al. (2015) exploran las percepciones sobre el espacio público urbano en el mercado de la Avenida Sexta en Cúcuta, destacando su diversidad cultural

debido a los procesos migratorios y la cercanía a la frontera con Venezuela. Señalan que este mercado contribuye al desarrollo de una cultura común en una sociedad diversa. De manera similar, Flórez (2015) argumenta que las plazas de mercado son reflejos de la multiculturalidad nacional, encapsulando la historia urbana, la labor campesina y las características territoriales.

Castiblanco (2011) sostiene que las plazas de mercado actúan como lugares de memoria, sirviendo como anclajes del mundo rural y centros de abastecimiento urbano. Además, funcionan como escenarios para ricos debates sociales y para la organización popular. Estos espacios también enfrentan desafíos de nuevas prácticas comerciales y culturales, como la aparición de grandes superficies y centros comerciales.

García Ramírez (2017) y Vispe (2017) abordan las plazas de mercado como espacios históricamente vinculados a la identidad urbana. García Ramírez (2017) enfoca su análisis en cómo la Plaza Central de Mercado de Bogotá refleja discursos y prácticas urbanas históricas de la ciudad. Por otro lado, Vispe examina la plaza de mercado La Perseverancia en Bogotá, destacando su complejidad histórica como un activo urbano susceptible al deterioro. La autora, Vispe, aboga por una regeneración urbana que preserve el tejido histórico, en contraposición a renovaciones basadas en la demolición.

En un enfoque similar, Ladino (2018) abordó el diseño urbano en Villa de Leyva con el objetivo de conectar espacios patrimoniales y la plaza de mercado mediante ejes de encuentro que promuevan áreas peatonales y actividades sociales. A diferencia de transformaciones radicales, tanto este estudio como los casos anteriores se centran en la reactivación del espacio a través de intervenciones urbanas que consideran las dinámicas turísticas y culturales.

Suárez y Rairan (2023) enfatizan la importancia arquitectónica de las plazas de mercado en Colombia para las dinámicas de intercambio, así como su rol como atracciones culturales. Según las autoras, mantener estos espacios en buen estado es determinante para su integración con otros sistemas urbanos y para evitar problemas territoriales o sociales. Suárez y Rairan abogan por intervenciones que revitalicen estos espacios y sus identidades, utilizando la cultura local como un eje articulador.

Según las fuentes consultadas, las plazas de mercado en Colombia desempeñan un papel crucial en la centralidad y en la formación de identidades sociales y espaciales dentro del diseño urbano. No obstante, factores como el envejecimiento y el deterioro de estos espacios, conflictos cotidianos y modelos de gestión urbana orientados hacia la anhelada “modernización”, justifican la necesidad de estrategias de recualificación. Estas pueden incluir desde la revitalización hasta la demolición.

El triunfo de la visión moderna de la ciudad: la demolición de la plaza de mercado de Pereira

52

El fin de la plaza de mercado de Pereira mediante una demolición en 1999, que daría lugar a la laureada operación de renovación urbana Ciudad Victoria (iniciada en 2001)¹, se empezó a fraguar con el terremoto del 25 de enero de ese mismo año. Esta plaza de mercado, establecida en 1923 y reconstruida en su estructura de pabellones entre 1955 y 1957 a través de la acción cívica promovida por las élites locales aglutinadas en torno a la Sociedad de Mejoras Públicas de la ciudad (Giraldo y Jaramillo, 2003) (Figura 1), sufrió daños estructurales irreparables según el peritaje contratado por la Administración Municipal.

¹ Fue ganador de la XIX Bienal Colombiana de Arquitectura 2004, en la categoría Ordenamiento urbano y regional, con la propuesta firmada por Ana Lilian Valencia García, Juan José Osorio Valencia y Gustavo Adolfo Gallego Ramírez.



Figura 1. Plaza de mercado de Pereira, años 1960.
Fuente: Alcaldía municipal.

Al daño estructural se le sumaron otras razones que convirtieron a la plaza de mercado en objeto de la voluntad de demolición de una importante zona del centro de la ciudad. Sectores influyentes de la sociedad local veían a la plaza de mercado y a su sector de influencia como una muestra del atraso experimentado por la ciudad, a causa de lo que consideraban era una manifiesta decadencia representada en el deterioro de las edificaciones de la zona, así como por la presencia allí de un mercado rural² en una ciudad que tenía aspiraciones de ser decididamente moderna. El sector, de aproximadamente 45 manzanas, incluyendo la manzana de la plaza de mercado, recogía diferentes usos y actividades lícitas e ilícitas. Allí había edificios deteriorados dedicados a alquileres precarios donde habitaban personas de escasos ingresos, a cafés populares, a bares y prostíbulos frecuentados por parte de los campesinos que recurrían allí para comerciar

² Una muestra de estas formas de concebir el atraso de la ciudad en función de este lugar apareció en un diario local: “La ciudad no necesita más galerías. No tiene sentido acabar con un centro de podredumbre social para trasladarlo a otro lugar. Pereira no necesita ‘galemba’ y si fueren necesarios otros centros de mercadeo como los de Caja de Compensación Familiar u Olímpicas, ello debe dejarse en iniciativa particular. Para los campesinos productores de artículos perecederos basta fomentar la constitución de una Cooperativa de Productores. No más ‘galembas’, por Dios, no más. Pereira debe superar esa etapa pueblerina” (Mejía, 1999).

sus bienes, pero también por la población local moradora de este. Otros usos comerciales comunes en las edificaciones del sector eran las tiendas de abastecimiento de víveres, las ferreterías y almacenes de insumos para labores agrarias y del campo. Estos comercios competían con los locales del edificio de la plaza propiamente dicha, llamada La Galería, de donde se derivó el nombre de todo lo que llegó a convertirse en un mal reputado sector, luego de haber sido el epicentro de la vida social y económica de la ciudad.

El espacio público experimentaba en sus calles diferentes manifestaciones de actividad informal: carretillas dedicadas a la venta de alimentos, vendedores estacionarios de productos agrícolas, vendedores de ropa y de utensilios de segunda mano, pero también prostitución y mendicidad. Estos últimos usos, asociados a la delincuencia por hurtos o por tráfico y consumo de sustancias psicoactivas, constituyeron una poderosa justificación para demoler el sector, en lugar de intervenir en la resolución de esta conflictividad social. En los diarios locales se hablaba del “cáncer” o del “incordio” de La Galería (Herrera, 1999), para describir lo acontecido allí y su influjo sobre el centro de la ciudad. La cuantiosa “economía invisible” que ofrecía el sustento a estas poblaciones marginales nunca dejó de serlo para la Administración Municipal (Fundación Germinando, 2002), que siguió desestimando el potencial económico de La Galería para miles de personas.

La intervención del espacio a través de algunos programas de reubicación de la población marginal, de escasas estrategias de atención a la problemática, pero sobre todo a través de la demolición, obedeció a la puesta en marcha de un urbanismo centrado en una perspectiva higienista, moralista y racionalista del espacio (Hernández-Pulgarín, 2016). La férrea resistencia del sindicato de vendedores frente a un proyecto de desalojo y reubicación del edificio de la plaza de mercado no tuvo efecto frente al conjunto de argumentos técnicos, morales, económicos y sociales que finalmente fueron esgrimidos, además del

uso de la fuerza, para demoler en principio la plaza de mercado, pero luego el amplio sector de La Galería.

Pero más allá del terremoto que averió la estructura de la plaza de mercado y que precipitó el deterioro y el abandono de edificaciones que fueron tomadas con más fuerza por las actividades ilícitas y por las problemáticas sociales, hay otros factores que desencadenaron la demolición y el desarrollo de la operación de renovación urbana. Entre ellas se encuentra la más importante “crisis cafetera” derivada de la ruptura del pacto de cuotas en los mercados internacionales del café en 1989 que tuvo su impacto sobre la economía campesina que irrigaba el sector. Otros factores determinantes fueron la pretensión de modernizar la ciudad extirpando un diezmado mercado campesino y tradicional interpretado como caótico e irracional, y de esta manera hacer la ciudad más atractiva y competitiva en el contexto regional (Hernández-Pulgarín, 2015, 2016, 2017). Finalmente, se puede mencionar la presión de inversionistas sobre las élites del gobierno local para desarrollar sus proyectos sobre este suelo urbano y para generar plusvalías urbanas apropiadas por unos pocos (Ortiz, 2012; Ospina, 2014) en un contexto institucional y normativo débil de la planeación urbana en el país.

Como consecuencia de lo anterior, en 2001, una vez que la Administración Municipal hubo arrasado el sector desalojando y reubicando a sus antiguos frequentadores, se inició la construcción del Plan Parcial de Renovación Urbana Ciudad Victoria. Esta operación, que abarcaba 10 hectáreas e incluía la creación de un parque lineal, una plaza, un centro comercial, una tienda de grandes superficies, un edificio administrativo y otro mixto, buscaba concretar las aspiraciones de ciertas élites económicas y políticas locales por modernizar el centro de Pereira y proyectar una imagen atractiva y competitiva en el contexto regional y nacional (Figura 2).



Figura 2. Ciudad Victoria en 2015.
Fuente: Juan Camilo Grajales.

Este proyecto de renovación urbana, presentado como el pilar de la “refundación” de la urbe (Alcaldía de Pereira, 2004), finalmente materializaba las aspiraciones de rediseñar un amplio sector urbano en función de un futuro promisorio, dejando atrás una tradición representada como obsoleta, precaria y desordenada.

Sentido y defensa de lugar: la plaza de mercado de Manizales

La ubicación que tiene hoy la plaza de mercado de Manizales es la tercera en lo que lleva de constitución. El mercado tradicional inició con la fundación de la ciudad en 1849; se ubicó en el epicentro de esta con el fin de organizar el intercambio de productos para animar la vida social y el crecimiento de la nueva aldea. En 1910 se trasladó a la actual Plaza Alfonso López tras un proceso más organizado, sin embargo, el lugar tenía muchos problemas de

agua y filtraciones que obstaculizaban la circulación efectiva de los alimentos y los animales. Finalmente, para el centenario de la ciudad (1949) se decide erigir (entre otras edificaciones) una nueva plaza de mercado de grandes proporciones, dada su importancia en el abastecimiento de la ciudad.

Su administración estuvo a cargo del municipio hasta 1962, año en el cual se delegó esta función a Empresas Públicas de Manizales. Años más tarde, se dio paso a nuevos órganos administrativos (Centro Galerías Plaza de Mercado) y cooperativas de comerciantes —MERCAR LTDA— (1995), a raíz de la Ley 142 de servicios públicos de 1994. A la fecha, estas y otras formas de organización social están vigentes y se han constituido con el propósito tanto de administrar el comercio, como de visibilizar ante la ciudad el sistema de relaciones socioeconómicas que representan las tradiciones manizaleñas (Figura 3).



Figura 3. Vista plaza de mercado de Manizales.
Fuente: María Alejandra González.

En razón de ello, este espacio es visto por sus actores sociales como un lugar de comercio, tradición e historia. Es un conjunto de lugares, actores, relaciones, relatos e historias que le dan sentido. La acción colectiva emprendida por varios grupos de ciudadanos de este entorno y de sectores aledaños, que abogan por su defensa, parte de esta concepción para situarse en un campo de protección y valoración de lo que representa para quienes lo habitan, frente a otras formas de concebir el espacio, más “modernas” y, en ocasiones, inhumanas, según afirman muchos de los representantes de estos colectivos y la mayoría de quienes lo frecuentan.

Indudablemente, las expresiones de la modernidad hacen parte de lo que hoy es esta plaza que fue construida con el espíritu modernizador de los años 50. Sin embargo, esas formas arquitecturales y burocráticas modernas se fueron apropiando a ciertos usos y actores que, a la luz de las expresiones de la modernidad del siglo XXI, resultan obsoletas para algunos y causantes de conflictos entre quienes buscan reconfigurar este espacio, trasladando dichas prácticas, y a aquellos que las reivindican. El interés de algunas élites locales por adoptar estrategias de gestión para rediseñar sectores, para ellos en detrimento, en función de ideales ajenos a la realidad específica, terminan chocando con actores y relaciones económicas y culturales instauradas.

58

En la celebración del centenario de la ciudad, en 1949, la construcción de los cuatro pabellones que conforman este espacio fue uno de los regalos que buscaban “modernizar” áreas clave y tecnificar procesos de abastecimiento. Con el tiempo, estos cambios se complementaron con transformaciones a nivel administrativo que configuraron las formas de gestión descritas anteriormente. Estos procesos urbanos reflejan las dinámicas de evolución que ha experimentado el lugar, manteniendo su vocación como punto de abastecimiento y siendo testigo de relevos generacionales, tanto en el ámbito familiar como en el social.

Entre 2006 y 2007, la Escuela de Arquitectura de la Universidad Nacional sede Manizales elaboró un Plan Parcial de Renovación Urbana de la plaza de mercado, por encargo de la Administración Municipal (Acebedo et al., 2006). En este se integraron las esferas de intervención y las necesidades y percepciones de sus actores (comerciantes, líderes, habitantes) sobre los usos representativos que debían consolidarse. Este plan no pudo ejecutarse por no satisfacer los usos del suelo pretendidos por la Administración Municipal de turno. En su reemplazo, el gobierno local, con apoyo del Gobierno nacional, formuló en 2009 una iniciativa de planificación que amplió la zona de intervención, la cual derivó en un proyecto de renovación urbana de toda una comuna: *Macroproyecto de Interés Social Nacional Centro Occidente de Colombia-San José del Municipio de Manizales*, una cuestionada y fallida acción que aún se ejecuta con muchos problemas, y con la que se pretendía modernizar este céntrico sector de la ciudad, incluyendo la plaza de mercado.

Este nuevo proyecto de gestión urbana se justificó en las condiciones de riesgo a las que estaban expuestos los asentamientos humanos informales en laderas, para reubicarlos en la periferia de la ciudad y construir nuevos espacios, formalizar nuevos usos residenciales y prácticas sociales con actores de mayor capacidad adquisitiva. Estos intereses sobre el suelo urbano no fueron acogidos por los actores de la plaza y se resistieron a vender o trasladar sus actividades (Figura 4), ya que implicaba reubicar la plaza, lo que no estaba contemplado en el plan parcial inicial. Por el contrario, se gestaron procesos de resistencia y defensa del lugar, visibilizando los lazos de adscripción a este territorio, en el momento en que vieron amenazadas las prácticas sociales, comerciales y espaciales por el arribo de nuevas configuraciones urbanas.



Figura 4. Actividades en el pabellón de granos de la plaza de mercado de Manizales.
Fuente: María Alejandra González.

En una de las múltiples modificaciones experimentadas por el macroproyecto, y posiblemente atendiendo a las formas de resistencia de la plaza, pero también a otros factores propios de la problemática ejecución de dicha propuesta, se excluyó del plan de renovación urbana el componente que contemplaba intervenir la plaza de mercado.

En respuesta a una propuesta de rediseño urbano que desconocía las prácticas comerciales tradicionales y los usos habituales del espacio, se inició un esfuerzo colectivo para proteger el lugar, para resistir la pretensión de extirparlo. Las acciones de estos grupos no solo apuntaban a mejorar la habitabilidad y optimizar el uso del suelo y los procesos comerciales sin sustituir a los habitantes actuales, sino que también resistían enfoques de gestión urbana que ponen en peligro identidades colectivas vinculadas a espacios con significado

histórico. Este caso subraya la importancia del diseño urbano en la preservación o transformación de las dinámicas sociales y espaciales de un sector.

Expresiones de la modernidad en la ciudad y en la planificación urbana

En el diseño y la gestión de plazas de mercado, las autoridades enfrentan múltiples desafíos que trascienden la mera regulación del entorno urbano. Estos lugares son escenarios de diversas actividades y conflictos, incluidos el comercio informal, la ocupación no regulada del espacio público y actividades ilícitas relacionadas con el tráfico de drogas y la presencia de poblaciones marginadas. Estos retos requieren un enfoque de planificación que no solo aborde la “economía invisible” (Max-Neef, 1984) de quienes dependen de estos entornos para subsistir, sino que también resista las presiones del capital inmobiliario, el cual percibe en estos sitios oportunidades de desarrollo más rentables, frecuentemente considerados anacrónicos por su estética y las formas de vida que en ellos se desarrollan. Este equilibrio resulta particularmente complejo para los gobiernos locales con recursos limitados, que deben ponderar las necesidades sociales frente a las demandas del mercado y la normativa urbana.

Cuando las autoridades sucumben a esos imperativos económicos o a las demandas de algunos sectores sociales y políticos que conciben la ciudad en términos de su afinidad con el progreso, se van dejando atrás las improntas geosociohistóricas que constituyen estos territorios, y se imponen y disponen políticas no siempre correspondientes a los atributos de estos lugares. Con ello devienen otras formas de ocupar los espacios para el aprovechamiento económico y comercial, incluyendo otros actores, otras prácticas y nuevas configuraciones del espacio coherentes con modelos de mercado que

homogenizan la interacción social y sus lugares. En efecto, los diseños de entornos urbanos que justifican su transformación, se manifiestan a través de herramientas normativas para justificar la *acción pública urbana*, entendida como el conjunto de actuaciones que ejercen tanto actores públicos como privados (del sector empresarial o cívico) para llevar a cabo intervenciones planificadas sobre el espacio urbano (Hernández-Pulgarín, 2019).

La legislación sobre ordenamiento territorial constituye un importante marco para entender las transformaciones experimentadas desde finales de la década del 90 en plazas de mercado como las de Pereira y Manizales. En Colombia, la Ley 9 de 1989 fue el primer instrumento de gestión autónoma en esta materia a escala municipal, al determinar la posibilidad de incluir la planificación de las plazas en los planes de desarrollo municipales. Esta ley definió una época en la que la renovación urbana ganaría fuerza como una fuente de desarrollo para las ciudades, y antecedió la implementación de las normativas y políticas estatales para organizar y planificar el territorio urbano obedeciendo a las demandas globales y a la lógica neoliberal (Restrepo, 2019).

Entre los debates urbanísticos de los años 90 se justificaba la demolición para intervenir las problemáticas sociales de barrios o sectores de ciudades con situaciones de inseguridad y marginalidad (Brand, 2001). Las posteriores movilizaciones de actores civiles consideraron que se vulneraban, además de los derechos de personas, la identidad y la historicidad de los lugares intervenidos (Martínez, 2012). Ese debate tiene lugar en una época de revolución normativa bajo concepciones modernizantes del espacio, sustentadas en la nueva Constitución Política de 1991, en la que la prioridad fue la modernización del Estado a partir de una planificación urbana y regional que permitieran gestionar el territorio. La Ley 142 de 1994, referida a la descentralización del Estado colombiano, significó transformaciones administrativas en las plazas de mercado, los servicios públicos domiciliarios y los sitios destinados para el

sacrificio de animales de consumo humano, dando paso a entidades público-privadas, y manifestando la toma de distancia con la ciudad gestionada desde un modelo keynesiano, como lo estuvo por décadas. La descentralización implicó asimismo presiones de orden fiscal para los municipios que debían costear parte de esta apuesta administrativa. En esta misma década, se aprobó en Colombia la Ley 388 de 1997 referida al ordenamiento territorial con una serie de nuevos instrumentos de planificación, dotando de competencias a las municipalidades para la identificación de zonas de intervención, distribución, renovación, construcción de infraestructura, edificios, clasificación y uso de los suelos y terrenos de utilidad pública.

Durante la primera década del presente siglo, en el contexto de lo que se conoce globalmente como el auge de la ciudad neoliberal (Hackworth, 2006; Janoschka, 2011; Portes y Roberts, 2008; Theodore et al., 2009), el diseño y la planificación urbana reflejan un desequilibrio, e incluso un conflicto, entre intereses públicos y privados (Beuf, 2019; Maldonado, 2006; Molina y Albarracín, 2008). En este periodo de transición, las élites, cuyos intereses suelen prevalecer, chocan con las aspiraciones de diversos sectores comunitarios, especialmente en lo que respecta a las plazas de mercado. La tensión se agudiza debido a la participación de una variedad de actores, incluidos institucionales, empresariales, financieros y de base, en procesos de acción colectiva que impactan directamente en el diseño y la función de estos espacios urbanos.

Acción colectiva, resistencia y defensa de lugar

Desde una perspectiva crítica, las plazas de mercado no son solo espacios físicos, sino también esferas de prácticas, de relaciones y de producción de sentidos de adscripción para quienes trabajan en ellas. Este vínculo cotidiano con el espacio genera una capacidad de agencia y defensa contra transformaciones

que amenazan el carácter y uso social de estos espacios. Aquí, el diseño urbano emerge como un campo de batalla donde se negocian distintas visiones del espacio, alineándose con teorías de la “justicia espacial” (Harvey, 2009), el “derecho a la ciudad” (Lefebvre, 2000) y el “diseño autónomo” (Escobar, 2019). Estas teorías no solo proveen un marco analítico, sino que también impulsan la acción colectiva contra modelos de urbanización que perpetúan desigualdades.

Los ejercicios de defensa son procesos de territorialización que los actores desarrollan como sistemas de relaciones y acciones marcados por un sentido del lugar, un espacio más allá de su condición física. Siguiendo a Massey (1994), el *lugar* se presenta como una articulación particular entre las relaciones sociales y el espacio-tiempo, “como momentos particulares en esas relaciones sociales que se cruzan, redes de las cuales han sido construidas, establecidas, interactuadas unas con otras, deterioradas y renovadas” (p. 120). Estas características de adscripción se relacionan con lo que plantea Vergara (2013) al indicar que el *lugar* se entiende como un espacio circunscrito en el que se inscriben prácticas humanas específicas, en forma de rutinas o rituales que construyen lazos de identidad social.

64

Esta forma de territorialización desde la acción colectiva (Melucci, 1999) está lejos de constituir una forma de desorganización social. Por el contrario, tiene efectos transformadores debido a la capacidad de reflexión y crítica de sus actores para influir en la toma de decisiones acerca del diseño de sus prácticas de vida en las plazas de mercado. Se constituye en una relación entre actores sociales, el lugar y procesos de acción colectiva, entendida esta última como una práctica de poder social. Relación en la que no interesa el simple retrato estático y descriptivo de los mismos, sino la comprensión de los procesos y estrategias de poder. Allí donde los espacios de encuentro (lo que hace tal espacio y se hace con tal espacio) proponen una interpretación alternativa

del lugar en la que se apropia un espacio para la lucha política, cuya realidad social e histórica es una manifestación de las relaciones sociales, económicas y de las comunidades locales y globales (Massey, 1994).

En palabras de Melucci (1999) “los individuos crean un nosotros colectivo” (p. 14) estimulado por intereses de transformación y reforma urbana, social, económica y espacial. El “nosotros colectivo” reconoce e integra las diversas formas de acción humana presentes en los fenómenos colectivos, los cuales se diferencian de las organizaciones políticas tradicionales. El “nosotros colectivo” resiste y lucha frente a la expansión de perspectivas hegemónicas como formas de representación y formas de actuación sobre el espacio, que fracturan la relación entre el lugar y la comunidad, el sentido de lugar (Massey, 1994).

La lucha constante de colectivos sociales, a través de la reivindicación de la tradición, por mantener vigente el diseño del lugar donde desarrollan su vida, puede forjar vínculos sociales y formas de uso de espacio urbano que pueden enmarcarse en el modelo culturalista de diseño urbano de la ciudad, del que venimos hablando y del cual el caso de Manizales es un exponente.

Conclusiones

A lo largo de la historia, los diseños de las ciudades han incorporado los mercados como un lugar central, que define la identidad del conjunto urbano, pero también de los pobladores, que encuentran en ella poderosos referentes para su identidad colectiva. Ese lugar central de las plazas en el diseño de las ciudades tiende a ponerse en cuestión recientemente, bajo una visión de la ciudad que evoca el progreso y la modernidad.

Las plazas de mercado en Colombia, a pesar de su relevancia histórica, se encuentran en una tensión que es inherente a la manera en la que se concibe, transforma y se vive la ciudad. Por un lado, las plazas representan parte de la historia y del acervo cultural de las ciudades y, sobre todo, de los grupos humanos que allí se asientan. Las formas de vida, pero también las acciones de resistencia o de planificación que se adhieren a preservar y mantener estos lugares urbanos, se ven representadas por esa forma de producir la ciudad que encuentra el sentido en la tradición y la cultura.

De los casos analizados, el de la plaza de mercado de Manizales representa la concepción de algunos actores que allí llevan a cabo procesos de resistencia y de diseño propio de su vida en el lugar, tendientes a preservar las formas de comercio y prácticas tradicionales de este importante espacio en la ciudad. Si bien no se trata de la acción de representantes de la administración pública, los actores de la plaza, a través de su ejercicio de acción colectiva, se constituyen en una fuerza que incide en la acción pública urbana, haciendo que prime su visión de la ciudad, en la que los vínculos significativos entre humanos y con el espacio, que se manifiestan a través de los procesos de construcción de lugar y de territorialización, priman por sobre intereses económicos que buscan intervenir el espacio urbano.

66

Durante las últimas décadas, el modelo progresista de diseño urbano, enfocado en funcionalidad y modernización, se consolidó como el paradigma dominante, culminando en lo que comúnmente se denomina la ciudad neoliberal. Este enfoque prioriza la racionalidad y el progreso técnico o económico, a menudo desplazando o eliminando espacios que fomentan prácticas tradicionales y vínculos rurales, considerados obsoletos o disfuncionales. El caso de la plaza de mercado en Pereira ejemplifica este modelo, donde la revitalización económica de la ciudad eclipsó cualquier valor atribuido a las prácticas tradicionales del sector de La Galería.

La acción colectiva, como la ejemplificada por los grupos en la plaza de mercado de Manizales, muestra su impacto en la concepción y producción de la ciudad, incluso en su diseño urbano. Los actores sociales implicados en la preservación de su entorno generan *agencias de significación colectiva*, es decir, acciones y formas de representación que cuestionan las injusticias socioespaciales y desafían las dinámicas de poder establecidas. Esta forma de construcción de lugar reafirma la importancia de espacios nacidos de movimientos sociohistóricos y temporales, que han fomentado un fuerte sentido de apropiación y significado entre sus actores. Aquí, el diseño urbano no es solo una disposición física, sino también un campo en el que se negocian y reivindican identidades y relaciones históricamente situadas.

Referencias

- Acebedo, L., Arcila, J., Gómez, H., Guzmán, G., Calle, J., Hernández, M., Velázquez, L., Zambrano, J., Lopez, L., Prieto, S., Agudelo, A., Sánchez, I., Hernández, T., Villada, G., Arango, D., Sanchez-Beltran, P., Paez, J., & Vallejo, G. (2006). *Formulación del Plan Parcial de Renovación Urbana del Sector de La Galería*. Universidad Nacional de Colombia sede Manizales.
- Aguilar-Morales, J. E., Vargas-Mendoza, J. E., García-Cortés, H., Jaramillo-Hernández, M. Á. y Miguel-Reyes, M. (2007). Mercados populares vs. centros comerciales: Un análisis de incidentes delictivos. *Psicología para América Latina*, 10. <https://psicolatina.org/10/mercados.html>
- Alcaldía de Pereira. (2004). Ciudad Victoria, en el corazón de Pereira.
- Ángel, R. (2016). Galerías y plazas de mercado como espacio de conservación cultural y producción audiovisual. *Nexus*, 246-263.
- Baquero, D. L. (2011). *Las plazas de mercado como catalizadores urbanos* (tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia. https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/8544/03395095.2011_pte._1.pdf?sequence=9

- Beuf, A. (2019). Spatial Planning, an Embedded Regulation of Neoliberal Practices. Study of the Colombian Case. *Planning Practice & Research*, 34(4), 387–405. <https://doi.org/10.1080/02697459.2019.1636551>
- Borda, A. del P. y Franco, J. S. (2016). *Revitalización del entorno urbano a partir del redesarrollo arquitectónico de la plaza de mercado del barrio siete de agosto* (tesis de pregrado). Universidad Piloto, Bogotá, Colombia.
- Brand, P. (2001). La Planeación Urbana y las Ciencias Sociales en Colombia. *Revista de Estudios Sociales*, 10, 133-141.
- Busse, M. y Sharp, T. L. M. (2019). Marketplaces and Morality in Papua New Guinea: Place, Personhood and Exchange. *Oceania*, 89(2), 126-153. <https://doi.org/10.1002/ocea.5218>
- Castiblanco, A. F. (2011). Las plazas de mercado como lugares de memoria en la ciudad: Anclajes, pervivencias y luchas. *Ciudad Paz-ando*, 4(2), 123-132. <https://doi.org/10.14483/2422278X.7325>
- Choay, F. (1983). *El urbanismo*. Editorial Lumen.
- Contreras, M. M., Gallardo, B. J. y Vergel, M. (2015). Espacio urbano en el mercado de la zona de frontera: Percepciones y concepciones en un escenario móvil. *Revista Logos Ciencia & Tecnología*, 7(1), 71-84. <https://doi.org/10.22335/rlct.v7i1.353>
- Cordero, A. H. (2017). Los mercados públicos: Espacios urbanos en disputa. *Iztapalapa*, 83, 165-186.
- Escobar, A. (2019). *Autonomía y diseño: La realización de lo comunal*. Editorial Universidad del Cauca.
- Flórez, S. (2015). *La belleza de lo sencillo* (tesis de pregrado). Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá, Colombia.
- Fundación Germinando. (2002). *Anexo diagnóstico dimensional. Informe Final 2002*. Fundación Germinando.
- García Ramírez, W. (2017). Plaza central de mercado de Bogotá. Las variaciones de un paradigma, 1849-1953. Pontificia Universidad Javeriana.
- Gehl, J. (2010). *Cities for People*. Island Press.

- Giraldo, T. y Jaramillo, G. (2003). *Instrumentos de planeación y gestión para intervenir un área céntrica deteriorada. Caso: Sector antigua galería de Pereira* (tesis de especialización). Universidad Nacional de Colombia, Medellín, Colombia.
- Guàrdia, M. y Oyón, J. L. (Eds.). (2010). *Hacer ciudad a través de los mercados. Europa, siglos XIX y XX*. MUI-IBA.
- Hackworth, J. (2006). *The Neoliberal City: Governance, Ideology, and Development in American Urbanism*. Cornell University Press.
- Harvey, D. (2009). *Social Justice and the City*. University of Georgia Press.
- Hernández-Pulgarín, G. (2015). Imagen e ideología en el gobierno de la ciudad: Los casos de Montpellier (Francia) y Pereira (Colombia). *Cuaderno urbano*, 19(19), 73-94.
- Hernández-Pulgarín, G. (2016). Decadencia y apogeo del espacio. Dimensiones culturales del cambio socioeconómico en un caso de renovación urbana en Colombia. *Horizontes Antropológicos*, 22(45), 249-278. <https://doi.org/10.1590/S0104-71832016000100010>
- Hernández-Pulgarín, G. (2017). *“Renaissance” à Montpellier et “refondation” à Pereira. Invocations mythiques et conceptions du temps dans des opérations d’urbanisme en France et en Colombie* (tesis de doctorado). Paris-Est.
- Hernández-Pulgarín, G. (2019). Tiempo, espacio y acción pública urbana. La crisis como coartada en una operación de urbanismo en Colombia. En *Deterioro, obsolescencia y configuración urbana. Reflexiones y manifestaciones* (pp. 85-104). Universidad Autónoma de Ciudad de Juárez. <https://elibros.uacj.mx/omp/index.php/publicaciones/catalog/book/140>
- Herrera, A. (4 de octubre de 1999). El incordio de la galería. *Diario del Otún*.
- Jacobs, J. (2011). *Muerte y vida de las grandes ciudades* (Á. Abad y A. Useros, trads.). Capitán Swing Libros.
- Janoschka, M. (2011). Geografías urbanas en la era del neoliberalismo. Una conceptualización de la resistencia local a través de la participación y la ciudadanía urbana. *Investigaciones geográficas*, 76, 118-132.
- Ladino, Y. D. (2018). *Revitalización de las plazas de mercado. Plaza de mercado de Villa de Leyva. Renovación e integración urbana y arquitectónica en un lugar de patrimonio* (tesis de pregrado). Universidad Católica de Colombia, Bogotá, Colombia. <https://acortar.link/PRmmI7>

- Lefebvre, H. (2000). *La production de l'espace* (4e édition). Anthropos.
- Maldonado, M. M. (2008). La ley 388 de 1997 en Colombia: Algunos puntos de tensión en el proceso de su implementación. *ACE: architecture, city and environment*, 7, 43–66.
- Martínez, L. A. (2012). Planeación del desarrollo y violación a los derechos humanos: Risaralda y la “reinención del territorio”. *Universitas Humanística*, 73, 107-144.
- Massey, D. (1994). *Space, Place and Gender*. Policy Press.
- Max - Neef, M., Lorca, E., & Kohr, L. (1984). *Economía descalza: Señales desde el mundo invisible*. Nordan comunidad.
- Mejía, J. (14 de abril de 1999). Galerías. *La Tarde*.
- Melucci, A. (1999). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. El Colegio de México.
- Molina, L., & Albarracín, C. (2008). Instrumentos de planeamiento urbano en la Ley 388 de 1997. *Architecture, City and Environment*, 3, 67–78.
- Ortiz, C. (2012). *Bargaining space: Deal-making strategies for largescale renewal projects in Colombian cities* (tesis de doctorado). University of Illinois at Chicago.
- Ospina, A. (2014). *Ciudad mercado, ciudad mercancía y gobierno empresarial: La renovación urbana de la zona de la galería central en la ciudad de Pereira* (tesis de pregrado). Universidad de Caldas, Manizales, Colombia.
- Portes, A. y Roberts, B. R. (2008). La ciudad bajo el libre mercado: La urbanización en América Latina durante los años del experimento neoliberal. En A. Grimson, A. Portes y B. Roberts (Eds.), *Ciudades latinoamericanas: Un análisis comparativo en el umbral del nuevo siglo* (pp. 19-74). Prometeo. http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S2236-9996201400010017100033&lng=en
- Pradelle, M. de L. (1996). *Les Vendredis de Carpentras: Faire son marché, en Provence ou ailleurs*. Fayard.
- Restrepo, A. (2019). Aproximación a la planeación urbana en Colombia. Apuntes para su comprensión histórica. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 34(3), 665-690. <https://doi.org/10.24201/edu.v34i3.1879>
- Richardson, M. (1982). Being-in-the-Market versus Being-in-the-Plaza: Material Culture and the Construction of Social Reality in Spanish America. *American Ethnologist*, 9(2), 421-436.

- Rojas, J. C. (2007). *La politique de la démolition: Rénovation urbaine et habitat social en France et en Colombie* (tesis de doctorado). Toulouse 2. <http://www.theses.fr/2007TOU20023>
- Sennett, R. (1992). *The Conscience of the Eye: The Design and Social Life of Cities*. W. W. Norton.
- Suárez, G. y Rairan, L. N. (2023). *Plazas de mercado como mecanismo de revitalización en municipios de alto crecimiento poblacional*. Universidad de La Salle, Facultad de Ciencias del Hábitat, Arquitectura.
- Theodore, N., Peck, J. y Brenner, N. (2009). Urbanismo neoliberal: La ciudad y el imperio de los mercados. *Temas Sociales*, 66, 4-11.
- Vergara, A. (2013). *Etnografía de los lugares. Una guía antropológica para estudiar su concreta complejidad*. Ediciones Navarra/Escuela Nacional de Antropología/Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- Vispe, L. (2017). *Las plazas de mercado como herramienta de regeneración urbana: El caso de La Perseverancia* (tesis de maestría). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. <http://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/40675>

Cómo citar: Hernández-Pulgarín, G. y González, M. A. (2025). Plazas de mercado en Colombia: tensión entre modernidad y tradición en el diseño de las ciudades del siglo XXI. *Kepes*, 22(31), 43-71. DOI: 10.17151/kepes.2025.22.31.3