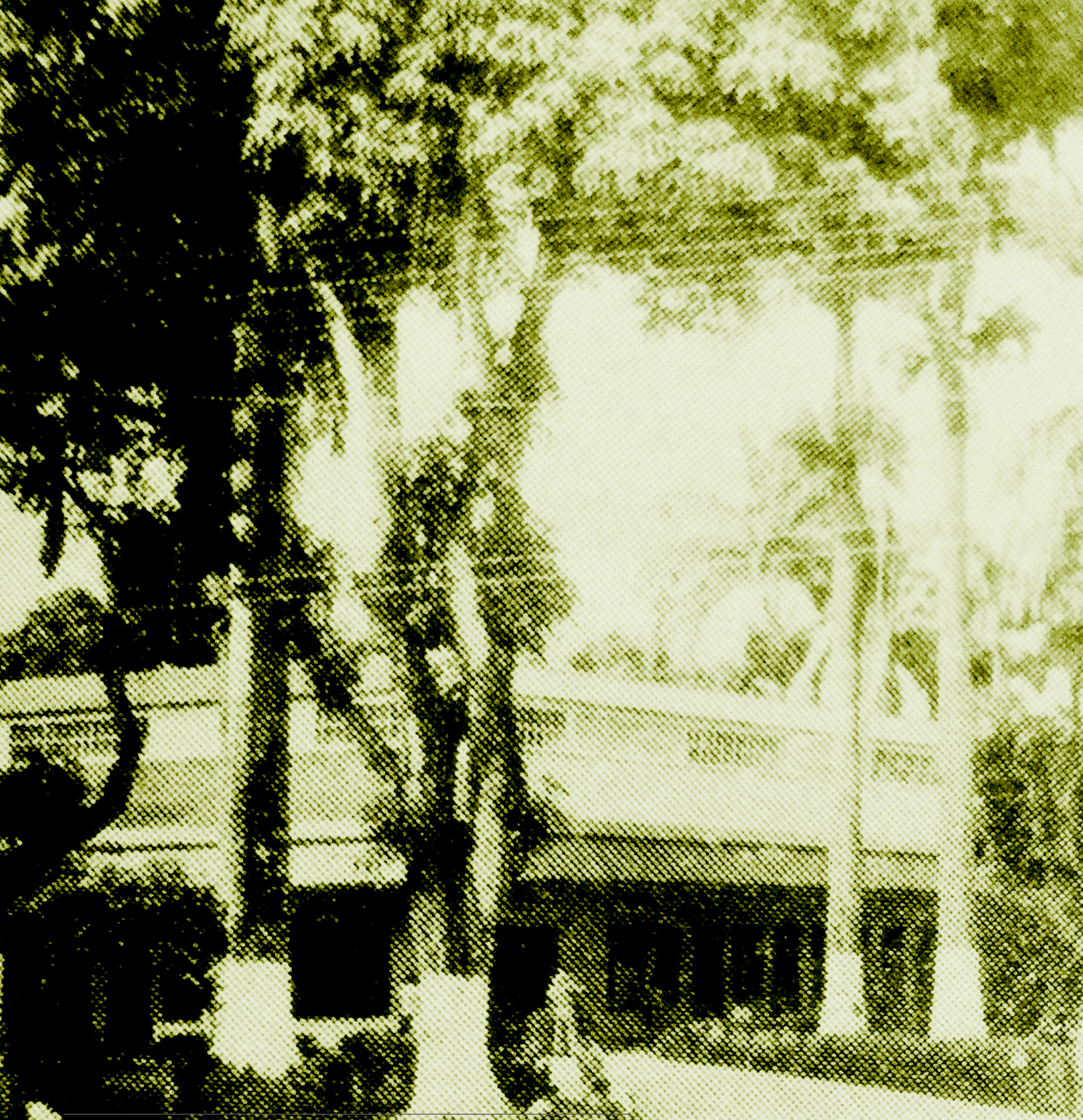
Instituto Tecnológico de Costa Rica
Escuela de Arquitectura y Urbanismo
Proyecto Final de Graduación
Madelyn Jiménez Rivera

REVITALIZACIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL DE LIMÓN:

UNA PROPUESTA PATRIMONIAL CRÍTICA

El Mercado Municipal de Limón es un objeto histórico dinámico que construyó una serie de valiosas significaciones para su comunidad,que lo llevaron a ser declarado de interés histórico-arquitectónico. Este establecimiento comercial alberga una función viva de fuerte impacto socio-económico que potenciada puede continuar siendo una fuente de desarrollo, e inclusive crecer como ha sido demostrado.

Absurdamente éste se encuentra en riesgo de desaparecer y desaprovecharse como recurso para el desarrollo, dada su ruinosa situación material y arquitectónica; dentro de un contexto de abordaje patrimonial que, si no se trata de manera crítica, puede atentar en contra de la conservación misma del "patrimonio que se busca rescatar".

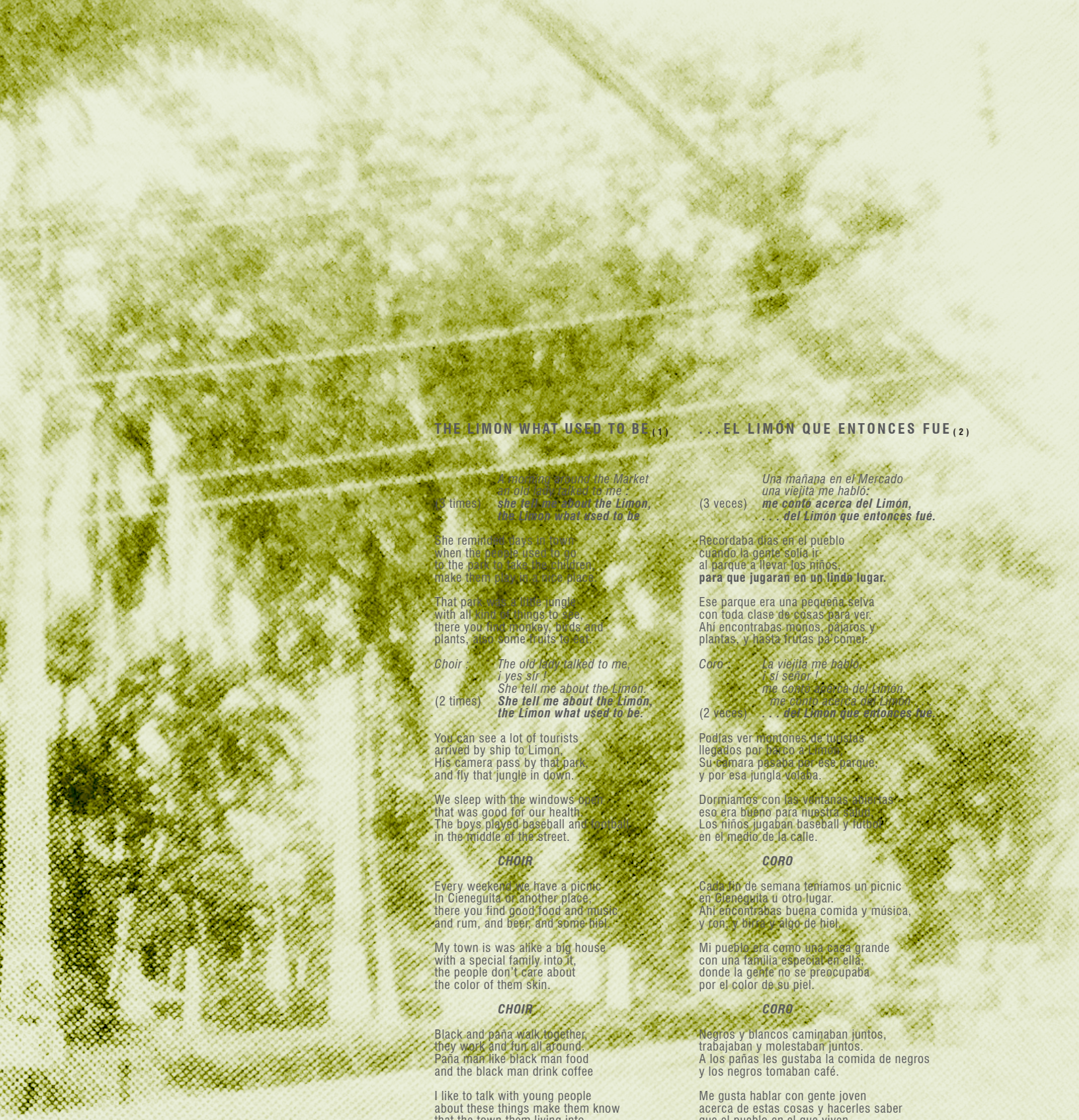


(1) Barrantes Montero, Víctor. "The Limón What Used To Be". En Saavedra Reyes, Carlos. Calypsos limonenses : Música del Caribe de Costa Rica. Pág. 81. San José, CR : Sección de Impresión del SIEDIN de la Universidad de Costa Rica, 2005.

(2) Versión para "pañas" de versos libres.

Por respeto al material fuente no se han corregido las discrepancias ortográficas o sintácticas. Priva la interpretación oral del calypso en mekatelyuw.

La imagen de fondo corresponde al Mercado Municipal de Limón en 1950. Fuente: Luchas Ciudadanas. 100 años de historia doble e inclonclusa del cantón de Limón.



THE LIMON WHAT USED TO BE (1)

A morning around the Market
an old lady talked to me :
(3 times) ***she tell me about the Limon,***
the Limon what used to be

She remmember days in town
when the people used to go
to the park to take the children,
make them play in a nice place.

That park was a little jungle
with all kind of things to see,
there you find monkey, birds and
plants, also some fruits to eat.

Choir : *The old lady talked to me,*
i yes sir !
She tell me about the Limon.
(2 times) ***She tell me about the Limon,***
the Limon what used to be.

You can see a lot of tourists
arrived by ship to Limon.
His camera pass by that park,
and fly that jungle in down.

We sleep with the windows open
that was good for our health.
The boys played baseball and football
in the middle of the street.

CHOIR

Every weekend we have a picnic
In Cieneguita or another place,
there you find good food and music,
and rum, and beer, and some hiel.

My town is was alike a big house
with a special family into it,
the people don't care about
the color of them skin.

CHOIR

Black and paña walk together,
they work and fun all around.
Paña man like black man food
and the black man drink coffee

I like to talk with young people
about these things make them know
that the town them living into,
is a special place to grow.

CHOIR

Sometimes I cry reminding
the Limon what used to be,
but I'm sure that them, young fellows
will help us to bring it back.

To bring back that paradise,
the limonians used to live
and enjoy with all the family
in the Limon what used to be.

CHOIR

. . . EL LIMÓN QUE ENTONCES FUE (2)

Una mañapa en el Mercado
una viejita me habló:
(3 veces) ***me contó acerca del Limón,***
. . . del Limón que entonces fué.

Recordaba días en el pueblo
cuando la gente solía ir
al parque a llevar los niños,
para que jugaran en un lindo lugar.

Ese parque era una pequeña selva
con toda clase de cosas para ver.
Ahí encontrabas monos, pájaros y
plantas, y hasta frutas pa comer.

Coro : *La viejita me habló,*
¡ sí señor !
me contó acerca del Limón,
me contó acerca del Limón,
(2 veces) ***. . . del Limón que entonces fue.***

Podías ver montones de turistas
llegados por barco a Limón.
Su cámara pasaba por ese parque,
y por esa jungla volaba.

Dormíamos con las ventanas abiertas
eso era bueno para nuestra salud.
Los niños jugaban baseball y fútbol
en el medio de la calle.

CORO

Cada fin de semana teníamos un picnic
en Cieneguita u otro lugar.
Ahí encontrabas buena comida y música,
y ron, y birra y algo de hiel.

Mi pueblo era como una casa grande
con una familia especial en ella,
donde la gente no se preocupaba
por el color de su piel.

CORO

Negros y blancos caminaban juntos,
trabajaban y molestaban juntos.
A los pañas les gustaba la comida de negros
y los negros tomaban café.

Me gusta hablar con gente joven
acerca de estas cosas y hacerles saber
que el pueblo en el que viven,
es un especial lugar pa´ crecer.

CORO

Aveces lloro recordando
al Limón que entonces fue.
Pero estoy seguro de que ustedes jóvenes
ayudarán a traerlo de nuevo.

Traer de nuevo aquel paraíso
en el que los limonenes solían vivir
y disfrutar con toda la familia
en el Limón que entonces fué.

CORO

CONTENIDO

CONSTANCIA DE DEFENSA PÚBLICA.....1
INTRODUCCIÓN 2

ASPECTOS INTRODUCTORIOS 4

PROBLEMA..... 6
Descripción General..... 7
Problematización 14
JUSTIFICACIÓN 17
ALCANCES Y LIMITACIONES 22
ESTADO DE LA CUESTIÓN 24
MARCO CONCEPTUAL 32
Patrimonio cultural 32
Patrimonio Arquitectónico 36
Abordaje de la condición patrimonial en arquitectura..... 38
OBJETIVOS 42
Objetivo General 42
Objetivos Específicos 42
METODOLOGÍA 43

CAPÍTULO I 50
CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO I 90

CAPÍTULO II 94
CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO II 164

CAPÍTULO III 170
CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO III 198

CAPÍTULO IV 204

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....282

COLOFÓN.....284

BIBLIOGRAFÍA .....B
SIMBOLOGÍA.....M

LISTA GENERAL DE REFERENCIAS .....N

NOTAS PRELIMINARES

Con respecto a las notas de pie de página y a las citas bibliográficas

Es importante acotar, para lograr una correcta lectura del documento, que los superíndices numerales (por ejemplo en Limón[1], 1 es el superíndice) se utilizan en este documento para hacer referencia en primer caso a notas al pie de la página donde se encuentre dicho número.

En los casos en que exista el superíndice y no haya una nota al pie en la misma página, se trata de una referencia a la fuente de dónde se tomó la información que se cita. Este número indica un vínculo a la "Lista General de Referencias" al final de este documento, por si se desea revisar con detalle la fuente.

El sistema de referenciación bibliográfica empleado es el de la American Psychological Association (APA) en su sexta edición, sin embargo dada la gran cantidad de fuentes utilizadas y lo incómodo que resulta la lectura fluida con este sistema, se optó por referenciar las fuentes de esta manera. En los casos donde es pertinente mencionar los autores en medio del texto, se hace normalmente conforme al manual de APA.

Con respecto a las siglas

De manera general, antes de utilizar una sigla en el texto primero se expone el nombre completo y luego entre paréntesis las siglas correspondientes (por ejemplo: Costa Rica (CR)). Sin embargo las siglas de uso propio y exclusivo de este documento se exponen junto a su significado en una tabla en la sección "Simbología" también al final de este documento.

Con respecto a los anexos

Los instrumentos aplicados para cumplir los objetivos se pueden encontrar en la sección de "Anexos" en el respaldo digital de este documento. Los instrumentos se citan principalmente en la sección de "Metodología" en el aparte de "Aspectos Introductorios".

AGRADECIMIENTO

Gracias a mi mamá, a mi papá, a Gus, a Gabriel, a Don Roberto y a todos los que me apoyaron cada día para conseguir esta meta, aún sin saberlo, como Bob , Luis Miguel, Hernández, Bonfil y toda mi familia, en la que incluyo a mis amigos. Sin ustedes esto no sería una realidad. :) <3 <3 <3

CONSTANCIA DE DEFENSA PÚBLICA

El presente proyecto final de graduación titulado: "Revitalización del Mercado Municipal de Limón: una propuesta patrimonial crítica", fue desarrollado por la estudiante Madelyn Jiménez Rivera, carné 200625468; y defendido el 17 de noviembre del 2014 ante un tribunal examinador integrado por la Arq. Rosa Elena Malavassi, profesora turora, y los arquitectos Roberto Villalobos Ardón y Miguel Herrera Gallegos en calidad de lectores; esto como requisito para optar por el grado de Licenciatura en Arquitectura del Instituto Tecnológico de Costa Rica.

La sustentante está de acuerdo en que este documento sea de conocimiento público.

El tribunal examinador acuerda declarar el proyecto:

(X) Aprobado ( ) Desaprobado

Calificación: 100

_____

Arq. Rosa Elena Malavassi Aguilar
Profesor tutor

_____

Arq. Miguel Herrera Gallegos
Lector

_____

Arq. Roberto Villalobos Ardón
Lector

_____

Madelyn Jiménez Rivera
Sustentante



F 1. COSTADO NORESTE DEL MERCADO



INTRODUCCIÓN

El presente documento pretende exponer el planteamiento y los resultados del Proyecto Final de Graduación: Revitalización del Mercado Municipal de Limón: una propuesta patrimonial crítica; el cual busca proponer una solución, desde la arquitectura, a la problemática observada entorno a la situación arquitectónica de este establecimiento ubicado desde 1875, entre avenidas 2 y 3 y calles 3 y 5 del cantón Central de Limón, Costa Rica; declarado de interés histórico-arquitectónico en 1998 e inhabitable en diciembre del 2011 por su estado edilicio ruinoso, peligroso e insalubre, en detrimento de la fuerte función socioeconómica que aún alberga.

El documento se encuentra estructurado por 5 apartes. El primero versa sobre los aspectos introductorios, es decir todo aquello sobre el planteamiento del proyecto, desde la problematización hasta la metodología. Los siguientes cuatro se denominan capítulos y tratan sobre el desarrollo y las conclusiones de cada uno de los objetivos específicos.

El Capítulo I es una crónica gráfica y narrativa del devenir arquitectónico del Mercado desde su creación hasta la actualidad. El Capítulo II corresponde a un diagnóstico del estado arquitectónico actual del Mercado. El Capítulo III consiste en la identificación objetiva de los valores del Mercado que le otorgan la condición de patrimonio; y el Capítulo IV expone el planteamiento de un anteproyecto arquitectónico para la revitalización del Mercado Municipal, lo que vendría a cumplir con lo que persigue este Proyecto.

ASPECTOS INTRODUCTORIOS

Planteamiento del Proyecto, justificación y propuesta de abordaje.



F 2. Acceso sur del mercado, desde Ave. 2



2
PROBLEMA

2.1. DESCRIPCIÓN GENERAL

El problema[1] que se observa en el Mercado Municipal de Limón, desde la óptica de la arquitectura, se compone de diferentes situaciones que actualmente repercuten en manera negativa la habitabilidad de este edificio; provocando poco a poco la pérdida de este Mercado con sus valores, y desperdiciándolo, como recurso utilizable para el desarrollo socio-económico de la comunidad limonense. Éstas situaciones, por facilidad de exposición, se han clasificado en los siguientes ámbitos: situación edilicia, situación comercial y situación patrimonial.

2.2.1. SITUACIÓN EDILICIA

El edificio actual del Mercado Municipal de Limón presenta una condición de habitabilidad decadente por sus problemas e insuficiencias varias en cuanto a capacidad de carga operativa, funcionamiento, sistemas de ventilación, iluminación, conducción y desfogue de

[1] Entendido como el planteamiento de una situación, es decir, un conjunto de circunstancias, condiciones o características que rodean una cosa o determinan su estado en un momento determinado, cuya respuesta desconocida debe obtenerse a través de métodos científicos. Esto según definiciones de problema" y "situación" del Diccionario de la Real Academia Española.

aguas pluviales y servidas, sistemas estructurales y eléctrico; causadas por la fatiga de los materiales y sistemas, el precario mantenimiento y, en algunos casos, la obsolescencia de los criterios tomados en cuenta para las decisiones constructivas o espaciales llevadas a cabo[1].

Por su antigüedad y falta de adecuadas intervenciones, el edificio actual del Mercado incumple las medidas y condiciones espaciales mínimas requeridas por los reglamentos de Construcciones y el de la Ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad, para edificios con un uso como el que demanda este particular Mercado[2].

Los antiguos y característicos jardines perimetrales al edificio que propiciaban el encuentro y la recreación, se han convertido en patios de almacenamiento, cerrados al servicio público y con un escaso mantenimiento producto de su desuso; en otros sectores, éstos han cedido a la presión comercial poblándose de chinamos formales e informales, deficientemente articulados y llenos de los problemas antes descritos. El resto de sitios de encuentro se han reducido a un pequeño grupo de bancas bajo los higuerones de la Avenida Segunda, oscuros y estrechos pasillos y las bancas que las necesidades y las posibilidades han propiciado en algunos tramos.

Este panorama, en el que coinciden varios inquilinos y visitantes[3] , evidencia una pérdida de los valores espaciales que este lugar alguna vez ofreció, y la no adecuación del edificio a las dinámicas de uso que le han exigido los nuevos tiempos, haciéndose evidente la falta de soluciones a problemas constructivos y arquitectónicos viéndose comprometida la salubridad, la seguridad y la calidad de vida, de quienes habitan y utilizan este recinto.

Redundando en todo esto, el 9 de diciembre del 2011, el Ministerio de Salud, tras las observaciones de estudios técnicos realizados a este edificio, emitió su declaratoria de inhabitabilidad con orden de desalojo, por considerarla ruinosa, peligrosa e insalubre[4].

De no ser resueltas estas observaciones en un corto plazo, el Ministerio de Salud cerrará el establecimiento[5]; sin embargo, en el caso de que las disposiciones legales se postergaran, este Mercado podría cerrar por el eventual



F3. Panorámica de esquina noreste del mercado. a la izquierda se aprecia el mercado con sus chinamos no planificados sobre lo que queda de los jardines perimetrales y aceras. En el centro de la fotografía figura casa de la cultura de limón y a la derecha supermercado Masxmenos.

colapso de su infraestructura.

A pesar del estado de emergencia en que se encuentra la edificación, estas observaciones no son nuevas. El Mercado Municipal tiene un largo historial de casi 70 años de inadecuado mantenimiento e improvisadas intervenciones constructivas, formales e informales, realizadas por entidades del Gobierno de turno e inquilinos del Mercado[6]; que como su estado actual delata, han sido insuficientes y desarticuladas; nacidas como respuestas aisladas a diferentes emergencias en distintos escenarios temporales, administrativos, políticos y financieros.

A estas alturas, y a pesar de la orden de desalojo por inhabitabilidad con tiempo límite para su solución, el delicado panorama actual tampoco parece encontrar una respuesta diferente a lo expuesto. La última muestra, es la actualmente atrasada maniobra de emergencia denominada "Plan de Gestión Reconstructiva, Remodelación y Ampliación para el Mercado Municipal de Limón"[7] realizada en cuestión de mes y medio por la Municipalidad de dicho cantón, para evitar el inminente cierre del Mercado por orden del Ministerio de Salud, al proponer exclusivamente la solución a los problemas constructivos y reglamentarios legalmente señalados[8].

2.2.2. SITUACIÓN COMERCIAL

Este lugar todavía representa un núcleo vivo de encuentro e intercambio, al ser visitado diariamente por alrededor de 400 personas que asisten para hacer compras, comer o simplemente para recrearse, y dar sustento económico a cerca de 120 inquilinos y a sus familias[9] , aunque su situación edilicia ha provocado en los últimos años una disminución de la afluencia de público[10] y ha significado ya varias veces el potencial cierre del establecimiento por el Ministerio de Salud[11].

Muchos antiguos usuarios han dejado de asistir y comprar en este lugar debido a la percepción de falta de higiene y a la desagradable experiencia de recorrer un sitio tan arruinado [12].



Un agravante de la situación es el gran e informal crecimiento de comercios sobre las zonas verdes y las aceras perimetrales; correspondiente al aprovechamiento de la gran afluencia de peatones al centro urbano circundante para promocionar mejor y vender los productos evitando el desagradable acceso al edificio. Sin embargo apunta a varios problemas como: la falta de nuevos espacios con condiciones adecuadas para albergar las nuevas ventas; la desventaja comercial de los vendedores internos con respecto a los externos, formales e informales, y la invasión de la zonas públicas circundantes a tal punto que, según información extra oficial de la Dirección de ingeniería de la Municipalidad de Limón, a la fecha se ha realizado, por necesaria, una propuesta para ubicar una nueva zona para los vendedores informales a menos de dos cuadras del Mercado[13].

En general, todavía no se vislumbra ninguna propuesta de solución a la pérdida de competitividad comercial que efectivamente está teniendo el establecimiento por su situación edilicia, que puede desembocar en su cierre.

2.2.3. SITUACIÓN PATRIMONIAL

Debido a la antigüedad de este Mercado, su carácter comercial y su ubicación central, prácticamente no hay habitante del centro de Limón que no haya tenido que ver con él y su emplazamiento.

Creado originalmente como una plaza de Mercado[14], dadas las necesidades y el crecimiento de la actividad comercial que ahí se generaba, se propició la creación de un edificio inicial, que tras múltiples remodelaciones y agregados a lo largo de los años, ha quedado tal cual lo conocemos en la actualidad: un particular edificio en el centro de una cuadra lleno de problemas constructivos y arquitectónicos anteriormente descritos, con planta cuadrada, patio central y varios agregados constructivos; rodeado de zonas verdes hacinadas, fragmentadas y colmadas de actividad comercial hacia sus aceras perimetrales.

Este mercado, como producto histórico dinámico, forma parte de la identidad de los centro-limonenses; resulta especial por haber estado presente en sus vidas como

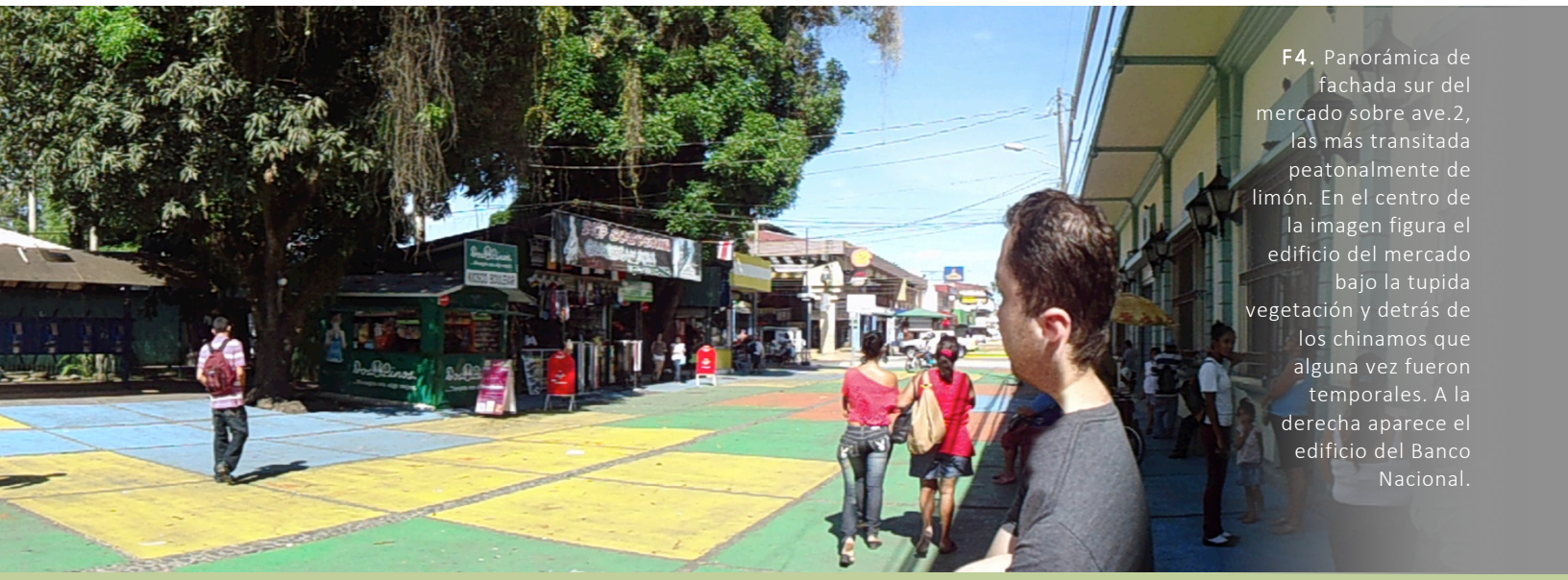


función, como edificio, como parte del espacio urbano, como atracción y cómo relato, incluso antes de que nacieran. Como cuentan los vecinos y un par de calypsos de Limón[15], no faltan las narraciones de abuelos y padres, a hijos y nietos, alrededor de cómo era el Mercado y qué cosas sucedían ahí.

Su vivencia en el pasado, por la calidad del espacio que ofrecía, tanto por las condiciones espaciales del edificio como las de sus jardines perimetrales, propiciaba el intercambio y el encuentro de las personas de la comunidad y visitantes[16]. Según vecinos[17] el ir al Mercado era una actividad atractiva; lugar de paseo, de encuentro de los amigos, de comer helado y tomar horchata, de tertuliar con los vecinos, de jugar damas o dominó, de mercar, o sencillamente, de sentarse bajo los árboles frutales de los jardines perimetrales ver pasar gente. Una imagen muy distinta a la que hoy permite su situación edilicia.

Por varios de estos motivos, correspondientes a un patrimonio intangible, y como una forma de asegurar la conservación de la zona verde alrededor del edificio del Mercado, muy amenazada por la presión de uso comercial, se declaró de Interés Histórico-Arquitectónico mediante el decreto 27301-C del 22 septiembre de 1998; exponiendo como mociones suficientes para la salvaguarda del edificio del Mercado, lo siguiente:

> "1º-Que representa un lugar muy especial, donde además de la compra y venta de diferentes productos, se produce el encuentro diario de las personas de la comunidad y visitantes.
>
> 2º-Que en el caso de la ciudad de Limón, ha tenido a través de la historia un significado relevante, en donde se han fomentado costumbres y tradiciones propias del lugar.
>
> 3º-Que desde los inicios de Puerto Limón como ciudad, en el siglo pasado, el Mercado fue un área verde que posteriormente se dedicó a ese fin, ya que en el sitio han existido varios edificios dedicados a esta función.
>
> 4º-Que es necesario mantener el entorno natural que característicamente ha rodeado a este Mercado, como área que contribuye a refrescar y darle presencia al edificio."



F4. Panorámica de fachada sur del mercado sobre ave.2, las más transitada peatonalmente de limón. En el centro de la imagen figura el edificio del mercado bajo la tupida vegetación y detrás de los chinamos que alguna vez fueron temporales. A la derecha aparece el edificio del Banco Nacional.

Lo expuesto puede mostrar la presencia de un patrimonio histórico y un patrimonio intangible. Queda un recuerdo de lo que antes era, y un objeto histórico que por antiguo forma parte de la identidad del lugar, pero que, a excepción de algunos vestigios que se pueden identificar dentro de la decadente situación del inmueble, no necesariamente se trata con claridad de un patrimonio arquitectónico, tal cual lo establece la ley. A la fecha no se han realizado más investigaciones para identificar con mayor claridad los valores culturales que pueda significar y que estén en condiciones rescatarse.

La situación de este Mercado en particular pareciera ser una muestra de la condición de muchos edificios declarados de interés patrimonial en nuestro país, como describen Quirós & Bozzoli (2011, pp. 103-106).

El Reglamento a la Ley N° 7555 de Patrimonio Histórico Arquitectónico deja abierta la posibilidad de declarar de Interés Histórico-Arquitectónico, más que sólo los monumentos, casi cualquier edificación que se considere "vieja" o que haya sido diseñada o habitada por algún personaje de renombre, a pesar de que muchas veces su conservación material estricta no se justifique histórica o arquitectónicamente.

Probablemente muchas de estas declaratorias de obras no monumentales, en calidad de patrimonio modesto en la línea de razonamiento de Waisman (1992), tengan de trasfondo un patrimonio intangible, pero ante los recursos limitados de un país en vías de desarrollo, conservar objetos en estas circunstancias sin un abordaje crítico resulta un lujo insostenible.

Edificios declarados de interés histórico-arquitectónico otros recintos en ya declarados

Recintos en proceso de declaratoria de interés histórico-arquitectónico que aparecen misteriosamente siniestrados antes de completarse su decreto[18]; edificios ya declarados abandonados hasta su ruina, o utilizados hasta su colapso sin mantenimiento o adaptación; y construcciones restauradas en desuso o subutilizadas, parecieran indicar la operación de un conservacionismo acrítico en nuestro país.

Este tipo de conservacionismo se basa en un discurso



F5. Esquina suroeste del mercado y comienzo del bulevar peatonal sobre Ave.2. edificio del Mercado aparece bloqueado visualmente por chinamos exteriores. Se observan las comunes ventas ambulantes en la zona y a la derecha el recién restaurado, y cerrado al público, edificio de correos.

tácito coleccionista que busca la preservación material completa y estricta de edificios en el tiempo, sólo por el hecho de tener declaratoria. No identifica, clara y objetivamente, los valores que justifican la conservación de cada edificio en particular. Identificación que es fundamental para revelar las condiciones objetivas en las que se puede dar una intervención de manera sostenible, que incluso promocione el desarrollo socio-económico.

La operación de esta conservación acrítica con esta base, se da en tanto la restauración o conservación de edificios cuya función ha muerto, bajo las condiciones de este discurso, representa un gasto insostenible para muchos dueños; o en caso de que se tenga una función viva o se pretenda dar una nueva al edifico, aparentemente inflexibiliza las posibilidades de intervención física para el ajuste del objeto a las nuevas necesidades que su continuidad o que nuevos posibles usos exijan. Ante este escenario muchas veces se prefiere dejar arruinar por completo la edificación antes que intervenirla, o destruirla ante el riesgo de ser declarada de interés histórico-arquitectónico. Estas situaciones atentan directamente en contra de la conservación y uso potencial de dichos bienes.

Por demás, este abordaje coleccionista acrítico apunta a una fetichización; como explica, acusando la situación del Patrimonio Cultural en Costa Rica, Murillo (1994): el entendimiento descontextualizado y pormenorizado de los aspectos o rasgos de la cultura [como pueden ser considerados, en esta situación expuesta, los edificios de interés histórico-arquitectónico] deviene en un tratamiento ahistórico que resulta en la cosificación de la cultura, es decir, el atribuirle a los rasgos culturales un valor por sí mismos. Este abordaje acrítico basado en este discurso tácito que parecemos albergar en nuestro contexto, petrifica todo acto de conocimiento en declive hacia un saber hechizado, es decir, un fetiche, como objeto de culto y no objeto de cultura[19]. Su resultado deja productos inertes y aislados de su acción, bajo la forma de un conjunto de bienes materiales con el relato de sus prácticas, saberes o ideas (Murillo, 1994).

Esta fetichización atenta en contra de la conservación de dichos bienes porque la negación de la historia castra las



posibilidades de creación y de acción de las personas a partir de sus referentes culturales, mientras que la cosificación resulta ser la materia prima idónea para la construcción de mitos y estereotipos (Murillo, 1994).

Como explica Lineros (2008), la conservación basada en el criterio de la valoración mediatizada por un argumento de autoridad, además de inconveniente en nuestros días, sustrae a los propios bienes su valor social y contradicen su significación cultural, pues el patrimonio histórico es en definitiva un valor social. De otro modo estaríamos hablando de coleccionismo.

2.2. PROBLEMATIZACIÓN

Estos ámbitos anteriores nos muestran una edificación que, como objeto histórico dinámico, concretó una serie de valiosas significaciones para la comunidad que ahora están en riesgo de desaparecer y desaprovecharse como recurso cultural y material, dada la situación actual de ese objeto, que de alguna manera, aún las lleva a cabo y las encarna.

Muestran también una función viva de fuerte impacto socio-económico que potenciada, al mejorar las condiciones de habitabilidad, puede continuar siendo una fuente de desarrollo, e inclusive crecer; como ya varias veces lo demostró en momentos anteriores.

Todo lo expuesto dentro de un contexto de abordaje patrimonial que, si no se trata de manera crítica, puede atentar paradójicamente en contra de la conservación misma del "patrimonio que se busca rescatar".

Surge así la necesidad de problematizar **¿cómo proponer una revitalización arquitectónica del Mercado Municipal de Limón a partir de su ya legalmente declarado valor patrimonial, sin que la menoscabe el coleccionismo fetichizante?**



F6. Pasillo de acceso noroeste. Espacio conformado por locales que se ubicaron en zonas verdes y luego se consolidaron. Zona dedicada a la venta de lotería, actividad muy fuerte y característica de Limón.



F7. Acceso suroeste del Mercado a través de kioskos del Pollazo. Se aprecia el carácter de sitio de reunión, la afluencia de público y la situación edilicia.



3
JUSTIFICACIÓN

Limón, ciudad del Caribe costarricense, se encuentra en un momento caracterizado por la marginación y la escasez de oportunidades de desarrollo para mejorar la calidad de vida de sus habitantes, siendo el reflejo, su degenerada e insuficiente infraestructura[20]; como es el caso de su Mercado Municipal.

El gobierno en los últimos años ha comenzado a intentar mejorar esta situación, tratando de inyectar recursos a la zona y planteando proyectos para su desarrollo, como lo fue el Proyecto Limón Ciudad Puerto. Plan que, lleno de dificultades administrativas, fracasó y dejó a Limón con un restaurado edificio de correos, unas cuantas canchas deportivas ya deterioradas y la noción del difícil problema por solucionar que el país tiene en frente[21]. Sin embargo este sólo fue un plan que buscó detonar la necesaria revitalización económica, urbana y cultural de esta ciudad. No planteó la rehabilitación, revitalización o renovación de toda la infraestructura deteriorada y obsoleta de Limón, pero abrió un camino que plantea aspectos por resolver, como el de la revitalización de su Mercado Municipal.

Frente a los determinantes factores mencionados no hay ningún plan institucional o privado, que garantice la solución a las situaciones señaladas, ni al problema específicamente planteado. El único plan actual para el Mercado, deja al margen la necesaria revitalización arquitectónica del objeto arquitectónico en mención y el abordaje de su condición patrimonial declarada. "... *La*

arquitectura es un bien social, de interés para la salud pública, por lo que ninguna edificación debe prescindir de los requerimientos arquitectónicos en su construcción..." (Unión Internacional de Arquitectos, 2009).

El desarrollo de un proyecto como el aquí planteado, es importante principalmente porque la situación en la que se encuentra este Mercado conduce hacia su inminente cierre y esto representaría la pérdida de un patrimonio propiedad de una población necesitada que podría ser utilizado como recurso para su demandado desarrollo social, económico y cultural. La posibilidad de revitalizar arquitectónicamente este objeto representaría su rescate, es decir su recuperación para su aprovechamiento.

No está de más señalar que, a pesar de la situación edilicia actual, no se propone la renovación o traslado del Mercado a otro lugar, porque estas acciones atentan contra la conservación del patrimonio que representa. Por una parte barrerían por completo la huella y el recurso de los valores históricamente construidos, conllevando un desarraigo que los usuarios no están dispuestos a sobrellevar[22]. Y por otra, crearían un nuevo problema: un gran fósil sin función prevista en el corazón comercial de Limón Centro. Objeto inútil que no justificaría su adecuación como posible centro cultural o museo, como la moda lo receta; pues el Proyecto Limón Ciudad Puerto ya ha propuesto múltiples servicios de este tipo a escasas cuadras de distancia. Los costos de restauración de edificios sin uso no son una inversión, son un gasto por insostenibles.

La revitalización del Mercado a través de la mejora de sus condiciones físicas actuales es la manera de iniciar su recuperación, y el aumento de su competitividad comercial al eliminar las causas que ahora afectan negativamente la afluencia de clientes; promocionar con espacios de calidad superior a los circundantes; con privilegiada ubicación; y ofreciendo una variada oferta de productos frescos y propios de la zona, en un sitio cargado de valor afectivo para los vecinos. *"...La arquitectura, sin importar la forma del proyecto, valora las mejores condiciones para un edificio en su ubicación. Toma en consideración todos los aspectos que debe cumplir una construcción para ofrecerle un futuro sostenible..."* (Unión Internacional de Arquitectos, 2009).

La recuperación del Mercado para esta actividad consistente, realizada de manera crítica, significaría el aprovechamiento, o rescate sostenible, de una parte del patrimonio cultural de los centro-limonenses, y no a manera de colección de un objeto museístico, sino a través de la compresión antropológica del doble rol que juega el patrimonio cultural: *"…de ser, por una parte, un conjuntos de bienes, creencias y valores creados y apropiados por los colectivos sociales a partir de una experiencia común; y por otra, y de manera simultánea, de reconocerse como un arsenal de recursos de los que el grupo puede valerse para guiar su acción…"* (Murillo, 1994, p. 66). Como apunta Bonfil (1991, p. 2) el patrimonio cultural se trata del *"…acervo de elementos culturales, tangibles unos, intangibles los otros, que una sociedad determinada considera suyos y de los que echa mano para enfrentar sus problemas (de cualquier tipo, desde las grandes crisis hasta los aparentemente nimios de la vida cotidiana); para formular e intentar realizar sus aspiraciones y sus proyectos; para imaginar, gozar y expresarse…".*

La mejor garantía de conservación del objeto arquitectónico es la de la convivencia con sus vecinos, de modo que éstos encuentren en el patrimonio un elemento de identificación y un recurso útil, señala Lineros (2008). El referente a la vida social es lo que proporciona el contexto que aporta sentido a la práctica cultural. A su vez, los contenidos culturales apoyan la creación misma de esa vida social (Murillo, 1994).

El rescate de este patrimonio cultural resulta de importancia pues la identidad colectiva, en este caso de los centro-limonenses, entendida como *"…un proceso de identificaciones históricamente apropiadas que le confieren sentido a un grupo social y le dan estructura significativa para asumirse como unidad…"* (Aguado & María, 1991) sustentada en el reconocimiento del patrimonio cultural, abre las puertas para reafirmar la definición grupal a partir de la contrastación con otros y para verificar sus aspiraciones, así como para respaldar la participación activa del grupo en la constitución misma de la vida social (Murillo, 1994).

Se propone "revitalizar" entendido esto como acción y efecto de dar más fuerza y vitalidad a la función primigenia del Mercado aún existente y todavía necesaria. Se trata de un patrimonio vivo y en un contexto dinámico que le genera nuevas demandas y oportunidades de re-crearse y re-adaptarse. En este caso específico, y dadas sus condiciones, no aplican la rehabilitación, ni la conservación, ni la restauración ni la puesta en valor desde su perspectiva puramente "coleccionista", pues necesariamente apuntan a regresar a un estado antiguo o conservar el actual; estrategias para cierta petrificación que, quizá justificable en otros casos, no lo son en un objeto arquitectónico cuya condición material, presión de uso y valores patrimoniales no lo justifican claramente.

Chang (2010) y Murillo (1994) señalan que un valor social, en última instancia, es la aproximación del Patrimonio Histórico como diferencia fundamental con el propagado discurso tácito coleccionista en el ámbito nacional: *"…El patrimonio no es estático, sino que al ser resultado de un proceso histórico concreto, está sujeto a las vicisitudes de ese momento. No se trata de un cúmulo inerte de expresiones culturales, sino que éstas son dinámicas. Cada sociedad hereda un legado, que es re-creado y re-adaptado [: re-vitalizado] a las condiciones socio-ambientales particulares; que pasa a ser compartido por los miembros de un grupo, el cual, gracias a la memoria colectiva y a la consciencia histórica, le atribuye un sentido propio, lo valora y lo considera una pertenencia que lo distingue…"* (Chang Vargas, 2010, pp. 18-19)

El criterio del coleccionismo de objetos por el simple hecho de su antigüedad, se difunde a través de una retórica coleccionista en la cual *"…el patrimonio desarrolla la función de un refugio compensatorio donde resguardarse ante la pérdida de estabilidad de la sociedad local en un contexto de cambios considerados irreversibles y al que se aferran para compensar el deterioro de la comunidad simbólica"* (Hernández, 2008, p. 49)

En contraposición al coleccionismo, y desde la comprensión dinámica del patrimonio de Bonfil (1991), Chang (2010)y Murillo (1994), cabe la *"…instrumentalización del patrimonio para promover la afirmación de la comunidad simbólica en un proyecto de*

futuro que se opone a la inevitabilidad de las tendencias uniformadoras y negadoras de la identidad…"

(Hernández, 2008, p. 51) como una forma de recuperar el control del espacio y del tiempo sobre la base de los testimonios del pasado (Hernández, 2008). Una propuesta arquitectónica para la revitalización vinculada al rescate patrimonial como recurso, sería un esfuerzo para mostrar que este Mercado representa un recurso existente con posibilidades de mejorar su estado actual, y detonar el interés de las autoridades y los usuarios por darle respuesta.

En estas condiciones, además, un proyecto como el aquí propuesto se perfila como una oportunidad para explorar el abordaje crítico de declaratorias patrimoniales dónde los principales valores observados no sean arquitectónicos, sino más bien apunten hacia lo intangible. Abordaje que finalmente es necesario para atender la numerosa cantidad de edificaciones bajo declaratorias de interés histórico-arquitectónico con estas características, que se están dejando arruinar por la falta de soluciones y capacidad económica real para abordar su condición patrimonial.

F8. Pasillo del Anillo Maxwell en el interior del Mercado.


Pollo Rey
Soda
SODA TATIANA
Soda Tatiana
AMAYDANI

4
ALCANCES Y LIMITACIONES

El siguiente trabajo, como proyecto final de graduación para optar por el título de Licenciatura en Arquitectura, comprende la propuesta de un anteproyecto arquitectónico para el edificio del Mercado Municipal de Limón y la cuadra donde se emplaza actualmente dicho establecimiento, entre avenidas 2 y 3, calles 3 y 4 del Cantón central de esa provincia.

Los alcances del proyecto se enmarcan en la urgente necesidad de intervención arquitectónica de este inmueble patrimonial, que por su condición material y presión de uso, se encuentra en una encrucijada donde las respuestas viables según la legalidad vigente pueden ser nefastas en cuanto a la conservación o utilización de este instrumento para el desarrollo. Por tanto el proyecto se platea desde una perspectiva crítica que permita mostrar las posibilidades para el desarrollo humano que se podrían ofrecer si se manejaran los edificios declarados de interés histórico-arquitectónico como bienes sociales, culturales y vivos.

F9. Tramo de Dalinda Jiménez. Inquilina desde 1946.


Cristal
Tropical
leche MU!

5
ESTADO DE LA CUESTIÓN

Para conocer el estado actual del conocimiento relativo al proyecto planteado se realizó una búsqueda de diciembre del 2012, a mayo del 2013, en las bibliotecas y centros de documentación atinentes al tema.

Se consultaron las bases de datos de la Biblioteca del Centro Académico de San José y de la Biblioteca José Figueres Ferrer, ambas del Instituto Tecnológico de Costa Rica; de la Biblioteca Luis Demetrio Tinoco y de la Biblioteca Teodorico Quirós, pertenecientes a la Universidad de Costa Rica y a su Escuela de Arquitectura en el caso de la segunda; de la Biblioteca Véritas, de la Biblioteca Nacional Miguel Obregón Lizano, de la Biblioteca Pública de Limón Mayor Thomas B. Lynch, de la Biblioteca Pública de Atenas, de la Unidad Documental Luis Ferrero Acosta del Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio del Ministerio de Cultura, y el archivo de la Dirección de Ingeniería de la Municipalidad de Limón.

Los criterios de búsqueda utilizados para la consulta, con ayuda de referencistas u operadores booleanos, fueron “patrimonio”, “patrimonio arquitectura”, "Mercado", "Mercado de Limón" y "Limón", y se omitió el concepto "Municipal" para abrir la búsqueda a una mayor cantidad de resultados. Así se encontraron citas en libros, investigaciones, archivos, artículos en revistas y periódicos, y Trabajos Finales de Graduación.

Los criterios para seleccionar las fuentes bibliográficas dentro de los resultados obtenidos en la búsqueda, fueron:

1. Tratarse de investigaciones, disertaciones o intervenciones arquitectónicas, relativas a elementos o edificios considerados patrimoniales;
2. Exponer intervenciones arquitectónicas críticas de Mercados existentes y,
3. Tener relación directa con el edificio del Mercado Municipal de Limón.

PRIMER CRITERIO

Con respecto al primer criterio, se encontró bibliografía importante respecto a las corrientes de abordaje de la condición patrimonial en edificios, críticas a éstas y material respecto a la perspectiva antropológica del patrimonio cultural. Dentro de lo encontrado a nivel internacional, destacan por su atinencia las siguientes investigaciones y disertaciones.

La **“Evolución de los criterios de intervención en el patrimonio”**, de Freddy Guidi (1988), resulta un recorrido descriptivo general que muestra como ha ido evolucionando el concepto de patrimonio y lo que este ha englobado a través de la historia hasta el momento en que fue publicado, como base conceptual para el abordaje de una investigación patrimonial en el Norte de Córdoba Argentina . En ese momento concluye que los valores patrimoniales en arquitectura abarcan desde los sistemas de poblados históricos, el paisaje natural, los monumentos y las expresiones de la cultura popular hasta la misma interacción de las personas con estos, como una estructura vital, que los usa y les da sentido.

La investigación **“ Del Concepto de "Monumento Histórico" al de "Patrimonio Cultural" ”** de María Luisa Lourés (2001),en esta misma dirección, con una mirada más contemporánea y crítica, y centrándose en el ámbito europeo, sitio con amplio historial conservacionista, analiza los valores y significados cambiantes que el patrimonio ha ido adquiriendo en diferentes etápas históricas y su relación con la sociedad que lo sustenta. Concluye que el orientar la salvaguarda a los aspectos meramente físico-patrimoniales puede generar hondas repercusiones sobre el mismo patrimonio al generar un desplazamiento desde lo cultural hacia lo económico, es decir, tiende a darse un proceso donde los pobladores originales y las formas de vida tradicionales se ven desplazados por personas nuevas con capacidad de adquisisción más alta, dadas las presiones económicas que estos proyectos generan. Se ve en ese momento cómo los proyectos públicos de rescate patrimonial consisten en ofrecer buenos productos a quienes puedan comprarlos.

En las investigaciones de Guidi (1988) y Lourés (2001), se comparte el hecho de la evolución que ha ido teniendo el concepto de patrimonio en la arquitectura y los distintos obstáculos que esta acepción ha tenido que sobrellevar, sin embargo Lourés (2001) pone sobre la mesa un problema que a la fecha se discute por actual y de profundas implicaciones en la vida de las personas: el tratamiento cosificado de los bienes patrimoniales genera una expropiación de estos a la colectividad para un “uso y disfrute público” que en realidad queda comprometido.

El libro **“Pensar nuestra cultura”** (1991), del antropólogo y etnólogo mexicano Guillermo Bonfil, con un carácter de disertación desde su experiencia expone los problemas del rescate, la conservación, el estudio, la difusión y el enriquecimiento del patrimonio cultural en México. Su principal aporte para el tema que atañe aquí, corresponde a como una nueva concepción de “cultura” desde la antropología ayuda a entender de una manera más amplia el patrimonio cultural, para qué sirve y cómo adquiere su carácter patrimonial cualquier elemento cultural. Señala que desde esta disciplina todos los pueblos o individuos tienen cultura, la cual consiste el conjunto de símbolos, valores, actitudes, habilidades, conocimientos, significados, formas de comunicación, y de organización sociales, y bienes materiales que hacen posible la vida de una sociedad determinada y le permiten transformarse y reproducirse como tal, de una generación a las siguientes.

Por su parte, **“El patrimonio modesto. Reconocimiento y reutilización”** de Marina Waisman (1992), en un contexto latinoamericano, explora algunos criterios referidos a tratar de responder: ¿por qué y cómo intervenir edificios que ya han cumplido ya su ciclo de vida útil?, ¿cuándo conviene reutilizarlos? y, una vez tomada la decisión de hacerlo, ¿qué es lo que ha de respetarse y qué lo podrá alterarse o sustituirse? Y principalmente: ¿qué hacer en caso de que las construcciones que se quieran intervenir no tengan una evidente condición monumental? Desarrolla y concluye que las respuestas a estas preguntas deben de buscarse mediante el análisis de los valores de la obra en cuestión, y que estos valores dependerán del concepto de patrimonio se haya asumido.

Acercándose a la actualidad el libro coordinado por José Fernández de Rota y Monter (2008), **"Ciudad e historia: la temporalidad de un espacio construído y vivido"**, presenta un conjunto de estudios de antropólogos, sociólogos y arquitectos que permiten situarnos en una nueva manera de ver la ciudad y el patrimonio, siendo este su principal aporte. *"Frente a una concepción cosística, tendemos hoy a contemplar la ciudad como practice e interacción social, como arquitectura moral y simbólica y como lugar de la memoria y de la historia colectiva. Esta nueva manera de entender la ciudad se relaciona también con una nueva forma dinámica, socializante y abierta de entender el patrimonio."* (Fernández Rota y Monter, 2008, p. 9)

Finalmente se encontraron varias ponencias. Destaca la del vicepresidente de la sede chilena del Centro Internacional para la Conservación del Patrimonio (CICOP),el arquitecto Francisco Herrera (2010), titulada: **"Patrimonio Urbano-arquitectónico ¿Factor de Producción o producto? Reflexiones para la generación de modelos en el marco de las nuevas perspectivas y dimensiones del patrimonio"**. Esta presenta nuevos paradigmas del patrimonio arquitectónico en Latinoamérica y una aproximación a la situación actual chilena. Propone el abordaje de una serie de temas que considera importantes en la búsqueda de la construcción de nuevos modelos o directrices en el campo patrimonial arquitectónico que se adapten mejor a las diversas realidades y necesidades contemporáneas de las comunidades; y cierra con propuestas tentativas para las nuevas perspectivas de desarrollo que abren estos asuntos.

Su aporte lo constituye por un lado el señalamiento de los nuevos alcances que abarca "lo patrimonial", siendo una especie de recapitulación de los aspectos históricos del desarrollo del concepto de patrimonio mencionados por los autores Guidi (1988), Lourés (2001) y Waisman (1992); y por otro lado, y principalmente, el señalamiento del patrimonio como un recurso o un capital existente para la búsqueda del desarrollo de una manera sustentable.

La ponencia: **"Reconstrucción: Qué, cómo, cuándo, dónde y por qué"** de Lucía Gómez Robles (2010), presenta un marco de acción para la reconstrucción de edificios o ruinas, al tratar de responder las preguntas que plantea en el título.

Acompañada de ejemplos, señala que en el fondo lo importante es la vigencia y utilidad socioeconómica del patrimonio material e inmaterial por encima de la aplicación de principios "sacrosantos" como "*…la mínima intervención, la conservación de la pátina, la reversibilidad o la distinción de adiciones..."* Robles (2010, p. 4) .La decisión de reconstruir, ante la pérdida material y emocional que supone la destrucción de un bien, es legítima y en ocasiones necesaria para devolver a la población su identidad; aunque la pérdida puede representar una opción para reinventarse , es también un derecho de los pueblos el insistir en recuperar sus objetos como eran antes.

"Patrimonio Contemporáneo: Revitalización, Actualización, Renovación" de Plácido González Martínez (2010), desde lo observado en casos de modificación de edificios patrimoniales modernos, expone la necesidad de explorar nuevas formas de intervenir los edificios

patrimoniales que se aparten del dogmatismo en búsqueda del desarrollo y disfrute de nuestra identidad contemporánea.

Otra ponencia **"Los Valores en el Patrimonio Arquitectónico"** del la Arq. Ma. Dolores Gómez (2010), presenta un planteamiento de intervención para el rescate de edificios religiosos en una zona de Argentina basado en sus significados particulares. Su aporte radica en que propone la conservación de los testimonios tangibles en arquitectura a partir de reconocer los valores que se pretender mantener y establecer. Estos en última instancia son los que delimitan los alcances de la intervención, recordando que el objeto no se conserva como valor en sí mismo, sino como valor para "el hombre".

Continuando con el primer criterio, en el ámbito nacional se encontraron textos del mismo tipo, pero enfocados en su mayoría al acontecer costarricense.

Complementando estudios anteriores como su título lo indica, se encuentra **"La Conservación y restauración de Edificios Históricos. Antecedentes, Conceptos y Principios"** del arquitecto José Enrique Garnier (1998) . Este artículo consiste en un recuento muy general del desarrollo histórico del concepto de restauración de edificios considerados patrimoniales hasta la fecha de publicación. Como referencia nacional, legitima en nuestro contexto los postulados internacionales que recuentan otros autores ya mencionados como: Herrera (2010), Guidi (1988), Lourés (2001) y Waisman (1992).

El artículo **"Patrimonio Cultural: Bienes Materiales e intangibles que nos identifican",** de la antropóloga Guiselle Chang (2010), expone un marco conceptual del patrimonio cultural entendido desde la antropología, su importancia, sus manifestaciones y su gestión para conservarlo. De importancia para el caso, señala que el patrimonio cultural se compone de objetos culturales tangibles o intangibles, dinámicos y polisémicos, que por los valores que representan para una sociedad específica, son considerados como una herencia; compartiendo así la visión antropológica de Bonfill (1991).

"Dimes y Diretes sobre el Patrimonio Cultural" de Carmen Murillo (1994), otro artículo de ciencias sociales, presenta las dos opciones que se vislumbran en Costa Rica para entender y valorar el patrimonio cultural: el patrimonio cultural como base para la fetichización y como base para la identidad. Su principal aporte constituye el señalamiento del patrimonio como base para la identidad y como herramienta eficaz para potenciar la cohesión y la acción grupal; y la denuncia de las repercusiones en la sociedad a las que puede conllevar la fetichización de aspectos culturales aislados de su contexto. Este artículo también se basa en la vivisión antropológica de la cultura que tratan Bonfill (1991) y Chang (2010).

Y finalmente **"La conservación del patrimonio histórico-arquitectónico: ¿Un sueño Im-posible?"** es la perspectiva de Ana Cecilia Quirós y Maria Eugenia Bozzoli (2011), ambas antropólogas costarricenses y participantes de la Comisión de Patrimonio del Ministerio de Cultura, acerca del cumplimiento de los objetivos de la Ley Nº 7555 de Patrimonio Histórico-Arquitectónico. Concluyen que los

procesos para las declaratorias son tanto facilitadores como obstaculizadores en los intentos de conservación, particularmente en el campo del patrimonio histórico-arquitectónico.

La bibliografía anteriormente mencionada permite conformar un panorama acerca de lo que históricamente se ha considerado patrimonio, las nuevas pespectivas de su interpretación y propiedades, además de los nuevos retos que al respecto se presentan. No existe un criterio específico que permita llegar a una respuesta para el problema del Mercado Municipal de Limón, sin embargo, toda esta información permite la construcción de un Marco Conceptual para el abordaje de la condición patrimonial de este recinto ante su necesaria revitalización arquitectónica.

Aún bajo el filtro del primer criterio se hicieron muchos hallazgos en cuanto a proyectos realizados, o planteados, o proyectos de graduación.

A nivel internacional algunos representativos de lo encontrado fueron: **la restauración del Edificio Nacional de Barranquilla, de Roberto Angulo** (2007)**; Sala Bndes cinemateca brasileira, de Nelson Dupré** (2007)**; y la Intervención integral Iglesia de la Compañía, de Fernando Martínez** (2007)**.**

La restauración del Edificio Nacional de Barranquilla comprendió la recuperación principalmente de las fachadas y volúmenes originales de un edificio de 1952 con influencia modernista, concebido originalmente como centro cívico; junto a la optimización de sus espacios internos para adecuarlo a las nuevas necesidades y tecnología de punta precisos para su nueva función de oficinas del Ministerio de Justicia.

En esta intervención el patrimonio lo constituye el edificio como objeto, no se duda de su carácter patrimonial y el nuevo uso no exigió un cambio sustancial del programa arquitectónico original.

El proyecto de Nelson Dupré consistió en la conversión de las antiguas instalaciones del Matadero Municipal de Sao Paulo, construidas en 1884, en sede de la Cinemateca Brasileira, además de a la implantación de un espacio de eventos y la sala BNDES en el conjunto existente.

En este caso el arquitecto prefirió asimilar y evidenciar las alteraciones realizadas a lo largo del tiempo antes que restaurar lo que podían ser elementos originales de la edificación, sin embargo la nueva función requirió de la adaptación de los recintos y el conjunto. Nuevamente no se duda del carácter del patrimonio que constituye el edificio y no parece involucrar, al menos no se cita, un patrimonio socialmente vivo, más allá del histórico.

La Intervención integral de Iglesia de la Compañía corresponde a obras de conservación de esta particular obra que se comenzó a construir en 1567 y que se caracteriza por la gran riqueza de su ornamentación. Este edificio, con su función original aún vigente, representa claramente un gran valor histórico, arquitectónico y económico, de ahí que no se dude de buscar su conservación material en las mejores condiciones posibles.

Estos proyectos de intervenciones a edificios patrimoniales para procurar su conservación, representan una muestra de varios tantos encontrados. En general se

observa la conservación a través de la adecuación a nuevos usos, como en el caso de la Sala Bndes, uno que otro caso donde se busca reacondicionar el edificio para seguir albergando funciones parecidas pero en un nuevo contexto como el Edificio Nacional de Barranquilla, y varios ejemplos de monumentos que buscan ser preservados lo mejor posible por su clara importancia material. Sin embargo, en los hallazgos no se evidencia la puesta en duda de la condición patrimonial de las edificaciones ni la naturaleza de los valores que representa, tampoco de si aún los significan.

A nivel nacional se encontraron varios proyectos, entre ellos: **Rescate de la Penitenciaría Central, de Luis Fernando Solano** (1990)**; Centro de Cultura de Heredia: Puesta en valor de la Antigua Cárcel, de Johanna Hernández** (2007)**; y Propuesta de reciclaje de las estructuras que conforman el antiguo Beneficio Miramontes declarado patrimonio histórico-arquitectónico a un nuevo uso, de Viviana Yock** (2008)**.**

La propuesta de Solano (1990) plantea cambiar el uso de la Antigua Penitenciaría para la ubicación de un centro de oficinas relativas a los derechos humanos, restaurando lo pertinente para la puesta en valor y adaptando el edificio al nuevo programa. Se propone un nuevo uso a un edificio prácticamente en abandono y con un valores principalmente tangibles. No se cuestionan los valores que justifican su consideración como patrimonio.

Parecido sucede con la propuesta para la Antigua cárcel de Heredia, que propone restaurar y adecuar dicho edificio en estado de deterioro para convertirlo en un centro cultural; y con la propuesta de Yock (2008) que buscar adaptar los vestigios de un antiguo Beneficio para convertirlo en un centro de docencia u extensión cultural.

Al igual que en el caso internacional, estos proyectos representan una muestra de todo lo encontrado, sin embargo en este caso la mayoría de proyectos se orientan a la propuesta de actividades en los edificios distintas a sus programas originales, como en los tres casos expuestos. Se suma el hecho de que no se duda sobre los aspectos que les otorgan la condición de patrimonio. Por otra parte acusan en cierta medida la tendencia en nuestro país a convertir en recintos de extensión “cultural” los edificios que han perdido su función original; con propuestas de dudosa sostenibilidad.

A pesar de la gran cantidad de resultados como estos casos que se citan, los ejemplos no representan intervenciones críticas de la condición patrimonial. Proponen de entrada la conservación de los edificios sin poner en duda las razones que justifican su condición patrimonial y que son las que orientan el abordaje de su condición. Además, en la mayoría, se proponen funciones nuevas para edificios en desuso o subutilizados, como condición contraria al Mercado que aquí nos ocupa.

SEGUNDO CRITERIO

Bajo el filtro del segundo criterio, la intervención arquitectónica de Mercados existentes, se encontraron distintos Proyectos Finales de Graduación y proyectos ya realizados.

Internacionalmente se destaca **El Mercado de la Barceloneta, de Josep Miàs Arquitectes** (2009) y

Rehabilitación del Mercado de Santa Caterina, de Enric Miralles y Benedetta Tagliabue (2006). Ambos mercado situados en España, representan formas de intervención de edificios de Mercado considerados patrimoniales.

El Mercado de la Barceloneta fundado en 1884, por su grave estado de conservación requirió una fuerte intervención que conservó su estructura original de acero pero renovó y revitalizó por completo sus fachadas de una manera contemporánea y nada tímida. El de Santa Caterina por su parte, un mercado establecido desde 1848, tomó una nueva cara al ser rehabilitado y que proponer la mezcla de arquitectura contemporánea con los restos del Mercado original, como sus puertas principales.

Estos ejemplos de intervención resultan interesantes como propuestas de diseño pues entran de lleno a rescatar los vestigios decentemente rescatables, no se tomaron como un dogma inhabilitante su condición patrimonial, aunque no se encontró información acerca los criterios que fundamentaron y justificaron la no conservación o conservación de sus elementos.

A nivel nacional se encontraron proyectos como: **Propuesta de Rehabilitación del Mercado Central, Diagnóstico y recomendaciones, de Liza Castillo** (2012)**; y Escenario de la Memoria: Propuesta de Conservación para el Bazar San Luis, de Luismanuel Espinoza** (2001); entre otros parecidos.

El primero realiza un vasto diagnóstico que señala los principales problemas arquitectónicos de dicho mercado; mientras que el segundo tras un diagnóstico plantea una propuesta para la conservación con el mismo uso de un pequeño mercadito en Cartago, tomando en cuenta aspectos de la vivencia que generaba y genera dicho espacio, pero sin profundizar en la identificación de los valores tangibles e intangibles que podría representar el edificio.

En general los proyectos encontrados no apuntan directamente a una solución al problema que aquí nos ocupa, pues el estado material y la presión de uso no llevan a cuestionar el carácter patrimonial del Mercado que buscan intervenir o intervienen.

Sin embargo los proyectos de Espinoza (2001) y Castillo (2012) pueden aportar elementos a la metodología para la indagación del estado material del edificio en cuestión.

TERCER CRITERIO

De manera directamente relacionada con el edificio del Mercado, es decir, bajo el filtro del tercer criterio se encontraron principalmente 2 proyectos de graduación: **Revitalización del Mercado Municipal de Limón, de Silvia Vargas** (2005) **y Paisaje Urbano e Identidad: Una alternativa para Limón Centro, de Rafael López** (1984).

El primero interesa desde su referencia a datos históricos y documentos relevantes: un acervo fotográfico del Mercado e inclusive algunos planos arquitectónicos históricos; pero no como una respuesta suficiente para el actual problema de este Mercado pues presenta un anteproyecto arquitectónico producto de una investigación con una metodología severamente viciada, y una propuesta arquitectónica que no dimensiona cuantitativa ni cualitativamente las condiciones

materiales del edificio, los aspectos patrimoniales que puedan orientar y fundamentar su conservación, ni la presión de uso a la que está sometido.

El segundo proyecto interesa por su referencia a las características de las construcciones limonenses y las características del edificio del Mercado de Limón con respecto a su entorno urbano inmediato, lo que puede ayudar a entender este edificio.

Además se encontró distinta documentación, como cartas, declaratorias, fotografías, canciones, planos de anteproyectos arquitectónicos, así como descripciones históricas, múltiples noticias sobre el estado material del Mercado y dos libros con algunos pocos datos históricos relativos al Mercado: **Historia de la Arquitectura en Costa Rica, de Ofelia Sanou y Florencia Quesada** (1998), que presenta de manera general algunas de las características e historia de los edificios más sobresalientes de la historia de la arquitectura en Costa Rica, incluido el Mercado Municipal de Limón; y **Luchas y Esperanzas 100 años de historia doble e Inconclusa del Cantón de Limón, de la Municipalidad de Limón Centro** (1992), que presenta una recopilación y análisis de datos históricos del cantón de Limón como fotografías antiguas.

Estas fuentes primarias de información por si mismas no aportan una solución al problema planteado, sin embargo resultan un conjunto de datos importante para la construcción del panorama histórico del Mercado y para el diagnóstico de su situación actual.

En síntesis, no existe todavía una respuesta al problema de este mercado. Mucha información relativa es tangencial, pero falta procesarla y correlacionarla para utilizarla como insumo para la solución que se busca en este Proyecto.

Sin bien el tema patrimonial en arquitectura ha sido asunto de discusiones durante muchos años, la constante evolución del concepto de patrimonio, las diferentes condiciones de cada edificio en sí, más su carácter de objeto vivo y dinámico, hacen necesaria la constante búsqueda de nuevas respuestas para cada caso individual de intervención arquitectónica; resultando incoherentes o inaplicables las soluciones genéricas hasta el momento, si se busca calidad arquitectónica.

6
MARCO CONCEPTUAL

6.1. PATRIMONIO CULTURAL

El concepto actual de Patrimonio Cultural no ha existido desde siempre, no se instauró a partir de un hecho específico; sino que es un concepto que, como todo hacer humano, se ha ido construyendo y modificando a través de la historia (Lourés, 2001), en paralelo y como consecuencia de la evolución de la visión del mundo de una sociedad.

La convención mundial del concepto actual de Patrimonio Cultural se puede empezar a rastrear en documentos como la *Carta de Atenas para la Restauración de Monumentos Históricos* de 1931[23].

En esta declaración se reconoció internacionalmente la existencia de un *"...patrimonio artístico y arqueológico..."* *compuesto por "...monumentos de arte y de historia..."* en calidad *de "...obras maestras en las cuales la civilización ha encontrado su más alta expresión..."*, señalando la importancia de salvaguardar este patrimonio para las futuras generaciones por ser testimonios artísticos e históricos de la huella de la humanidad y por encontrarse en peligro de destrucción por las acciones del hombre y de la naturaleza.

Fue hasta 1945, con la creación de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNCESCO), que existió un marco formal para regular ese patrimonio reconocido y las medidas para su protección, con carácter de convención mundial.

Las categorías de objetos considerados patrimonio y la justificación de la intención de resguardo y conservación no se vieron modificados radicalmente por muchos años; pues como se evidencia en la *Carta internacional para la Conservación y Restauración de Monumentos y sitios "Carta de Venecia"* de 1964 [24].

Este nuevo acuerdo, entre otros aspectos, señaló nuevamente un patrimonio común a todos los humanos compuesto por los monumentos históricos, entendidos como obras arquitectónicas testigos vivientes de las tradiciones de diferentes generaciones; reconociendo *"...la responsabilidad común de salvaguardar estos sitios para generaciones venideras... -y la voluntad de- ....heredarles la riqueza de su autenticidad..."* . En esta ocasión se reconoció por primera vez, como parte del concepto de monumento histórico, su sitio, es decir, su contexto y los ambientes rurales o urbanos en los que se encontrara evidencia de una civilización particular, un desarrollo social importante o un evento histórico.

En 1972, en la 17º reunión de la Conferencia General de esta organización, se dio la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural en la que se definió oficialmente el Patrimonio Cultural como:

> *"...- los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde*

el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia,

- los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia,

- los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico..." [25]

Varios acuerdos internacionales aparecieron posteriormente como marcos de acción más específica para la salvaguarda de lo que se consideraba como patrimonio mundial hasta ese momento.

Uno de estos documentos fue *el Informe Final de la Reunión sobre Conservación y Utilización de Monumentos y Lugares de Valor Histórico y Artístico en 1974*, conocido como *Normas de Quito*[26] .Este continuó por la vía de la Carta de Venecia al aceptar como parte de los monumentos al contexto urbano o natural que los enmarca y a los bienes tangibles que tengan relación con dicho monumento. Su aporte más importante consistió en fijar un marco de acción para la conservación de monumentos y lugares de valor histórico y artístico más coherente con la situación socio-económica latinoamericana, al aceptar que los bienes del patrimonio cultural representan un valor económico, susceptibles de erigirse como instrumentos para el desarrollo económico y social de los países; proponiendo la "puesta en valor" de dichos bienes, entendida como el habitar dichos bienes históricos o artísticos en las condiciones objetivas y ambientales que, sin desvirtuar su naturaleza, resalten sus características y permitan su óptimo aprovechamiento.

Otro de estos documentos fue la *Carta para la Conservación de Lugares de Valor Cultural* de 1981 conocida como *" Carta de Burra"*[27]; que nació como una importante herramienta formal del Comité Nacional Australiano del ICOMOS (Comité Internacional de Monumentos y Sitios) para la práctica de la conservación, la identificación del valor cultural de los lugares entendido como *"…el valor estético, histórico, científico o social para las pasadas, presentes y futuras generaciones…"* y para el desarrollo de políticas para la conservación de estos lugares.

Con estos antecedentes en el año 2003, se materializó un verdadero cambio en la concepción de lo que englobaba el término patrimonio cultural con alcance mundial.

En ese año la UNESCO realizó la *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*[21], que ratificó la complementación de la definición anterior de patrimonio cultural, adoptando la dimensión del patrimonio inmaterial, definiéndolo como:

" los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno,

su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana...

Se manifiesta en particular en los ámbitos de: tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial; artes del espectáculo; usos sociales, rituales y actos festivos; conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; y técnicas artesanales tradicionales…" [28]

En el contexto nacional la legislación actual, mediante la Ley Nº 5980 del 24 de diciembre de 1976, se acoge a la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural de la UNESCO antes mencionada, generando en el camino varias otras leyes para la protección de distintos elementos culturales como: La Ley Nº 7555, del 29 de octubre de 1995
Ley de Patrimonio Histórico Arquitectónico de Costa Rica, y su Reglamento por Decreto Nº 33596-C del 8 de marzo del 2007; La Ley Nº 7, del 6 de octubre de 1938 Control de la explotación y comercio de reliquias arqueológicas, y su Reglamento por Decreto Nº 14; La Ley Nº 6703, del 12 de enero de 1982 Defensa y Conservación del Patrimonio Nacional Arqueológico, etc.

En Costa Rica, sin tomar en cuenta que la ausencia de vías legales para acoger la definición de patrimonio intangible, el panorama resulta tan desarticulado que el Gobierno se encuentra actualmente reformulando su Política Nacional de Cultura y planteando una Ley General de Cultura para adoptar "tal cual" las definiciones de patrimonio cultural de la UNESCO, antes citadas, en procura de su salvaguarda (Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica, 2013).

Como se puede observar, más allá de estas definiciones en el marco de la UNESCO, máximo ente rector mundial en materia de patrimonio cultural, o la legislación nacional asumida como convención del pueblo costarricense, no existe una definición que logre abarcar los distintos elementos que se han ido integrando al concepto con el paso de los años y la experiencia humana acumulada. Sin embargo, de estos documentos citados anteriormente, se puede interpretar de una forma más general e integradora, el concepto de patrimonio cultural como: **el conjunto de elementos culturales, materiales e inmateriales, que por los valores que representan para la sociedad, constituyen bienes dignos de salvaguardar y conservar a través del tiempo para las presentes y futuras generaciones**; como mejor lo definen y explican los antropólogos Bonfil y Chang, y el arqueólogo Lineros:

"…Cuando hablamos de patrimonio cultural de un pueblo, nos estamos refiriendo precisamente a ese acervo de elementos culturales, tangibles unos, intangibles otros, que una sociedad determinada considera suyos y de los que echa mano para enfrentar sus problemas (de cualquier tipo, desde las grandes crisis hasta los aparentemente nimios de la vida cotidiana); para formular e intentar realizar sus aspiraciones y sus proyectos; para imaginar, gozar y expresarse…" (Bonfil, 1991, p. 2)

"…El valor patrimonial de cualquier elemento cultural, tangible e intangible se establece por su relevancia en términos de la escala de valores de la cultura a la que pertenece; en ese marco se filtran y jerarquizan los bienes del patrimonio

heredado y se les otorga o no la calidad de bienes preservables en función de la importancia que se les asigna en la memoria colectiva y continuidad de la cultura presente…" (Bonfil, 1991, p. 3)

"…El Patrimonio […] es en definitiva un valor social. De otro modo estaríamos hablando de coleccionismo…" (Lineros, 2008, p. 29)

Teniendo en cuenta que:

"…Los productos culturales […] son polisémicos, ya que un mismo bien cultural puede tener diferentes significados : religioso, político, económico, estético, histórico, sentimental, documental, entre otros, a los que atribuimos un valor –ya sea simbólico, de cambio (económico), de consumo (uso) – por lo que consideramos qué es o lo que representa y, con base en éste, le asignamos un rol, un escenario y una situación, para que pueda ser comprendido (apreciado) por una minoría o por la mayoría de una sociedad " (Chang Vargas, 2010, p. 22)

Esta particular visión antropológica del Patrimonio Cultural deviene del entendimiento de la cultura *como "…el conjunto de símbolos, valores, actitudes, habilidades, conocimientos, significados, formas de comunicación y de organización sociales, y bienes materiales que hacen posible la vida de una sociedad determinada y le permiten transformarse y reproducirse como tal, de una generación a la siguiente…"* (Bonfil, 1991, p. 2). Así *"…el patrimonio cultural no estaría restringido a los rastros materiales del pasado […], sino que abarcaría también costumbres, conocimientos, sistemas de significados, habilidades y formas de expresión simbólica que corresponden a esferas diferentes de la cultura…"* (Bonfil, 1991, pp. 2-3)

Según esta perspectiva, todos los pueblos, todas las sociedades y todos los grupos humanos tienen cultura y esta es dinámica, se transforma constantemente: cambian los hábitos, las ideas, las maneras de hacer las cosas y las cosas mismas, para ajustarse a las transformaciones que ocurren en la realidad y para transformar la realidad misma. Como se citaba anteriormente:

"…El patrimonio no es estático, sino que al ser resultado de un proceso histórico concreto, está sujeto a las vicisitudes de ese momento. No se trata de un cúmulo inerte de expresiones culturales, sino que éstas son dinámicas. Cada sociedad hereda un legado, que es re-creado y re-adaptado [: re-vitalizado] a las condiciones socio-ambientales particulares; que pasa a ser compartido por los miembros de un grupo, el cual, gracias a la memoria colectiva y a la consciencia histórica, le atribuye un sentido propio, lo valora y lo considera una pertenencia que lo distingue…" (Chang Vargas, 2010, pp. 18-19)

El Patrimonio Cultural juega un doble rol:

"…de ser, por una parte, un conjunts de bienes, creencias y valores creados y apropiados por los colectivos sociales a partir de una experiencia común; y por otra, y de manera simultánea, de reconocerse como un arsenal de recursos de los que el grupo puede valerse para guiar su acción…" (Murillo, 1994, p. 66).

6.2. PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO

Como se observa en las definiciones antes mencionadas de la UNESCO, se puede leer el **patrimonio arquitectónico** como monumentos arquitectónicos, conjuntos arquitectónicos o lugares arqueológicos con un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia[18], y / o como espacios inherentes a bienes culturales patrimoniales intangibles[21].

La legislación nacional actual referente al patrimonio así entendido, realizada en una primera acogida a la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural de 1972, mediante el Reglamento a la Ley N° 7555 sobre el Patrimonio Histórico Arquitectónico de Costa Rica, define **patrimonio Histórico-Arquitectónico como: "…La totalidad de edificaciones, monumentos, sitios, conjuntos y centros históricos así declarados conforme a la Ley y el presente Reglamento…"**[29] considerando que, para determinar el valor histórico arquitectónico de un inmueble que conduzca a su declaratoria, se deben tomar en cuenta los siguientes criterios:

1. *Antigüedad: Inmueble construido en tiempo pasados en el que se pueden identificar su sistema constructivo, su lenguaje espacial, los materiales empleados y su estilo o lenguaje.*
2. *Autenticidad: Cuando existe un alto grado de correspondencia entre la obra en su estado actual, su tejido histórico y su valor cultural.*
3. *Representatividad: Cuando un inmueble refleja o corresponde con las características o valores de un periodo, movimiento o estilo arquitectónico.*
4. *Valor arquitectónico: Cuando un inmueble manifiesta claramente el carácter y la correspondencia entre forma y función con los que fue concebido, y teniendo en cuenta que el repertorio formal, espacial, material y técnico constructivo no haya sido alterado hasta el punto de desvirtuar su significado y lectura original.*
5. *Valor artístico: Es la calidad y características de ejecución con las que se ha edificado una obra de construcción. Se consideran aspectos de forma, espacio, escala, proporción, textura, color, integración al paisaje, vinculados al inmueble y su utilización.*
6. *Valor científico: Inmueble que constituye una fuente de información de importancia técnica, material, histórica o cultural.*
7. *Valor contextual: Valor que adquiere un inmueble en cuanto componente de un conjunto con características particulares.*
8. *Valor cultural: Conjunto de cualidades estéticas, históricas, científicas o sociales atribuidas a un bien inmueble y por las cuales es merecedor de conservársele.*
9. *Valor documental o testimonial: Características de una edificación de mostrar, probar o evidenciar realidades sociales, culturales, económicas, tecnológicas, artísticas de monumentos históricos pasados.*
10. *Valor excepcional: Se refiere a los valores y características históricas, arquitectónicas, artísticas y/o científicas, que otorgan un*

carácter de unicidad y califican como exponentes excepcionales a los inmuebles, sitios o conjuntos de edificaciones que los contienen.

11. *Valor histórico: Valor que adquiere un inmueble o conjunto constructivo por haber sido escenario o parte de acontecimientos o procesos históricos relevantes para la comunidad.*

12. *Valor significativo: Se refiere a las características particulares que desde el punto de vista estético, etnológico, antropológico, científico, artístico, ambiental, arquitectónico o histórico puede tener un inmueble o sitio.*

13. *Valor simbólico: Es la cualidad de un inmueble de representar conceptos, creencias y valores socialmente aceptados en una comunidad.*

14. *Valor urbanístico: Valor o contenido en el marco físico o trama urbana y sus componentes (amueblado urbano, arborización, calles, aceras, edificaciones entre otras)…" 18*

Sin considerar por el momento el que este Reglamento -así como se plantea- deja abierta la posibilidad de declarar de interés histórico-arquitectónico casi cualquier edificación, es evidente que la legislación nacional y la UNESCO simplemente delimitan la situación patrimonial a ciertos objetos culturales. De manera general, de lo anterior se puede concluir como definición de **patrimonio arquitectónico: los edificios y conjuntos de edificaciones, que por los valores que representan para la sociedad, constituyen bienes dignos de salvaguardar y conservar a través del tiempo para las presentes y futuras generaciones**; lo que, a grandes rasgos, representa una parte de la perspectiva antropológica de la cultura y el patrimonio de Bonfil (1991), Chang (2010), Lineros (2008) y Murillo (1994).

Sin embargo hay que señalar que a pesar de que los términos utilizados en estas definiciones apelen a la arquitectura, las verdaderas razones o valores por los cuales un edificio puede ser declarado patrimonio -al menos en nuestro país- no obedecen necesariamente a su cualidad arquitectónica, pues en última instancia, según la visión de la Unión Internacional de Arquitectos (2009), **arquitectura es la característica que las edificaciones deben contemplar para satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus dimensiones, para su desarrollo y dignificación.**

Se habla de "necesidades humanas" en todas sus dimensiones, pues se comprende que las necesidades fisiológicas, el calor, el miedo a la violencia, el trastorno que ocasiona el ruido descontrolado, etc, corresponden de igual forma a hechos presentes en la conciencia humana. *"…De nada sirve distinguirlos atribuyendo unos al cuerpo y otros al espíritu. Hambre, frío y miedo están en iguales condiciones que la necesidad de paz, intimidad, espacio, armonía, orden y color…"* (Arheim, 2001, pp. 8-9) Dignidad, sentido del orgullo, compatibilidad y sensación de comodidad son necesidades primarias para el bienestar de los seres humanos, son requerimientos mentales que no se satisfacen sólo con un buen sistema electromecánico y aislamiento, sino con luz, colores adecuados, orden visual, relaciones desproporción, etc. (Arheim, 2001)

Así, los objetos arquitectónicos como objetos producidos por el hombre para la espacialización de sus necesidades[15] caben también como elementos culturales y ocasionalmente como patrimonio, aunque no se trate de su calidad arquitectónica como un valor declarado específicamente; *"…la arquitectura es un producto social e histórico, propio de cada lugar y cultura, que se desarrolla bajo sus propias condiciones y bajo principios de procesos de transformación que le dan existencia…"* y que resulta un bien social imprescindible para el desarrollo del ser humano, de su vida y de su cultura[15].

En este punto, se hace necesario aclarar la situación específica de valoración del Mercado Municipal de Limón como patrimonio, pues si nos apoyamos a las definiciones convenidas mundialmente -es decir, las de la UNESCO- parecieran no hacer referencia contundente al objeto de análisis: este específico edificio; pues no se trata de un producto de alta excelencia que descuelle inequívocamente en el panorama de la cultura universal, ni represente un "objeto arquitectónico" desde el punto de vista de la UIA. Sin embargo, desde la visión antropológica de Bonfil (1991) y Chang (2010), se trata de un "elemento cultural" que posee valoraciones de corte cultural, simbólico e histórico, reveladas en su declaratoria y en las entrevistas indagatorias hechas a usuarios del Mercado, que determinan su condición de patrimonio al desear la preservación en el tiempo de algunas de sus características.

Hay que aclarar, además, que su particular valor histórico radica más en la presencia del edificio del Mercado y sus zonas verdes en la vida de los centro-limonenses, que como fuente documental edilicia, por las múltiples intervenciones que ha tenido a lo largo de su historia y su ruinoso estado actual.

Se trata de un patrimonio modesto según la línea de pensamiento de Waisman (1992), que como elemento cultural dinámico puede utilizarse como recurso para enfrentar los problemas actuales de la sociedad a la que pertenece y para formular e intentar realizar sus aspiraciones y sus proyectos de hoy, adaptándolos a las condiciones particulares que el momento histórico demande, como recomiendan las Normas de Quito para Latinoamérica.

6.3. ABORDAJE DE LA CONDICIÓN PATRIMONIAL EN ARQUITECTURA

A través de los años, los múltiples esfuerzos expresos en las convenciones antes citadas y el planteamiento de varias teorías para la restauración de edificios considerados patrimonio, como recuentan Cruz, Dueñas, & Rivera (2012), demuestran un consenso respecto al conservar estos bienes edilicios. Las propuestas han sido muy diversas, pero siempre en respuesta a las necesidades que cada visión de mundo, particular de cada época, hizo visibles. La pregunta hoy es cómo abordar esta condición patrimonial en el contexto contemporáneo.

En la actualidad a la hora de plantear intervenciones arquitectónicas o constructivas para edificios o conjuntos de edificios históricos considerados patrimonio, Hernández (2008) identifica la existencia de principalmente dos posturas o corrientes: **la conservacionista, o coleccionista, como mejor define**

Lineros (2008), y las plataformas de activación o entidades proyecto patrimonialistas.

Hernández (2008) expone que los **conservacionistas** aspiran a la restauración y mantenimiento de bienes patrimoniales materiales y al adecentamiento del entorno urbano donde estos se ubican, exigiendo su protección al denunciar su deterioro, ruina o defectuosa restauración. Pero esta forma de protección del patrimonio no suele paliar los efectos sociales consustanciales a los procesos de deterioro patrimonial, como pueden ser la crisis de la sociabilidad y de las formas de vida tradicionales, así como los desalojos y reemplazos de población; como en este caso podría ocurrir con el cierre del Mercado.

Hernández (2008) apunta que esta situación *"…tiene que ver con una concepción restrictiva del patrimonio, reducida a una dimensión histórico-artística en la que sólo se considera patrimonial aquel bien que reúna los atributos de antigüedad, estética y excepcionalidad, excluyéndose la dimensión social e intangible del mismo…"* (p. 49)

Estas prácticas museificantes de los conservacionistas o coleccionistas, *"…persiguen retener el pasado, el lugar, la propia vida, para disimular el hecho de que lo real agoniza…"* (Hernández, 2008, p. 43)

Este fenómeno, que puede resultar fetichizante, como se expuso en el Problema, es expresión de un problema de **desterritorialización**; que basado en las investigaciones de varios sociólogos y antropólogos, Hernández (2008) explica como:

> *"…un sentimiento de pérdida de los vínculos sociales en un mundo desbocado (Giddens, A., 2001), en el que la comunidad simbólica territorial ha perdido ya definitivamente su papel como lugar preferente de socialización, información, experiencia y seguridad. […] resultado de un proceso iniciado en la modernidad que supone que la capacidad de las fuerzas del lugar para influir y decidir sobre sus destinos es cada día más escasa, porque "el poder se ha convertido en algo extraterritorial…" (Hernández, 2008, p. 55).*

Es decir, que la localidad ha perdido centralidad como ámbito preferente para forjar una experiencia vital dentro de un entramado de relaciones sociales estables, porque aunque los vínculos vecinales no han cesado, su carácter es cada vez más efímero, débil e inestable y su continuidad en el tiempo no está en absoluto asegurada. La experiencia espacio-temporal sólida y estable propia de etapas pasadas se ha hecho inviable, pues nada permanece demasiado tiempo en el lugar como para familiarizarse con ello y formar parte de la identidad. Se han acabado la mayoría de los puntos de referencia espacio-temporales constantes y sólidamente establecidos que sugerían un entorno social más duradero, más seguro y más digno de confianza (Hernández, 2008).

"…Para los conservacionistas el valor de los bienes históricos radica en que éstos constituyen símbolos únicos de la comunidad amenazada que enlazan el presente con el pasado aportando sentido histórico de continuidad…" desarrollando la función de un refugio compensatorio donde resguardarse ante la pérdida de estabilidad de la sociedad local en un contexto de cambios considerados

irreversibles y al que se aferran para compensar el deterioro de la comunidad simbólica (Hernández, 2008, p. 49)

Es por este pensamiento que estiman que la antigüedad es un criterio válido y suficiente para patrimonializar edificios o restos arqueológicos. Pero de acuerdo con este planteamiento, sin embargo, los bienes susceptibles de ser patrimonializados son abundantes; si se aplicara este radicalismo patrimonialista cualquier objeto antiguo elevaría su valor transformándose en patrimonio histórico (Hernández, 2008).

Hernández (2008) apunta, sin embargo, que existe una nueva corriente que puede venir a resolver este problema de la desterritorialización que, acríticamente lleva al coleccionismo fetichizante antes comentado, pero permitiendo recuperar el control de un espacio y un tiempo para la respuesta a necesidades actuales.

Este autor denomina esta corriente como **plataformas de activación o las entidades proyecto**; y las define como movimientos sociales que procuran impulsar confianza en la sociedad sobre su futuro, promoviendo nuevos proyectos reflexivos de gestión del patrimonio y de diseño de ciudad, proyectando un discurso sobre lo local o intralocal, reinventando reflexivamente nuevas comunidades, es decir, actuando conscientemente sobre la creación de las mismas, sus mitos y referentes, en un proceso que podríamos llamar **reterritorialización** (Hernández, 2008).

Esta reterritorialización apuesta por la creación de referencias espacio-temporales comunitarias, para así tratar de recuperar la seguridad perdida y frenar la incertidumbre; procediendo al rescate de la historia local, la revalorización de la memoria de los grupos subalternos, la defensa de testimonios significativos del pasado y la patrimonialización de nuevos símbolos comunitarios (Hernández, 2008).

Los testimonios del pasado no funcionan en esta corriente como un refugio compensatorio ante la pérdida inevitable, sino que son utilizados como instrumentos simbólicos con los que se defiende la continuidad, se desarrollan propuestas y modelos alternativos que implican ideas innovadoras sobre el modelo de sociedad y ciudad (Hernández, 2008).

Así se instrumentaliza el patrimonio en un proyecto de necesidades presentes, sin proponer quiebras con el pasado. Se propone *"…un uso político del patrimonio cultural […] en los que se defiende el territorio, porque se considera que es el lugar histórico que da sentido a la sociedad que lo habita, de ahí su énfasis por la historia y la instrumentalización del patrimonio no sólo como referente sino como recurso…"* (Hernández, 2008, p. 51).

> *Así, aunque pueda resultar paradójico, la defensa de las tradiciones y la historia constituye hoy una apuesta por un modelo de futuro ya que mirar al pasado no significa para estos patrimonialistas retroceder, sino convivir con la historia y desarrollar un modo de vida más sostenible. […]* ***En este sentido, su concepción del patrimonio es cultural, es decir, holística, abarcando las dimensiones tangibles y las intangibles del mismo y considerando tan patrimoniales los aspectos formales como los usos sociales. Es la visión integral de un patrimonio vivo, donde los bienes son valorados por constituir una parte activa de la tradición cultural. […] La exigencia del reconocimiento y la protección de los bienes***

> ***es consustancial con la reivindicación de la mejora de las condiciones de habitabilidad de sectores sociales concretos, […] y la defensa de sus modos de vida…"*** *(Hernández, 2008, p. 51)*

Esta última postura, que calza dentro de la concepción antropológica de la cultura antes señalada, corresponde a un **patrimonialismo crítico** en el sentido de que cuestiona la corriente general de lo que consideramos patrimonio y el papel para la sociedad de esos objetos que engloba, generando un nuevo entendimiento del amplio rango de significaciones y valoraciones que puede poseer el patrimonio, y su posible jerarquización, permitiendo la instrumentalización de eso que llamamos o declaramos patrimonio cultural, o "arquitectónico" en este caso, para la solución a los retos que encontramos en el presente, llámense reterritorialización, mejora de las condiciones de habitabilidad, resguardo de modos de vida, en fin, la defensa de la continuidad de la comunidad simbólica, como principal valor.

Se puede concluir con lo expuesto que este patrimonialismo crítico permite abordar la intervención de edificios patrimoniales de una manera más coherente con su naturaleza dinámica, reconocida por la perspectiva antropológica del patrimonio cultural de manera contraria al coleccionismo, el cual presupone cierta petrificación material de las edificaciones, que en la situación específica del Mercado Municipal de Limón no es sostenible ni justificada.

Así, reconociendo en el Mercado su condición de producto y recurso cultural dinámico, los conceptos anteriores sientan las bases para el abordaje de su condición patrimonial desde una perspectiva patrimonialista crítica, que permita su necesaria revitalización arquitectónica, sin sufrir el menoscabo del coleccionismo fetichizante.

Al fin y al cabo, como lo expresa Waisman (1992) el abordaje de la condición patrimonial de los edificios depende de la definición de patrimonio que se tenga entre manos, los valores a los que ésta apunte, y las particulares condiciones que presente cada edificio en el momento en que se le realicen intervenciones constructivas, necesarias ya sea por su condición material, o por la presión de uso que pese sobre cada uno de ellos. Cada intervención requiere una particular evaluación y jerarquización de los valores específicos de cada edificio para poder plantear una forma de intervención coherente con sus objetivos, su contexto y su conservación.

Un abordaje patrimonialista crítico en el caso del Mercado Municipal de Limón, además de necesitar un diagnóstico de su estado arquitectónico actual que señale las necesidades sustantivas y posibilidades arquitectónicas, necesariamente demanda una clara identificación de la presencia y vigencia de los valores tangibles e intangibles que le otorgan la condición de bien preservable, pues estos valores objetivamente identificados son los que finalmente determinarán el rango de intervención y las directrices que se tomen para alcanzar el objetivo general.

7 OBJETIVOS

7.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un Anteproyecto Arquitectónico para la revitalización del Mercado Municipal de Limón, como recurso patrimonial declarado, desde una perspectiva patrimonialista crítica.

7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar el devenir arquitectónico del Mercado Municipal de Limón, desde su creación hasta la actualidad, para contar con un panorama general de las características edilicias que ha tenido como objeto histórico cultural dinámico.

2. Diagnosticar el estado arquitectónico actual del Mercado Municipal de Limón, para determinar sus necesidades y posibilidades arquitectónicas actuales.

3. Identificar objetivamente en el Mercado Municipal de Limón los valores que le dan la condición de patrimonio, para poder jerarquizar las necesidades y posibilidades arquitectónicas actuales.

4.Diseñar un anteproyecto arquitectónico para el Mercado Municipal de Limón con base en las necesidades y posibilidades arquitectónicas actuales, jerarquizables según los valores patrimoniales identificados.

8
METODOLOGÍA

Para cumplir con el objetivo general, desde el marco conceptual planteado, como se mencionaba anteriormente se necesita la comprensión de las necesidades y posibilidades arquitectónicas actuales del Mercado, así como la comprensión de su dimensión patrimonial particular, para poder plantear una conceptualización y un programa arquitectónico que guíen hacia un proyecto que instrumentalice el patrimonio como recurso para un proyecto de necesidad presente; es decir, que no conserve acríticamente el edificio como valor en sí mismo, sino que utilice los valores patrimoniales identificados en el proceso para responder arquitectónicamente a la dinámica actual.

La metodología para lograr esto se explicará a través de un esquema metodológico que especifica la estrategia, los instrumentos, las fuentes para conseguir cada objetivo específico y el producto al que se busca llegar.

La estrategia de cada objetivo se compone de pasos señalados con letras mayúsculas, y cada uno de estos se subdivide en actividades señaladas con letras minúsculas. Al final de cada actividad vienen indicados entre paréntesis los instrumentos y las fuentes que se deben utilizar en cada una de éstas para lograr su consecución. Los instrumentos aplicados se encuentran en los Anexos digitales.

Objetivo Específico 1

Determinar el devenir arquitectónico del Mercado Municipal de Limón, desde su creación hasta la actualidad, para contar con un panorama general de las características edilicias que ha tenido como objeto histórico cultural dinámico.

Estrategia

A. Recolección y procesamiento de datos.

a) Recolección de los datos documentales existentes que expresan características edilicias del Mercado a lo largo de su historia *(instrumento 1.1 / fuentes 1.1- 1.2 -1.3- 1.4- 1.5)*

b) Aplicación de entrevistas que permitan complementar la información sobre las características edilicias históricas del Mercado *(instrumento 1.2 /fuente 1.6)*

c) Conformación de matriz una cronológica que permita agrupar y cruzar la síntesis de los datos recolectados. *(instrumento 1.3 / fuentes 1.7- 1.8)*

B. Triangulación de la información obtenida y redacción de conclusiones.

a) Triangulación y análisis de los datos de la matriz cronológica para determinación del panorama general de las características edilicias que ha ofrecido el Mercado como objeto histórico cultural dinámico.

b) Elaboración de documento gráfico y escrito que exprese el panorama general, así como las conclusiones, de las características edilicias que ha tenido el Mercado como objeto histórico cultural dinámico y

Instrumentos Nº1	Fuentes Nº1	Producto Nº 1
1. Estudio de documentos y extracto de síntesis respecto a características edilicias del Mercado	1. Planos históricos del Mercado existentes en AMUL, ANCR, ULFA. 2. Fotografías históricas del Mercado en AMUL, ANCR, BIPU, BINA y ULFA. 3. Descripciones históricas del Mercado presentes en varios documentos escritos de AMUL, ANCR, BINA y ULFA. 4. Planos actuales del Mercado existentes en AMUL. 5. Levantamiento fotográfico actual del edificio y sus usos.	Capítulo 1: Crónica gráfica y narrativa del devenir arquitectónico del Mercado.
2. Entrevistas abiertas	6. Personas cercanas a la historia del Mercado	
3. Matriz cronológica	7. Estudio de documentos de fuentes 1.1 al 1.5 8. Entrevistas abiertas a fuente 1.6	

Esta primera parte pretende el necesario acercamiento a la historia arquitectónica de este Mercado, cómo ha sido y cómo se ha ido adaptando continuamente a su contexto; pero de manera muy general pues por un lado no existen estudios a profundidad sobre éste, por otro, las condiciones de elaboración de este Proyecto no permiten una especialización en el tema y además las condiciones edilicias que presenta actualmente este Mercado, y los valores señalados en su declaratoria, tampoco justifican un estudio con mayor agudeza.

Se utilizará el método de la triangulación de datos de Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista (2010) para la conformación del panorama general, pues por las características de las fuentes existentes, en lo posible la información necesita ser articulada y validada.

Este método consiste en el análisis cruzado de datos de diferentes fuentes, lo cual permite analizar una situación desde diversos ángulos (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista, 2010). Para realizar este cruce se montará, una matriz cronológica con los datos históricos relevantes obtenidos de todas las fuentes consultadas.

Las entrevistas abiertas y semiestructuradas planteadas en esta metodología corresponden al planteamiento de Hernández, Fernández, & Baptista (2010). Las primeras se fundamentan en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarlas, teniendo control del ritmo, la estructura y el contenido; mientras que las entrevistas semiestructuras siguen una guía, es decir, una serie de preguntas que el investigador prepara de antemano, pero margen para la reformulación y la profundización en algunas áreas, según se haga necesario en la aplicación de cada entrevista en particular.

A partir del Objetivo Específico 2 se busca profundizar en el conocimiento y entendimiento del Mercado como edificio histórico en uso actualmente, sus condiciones materiales actuales, su funcionamiento, su conexión con el entorno urbano y las respuestas actuales a su contexto, de manera que se puedan identificar las nuevas necesidades y posibilidades arquitectónicas potenciales.

Es importante acotar que un análisis arquitectónico, desde la visión de la arquitectura del Marco conceptual de este proyecto, por definición debe analizar la relación entre las características del edificio, dadas por su naturaleza material, histórica y cultural, y las necesidades actuales de sus usuarios.

Objetivo Específico 2

Diagnosticar el estado arquitectónico actual del Mercado Municipal de Limón, para determinar sus necesidades y posibilidades arquitectónicas actuales.

Estrategia

A. Eje 1: Análisis del entorno urbano del Mercado

a) Reconocimiento general de las características de la arquitectura tradicional limonense *(instrumento 2.1 / fuente 2.1)*
b) Reconocimiento de los sitios de referencia (hitos) y puntos de conexión de transporte cercanos al Mercado *(instrumento 2.2 / fuentes 2.3- 2.4) + (instrumento 2.1 / fuente 2.2)*
c) Reconocimiento de los usos de suelo según el plan regulador vigente *(instrumento 2.1 / fuente 2.3)*
d) Reconocimiento de los usos de suelo específicos que se dan alrededor del Mercado y las condiciones del contexto construido *(instrumento 2.3 / fuente 2.6)*

B. Eje 2: Análisis arquitectónico del Mercado

a) Descripción física general del perímetro de la cuadra del Mercado. *(instrumento 2.3 / fuente 2.7)*
b) Descripción física general del interior del edificio principal. *(instrumento 2.3 / fuente 2.8)*
c) Descripción de la materialidad y sistema constructivo *(instrumento 2.3 / fuente 2.8) + (instrumento 2.4 / fuentes 2,9- 2,10 - 2.11)*
d) Análisis geométrico general del Mercado. *(instrumento 2.1 / fuente 2.4)*
e) Análisis de la tipología arquitectónica del Mercado. *(instrumento 2.1 / fuentes 2.4- 2.5 -2.6)*
f) Análisis funcional del Mercado: usos actuales. *(instrumento 2.5 / fuentes 2.10 y 2.11)*
g) Análisis funcional del Mercado: confort climático. *(instrumento 2.1 / fuente 2.7) + (instrumento 2.6 / fuentes 2.10- 2.11)*
h) Reconocimiento del estado de conservación del Mercado. *(instrumento 2.7/ fuentes 2.4- 2.5- 2.6- 2.13- 2.14- 2.15)*
i) Consignación general de los daños del Mercado. *(instrumento 2.3/ fuentes 2.12- 2.13) (instrumento 2.1 / fuente 2.8)*

C. Eje 3: Análisis de los usuarios del Mercado

a) Descripción de la población teóricamente servida. *(instrumento 2.1 / fuente 2.1-2.9)*
b) Descripción de los consumidores y su percepción del Mercado. *(instrumento 2.8 / fuente 2.18)*
c) Descripción de los inquilinos y su percepción del Mercado. *(instrumento 2.8 / fuente 2.19)*
d) Descripción de los administrativos y su percepción del Mercado. *(instrumento 2.8 / fuente 2.20)*

D. Síntesis de la información obtenida y redacción de conclusiones.

a) Elaboración de síntesis gráfica de las principales características del Mercado halladas en los 3 ejes de análisis realizados.
b) Elaboración de una matriz que exprese las conclusiones de cada uno de los 3 ejes de análisis realizados y las conclusiones deducibles de interrelacionar los hallazgos de los 3 ejes.

Instrumentos Nº2	Fuentes Nº2	Producto Nº 2
1. Estudio de documento	1. Proyecto de Graduación: Paisaje urbano e identidad: una alternativa para Limón Centro. López (1984). 2. Base de datos en línea del Centro de Patrimonio, sobre los edificios declarados de interés patrimonial en Limón Centro. 3. Plan Regulador del Cantón de Limón, versión vigente. 4. Levantamiento planimétrico actual del Mercado. 5. Levantamiento fotográfico actual del Mercado. 6. Fotografías antiguas del Mercado. 7. Estudio de climatología del aeropuerto de Limón. (Instituto Meteorológico Nacional, 2010) 8. Orden sanitaria para el Mercado Municipal de Limón (Ministerio de Salud de Costa Rica, 2011) 9. Indicadores cantonales de Limón (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013)	
2. Recorrido y percepción personal, con orientaciones espaciales de transeúntes	10. Contexto urbano inmediato (entre el muelle y Avenida 7, y entre el Parque Vargas y Calle 9) 11. Mapa de Google Earth de la misma zona.	
3. Recorrido y levantamiento fotográfico de características físicas.	12. Calles alrededor del Mercado (Avenidas 2 y 3, calles 3 y 5) 13. Perímetro de la cuadra del Mercado. 14. Edificio principal del Mercado	
4. Levantamiento planimétrico actual del Mercado	15. Planos arquitectónicos del Edificio principal del Mercado en 1992 y 1995 en ULFA. 16. Planos arquitectónicos y estructurales del Mercado de 1937 en ANCR 17. Levantamiento fotográfico actual del Mercado	Capítulo 2: Diagnóstico del estado arquitectónico actual.
5. Levantamiento fotográfico y mapeo de los usos de los recintos del Mercado		
6. Recorrido y mapeo de la percepción del clima en el Mercado.		
7. Mapeo del estado de conservación de elementos arquitectónicos del Mercado		
8. Entrevistas semiestructuradas	18. Consumidores del Mercado. 19. Inquilinos del Mercado. 20. Administradora del Mercado.	

Objetivo Específico 3

Identificar objetivamente en el Mercado Municipal de Limón los valores que le dan la condición de patrimonio, para poder jerarquizar las necesidades y posibilidades arquitectónicas actuales.

Estrategia

A. Identificación de valores culturales patrimoniales del Mercado

a) Evaluación de la presencia y vigencia de los valores patrimoniales expresados en la declaratoria de interés histórico-arquitectónico. *(instrumento 3.1 / fuentes 3.1- 3.2- 3.3- 3.4)(instrumento 3.2 / fuentes 3.5-3.6)*

b) Exploración de la presencia en este Mercado de otros posibles valores culturales para los centro-limonenses, no identificados anteriormente. *(instrumento 3.1 / fuentes 3.1- 3.2- 3.3- 3.4)(instrumento 3.2 / fuentes 3.5-3.6)*

B. Síntesis de la información obtenida, análisis y redacción de conclusiones.

a) Síntesis y análisis crítico de los datos obtenidos con base en el Marco Conceptual propuesto en este trabajo.

b) Elaboración de documento gráfico y escrito que exprese claramente los valores culturales del Mercado ordenados de manera jerárquica.

Instrumentos Nº3	Fuentes Nº3	Producto Nº 3
1. Entrevistas individuales semiestructuradas	1. Miembros de la Junta Directiva de Asociación de Inquilinos del Mercado Municipal de Limón. 2. Administradora del Mercado. 3. Usuarios del Mercado. 4. Vecinos y personas cercanas al Mercado.	Capítulo 3: Identificación de los valores culturales patrimoniales del mercado
2. Entrevistas individuales semiestructurada	5. Antropólogo experto en patrimonio. 6. Arquitecto experto en patrimonio	

El Objetivo Específico 3 pretende una identificación objetiva de los valores patrimoniales que representa actualmente el edificio, pues como apuntan Waisman (1992), Lineros (2008) y Gómez (2010), toda intervención en patrimonio arquitectónico requiere previamente un reconocimiento y ordenamiento claro de las distintas categorías de valores que representa; *"… es fundamental conocer y reconocer todos los valores (los existentes, los ausentes, los constantes, los frágiles) sin desvirtuarlos o mistificarlos, considerando también sus conflictos (valores con exigencias simultáneas y contradictorias) para determinar prioridades y objetivos en toda intervención…"* (Gómez M. D., 2010). Valorar es precisamente jerarquizar entre unas características y otras que presentan mayor interés de conservación u oportunidad de desarrollo. Este objetivo específico es el que precisamente le da ese necesario nuevo sentido al

abordaje de la situación patrimonial-arquitectónica actual del Mercado.

Se trata aquí de una valoración que no parte de la norma sino de la patrimonialización por parte de los usuarios y los vecinos, congruente con el concepto antropológico de cultura que aquí se ha adoptado. Como lo hace ver la Carta de Cracovia 2000[30], para la conservación del Patrimonio construido: *"…cada comunidad, teniendo en cuenta su memoria colectiva y consciente de su pasado, es responsable de la identificación, así como de la gestión de su patrimonio…".*

Sin embargo, no está de más señalar para evitar confusiones que, tampoco se trata de ignorar o negar sin sentido el criterio de los expertos en patrimonio. Se parte del hecho de que este criterio fue dado en la declaratoria de interés histórico-arquitectónico actual, pero se debe tomar de manera crítica como insumo que debe ser evaluado y -quizá- complementado por la comunidad implicada, no como verdad absoluta, pues esto sería incongruente con la naturaleza dinámica del patrimonio.

Finalmente el Objetivo Específico 4, resulta en el diseño de un Anteproyecto para la revitalización arquitectónica del Mercado Municipal con lo que se concreta el objetivo general planteado.

Objetivo Específico 4

Diseñar un anteproyecto arquitectónico para el Mercado Municipal de Limón con base en las necesidades y posibilidades arquitectónicas actuales, jerarquizables según los valores patrimoniales identificados.

Estrategia

A. Recopilación y síntesis de conclusiones de capítulos anteriores.
B. Estudio de casos de intervenciones arquitectónicas en edificios con valores similares.
   a) Búsqueda, selección y análisis de 3 casos documentados en internet.
   b) Síntesis y valoración de los casos estudiados.
C. Elaboración de la conceptualización del diseño con base Productos Nº1, Nº2, Nº3, y el Estudio de Casos.
D. Elaboración del Programa arquitectónico para el Mercado con base en los Productos Nº2 y Nº3.
E. Diseño del anteproyecto arquitectónico para la revitalización arquitectónica del Mercado Municipal de Limón con base en la conceptualización y el programa arquitectónico

Producto Nº 4

Capítulo 4: Anteproyecto arquitectónico para la revitalización del Mercado Municipal.

El presente capítulo pretende exponer los resultados de la consecución del Objetivo Específico 1.

La crónica gráfica y narrativa del devenir arquitectónico del Mercado se consiguió con los lineamientos expuestos en la metodología antes expuesta. Los instrumentos aplicados pueden ser encontrados en el correspondiente Anexo Digital. En el caso de las entrevistas *(instrumento 1.2 /fuente 1.6)* éstas se realizaron en el edificio del Mercado el día 9 de noviembre del 2013, a una muestra de 6 personas muy cercanas, durante la mayor parte de su vida, a este establecimiento, en calidad de "muestra de casos tipo" . Este muestreo es propio de los estudios cualitativos, y su objetivo es la riqueza, profundidad y calidad de la información, no la cantidad ni la estandarización (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista, 2010).

Los resultados se presentan en una crónica compuesta por 6 etapas distinguibles por las distintas intervenciones constructivas que ha tenido el Mercado desde su creación hasta la actualidad.

El capítulo cierra con un gráfico, que resume los distintos los estados materiales por los que ha atravesado este establecimiento a lo largo de su desarrollo, paralelo a las conclusiones generadas de observar este devenir.

I CAPÍTULO

Crónica gráfica y narrativa del devenir arquitectónico del Mercado Municipal de Limón, desde su creación hasta la actualidad.



1 Hipótesis de configuración primigenia en "L"

2 Circulaciones diagonales y transversales en la cuadra

3 Tiendas movedizas en perimetro y centro de la plaza

4 Vegetación en perímetro y centro de la plaza

5 Cisternas de agua llovediza

6 Vista abierta al mar

PLANO DE LA CIUDAD DE LIMÓN Y SU MERCADO (1870-1875). Aproximación a partir de Plano de Minor Keith para la construcción del Tajamar en 1871 y hallazgos de esta investigación.

I Etapa | ESTABLECIMIENTO (1870-1891)

Construcción del primer edificio

En el año 1870, por decreto ejecutivo, el Presidente José María Castro Madriz estableció la Comarca de Limón[31], y ordenó además el traslado de las autoridades de Moín a este lugar que desde 1852 se había habilitado como muelle comercial[32], y que desde 1865 fue declarado principal puerto del país para la exportación de café a Europa[33].

En esa época la pleamar llegaba a orillas del Mercado actual en lo que antes era la librería Limón y ahora es Pizza Hut[34]. Cuando no, el mar llegaba por lo menos hasta el kiosco actual del Parque Vargas[35]. Los cuadrantes ubicados al extremo oeste y al noroeste, eran los terrenos más altos y firmes con que se contaba por lo que fueron dedicados en un inicio a actividades administrativas y habitacionales.

Fue en este contexto de comarca apenas formalizada, con un trazado urbano incipiente en 1871[36], con gran parte de terrenos baldíos y pantanosos debido a la poca altura con respecto al mar[37] y una oleada de trabajadores extranjeros que comenzaban a llegar para la construcción del ferrocarril al Atlántico[38], que el Mercado Municipal de Limón tuvo su comienzo.

En este escenario, la necesidad desarrolló cierto comercio de víveres básicos, sin embargo fue hasta 1875 que pobladores no josefinos, tras conocer la voluntad política de solucionar formalmente esta situación, propusieron al Gobierno el emplazamiento de un mercado *"sobre la plaza entre las manzanas 19-41-29-30 del plano oficial de la Ciudad"*[39], el mismo lugar donde se encuentra hasta el día de hoy.

Los señores Antonino de Barruel y Julio de Barruel, a cambio de su concesión para la administración durante 25 años, propusieron al Gobierno construir un *"mercado cubierto para la población del Limón"* y la prohibición de venta de productos en las calles fuera del nuevo establecimiento[40].

La construcción se conformaría por tiendas de madera de ciprés y techos de teja, con todas las condiciones adecuadas de ventilación y circulación y en cantidad suficiente para suplir las necesidades de la población[41].

Dentro de su proyecto de contrato proponían comprometerse a nivelar la plaza, enarenarla junto con las calles a su alrededor, y cercarla con piquetes de pino de tea en el alineamiento de las calles dejando 4 portales esquineros; sembrar árboles *"de los más a propósito, entre ellos los eucaliptos";* y abastecer con agua llovediza el establecimiento, por medio de dos cisternas de ciprés con capacidad cada una de 3000 galones, mientras se establecía la cañería[42].

Propusieron la posibilidad de colocar tiendas movedizas situadas en el interior de la plaza o sus alrededores para venta de ropas y demás afectos en los días de Mercado o las épocas de ferias, al menos dos veces al año. Existiendo así tiendas fijas y movedizas que pagarían diferente alquiler por horas de venta[43].

Además establecieron 9 categorías para las tiendas según los artículos que expenderían: *"carnes de cualquier clase; animales de monte, gallinas, patos, chompipes; pescados,*

crustáceos y tortugas; verduras de huertas o chagüites[2]; frutas de cualquier clase; pan y galletas; chichas y brebajes frescos; dulces y pastelerías; tilicherías, ropas y demás útiles."[44]

Dos meses después de realizada su propuesta, los señores Barruel firmaron contrato con el Estado para la construcción de este Mercado y su concesión durante 10 años con la mayor parte de las condiciones que propusieron originalmente[45].

Dicho contrato especificaba que el Mercado consistiría "en dos hileras de tiendas con sus corredores o portales en dos de los lados de la plaza de 300 pies de largo, 16 de alto en medio y treinta y cuatro pies de ancho incluidos los corredores con techo de hierro galvanizado con grandes puertas en el medio para la entrada y salida de la gente." En el interior de dichos corredores se formarían tiendas cerradas con divisiones de tabiques de madera movibles a fin de dar a cada una la amplitud conveniente según la voluntad de los inquilinos. En el centro de la plaza, donde años después se construiría un pozo artesiano para suministrar agua potable a la ciudad[46], se plantarían árboles de sombra[47].

En esta investigación, en lo correspondiente a esta época, no se hallaron fotografías ni otra clase de testimonios de la construcción de este edificio planteado, sin embargo posteriores decisiones de diseño parecieran corresponder a reminiscencias de varios de los criterios originalmente planteados por los Barruel.

En primer lugar las circulaciones aún rastreables que atraviesan la cuadra en sus dos diagonales, parecieran corresponder con los accesos esquineros de la plaza planteados en aquella época. Caminos que además corresponderían a la lógica de desplazamiento diario de personas entre el muelle de hierro al sureste y los emplazamientos en tierra firme al noroeste. Por otro lado, las circulaciones transversales a media cuadra, aún existentes, podrían corresponder a las puertas igualmente planteadas en el contrato. El muy empleado criterio estético de la simetría se habría encargado con el tiempo de completar el trabajo.

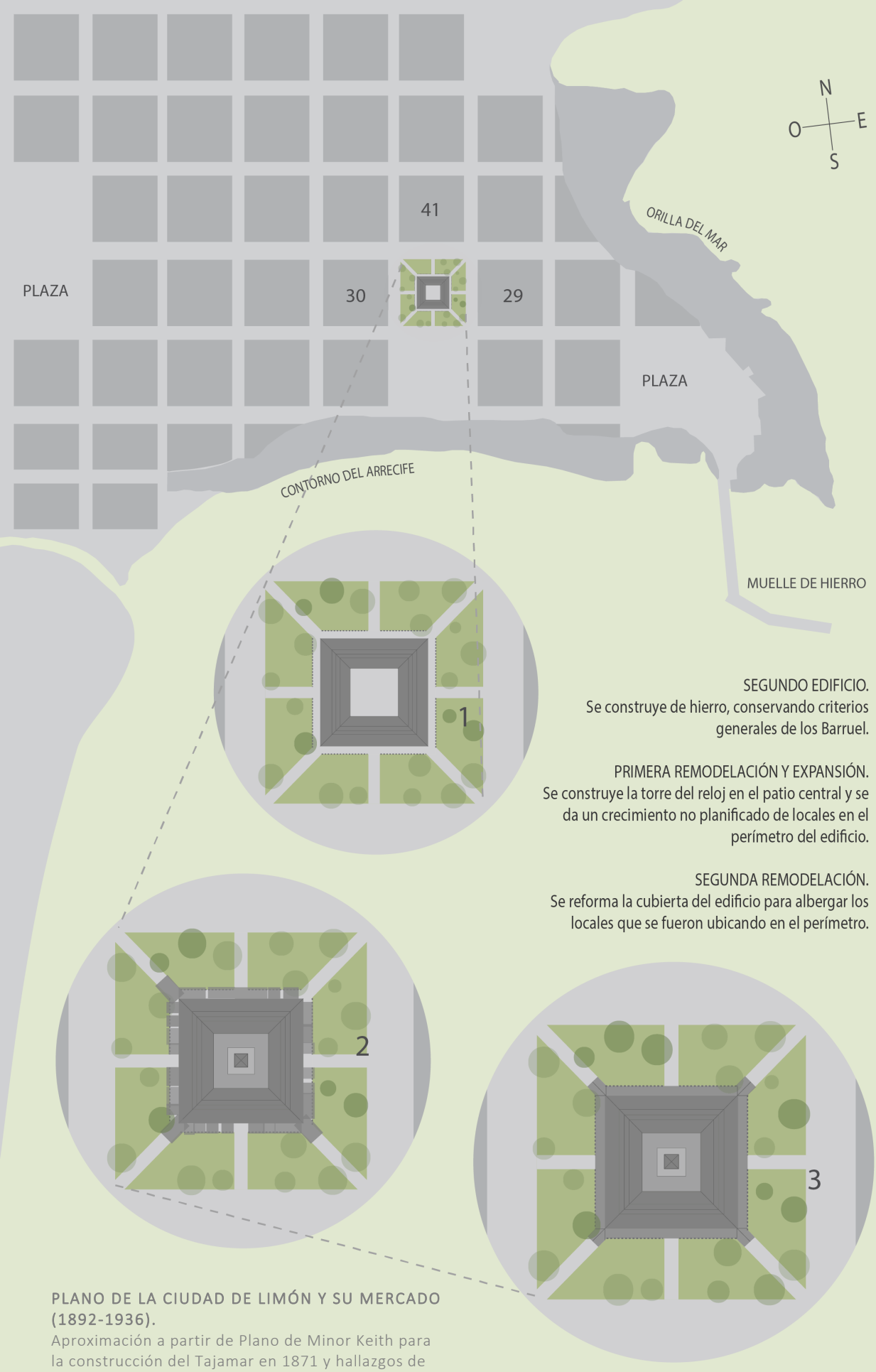
En segundo lugar, el planteamiento de dejar libres el perímetro y el centro de la plaza, para la siembra de árboles y la colocación ocasional de tiendas movedizas, corresponde justamente con la conformación de las actuales e históricas zonas verdes perimetrales y el patio central; espacios que le han otorgado a este Mercado su especial carácter de "mercado parque".

Las anécdotas sobre la antigua pleamar y la recomendación de siembra de árboles de eucalipto, llevan a pensar que el propio terreno del Mercado era pantanoso; pues en aquellos años y aún en la actualidad el eucalipto es reconocido por su propiedad de sanear zonas pantanosas al eliminar la humedad de las mismas con la consiguiente erradicación de sus plagas de insectos, principalmente mosquitos, y de las enfermedades que transmiten[48].

---

[2] Chagüite. (Del náhuatl chiachuitl, ciénaga). 1. m. C. Rica, Hond. y Nic. bananal (Real Academia Española, 2013).

Las descripciones escritas halladas en esta investigación, sumadas a las deducciones antes expuestas plantean la posibilidad de que ese Mercado primigenio se estableciera en una primera escuadra formada por dos hileras de tiendas en los costados Norte y Oeste de la plaza, como forma de evitar emplazarse sobre el terreno más próximo a la orilla del mar y aprovechar el público concurrente.



SEGUNDO EDIFICIO.
Se construye de hierro, conservando criterios generales de los Barruel. 1

PRIMERA REMODELACIÓN Y EXPANSIÓN.
Se construye la torre del reloj en el patio central y se da un crecimiento no planificado de locales en el perímetro del edificio. 2

SEGUNDA REMODELACIÓN.
Se reforma la cubierta del edificio para albergar los locales que se fueron ubicando en el perímetro. 3

PLANO DE LA CIUDAD DE LIMÓN Y SU MERCADO (1892-1936).
Aproximación a partir de Plano de Minor Keith para la construcción del Tajamar en 1871 y hallazgos de esta investigación.

II Etapa | CONSOLIDACIÓN (1892-1936)

Construcción del segundo edificio
Primera remodelación: Torre del Reloj
Primera expansión no planificada
Segunda remodelación: Reforma de la cubierta

Entre 1892 y 1893 ya se había concluido el ferrocarril al Atlántico y el tajamar de la ciudad[49]. Por encargo del Gobernador Balvanero Vargas, el agrimensor francés Pinaud, planteó entonces los beneficios que traería para la ciudad de Limón si se contara con un edificio de Mercado elegante, aseado y cómodo para el expendio de todos los artículos comestibles y otros. Planteó un proyecto de edificio que albergaría 16 tiendas exteriores con mostradores y estantes, 16 tiendas interiores, 24 "bancas" (mesones de venta) en el centro, con precios de alquiler parecidos a los precios de alquiler de la plaza existente. Pinaud además propuso que el Mercado en su conjunto formara una manzana cuadrada de floresta y un paseo público de 400 varas de largo sobre 5 de ancho sobre el nuevo piso firme[50].

Para marzo de 1893 ya se contaba con planos aprobados por el Gobierno para la construcción de este nuevo edificio. Se proyectaba que este fuera de madera y tuviera una torre con un reloj público[51].

Para julio del mismo año ya se había realizado la licitación de los trabajos. Se presentaron tres propuestas: una de un señor Medcalf, para construir el Mercado según los planos de Pinaud ,pero en hierro, por un total de $23.500; y dos de Forés y Roig, una para su construcción en madera según planos por $12.593 y otra en hierro por $22.000[52]. Forés y Roig ganaron la adjudicación con su propuesta en hierro[53].

Fue hasta tres años después en octubre de 1896, con nuevos planos realizados por el ingeniero Mr. H.M. Field[54], que la construcción comenzó. El grave atraso se debió a la huida de Forés con el único plano del edificio y $5000 que le había adelantado la Comarca a dicha sociedad para el comienzo de las obras[55]. La obra se realizó en hierro y con influencias estéticas de la arquitectura caribeña de la época.

El Gobernador Balvanero describe este nuevo edificio como *indispensable y perentorio para quitar de las mejores calles públicas, las ventas de verduras, carnes de res, y otros varios artículos de provisiones que tanto afectan su elegancia.* El edificio *"…se compondrá de un cuadro de 36 metros de extensión por cada lado, con su correspondiente ancho, en la misma forma del Mercado de Jamaica, y circulado de verjas y demás accesorios de seguridad. Llevará su fuente de agua en el medio del patio, y el piso será de cimento romano*[3] *con su correspondiente desnivel y desagües necesarios. El*

[3] No se pudo determinar exactamente a qué hace referencia este término. Pudo tratarse de cemento pues se encontró un documento registral de la llegada al puerto de una embarcación que traía barriles de este "cimento romano" para trabajos de la fuente, piso general y cloacas del edificio del Mercado (Vargas B. , 1896). Podría ser cemento por el auge que tuvo este material a principios del siglo XX y porque las primeras formulas químicas de éste tenían origen en el cemento puzolánico usado por los romanos, de ahí su denominación "cemento romano".

Mercado será colocado en el centro de la Plaza, y los ángulos que forman sus especiales calles de arribo, serán otras tantas arboledas compuestas de palos de sombra que harán al propio tiempo bastante recreativo el lugar…"[56] Para propiciar la ventilación y frescura, el edificio se diseña sin piezas de alquiler, lo que él señala como un favor indirecto para los intereses de los muchos propietarios que ahí tenían su negocio.

Para la iluminación exterior, se instalaron faroles de hierro en las columnas de piedra de las entradas del edificio y en sus alrededores. En el patio interior había una fuente de agua. Los pisos y la fuente eran de "cimento romano" y las cloacas de mampostería. Toda la crestería y demás decoraciones eran de hierro. En el techo, un monitor le daba ventilación e iluminación al edificio[57](ver F10)

Para 1903 y 1906 aparecen los dos primeros registros fotográficos del Mercado. Muestran un edificio correspondiente a las descripciones anteriores, aunque sin la torre del reloj público. Dicha torre aparece fotografiada a partir del año 1909, y permaneció en pie durante muchos años siguientes (ver F12).

Construido quizá como una evocación del famoso "Big Ben", construido hacía 34 años en Londres, supuso un hito urbano en el Limón de esos años. Su altura mayor a la de las construcciones cercanas y sus característicos sonidos lo hicieron conspicuo en aquella ciudad entonces más silenciosa y con menos construcciones (ver F15).

Se cuenta que el reloj timbraba cada hora y tenía diferentes timbres. Timbraba" *3 o 4 veces a las 6 de l a mañana, y cada hora timbraba una sola vez*"[58].

F10. Mercado en 1903. Fuente: ANCR, fondo fotografía, signatura 4794.



F11.Mercado en 1906. Fuente: BINA, Revista Páginas Ilustradas, 1906 , V.3 (113), P.1816



F12.Vista del Reloj del Mercado en 1909Fuente: BINA, Revista Páginas Ilustradas, 1909, V.6(224) P. 3966.

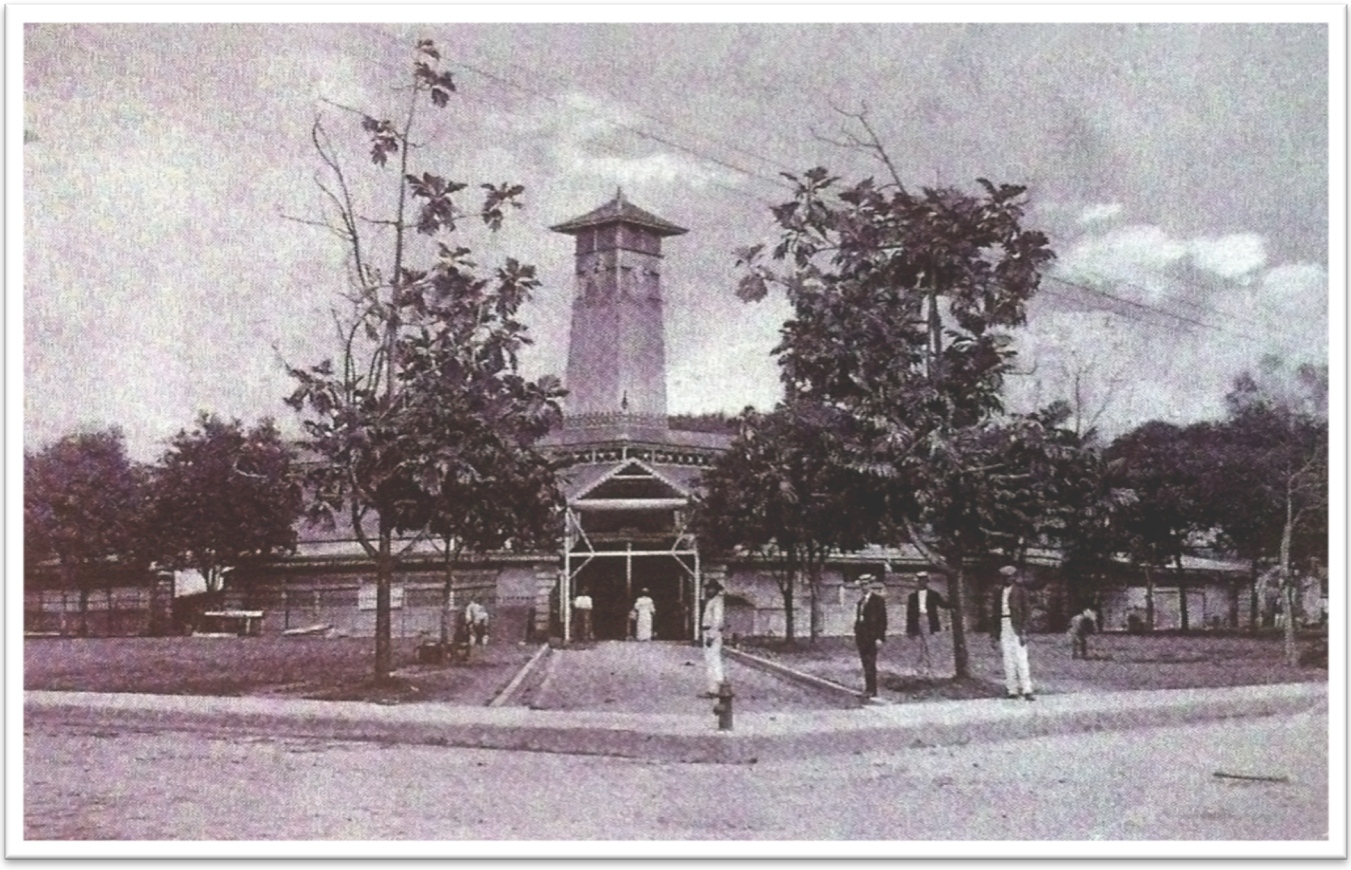
Esta torre representa una de las pocas referencias verbales acerca del edificio antiguo, que los inquilinos del mercado han pasado de generación en generación. Muchos recuerdan que sus padres o sus abuelos les contaban que el mercado "de antes" tenía *una "torre preciosa con reloj y todo"*[59], y que en una de esas mágicas historias, *"desde los 4 lados de la provincia se podía conocer la hora, pues el reloj tenía cara en los 4 costados"*[60].

El Mercdo se concentraba en el centro de la plaza, dejando a su alrededor un amaplia zona destinada a jardines públicos que le daban un carácter recreativo.

Las zonas verdes perimetrales albergaban gran cantidad de árboles .Por las fotografias se puede sospechar que algunos eran de fruta de pan, también llamado castaño. Sus frutas albergan semillas que parecen castañas y son comestibles. Se cocinan con agua y sal, y después se pelan (ver F14).

Se cuenta que era muy común el cultivo de este árbol en esta zona. La gente en Limón acostumbraba a sentarse en las tardes en sus casas a pelar castañas y tomar el café[61].

Los reglamentos del Mercado de 1906 y 1911, señalan un mercado de servicio diario, que abría sus puertas de 6 de la mañana a 6 de la tarde. En él se vendían víveres y otros



F 13. Fotografía del Mercado sin fecha, de 1911 Aprox. Fuente: Historia de la Arquitectura en Costa Rica. Capítulo IV. Sanou, & Quesada, F. (1998). p 261.

artículos. Se trataba de un espacio cerrado y pavimentado, distribuido en pasillos y con locales con capacidad de cerrase individualmente, algo distinto a lo que Balvanero planteaba en sus inicios. La basura era recolectada en carretones, almacenada en cajas y desechaba diariamente[62].

Se cree que uno de los primeros administradores de este Mercado el abuelo de Hernán Aubert Roig, un señor de apellido Aubert, quien realizaba sus labores ad-honorem, y de quien todavía existen familiares laborando en el Mercado[63]. Dicho sea de paso, que por el apellido pudo tener relación con el Señor Roig encargado de la construcción.

Fotografías de 1906 y 1909 muestran locales comerciales adosados al perímetro del edificio, y los reglamentos de 1906 y 1911 buscan regular las reformas o mejoras a los locales, exigiendo permiso municipal para su realización. Esto evidencia la consolidación de este edificio como establecimiento comercial y el crecimiento de su actividad.

Justamente estas construcciones informales en el perímetro, y el fuerte temporal que afectó a casi todo el país a finales de 1908 y principios de 1909[64], probablemente fueron las que motivaron a reformar la techumbre del Mercado en 1909.

Se celebró entonces un contrato para armar un nuevo techo de planchas de fibrocemento de 3 cm de espesor, con reglas de madera, grapas de cobre, y con tragaluces de 50, 60, ó 70 cm en donde indicara el Gobernador, con el fin de unir la hilera de locales colocados perimetralmente con la techumbre del



F 14. Hoja, fruto y semillas del árbol de Fruta de pan o castaño (artocarpus altilis).



F 15. Reloj Big Ben en londres 1930.
Fuente:http://www.allposters.es/-sp/Big-Ben-and-Westminister-Bridge-circa-1930-Posters_i3719054_.htm

edificio existente y levantar los techos de la parte exterior del mercado al menos 50cm pues se consideraba demasiado bajo, y así, ganaría en ornato e higiene[65].

Al respecto existe un plano en blueprint fechado en 1910, que muestra lo que pareciera ser un borrador de la modificación que se le realizó al techo para ampliar la capacidad de locales[66]; aunque más lo pareciera por su descripción escrita, que por lo que contiene. Muestra una planta y un corte del Mercado de Limón con una propuesta de cubierta, pero la configuración del edificio no se asemeja mucho a lo que muestran las fotografías (ver F 17).

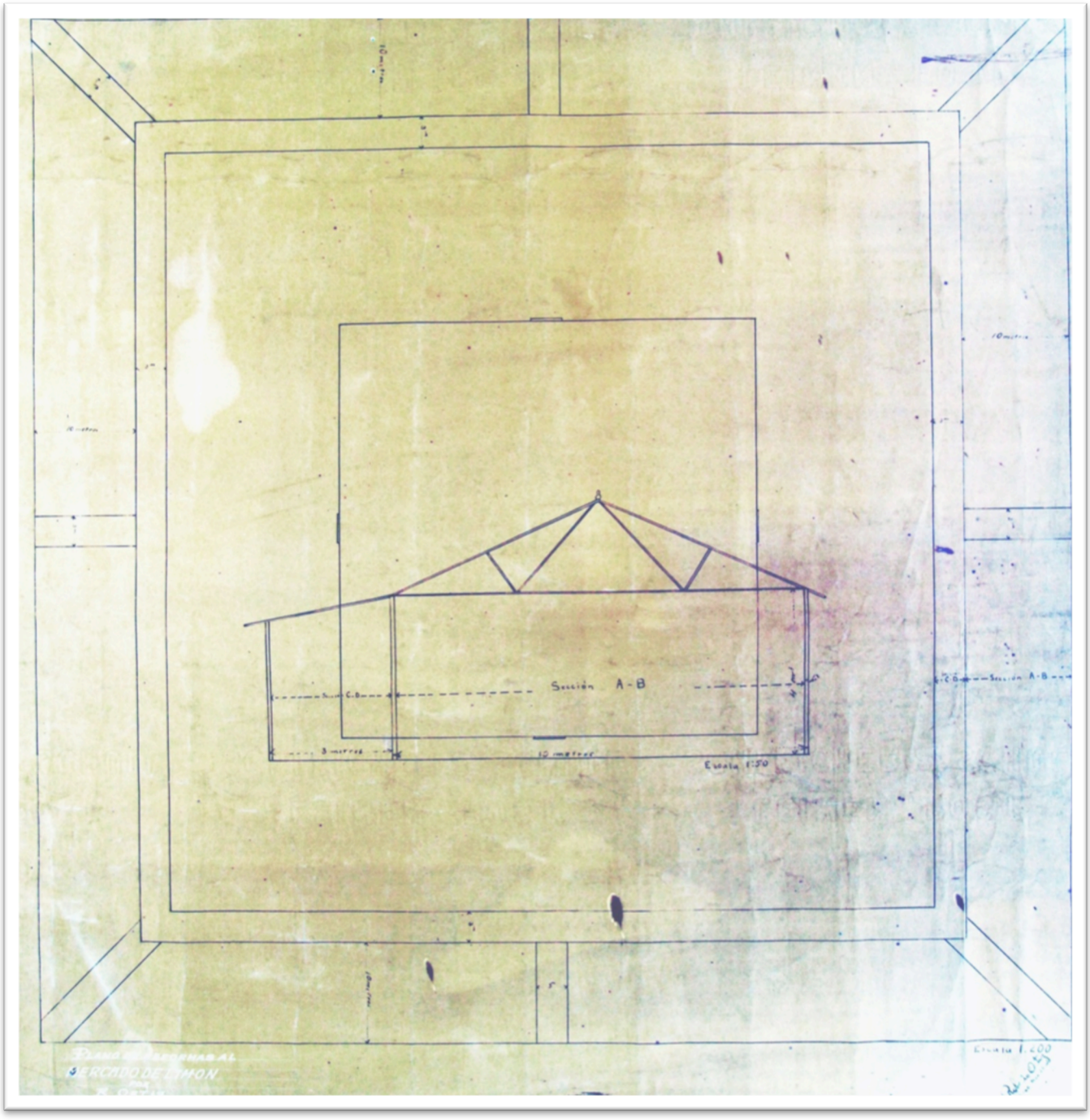
Lo que si corresponde con las descripciones y las fotografías es la forma cuadrada en planta, con patio central y las circulaciones en diagonal y transversal a media cuadra que desde antes plantearon los Barruel.

Una fotografía sin fechar, que por comparación con las otras encontradas, pareciera ser del Mercado aproximadamente en 1911(ver fotografía 12), justo después de realizársele dicha ampliación. Se puede apreciar que el Mercado de hierro que se construyó entonces, tenía un diseño inspirado en los criterios de los Barruel.

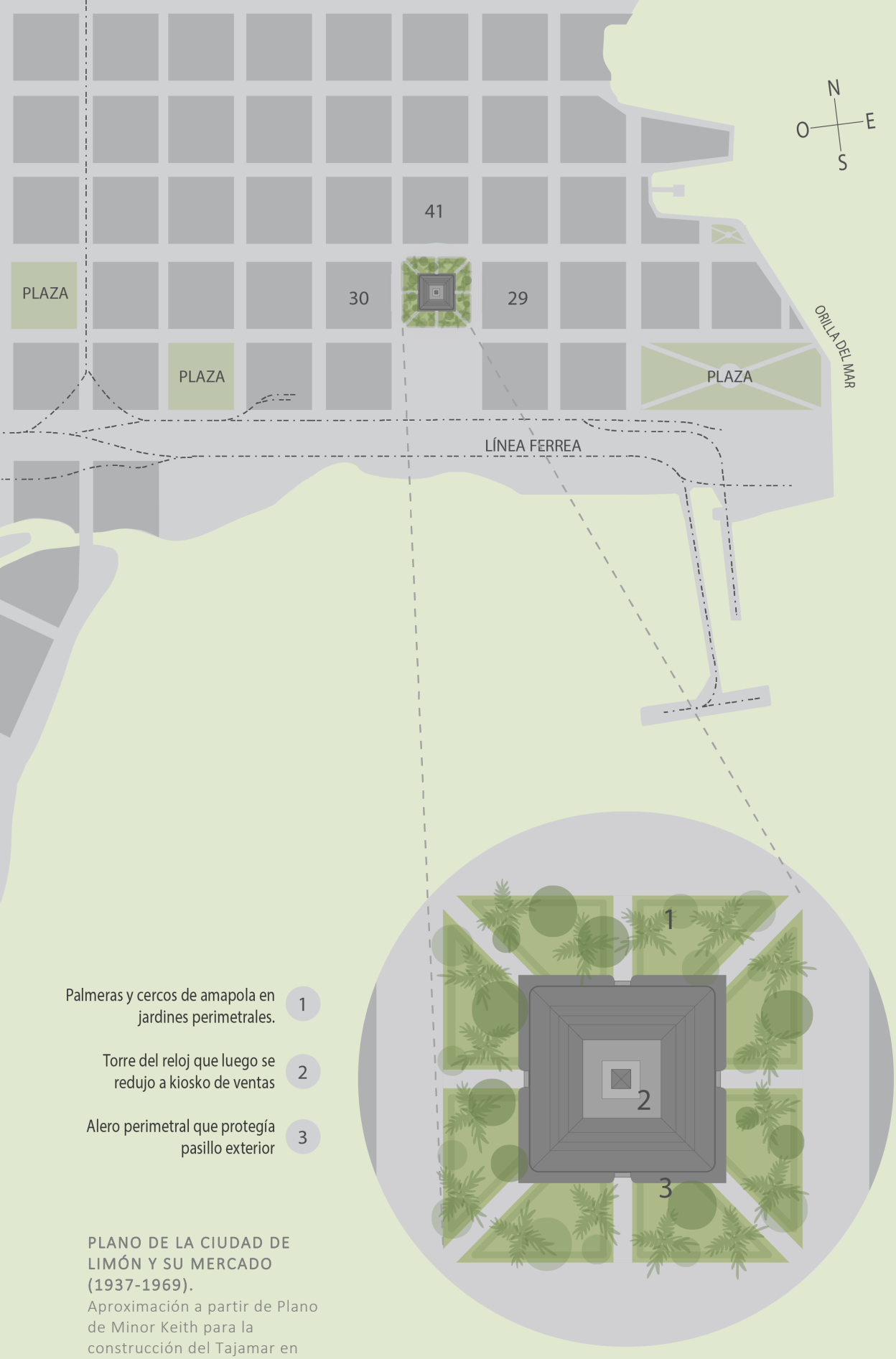
La construcción del muelle metálico y el crecimiento de las exportaciones de banano a principios del siglo XX siguieron propiciando el crecimiento de Limón y de su Mercado. El crecimiento perimetral no se hizo esperar. Una fotografía de un viajero en 1926 muestra una de las primeras adiciones que se le hizo al edificio sobre las zonas verdes (ver F 16).



F 16. Mercado de Limón en 1926 aprox. fuente: http://costaricaysuhistoria.blogspot.com/



F 17. Negativo de plano de planta y corte de reformas al mercado de limón. Se aprecia que no corresponde en la totalidad con las fotografias y otras descripciones pero conserva criterios generales. Fuente: ANCR, fondo 01, signatura 003359



Palmeras y cercos de amapola en jardines perimetrales. 1

Torre del reloj que luego se redujo a kiosko de ventas 2

Alero perimetral que protegía pasillo exterior 3

PLANO DE LA CIUDAD DE LIMÓN Y SU MERCADO (1937-1969).
Aproximación a partir de Plano de Minor Keith para la construcción del Tajamar en 1871 y hallazgos de esta investigación

III Etapa | RENOVACIÓN (1937-1969)

Construcción del Tercer edificio

Desde su creación hasta esta época, el Mercado continuó creciendo paralelo a la consolidación y desarrollo del núcleo urbano del cantón Central de Limón. El uso que se le daba a los jardines como zona de comercio y recreo demandó cerca de los años 20, la construcción de aceras perimetrales al edificio en estos lugares, además de las que ya poseía la cuadra[67](ver F 18) .

Quizá este mismo crecimiento, sin tener respaldadas documentalmente otras justificaciones, generó que entre 1937 y 1938, la Secretaría de Fomento hiciera al menos dos planteamientos para renovar y ampliar el edificio del Mercado. Ambos propuestos en concreto armado y de influencia Art Deco, propios de la moda de la época.

La primera propuesta en 1937, fue diseño del Arq. José María Barrantes. Esta contemplaba 56 tramos cerrados[68] (ver F19 y F20)

La comparación de los planos de esta propuesta con las características expresadas en las descripciones textuales y registros fotográficos del edificio anterior proyectado por Mr.H.M. Field, muestran como este arquitecto buscaba rescatar algunos aspectos: el emplazamiento del edificio en el centro de la manzana, los accesos diagonales y a mitad de la cuadra, los jardines perimetrales, la gran altura de los espacios, el uso de monitores, el uso de locales cerrados individualmente y ubicados a partir de un punto central que pasó de ser una plaza, a patio central en su consolidación, y a este tiempo: torre de reloj.



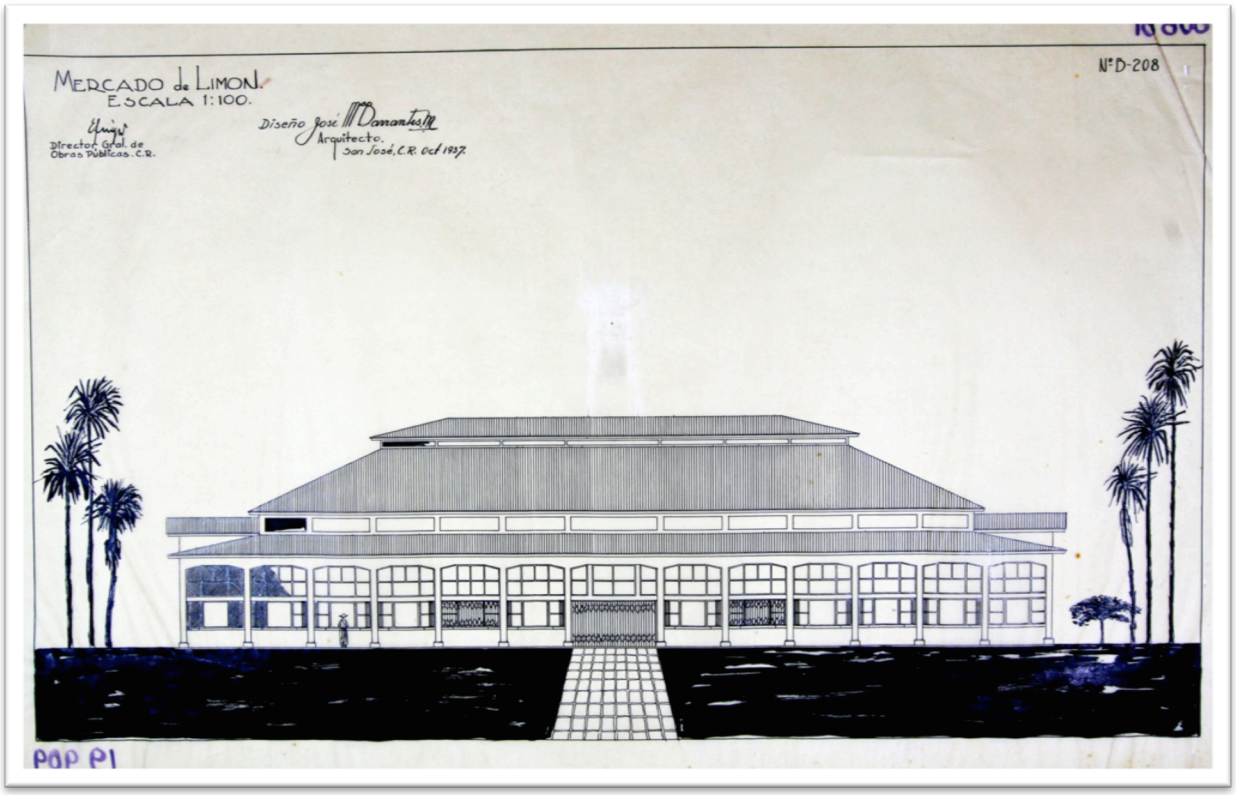
F 18. Esquina suroeste del mercado en 1920. Fuente: Luchas y Esperanzas. 100 años de historia doble e inconclusa del Cantón de Limón. Municipalidad de Limón. (1992).

Parecía que exploraba la posibilidad de dejar la torre o convertir ese lugar en patio central, pues en la fachada que se halló aparece la torre, hasta entonces existente, borrada. Además proponía la construcción de una circulación perimetral al edificio con arcadas (ver F 19).

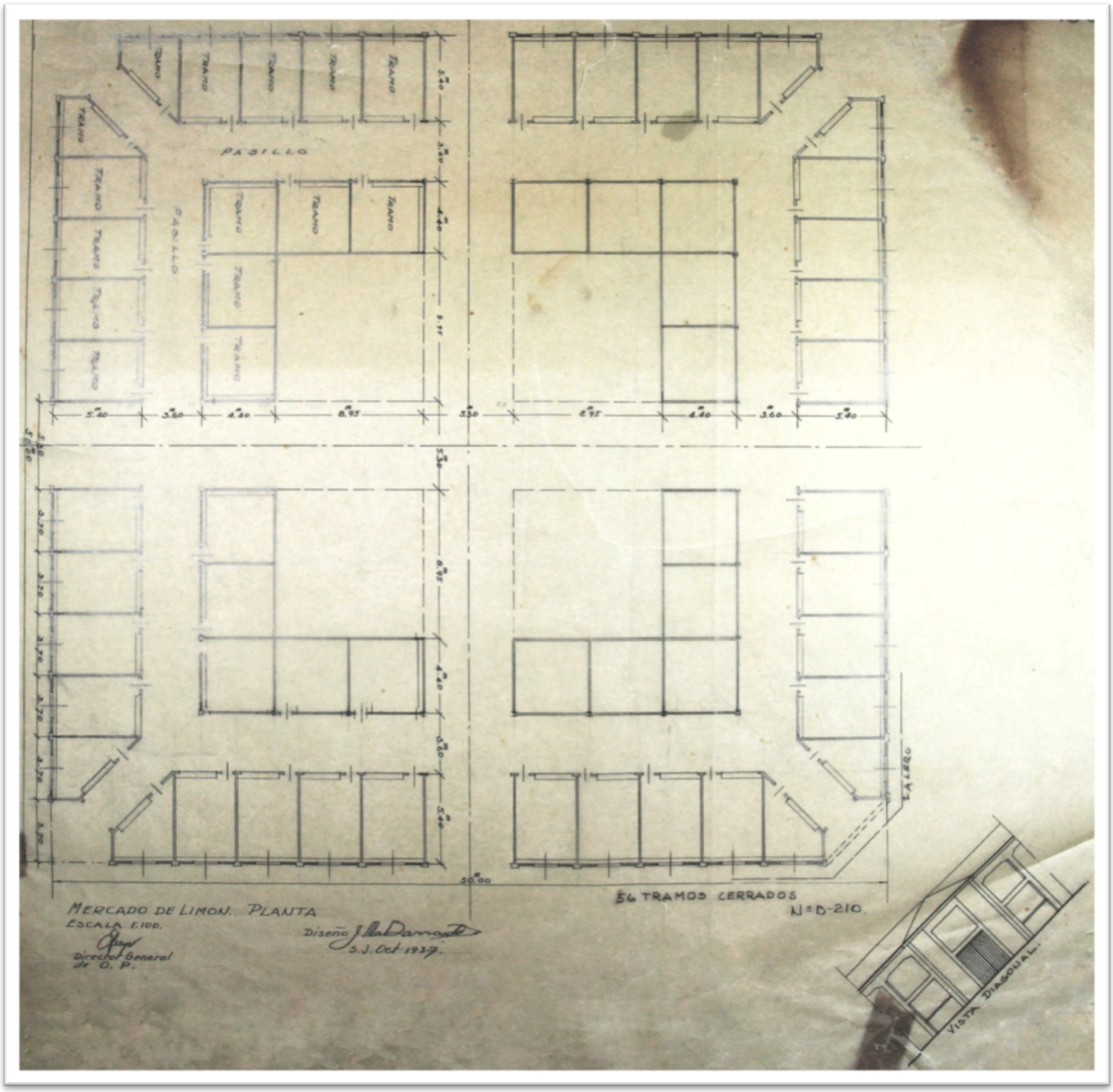
La segunda propuesta firmada por el Ing. J.F. Góngora en 1938, renunciaba a algunos de estos principios de Barrantes en búsqueda de generar una construcción más económica y con más puestos de ventas. Planteaba así 48 tramos cerrados más 44 puestos de venta abiertos en el centro del Mercado[69]. Para esto eliminó los accesos diagonales y las grandes alturas planteadas por Barrantes. Los locales cerrados del núcleo central interno del Mercado, como los había propuesto José María, pasaron a ser puestos de ventas abiertos, con carácter de más bien mesones o estantes donde mostrar los productos (ver F 20).

Los locales cerrados serían destinados a tiendas, cantinas y refresquerías, mientras que los abiertos se utilizarían para la venta de verduras y frutas[70]. Se conservó la idea de la circulación perimetral al edificio, pero ya no con arcadas sino con una losa de concreto con 2m de voladizo como alero[71]. Se conservó además la antigua torre del reloj.

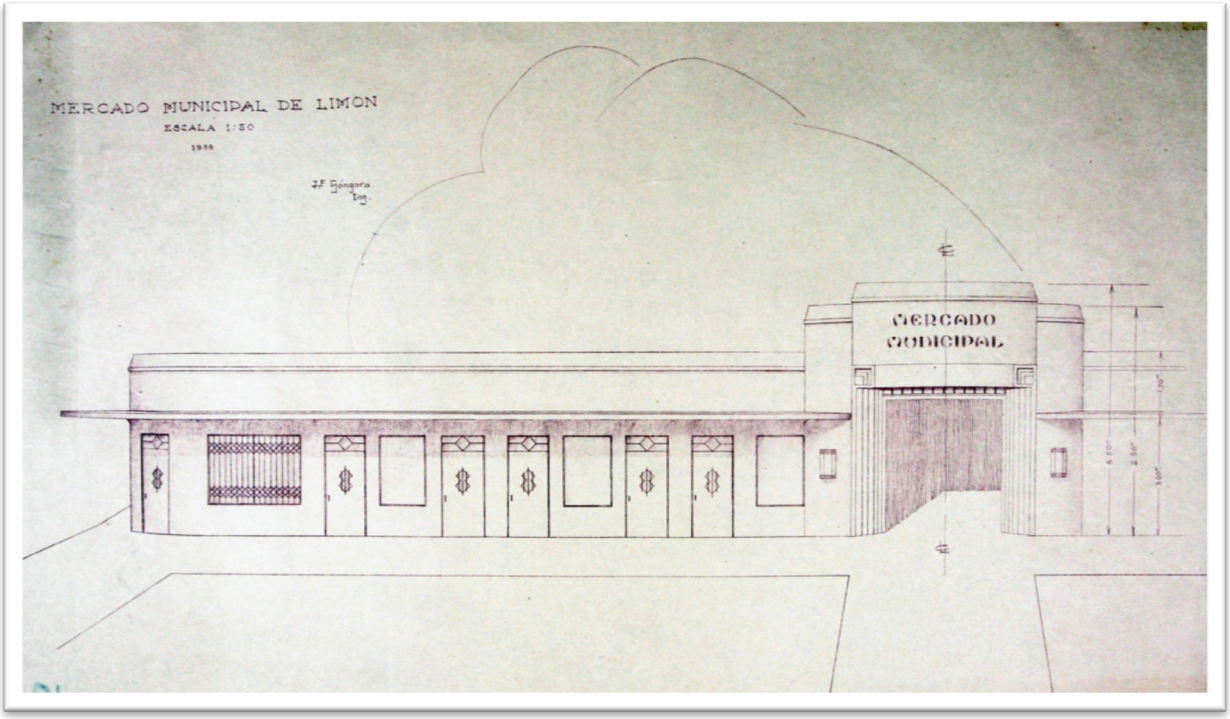
Fue esta segunda propuesta la que se construyó de 1938 a 1941[72], en los primeros años de la administración Calderón Guardia[73](ver F21 a F 24).



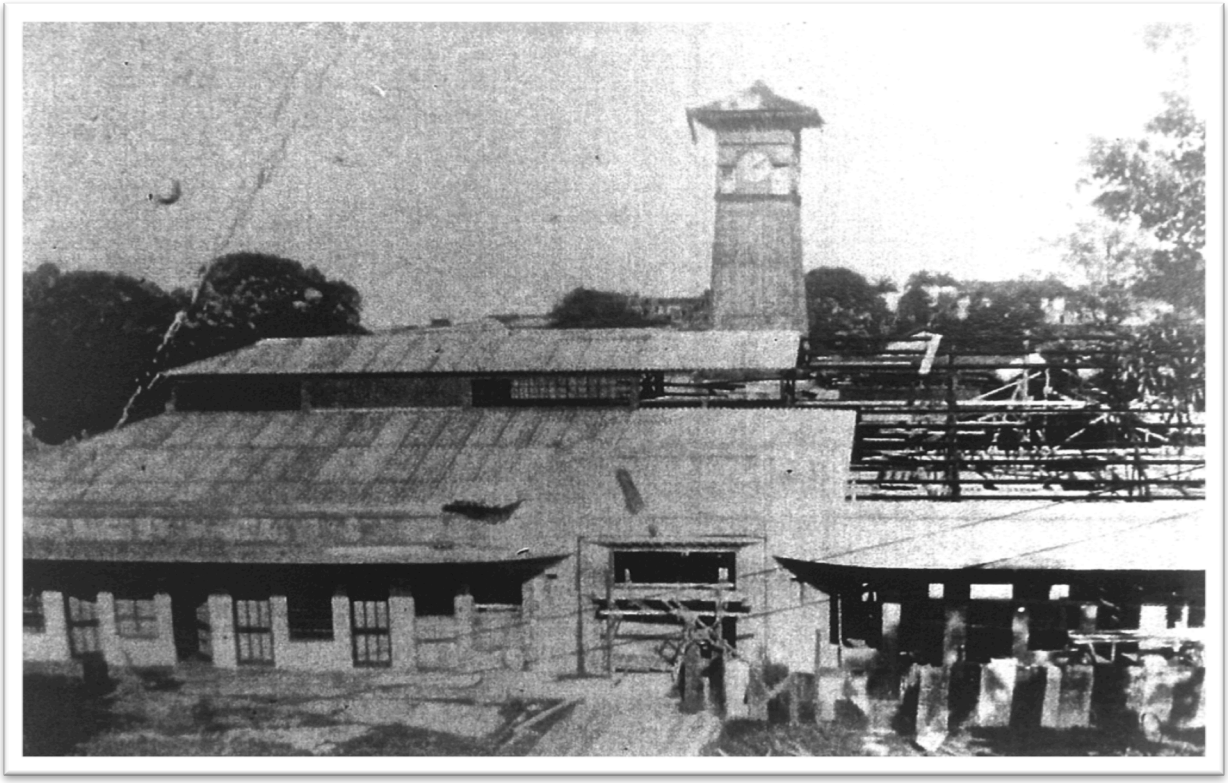
F 19. Fachada de la propuesta de José María Barrantes en 1937. Fuente: ANCR, Fondo 01, Signatura 019909



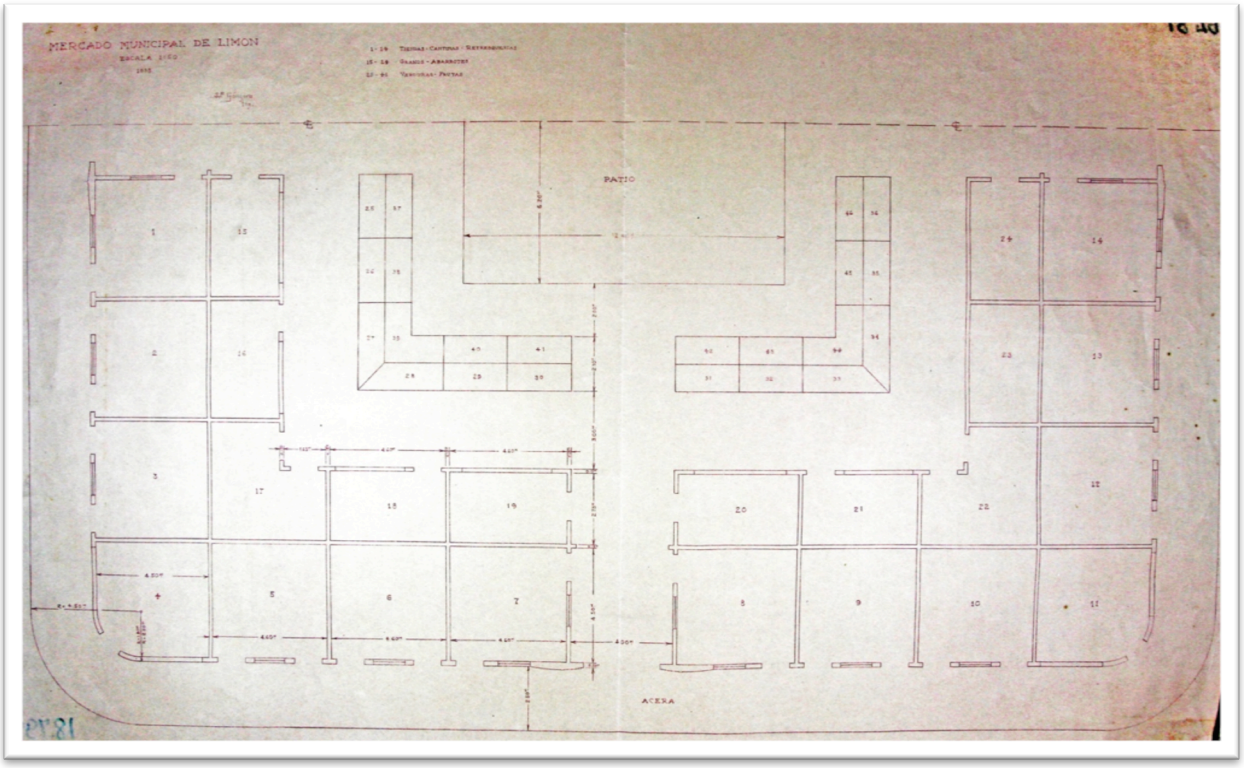
F 20. Planta de la propuesta de José María Barrantes para el Mercado en octubre de 1937. Fuente: ANCR, fondo 01, signatura 019907.



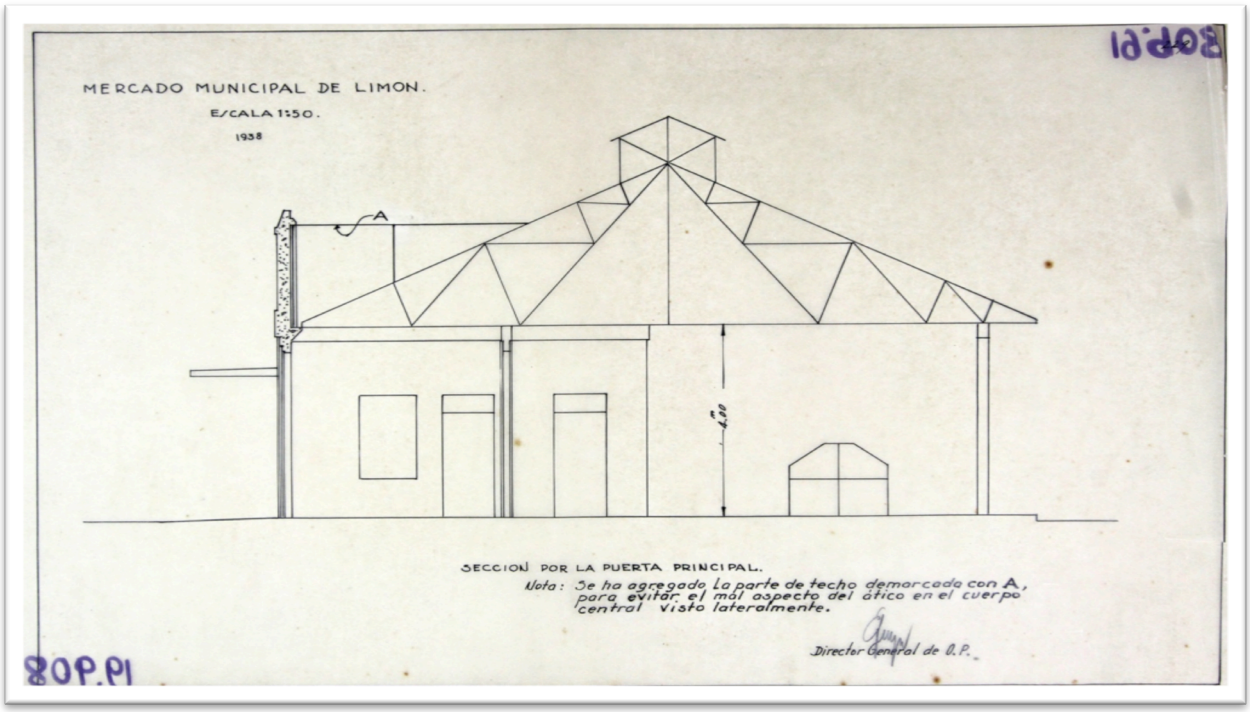
F 21. Fachada de Propuesta construida del ingeniero J.F Góngora en 1938. fuente: ANCR, fondo 01, signatura 018801.



F 22. Construcción del nuevo edificio. fuente Informe de consultoría Propuesta de Revitalización del Centro Histórico de Limón y áreas conexas para su desarrollo como polo turístico que mejore la calidad de vida de sus habitantes.



F 23. Planta propuesta del Mercado Municipal de Liimón. ing. F.Góngora. 1938. Se observa el bloqueo de los accesos diagonales y la distribución para aumentar número de locales. fuente: ANCR, fondo 01, signatura 018798.



F 24. Sección por la puerta principal de la propuesta de Gòngora para el Mercado. se observan locales y mesones para la venta. fuente: ANCR, fondo 01, signatura 019908.

La comparación de los planos del Ing. J.F. Góngora con las descripciones del edificio de H.M. Field, parecieran indicar la construcción de una nueva cubierta con una nueva modulación que permitía ampliar el perímetro techado del Mercado y la cantidad de locales. Algo que se puede sospechar de igual forma al observar la fotografía F 22, pues pareciera mostrar la construcción de una nueva estructura de techos. Sin embargo, más allá de la conservación de la torre del reloj, no se puede concluir con certeza que se conservara materialmente algo más. Sin embargo resuenan nuevamente, hasta esta última construcción, principios de diseño presentes desde el primer edificio: las principales circulaciones de la cuadra e ingresos al edificio, construcción en el centro de la manzana, el elemento central ordenador del espacio circundante y los jardines perimetrales.

Se cree que el edificio fue construido en dos etapas: una primera constituida por los costados sur y este, terminada en 1938, y otra conformada por los costados norte y este finalizada en 1941. El sustento de quienes creen esto, son las fechas rotuladas en cada uno de los accesos del Mercado[74].

En el nuevo edificio todo el perímetro era un corredor que daba acceso a los locales y estaba abierto a las zonas verdes, donde la vegetación ya había alcanzado gran altura. Se podían identificar distintos árboles, palmeras y además un característico cerco de amapolas todo alrededor, que aún recuerdan las personas mayores, pues duró varios años[75]. La cuadra del Mercado ahora poseía un fuerte carácter de parque urbano. Antes era un hito percibido desde largo por la altura de su torre, ahora lo era por sus grandes y frondosos árboles[76].



F 25. Alguna de las fachadas laterales del mercado en 1941. fuente: Colección de Carlos Manuel Hernández Hernández, Limón.

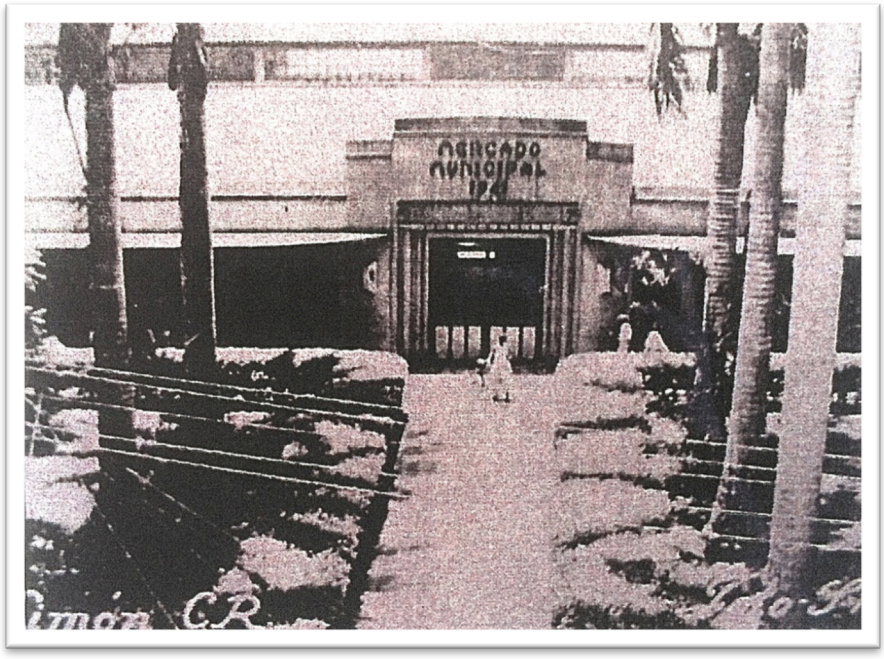
Los tramos del anillo interno que tenían carácter de mesones abiertos, pasaron a tener mesas de concreto y tiempo después paredes de madera[77].

Los locales del anillo externo tenían doble altura y eran hechos completamente de concreto armado. Las paredes laterales de cada local eran completamente cerradas, mientras que las de atrás y adelante tenían unos barrotes de concreto de aproximadamente 50 cm en la parte superior para ventilar. Los locales que daban hacia el exterior tenían puertas y ventanas que podían cerrarse completamente, mientras que los que daban al pasillo interno contaban un mostrador de concreto y se cree que una pila cada uno[78].

Los locales tenían un repello muy fino que parecía hecho con arena, y las esquinas de algunas paredes y columnas estaban redondeadas[79]. Estas esquinas ochavadas correspondían a parte del lenguaje Art Deco predominante en el edificio, más que una función de carácter higiénico, pues no se presentaban en lugares estratégicos para la limpieza como en pisos. Se



F 26. Acceso del Mercado en 1950. Fuente: igual que fotografía anterior.



F 27. Acceso al Mercado Municipal en 1950. fuente: Luchas y Esperanzas. 100 años de historia doble e inconclusa del Cantón de Limón. Municipalidad de Limón. (1992).

presentaban en lugares donde fueran visibles como las esquinas de ingreso y portadas.

Un informe de Gobierno de la época describe este Mercado *como "…una hermosa construcción de concreto y mixto que se terminó bajo el control del ingeniero Rogelio A. Pardo; lo distingue su severa y elegante fachada en cuyo centro, de la parte alta, se asienta una pequeña torre cubierta por un capuchón triangular que resguarda el reloj cuya esfera marca el tiempo a la población porteña. Muy bien acondicionado en el interior con todos los pormenores factibles, de acuerdo con la higiene su distribución no puedo ser más acertada, habiendo quedado perfectamente instalados los diferentes productos afines en apartamentos y corredores dispuestos para el caso y para facilitar la circulación. Grandes ventanas y escenas de ladrillo son el complemento del edificio cuyo valor es de ¢75.925,52…". Resultó una construcción de vital importancia para la salubridad de la población, contribuyendo también al ornato de la ciudad con su hermosa fachada, grandes ventanas y anchas aceras que complementaban y daban realce al edificio*[80].

Para 1950[81] se observa en fotografía la remoción de la torre del reloj. Inquilinos antiguos cuentan que debajo de donde estuvo esta, había locales de ventas con su mostrador, en lo que parecía un kiosco[82]. Este espacio central se iluminaba a través de iluminación artificial y un tragaluz que no se tiene muy claro. Tenía 3 o 4 locales donde había una carnicería y dos verdulerías, una perteneciente en ese tiempo a una señora que se llamaba Doña Olivia, la mamá de algunas personas que todavía trabajan en el Mercado.

Las fotografías y planos encontrados muestran que este edificio es el que actualmente existe, aunque ahora gravemente dañado, insuficiente y con alteraciones que han deteriorado severamente la calidad arquitectónica que alguna vez ofreció.



F 28. Construcción de panorámica que muestra las reminiscencias mejor conservadas actualmente de la estructura de techos y de los locales de 1941 con sus barrotes de ventilación. fuente: propia



F 29. Lo que queda del portal de acceso norte del edificio de 1941. toma desde el Anillo Maxwell hacia el interior. fuente: propia



Improvosación de locales por el crecimiento comercial 1

Anillo Maxwell construído en el perímetro del edificio de 1941. 2

Construcción de kioskos en los accesos diagonales 3

Reapertura de patio central y eliminación de locales centrales 4

PLANO DE LA CIUDAD DE LIMÓN Y SU MERCADO (1970`S-1980`S).
Aproximación a partir de Plano de Minor Keith para la construcción del Tajamar en 1871 y hallazgos de esta investigación.

IV Etapa | CRECIMIENTO COMERCIAL EXPONENCIAL (1970´s-1980´s)

Construcción del Anillo Maxwell

Los años 70`s y 80`s fueron para la ciudad y para el Mercado una época de gran crecimiento comercial y demográfico debido a la construcción de la primera carretera a Limón en el gobierno de José Joaquín Trejos Fernández.

Las zonas verdes y los pasillos perimetrales comenzaron a poblarse de vendedores que buscaban hacerse de un punto de venta en lo que ya se había convertido en el corazón comercial del Puerto. Figuraban pescadores, carniceros, verduleros, fruteros y vendedores de todo tipo de mercancías de la canasta básica.

En el sector este había una carnicería que todavía existe que se llama "La Nueva #2". Además había un local que se llamaba la librería Cartago, en lo que actualmente es la soda "Doña Toda", y una refresquería, muy afamada y querida por los limonenses, que se llamaba "La Negra Mendoza". Ahí se vendía horchata y batidos naturales. Se dice que tomar una horchata en este lugar era algo muy tradicional, *"todo limonense ha tomado horchata ahí"*[83].

Hacia el suroeste, saliendo hacia el correo, habían ya consolidados otros puntos de venta construidos en madera y láminas lisas de hierro galvanizado. A estos últimos particularmente les llamaban los locales de las "tortilleras", pues se trataba de 6 señoras que se dedicaban a hacer tortillas a mano, vender hojas soasadas y varios productos de maíz.

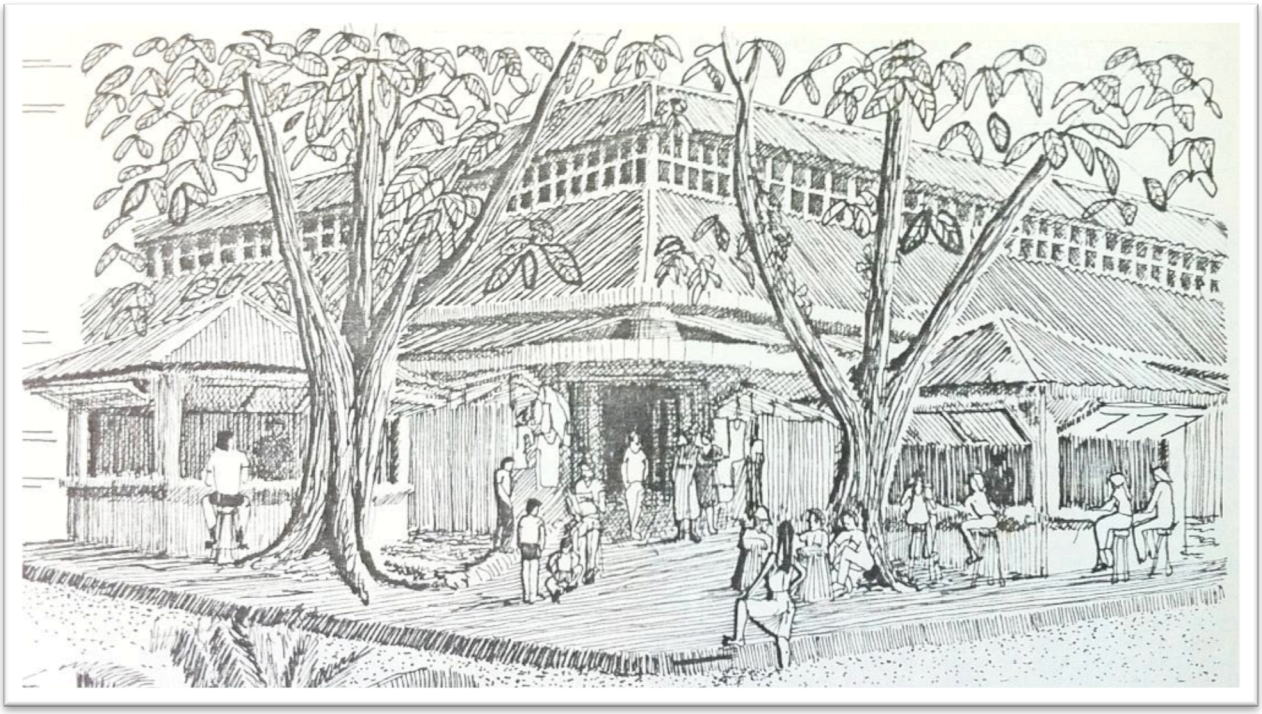
Las carnicerías estaban en la zona suroeste, en un sector que llamado entonces "El Callejón de las Carnicerías"[84]. Además había una cámara de frío comunal, de aproximadamente 25m^2, que daba servicio a los carniceros y por la que cobraban un alquiler diario. Esta existió hasta que se perdió el respeto por los productos ajenos y cada uno se hizo de sus cámaras pequeñas en cada local[85].

El comercio era floreciente, el Mercado pasaba lleno de personas pues en Limón sólo existían estancos y pulperías donde no se vendían verduras ni carnes[86].

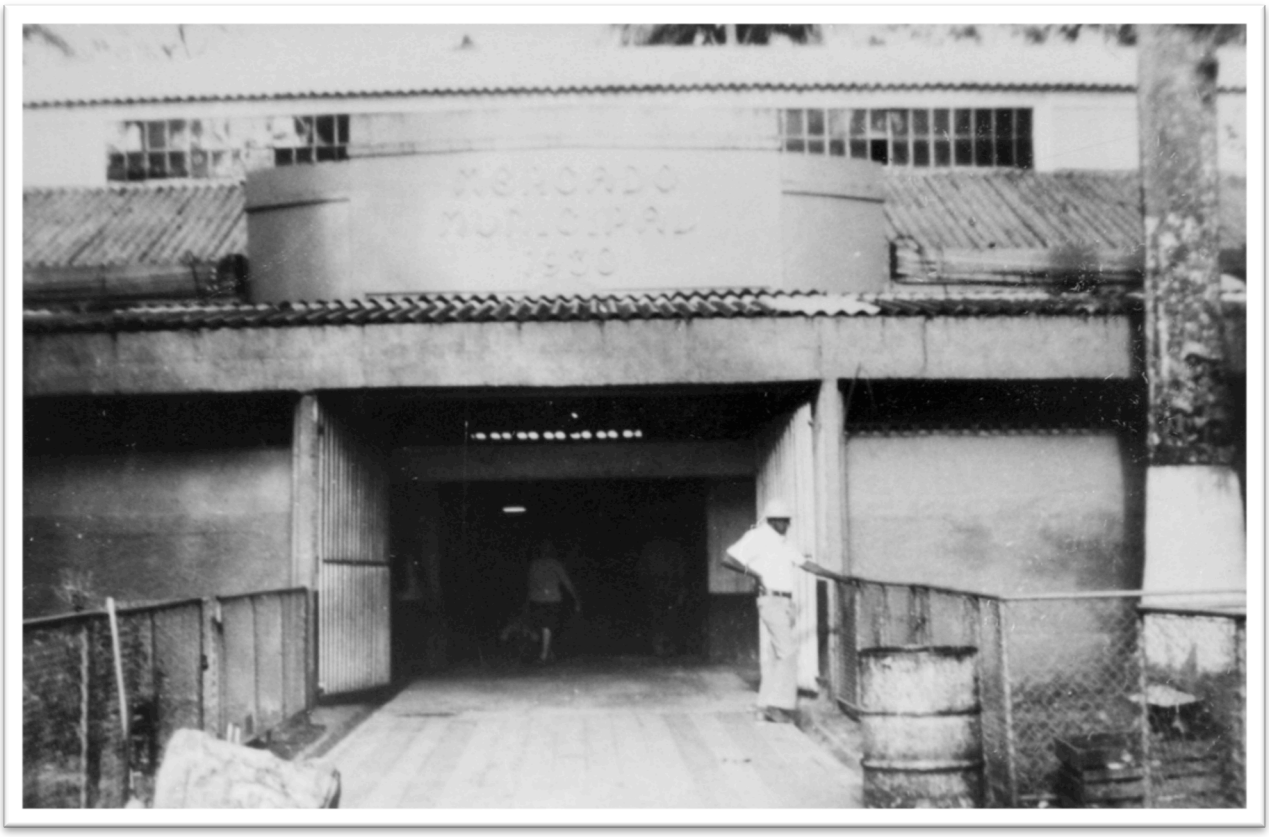
Los locales se fueron modificando para acomodarse a las nuevas necesidades, como por ejemplo los del kiosco del centro, que eran de madera y los modificaron a concreto después, por su estado de deterioro[87].

Para los años 70`s y principios de los 80`s el crecimiento continuo y la consolidación de los comercios ubicados informalmente en las zonas verdes y el pasillo perimetral del Mercado, pasaron a ser un grave problema. Las autoridades de salud de la época señalaron que ese crecimiento desordenado de kioscos alrededor del edificio principal, acarreaba problemas de higiene como el desbordamiento de aguas negras y la abundancia de ratas[88].

La situación demandó una nueva ampliación del Mercado, o más bien una cierta formalización de la situación del edificio, pues muchos locales se habían hecho con permisos de la administración de ese tiempo pero no eran nada uniformes ni cumplían con las condiciones necesarias para su operación. Se trataba de locales de madera con láminas lisas de hierro galvanizado, y otros de concreto con enchapes de azulejo[89].



F 30. Acceso sureste del mercado con sus kioskos a la entrada en 1984. Fuente: Tesis para optar por el grado de licenciatura en arquitectura. Paisaje urbano e identidad: Una alternativa para Limón Centro. 1894



F 31. Acceso al mercado en 1985. Se aprecia el tejado del anillo Maxwell y la negación del exterior. Fuente: ANCR, fondo 01, signatura 5526..

La solución se concretó, con intervención de los comerciantes[90], durante la administración de un ejecutivo municipal conocido como Maxwell, alrededor de los años 1973 y 1979[91]. Así, la ampliación perimetral que se construyó quedó popularmente bautizada como "El Anillo Maxwell" [92].

La fecha exacta de la ampliación, y si Maxwell era un apellido o un nombre, no se pudieron conocer con exactitud en esta investigación. Sin embargo la comparación de los planos de la III Etapa con los del edificio existente en el año 1992 y el edificio actual, dan cuenta de la construcción de un cinturón de tramos con un ancho total de aproximadamente 6,10 m, alrededor del edificio de 1940[93].

Las cubiertas de los nuevos locales se hicieron de láminas onduladas de hierro galvanizado con estructura de madera. Las paredes de los locales fueron hechas en cemento y ladrillo perforado para ventilar. Los locales quedaron completamente cerrados al exterior, perdiendo la comunicación con las zonas verdes.

El antiguo alero perimetral de los años 40 pasó a ser una mal lograda canoa interna, la cual por una necesidad de iluminación mal atendida, contradictoriamente se la perforó en el centro cada 5m para colocar cilindros de concreto con domos acrílicos[94].

Además en esta ocasión se construyeron 8 kioscos: 2 en cada costado de los pasillos de los 4 accesos diagonales, quizá como locales de ventas, que es su función actual. De estos no se halló información sobre sus características primigenias, pero por el plano de 1992 y la ilustración encontrada de 1985 se sabe que llegaron a tener planta hexagonal, y que tenían bancas para atender a los clientes en el exterior[95].

El kiosco de la parte central se eliminó también alrededor de esos años[96]. Un planché de cemento al aire libre vino a regresar de cierta forma el patio central de los orígenes, y a mejorar la ventilación de la edificación.

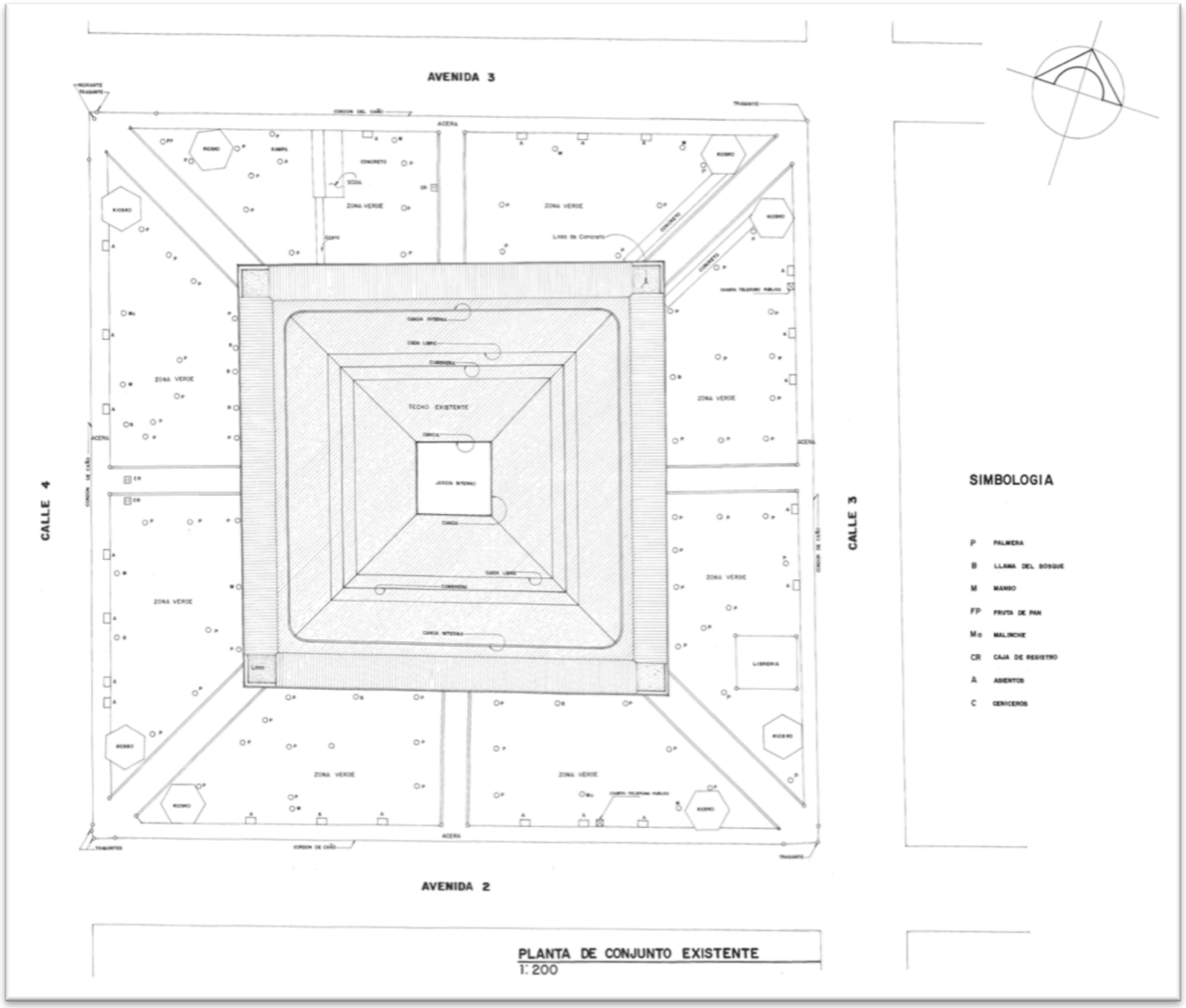
Esta etapa de desbocado crecimiento constructivo, propició con sus decisiones de diseño varios de los principales componentes del problema arquitectónico actual, como las constantes inundaciones en el anillo, las condiciones de hacinamiento, la insuficiencia de los servicios del edificio y la expansión desordenada y problemática de los locales sobre las zonas verdes.

A pesar de que la remodelación buscó ampliar la cantidad de locales, las zonas verdes a partir de esta época no se pudieron ver libres nunca más de un constante asedio para convertirlas, a como diera lugar, en locales comerciales.

Se puede decir que a pesar de no haber ocupado por completo las zonas verdes y de haber conservado los criterios históricos reminiscentes de los Barruel, esta intervención vino a sentenciar el deterioro de la calidad espacial ya de por sí declinada del edificio de Góngora.



F 32. Pasillo del anillo maxwell en el 2013. Se aprecian las claraboyas que iluminan el pasillo, los ladrillos ocn oradaciones circulares para ventilación, y el caràcter cerrado y estrecho del espacio. Fuente: propia



F 33. Planta de conjunto existente en 1992. Se aprecian locales hexagonales, la antigua librería limón al este y la configuración histórica del edificio y las circulaciones principales que lo atraviesan. Fuente: ULFA, Archivo digital del mercado municipal de limón, p19.



1 Plaza dura de acceso creada por la municipalidad.

2 Escaso mantenimiento de las zonas verdes y eliminación de gran parte de cobertura vegetal

3 Crecimiento improvisado de locales comerciales sobre zona verde

4 Visual cerrada a zona verde en todo el perímetro del Anillo Maxwell

PLANO DE LA CIUDAD DE LIMÓN Y SU MERCADO (1990-1997).
Aproximación a partir de Plano de Minor Keith para la construcción del Tajamar en 1871 y hallazgos de esta investigación.

V Etapa | NECESIDADES NO RESUELTAS (1990-1997)

Intento de remodelación y ampliación por parte del Instituto de Fomento y Asesoría Municipal (IFAM)

Intervención por parte del Centro de Patrimonio con fondos de Cooperación Española

La gran demanda de locales de ventas y condiciones apropiadas para la habitabilidad y el comercio, en el marco de un edificio que evidentemente había agotado los recursos propios de su diseño, y que se llenaba de anexos comerciales mal planificados en las zonas verdes, impulsó en 1992 la puesta en marcha de un plan para la remodelación y ampliación del Mercado. Este fue producto de la asesoría y financiamiento del Instituto de Fomento y Asesoría Municipal (IFAM)[97], y diseño del diseño del Arq. Fernando Cambronero Salas para esta institución[98].

Esta remodelación, la más grande planteada hasta hoy día, pretendía solucionar los problemas de infraestructura y de crecimiento que presentaba el Mercado por un costo de 150 millones de colones en 1992[99].

Para esto se platearon distintos cambios: arreglos en las cubiertas para mejorar la ventilación y eliminar filtraciones, la readecuación de los sistemas eléctrico y mecánico, levantamiento de paredes de los locales del edificio antiguo hasta los 4m de altura, nivel donde comenzaba la estructura de techo; agrupación y remodelación de los locales según los productos específicos que vendían, como colocación de piletas, mostradores, cielo raso y acabados; la instalación de 4 baterías de baños en las 4 esquinas del edificio de 1940, y uno que otro arreglo estético como la colocación de mucarmas de petatillo en las fachadas de todo el nuevo conjunto[100]. Sin embargo el mayor impacto se planteaba con la construcción de 52 nuevos locales, de 5m x 4m cada uno, en 6 nuevos núcleos adosados al edificio de 1940, sobre las zonas verdes perimetrales; además de la eliminación los accesos diagonales para colocar 16 nuevos: 4 paralelos a cada entrada existente a mitad de cuadra, los cuales fragmentarían el antiguo cinturón verde en 6 miniplazas de piso de adoquines.

Al final esta remodelación no se pudo completar. Su construcción se planteó de una manera insostenible: necesitaba el desalojo total de los inquilinos durante los 9 meses que durarían las obras y sin dar una respuesta a cómo iban a hacer para mantenerse económicamente ese largo tiempo. Esto naturalmente generó la oposición de los inquilinos al proyecto[101] hasta que el plan fue abandonado. Los inquilinos dicen que sencillamente no se habló más nada de eso[102]. De sus intenciones quedó un núcleo de baños en una de las esquinas del edificio de 1940 y un grupo de locales sobre la entrada a media cuadra del costado norte.

La decadencia de las condiciones de habitabilidad y el desordenado e informal asentamiento de chinamos en el Mercado y sus jardines perimetrales continuaron al punto que en 1994 se solicitó al Ministerio de Salud gestionar su

cierre por ser un establecimiento insalubre y propiciar el deterioro de las áreas urbanas circundantes[103].

En 1995 con la propuesta de un plan para el rescate del casco antiguo de la ciudad de Limón, por parte del Centro de Patrimonio del Ministerio de Cultura, personeros del gobierno de España visitaron dicho lugar y expresaron su interés en la donación de recursos para el rescate del Mercado Municipal[104].

Así se gestó un plan diseñado y dirigido por la Arq. Sandra Quirós del Centro de Patrimonio del Ministerio de Cultura, para reparar este establecimiento. El plan se compuso de tres etapas a desarrollar y se realizó con el Mercado en funcionamiento, tomando las respectivas medidas de seguridad[105].

La primera etapa consistió en el levantamiento planimétrico del edificio en ese momento y el estudio de su deterioro material[106] para plantear las reparaciones necesarias.

La segunda consistió la sustitución de canoas y bajantes y el cambio total del material de la cubierta por láminas esmaltadas del tipo Metalco #26, pues el material existente colocado cerca de esa época era de fibrolit ondulado y se encontraba en muy mal estado[107]. Además se restauraron las cerchas de metal del edificio de 1940, removiendo la pintura antigua y colocando nueva[108].

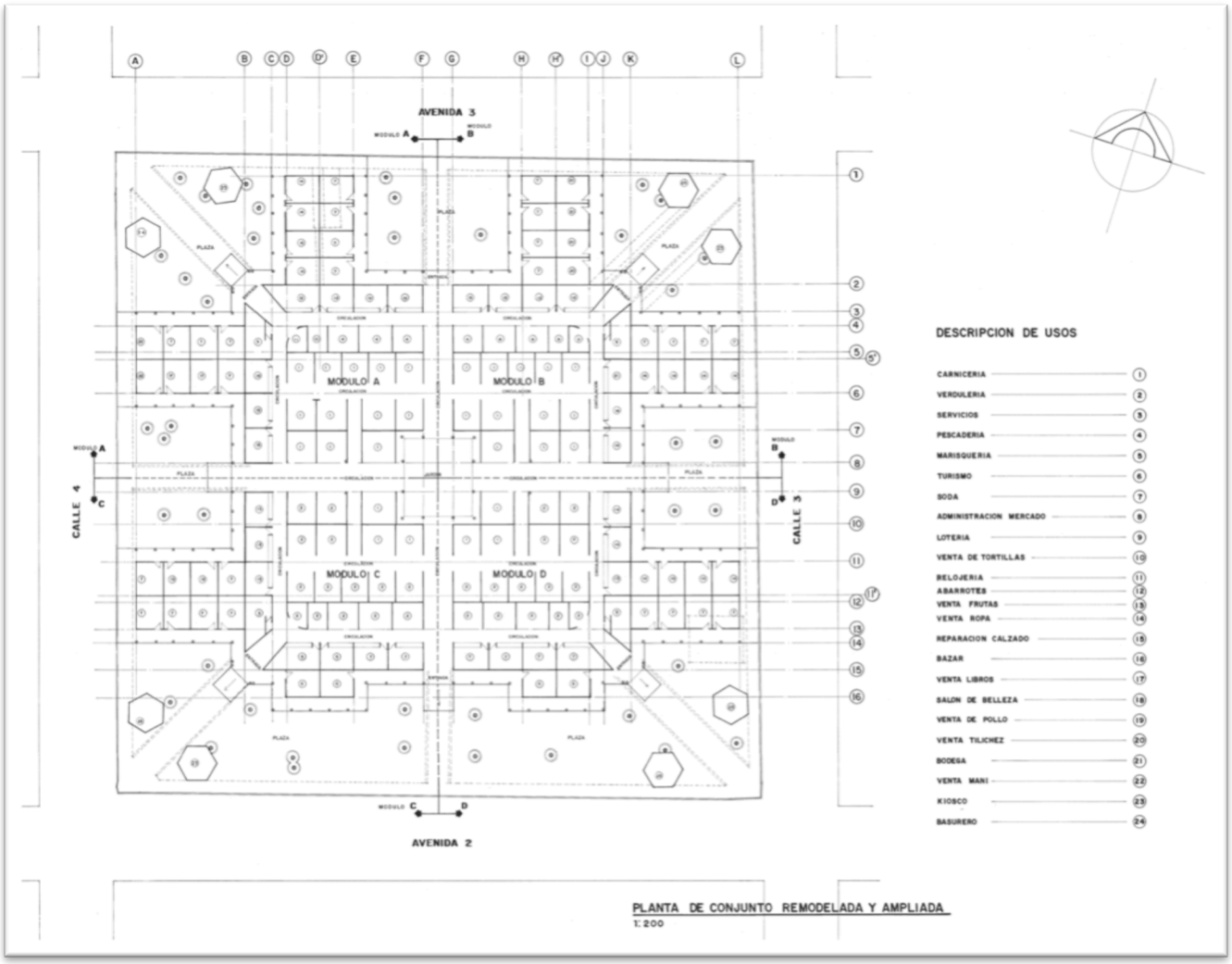
La etapa final buscó la restauración de la precinta y portadas originales del inmueble incluyendo las letras en relieve de los cuatro costados, la reparación de las filtraciones pluviales de la losa del Anillo Maxwell, la remodelación de algunas de sus fachadas para abrirles ventanas con mostradores[109], la construcción de una acera perimetral al edificio, la construcción de la instalación eléctrica de todo el inmueble y la construcción de las instalaciones mecánicas sanitarias, pluviales y potables[110]. En esta época también se construyó un alero de 40m de longitud para sustituir los toldos de plástico y techos improvisados del patio central. El piso de este lugar se demolió, se niveló y se construyó un caño de desagüe perimetral con su reja. Además se sembraron los árboles de laurel de la India frente a la Avenida Segunda en un portal construido por la Municipalidad[111] y se recomendó la eliminación de las palmeras por soltar peligrosas ramas y ser hábitat de zopilotes[112].

Una difícil ejecución de los trabajos por una creciente cantidad de improvistos[113] y robo de materiales[114], elevó los costos calculados originalmente en 45 millones de colones a más del doble[115]. Durante la reparación no faltaron las denuncias e inquietudes de inquilinos y de la Cámara de Comercio, Turismo e Industria de Limón por aparentes problemas en la ejecución de las reparaciones y falta de solución a problemas existentes[116].

La obra fue recibida a satisfacción en diciembre de 1997 por la Arq. Sandra Quirós. Sin embargo los inquilinos y el Centro de Patrimonio señalaron en este momento la falta de mantenimiento y resguardo del edificio por parte de la municipalidad y el maltrato de las instalaciones por parte de los inquilinos, la necesidad de mejoras en el diseño de las fachadas para aprovechamiento comercial , la necesidad de reparación de filtraciones en la losa del Anillo Maxwell y de las deplorables condiciones de habitabilidad a lo interno de los locales, problemas en el alcantarillado[117], la falta de solución al uso de los espacios verdes como zonas intersticiales ocupadas por

indigentes y drogadictos para dormir, cocinar, comer, defecar, orinar, asaltar y vender drogas[118]; así como la expresa voluntad del Centro de Patrimonio de liberar esta zona de los chinamos existentes[119]. Situaciones documentadas que evidenciaron la no resolución de los problemas más graves del Mercado, y que en su conjunto lo llevaron casi a ser cerrado por el Ministerio de Salud tan sólo unos meses después de finalizarse las reparaciones realizadas por el Ministerio de Cultura[120].

Sin embargo en medio de estas reparaciones y problemas, en 1996, el Centro de Patrimonio inició el proceso de declaratoria de interés histórico-arquitectónico del edificio del Mercado, con lo que de ahora en adelante constituyó una obligación legal, la solicitud de permisos para la modificación del edificio del Mercado y todo lo que su cuadra albergaba[121].



F 34. Planta de distribución del proyecto de ifam para el mercado en 1992. Se aprecia la densa cobertura de locales y la fragmentación de las áreas verdes en plazas duras. Fuente: ULFA Archivo digital del Mercado.



Remodelación y ampliación de locales en las zonas verdes 1

Creación de nuevos locales en zonas libres 2

Fraccionamiento y hacinamiento de los antiguos jardines 3

Deterioro generalizado de toda la infraestructura 4

PLANO DE LA CIUDAD DE LIMÓN Y SU MERCADO (1998-2014).
Aproximación a partir de Plano de Minor Keith para la construcción del Tajamar en 1871 y hallazgos de esta investigación.

VI Etapa | DECLARATORIA DE INTERÉS HISTÓRICO-ARQUITECTÓNICO Y DECADENCIA (1998-2013)

Declaratoria de interés histórico arquitectónico
Constreñimiento del crecimiento
Actualidad

A partir de la apertura del proceso de declaratoria se comenzaron a registrar una gran cantidad de situaciones problemáticas alrededor del estado del edificio, las necesidades de sus usuarios y la necesidad de permisos para intervenirlo constructivamente[122].

En 1997 la Municipalidad manifestó en reiteradas ocasiones al Centro de Patrimonio estar de acuerdo con la declaratoria de interés histórico-arquitectónico del edificio, pero no con la de sus zonas verdes perimetrales de eminente vocación comercial; pues la prohibición de construcción y alteración de estas zonas por ley, podría tener graves perjuicios económicos y sociales para la población centro-limonense. De hecho estas zonas verdes, de previo habían sido declaradas por esta institución como zonas de interés comercial, y se pretendía utilizarlas para ubicar kioscos para albergar a los muchos vendedores ambulantes de la zona. Además se consideraba injustificada esta acción al tratarse de zonas gravemente descuidadas y poseer gran cantidad de construcciones sin valor histórico[123].

A pesar de esto, el proceso de declaratoria avanzó sin modificaciones ni proponer soluciones a las necesidades de uso. El edificio fue declarado de interés histórico-arquitectónico el 21 de julio de 1998, tras un breve y superficial estudio histórico-arquitectónico, considerando 4 aspectos: que ha representado un lugar muy especial, donde además de la compra y venta de diferentes productos se ha producido el encuentro diario de las personas de la comunidad y visitantes; que el edificio ha tenido a través de la historia un significado relevante, en donde se han fomentado costumbres y tradiciones propias del lugar; que desde los inicios de Puerto Limón el Mercado fue un área verde que posteriormente se dedicó a ese fin, ya que en el sitio han existido varios edificios dedicados a esta función; y que es necesario mantener el entorno natural que característicamente ha rodeado a este Mercado, como área que contribuye a refrescar y darle presencia al edificio. Esto alegando textualmente la *"necesidad de realizar una declaratoria para el mercado, ante el peligro que corre el inmueble de perder buena parte de la zona verde que le garantiza el entorno natural"*[124].

Con graves necesidades arquitectónicas, un comercio pujante con el arribo semanal de cruceros al puerto, y sujeto de lleno a la regulación del patrimonio histórico-arquitectónico nacional, a partir de este momento en el archivo del Centro de Patrimonio se registraron muchísimas solicitudes para la construcción de nuevos locales, ampliación y remodelación de los existentes.

Estas evidenciaban diferentes necesidades urgentes como nuevos espacios de ventas, de trabajo y de atención al público; modificaciones para sanear y darle uso positivo a las zonas verdes; mejorar la seguridad de los locales dado los constantes robos de mercadería, cambios de pisos pues los existentes provocaban accidentes por

deslizamientos; cambio de ubicación de puertas de entrada a los tramos, apertura de ventanas, colocación de mostradores; cambio de estructura de madera de techos por perfiles RT, entubación o colocación de nueva estructura eléctrica; instalación de pilas, lavatorios y servicios sanitarios dentro de los locales, pues no tenían, y los existentes, de carácter público, eran insuficientes y en estado deplorable de mantenimiento y condiciones de diseño[125].

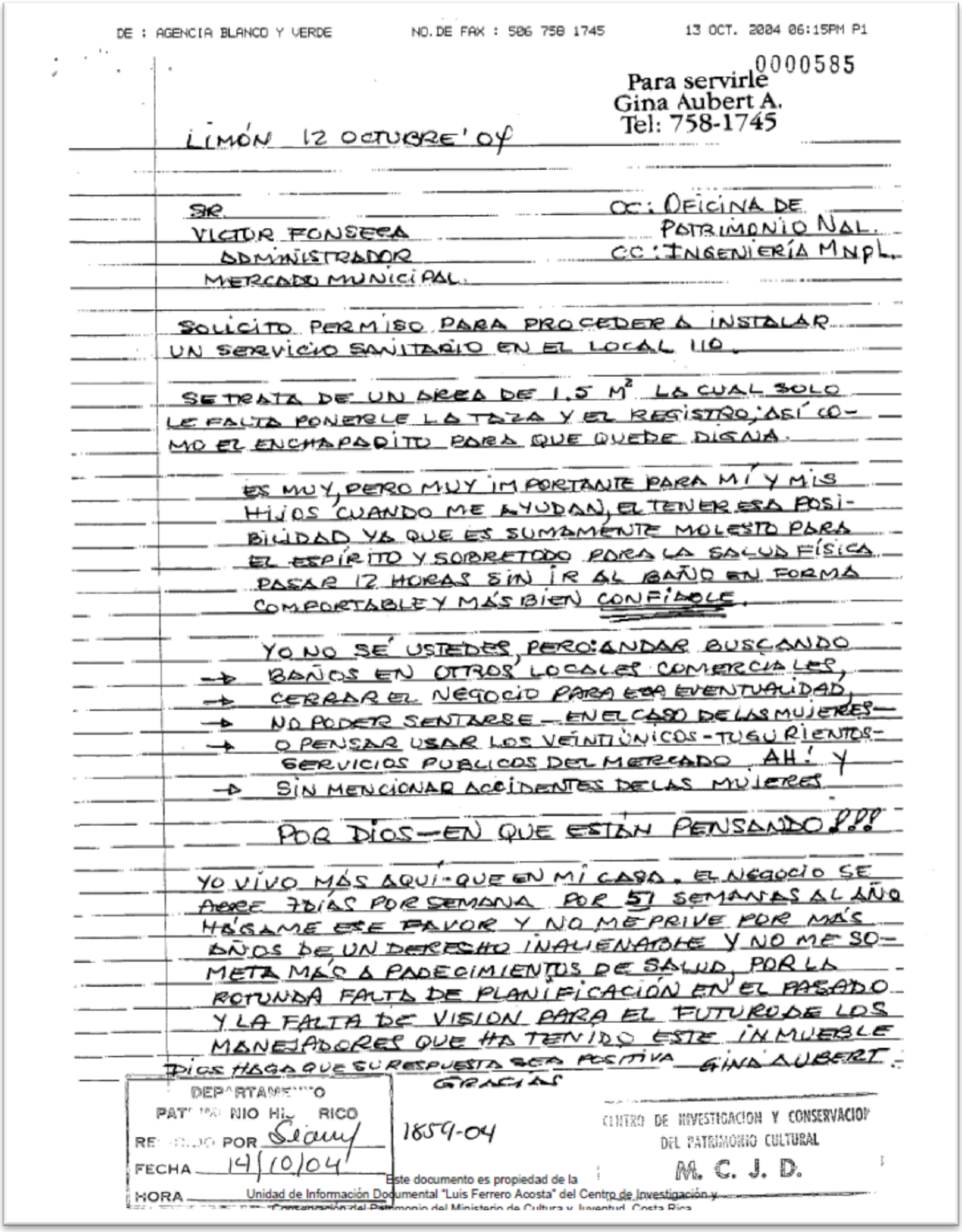
Dichas solicitudes fueron denegadas en su gran mayoría[126]. El Centro de patrimonio indicaba textualmente que la originalidad del inmueble debía conservarse, respetando sus rasgos arquitectónicos y espaciales con la finalidad de mantenerse un apego a la versión original del edificio[127]. Estas remodelaciones fueron rechazadas pues no se apegaban a los criterios de valoración y conservación del entonces personal del Centro de Patrimonio; el cual justificó su decisión en que éstas constituían un obstáculo para la apreciación del edificio, tener criterios compositivos que no guardaban relación con el edificio declarado patrimonio[128], por "quebrar" el "valor cultural del monumento" al dañar su "ambiente cultural"[129], y que se había llegado al límite de las posibilidades del espacio disponible en el edificio, siendo ésta última la única justificación relativamente sensata con respecto al contexto que se vivía entonces.

La negativa del Centro de Patrimonio a los permisos tramitados, y la desatención a las necesidades del edificio por parte de una Municipalidad y una Cámara de Comercio, Turismo e Industria Limonense que no sabían cómo abordar la condición patrimonial del edificio, sumada a la falta de propuestas para la conservación patrimonial sostenible por parte de los expertos en el tema, generaron que las remodelaciones se dieran sin autorización; o que se resolvieran de manera ingeniosa como evidencian varios permisos tramitados para la colocación de locales provisionales en temporadas determinadas, o solicitudes para reparaciones menores que terminaban en ampliaciones clandestinas[130].

Estos problemas no sólo se presentaban a lo interno de los locales, para el 2004 el Mercado en general y sus espacios públicos ya presentaban un grave estado de deterioro. Inquilinos denunciaban el mal olor de toda la estructura, severos daños en techos, desbordamiento de aguas negras, inundaciones, inseguridad y desaseo en los jardines[131].

La Municipalidad, conociendo por el mal estado del edificio[132], buscó solucionar la situación proponiendo la mejora de los jardines para sacar a los indigentes de las zonas verdes[133], construcción de nuevos locales en el sector norte[134], construcción de parqueos, pisos antideslizantes, y mejoras en techos y sistemas de evacuación pluvial[135]. La Cámara de Comercio, Turismo e Industria de Limón por su parte manifestó interés en desarrollar un plan para el rescate del Mercado que pudiera ser presentado en el Certamen "Salvemos Nuestro Patrimonio" del Ministerio de Cultura y así conseguir fondos[136]. Sin embargo estas soluciones o no fueron suficientes, o no pudieron ser ejecutadas por los mismos problemas de permisos[137] o por otros que resultan desconocidos en esta investigación.

Esta problemática, lejos de solucionarse, ha venido empeorando. El edificio presenta un deterioro general de las cubiertas y paredes; inadecuada ventilación en



DE : AGENCIA BLANCO Y VERDE NO. DE FAX : 506 758 1745 13 OCT. 2004 06:15PM P1

0000585

Para servirle
Gina Aubert A.
Tel: 758-1745

LIMÓN 12 OCTUBRE '04

SR.
VICTOR FONSECA
ADMINISTRADOR
MERCADO MUNICIPAL.

CC: OFICINA DE PATRIMONIO NAL.
CC: INGENIERÍA MNPL.

SOLICITO PERMISO PARA PROCEDER A INSTALAR UN SERVICIO SANITARIO EN EL LOCAL 110.

SE TRATA DE UN AREA DE 1.5 M^2 LA CUAL SOLO LE FALTA PONERLE LA TAZA Y EL REGISTRO; ASÍ COMO EL ENCHAPADITO PARA QUE QUEDE DIGNA.

ES MUY, PERO MUY IMPORTANTE PARA MÍ Y MIS HIJOS CUANDO ME AYUDAN, EL TENER ESA POSIBILIDAD YA QUE ES SUMAMENTE MOLESTO PARA EL ESPÍRITO Y SOBRETODO PARA LA SALUD FÍSICA PASAR 12 HORAS SIN IR AL BAÑO EN FORMA COMPORTABLE Y MÁS BIEN CONFIABLE.

YO NO SÉ USTEDES, PERO: ANDAR BUSCANDO
→ BAÑOS EN OTROS LOCALES COMERCIALES,
→ CERRAR EL NEGOCIO PARA ESA EVENTUALIDAD,
→ NO PODER SENTARSE - EN EL CASO DE LAS MUJERES -
→ O PENSAR USAR LOS VEINTIÚNICOS - TUGURIENTOS - SERVICIOS PUBLICOS DEL MERCADO. AH! Y
→ SIN MENCIONAR ACCIDENTES DE LAS MUJERES

POR DIOS - EN QUE ESTÁN PENSANDO!!!

YO VIVO MÁS AQUÍ - QUE EN MI CASA. EL NEGOCIO SE ABRE 7 DÍAS POR SEMANA POR 51 SEMANAS AL AÑO HÁGAME ESE FAVOR Y NO ME PRIVE POR MÁS DAÑOS DE UN DERECHO INALIENABLE Y NO ME SOMETA MÁS A PADECIMIENTOS DE SALUD, POR LA ROTUNDA FALTA DE PLANIFICACIÓN EN EL PASADO Y LA FALTA DE VISION PARA EL FUTURO DE LOS MANEJADORES QUE HA TENIDO ESTE INMUEBLE

DIOS HAGA QUE SU RESPUESTA SEA POSITIVA GINA AUBERT.

GRACIAS

DEPARTAMENTO PATRIMONIO HISTÓRICO
RECIBIDO POR Liam
FECHA 14/10/04
HORA

1859-04

CENTRO DE INVESTIGACION Y CONSERVACION DEL PATRIMONIO CULTURAL
M. C. J. D.

Este documento es propiedad de la Unidad de Información Documental "Luis Ferrero Acosta" del Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio del Ministerio de Cultura y Juventud, Costa Rica.

F 35. Carta de inquilina del mercado en el 2004, solicitando permiso para colocar inodoro en su local ubicado en la zona verde. El permiso correspondiente le fue negado alegando la pérdida de las zonas verdes. fuente: ULFA, Archivo administrativo nº 4 años 2004, pág 6.

pasillos y servicios sanitarios; baños insuficientes, mal ubicados y en mal estado; inadecuada evacuación de aguas pluviales; áreas de circulación estrechas y obstruidas; sistema electromecánico en pésimas condiciones de mantenimiento; mínimas condiciones de seguridad; condiciones inadecuadas para la disposición de desechos sólidos; mal estado de las aceras, pisos y cielos; no adecuación a las normas mínimas del Reglamento de Construcciones y a de la Ley de Igualdad de Oportunidades, etc. Todo registrado en una serie de al menos 21 órdenes sanitarias realizadas al Mercado o sus locales desde el 2009[138].

En diciembre del 2011, esto desembocó en la declaratoria de inhabitabilidad del Mercado por parte del Ministerio de Salud, que tras realizar un estudio determinó que el edificio era ruinoso, peligroso e insalubre. Esta declaratoria abrió un proceso administrativo en el cual se ordenó su clausura de no presentarse un plan efectivo de mejoras en el edificio para proteger la salud pública en un corto plazo[139].

Con la urgencia de evitar el cierre, la Municipalidad del



F 36. Entrada al Mercado desde avenida 2 en el 2006. Fuente: Informe de Consultoría: Propuesta de revitalización del Centro Histórico de Limón y áreas conexas para su desarrollo como polo turístico que mejore la calidad de vida de sus habitantes.

Puerto, propietaria registral del inmueble debió apresurarse a presentar un plan de tal magnitud y complejidad en cuestión de un mes[140], estando en riesgo el sustento de las 300 familias que se calcula dependen de la actividad comercial que en este se desarrolla.

Para finales de febrero del 2012, tras una serie de tensos inconvenientes en los requisitos del plan para remodelar el Mercado[141], se presentó al Ministerio de Salud una propuesta para elaborar un proyecto para reconstruir, remodelar y ampliar el Mercado; con lo que se levantó temporalmente la orden de cierre del establecimiento. Un proyecto con un costo total estimado de 702 millones de colones[142].

Así momentáneamente quedaron satisfechos el Ministerio de Salud y los inquilinos, que agradecieron que no se diera el cierre, pues calificaban de catastrófica la posibilidad de ser desplazados a la feria del agricultor en Barrio Quinto en caso de clausura.

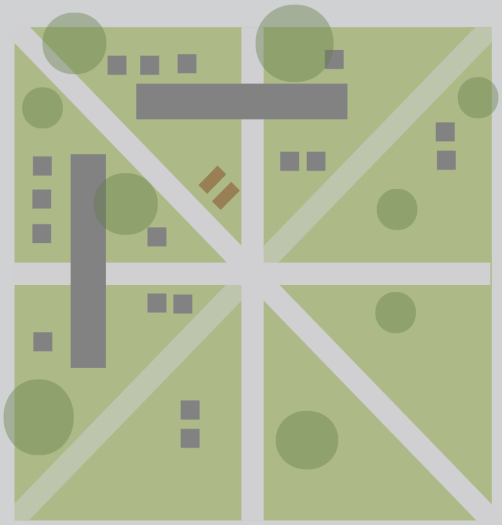
A la fecha, finales del 2013, dicho plan se encuentra gravemente atrasado por problemas que se veían venir desde su planteamiento si se conocen los procedimientos para permisos del Centro de Patrimonio, y quizá por otros inconvenientes no recopilados por esta investigación[143]. Es cuestión de tiempo para que el Ministerio de Salud, los inquilinos y los usuarios pidan cuentas.

La situación de deterioro arquitectónico continua, es grave. Los inquilinos señalan que el Mercado se ha convertido en la zona roja diurna del Centro de Limón. Los clientes se pierden[144] y el comercio migra a las aceras porque el edificio atenta en contra de la integridad física de todo aquel que ingrese, además de ser un espacio desagradable para estar[145]. Si el Mercado no se acaba por el cierre de las autoridades, en un corto plazo lo terminará haciendo por su colapso físico o por la falta de competitividad comercial.

Así en el presente vemos como la declaratoria patrimonial del edificio sumada a la falta de solución a los problemas arquitectónicos del Mercado, la necesidad de crecimiento no satisfecha, y la falta de herramientas para abordar esta situación por parte de las personas directamente afectadas, desembocaron en el crecimiento comercial constreñido y hacinado sobre las zonas verdes y una creciente decadencia de las condiciones arquitectónicas del inmueble. El edificio está en medio de una dinámica mortal no sólo para el comercio, sino para la vida que se desenvuelve en sus cercanías y en su interior.

A esta altura de la historia, y desde por lo menos hace 30 años, ya cabe preguntarse: ¿Cuál monumento? ¿De qué patrimonio estamos hablando? Son cuestiones que deben de considerarse pues los valores arquitectónicos que alguna vez pudieron estar presentes en este Mercado y que se pudieron considerar patrimonio arquitectónico, evidentemente ya no tienen nada que ver con el edificio actual ni sus zonas verdes. Algo que no es nuevo ni para la Municipalidad ni para los inquilinos, quienes desde el 2002 abiertamente criticaron la declaratoria[146], y manifestaron: “Añoramos un Mercado Parque como el de antes. ¿Será que antes considerábamos respetables a los seres humanos? ¿Ahora qué pasa?”[147].

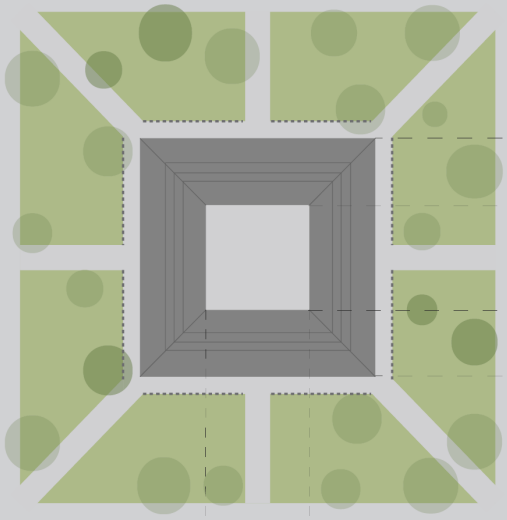
Los inquilinos todavía expresan su deseo de que el Mercado siga funcionando como mercado, pero de forma adecuada y sostenible, un mercado digno para los habitantes de Limón y los turistas.

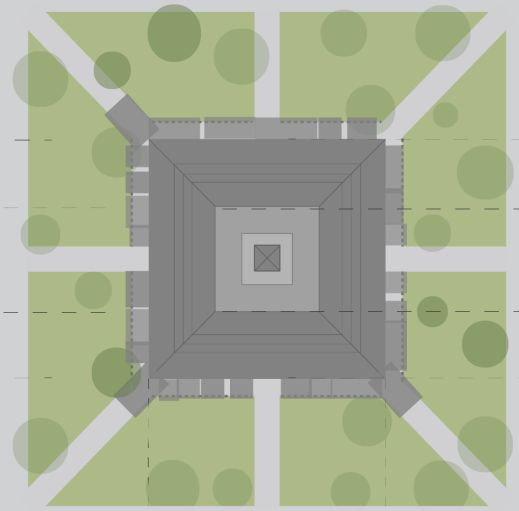


1 ETAPA | 1870-1875
ESTABLECIMIENTO

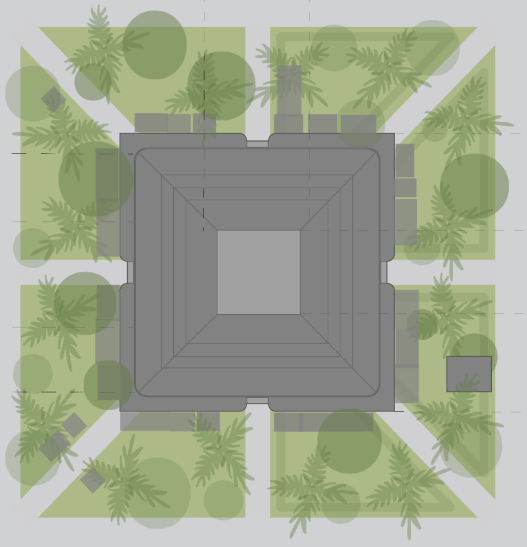
CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO I

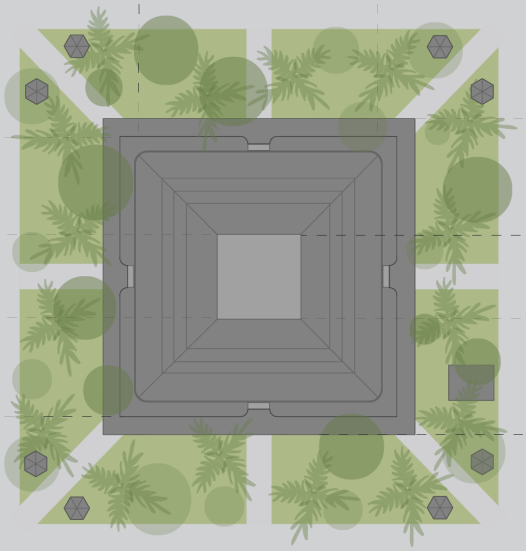
Tras determinar el devenir arquitectónico más relevante del Mercado Municipal de Limón, mediante los documentos a los que se tuvo acceso en esta investigación, se puede observar que este edificio ha estado presente en la ciudad de Limón desde sus orígenes





2 ETAPA | 1892-1936
CONSOLIDACIÓN



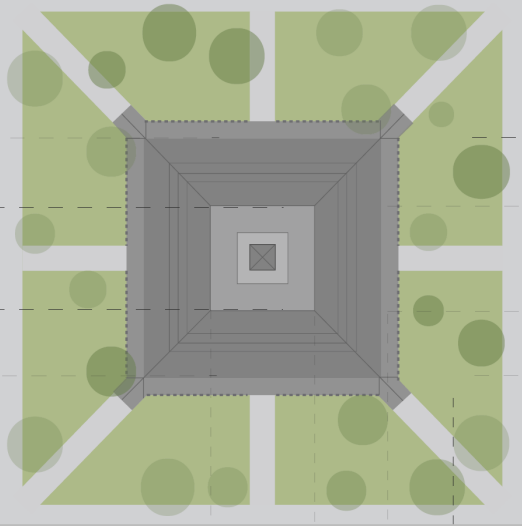


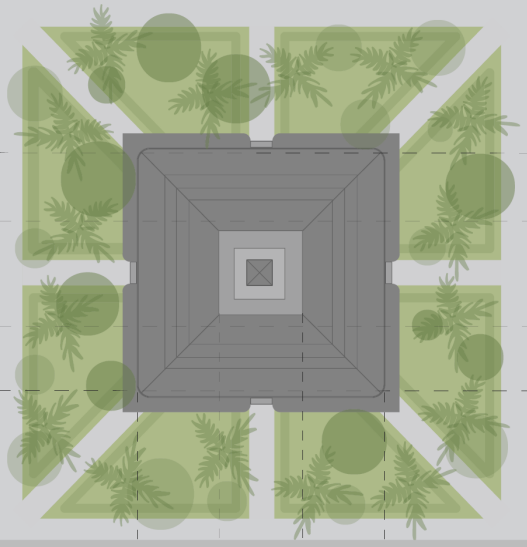
4 ETAPA | 1970`s-1980`s
CRECIMIENTO COMERCIAL EXPONENCIAL

como un centro importante de encuentro para el comercio, y con una notoria presencia física por la escala que siempre le ha dado su vegetación y en un tiempo la torre del reloj.

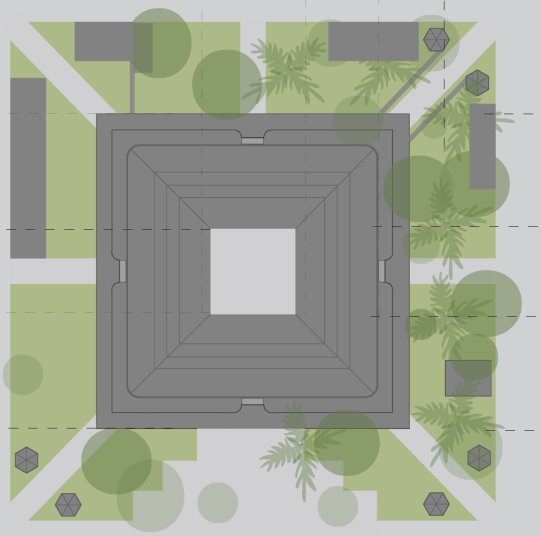
Aunque modificado en múltiples ocasiones, ha logrado conservar de cierta manera las características del emplazamiento original como: las circulaciones de la cuadra, el edificio cuadrangular en el centro de la misma, el elemento central ordenador que ha sido plaza, patio central y torre, y las zonas verdes perimetrales que le han otorgado un carácter recreativo a la vez.

Su crecimiento comercial en estos 139 años desde su fundación, ha motivado al menos 4 remodelaciones o consolidaciones de las ampliaciones que la presión de uso comercial fue gestando informalmente a su alrededor. El Mercado ha crecido como una cebolla, por capas o anillos

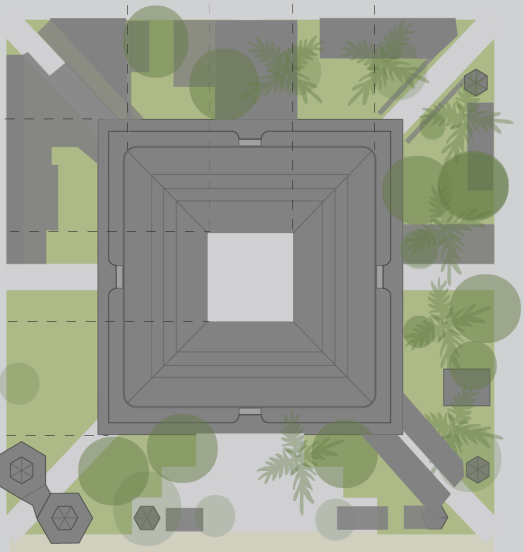




3 ETAPA | 1937-1969
RENOVACIÓN



5 ETAPA | 1990-1997
NECESIDADES NO RESUELTAS



6 ETAPA | 1998-2014
DECLARATORIA DE INTERÉS Y DECADENCIA

que se han ido cimentando en las cada vez más asfixiadas zonas verdes.

Se observa claramente que el asentamiento de locales en la periferia del edificio no es un problema nuevo. Las atractivas circulaciones perimetrales abiertas a la zona verde en la segunda etapa y la tercera fueron sin duda un lugar muy propicio para que nuevos vendedores buscaran ubicar su punto de venta ante tanta concurrencia de personas.

La construcción del Anillo Maxwell vino a cerrar completamente esta comunicación del Mercado con sus jardines, endosándola sólo a los 6 kioscos hexagonales en los accesos esquineros. Sin embargo, lo que por un lado vino a solucionar la falta de locales, por otro vino a gestar la actual situación de crecimiento fraccionado e informal de las construcciones sobre las zonas verdes.

Además esta intervención constructiva no vino a solventar la demanda de servicios sustantivos y complementarios que involucra aumentar la cantidad de comercios. Por otra parte destruyó las fachadas del edificio de 1941 en función de crear una cubierta de concreto con claraboyas acrílicas ,que el tiempo y las condiciones del clima han señalado como completamente ineficientes; y no logró solucionar cabalmente los problemas de ventilación, a pesar de que abrió de nuevo el patio central.

Las condiciones de hacinamiento que señaló el Ministerio de Salud en tiempos de la tercera etapa del edificio, y la consecuente construcción del Anillo Maxwell como respuesta gravemente insuficiente arquitectónicamente, pueden llevar a pensar que se trató de una solución para corto plazo sin mucho esfuerzo de diseño. Esta remodelación a pesar de que logró sostener la condición comercial del Mercado, marcó el inicio de su decadencia.

Sin embargo, y muy a pesar de que no se tenía claro el devenir arquitectónico del edificio y que sus condiciones de habitabilidad ya eran decadentes, este es declarado patrimonio histórico-arquitectónico. Se declara así porque se sospechaba que era antiguo y como una especie de culto profesado antiguamente en el Centro de Patrimonio al Arq. José María Barrantes, quien finalmente no parece ser el autor del edificio que se construyó en 1941, según la documentación hallada en esta investigación.

Con la declaratoria, el edificio siguió operando como Mercado en las condiciones que pudo, sin embargo la incapacidad de abordar la condición patrimonial por parte de inquilinos y funcionarios de gobierno, crearon una camisa de fuerza para adecuar las condiciones arquitectónicas. Esto ha provocado que las intervenciones constructivas se manejen en la clandestinidad y cada vez se desmejora más la habitabilidad de este recinto. Los locales han sido constantemente modificados por inquilinos, desde su creación no han recibido adecuaciones ni mantenimiento por parte de la Municipalidad.

A pesar de todas las remodelaciones evidentemente numerosas, informales y formales, incluidas las realizadas por el Ministerio de Cultura a través del Centro de Patrimonio, no se han resuelto los problemas. Hasta la fecha no se ha tenido control real de los cambios y necesidades que ha tenido la infraestructura actual, por lo menos desde los 70`s. Aún no se cuenta con estudios que indiquen el estado material del edificio, ni la condición de

conservación de las distintas etapas en que ha sido construido, ni claramente que valores patrimoniales persisten.

Recientemente hay sospechas de que el plan que pretende llevar a cabo la Municipalidad para cumplir con la orden sanitaria pretende derribar por lo menos una parte del Anillo Maxwell, recuperar las fachadas de 1941 y eliminar los comercios de las zonas verdes[148]. Sin embargo, con esta investigación cabe poner en duda si realmente existen motivos y justificaciones suficientes para llevar a cabo esto y si esto realmente llevará a solventar los viejos y nuevos problemas. Además los inquilinos señalan que el Anillo Maxwell y los locales periféricos representan al menos un 70% de la renta del edificio y son los únicos que han logrado resistir la merma de clientes debido al miedo a ingresar que sienten los compradores.

Un edificio completamente introvertido, escondido entre locales amontonados y las reminiscencias hacinadas y malolientes del jardín arbolado que alguna vez tuvo, contrastan con el edificio que alguna vez fue y que llenaba de orgullo a los Limonenses. Pese a esta situación, el Mercado aún deja entrever este tejido histórico que lo conforma y se encuentra inmerso en un contexto urbano que aprovechado apropiadamente puede ayudar en mucho a mejorar su situación, más que sólo resolver viejos asuntos. El representar el corazón del centro de la ciudad, colindar al costado sur con el inicio del bulevar peatonal, tener una alta afluencia de comercio y peatones en sus alrededores, poseer todavía partes de la estructura de 1941 y espacios verdes y de encuentro, y tener un lugar especial en la memoria de los limonenses son aspectos que desde la arquitectura se pueden explotar para mejorar su condición.

El presente capítulo pretende exponer los resultados de la consecución del Objetivo Específico 2.

El diagnóstico del estado arquitectónico actual se dio con base en los lineamientos expuestos en la metodología antes expuesta. Los instrumentos aplicados pueden ser encontrados en el correspondiente Anexo Digital.

Las entrevistas a los usuarios (instrumento 2.8 / fuentes 2.18- 2.19- 2.20) fueron realizadas dentro y alrededor del edificio del Mercado el 24 de febrero del 2014. Se entrevistaron 8 consumidores, 8 inquilinos y a 2 de los 3 administrativos que ahí laboran. Nuevamente se trata de muestra de casos tipo, pero buscando una cantidad de alcance manejable que permitiera tabular algunas tendencias en las respuestas.

Los resultados se presentan en tres grupos: Análisis del Entorno Urbano del Mercado, Análisis Arquitectónico del Mercado y Análisis de los Usuarios del Mercado.

Se cierra el capítulo con una síntesis gráfica de los hallazgos y una matriz que expone las conclusiones de los distintos grupos de análisis y las de sus interrelaciones. En esta se señalan las necesidades sustantivas en función de revitalizar el Mercado, los aspectos importantes que deben de ser tomados en cuenta, y las posibilidades o aspectos que pueden ser explotados para mejorar las condiciones arquitectónicas y urbanas de dicho establecimiento.

II CAPÍTULO

Diagnóstico del estado arquitectónico actual del Mercado Municipal de Limón.

1. Análisis del Entorno Urbano del Mercado

1.1. RASGOS CARACTERÍSTICOS DE LA ARQUITECTURA TRADICIONAL LIMONENSE

Limón aún conserva muchos de los rasgos característicos de su arquitectura a pesar de los grandes cambios que ha tenido su aspecto en las últimas décadas dado a diversos factores como el crecimiento demográfico. Por tratarse de un pasado no tan lejano, a pesar del actual deterioro urbano, los limonenses añoran muchas de las características "tradicionales" que tenían sus edificios, pues ofrecían espacios de calidad en cuanto a confort climático, contacto con el exterior y promoción de la vida en comunidad, como lo explica López (1984).





Viviendas antiguas aún existentes en Limón Centro

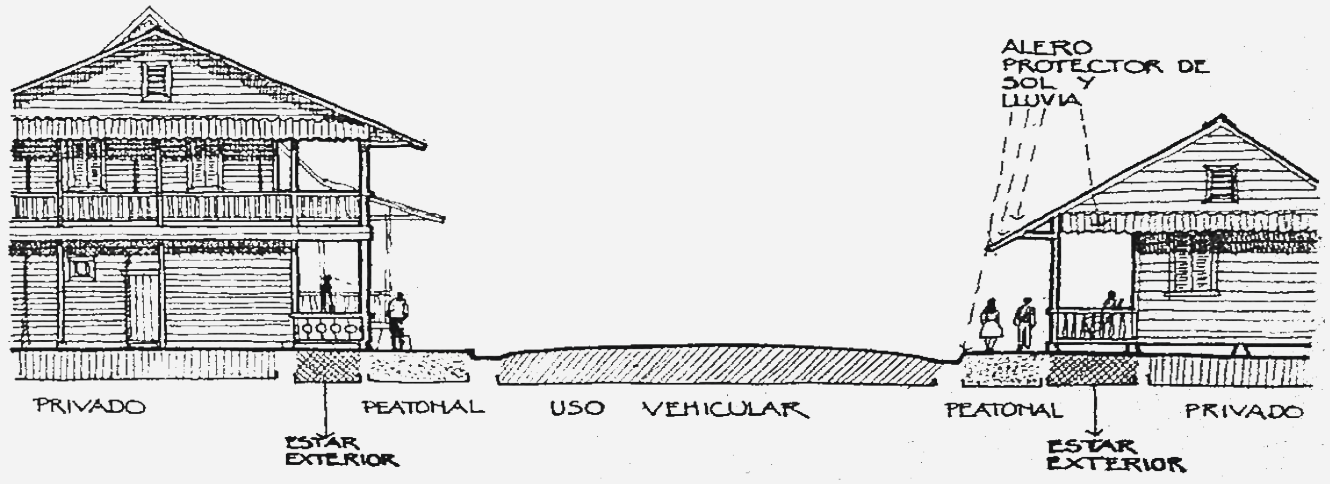


Vivienda contemporánea en Limón Centro

Relación de los edificios con el exterior

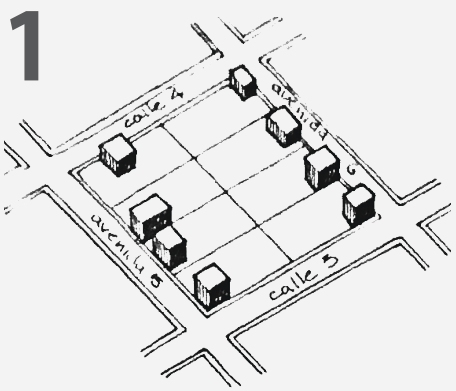
Los distintos aspectos climáticos, administrativos y culturales que llevaron a la conformación en el pasado de los patios comunales, los aleros protectores en las aceras, los corredores exteriores a cambio de salas de estar interiores, ilustran una vida en comunidad en el exterior.

El reconocido eslogan porteño: "lo más bonito de Limón es su gente" evidencia como aún existe este calor humano forjado por estas condiciones espaciales que actualmente se encuentran en vías de extinción.

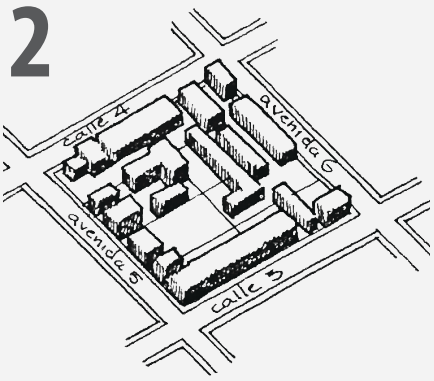


Corte esquemático de la relación de los edificios tradicionales limonenses con su entorno. (López, 1984)

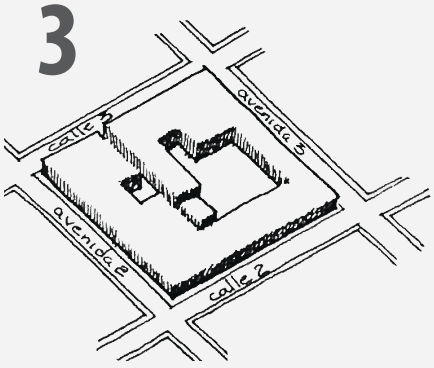
Evolución de la Cuadra Urbana Limonense



ASENTAMIENTO ORIGINAL (1871-1900)
Predominancia del vacío sobre el lleno, baja densidad. (López, 1984)



DESARROLLO DE LA TIPOLOGÍA EDIFICATORIA TRADICIONAL (±1900/1938)
Surgimiento de los "Patios Limonenses", aceras protegidas por aleros, equilibrio entre el lleno y el vacío. (López, 1984)



TRANSFORMACIÓN DEL PAISAJE URBANO TRADICIONAL (1983-2014)
Demolición de viejas estructuras, agotamiento de los "Patios Limonenses, predominancia del lleno sobre el vacío, desaparición creciente de la cobertura peatonal, desplazamiento del uso habitacional por el comercial. (López, 1984)

Las cuadras urbanas del casco histórico limonense, actualmente presentan reminiscencias de dichos Patios Limonenses. Esta particular forma de asentamiento quedó gratamente grabada en los recuerdos de quienes se criaron allí. Un patio posterior colectivo con una intensa vida comunal, donde se jugaba, se lavaba, y se tertuliaba bajo una sensación de recogimiento y seguridad respecto a la calle (López,1984).



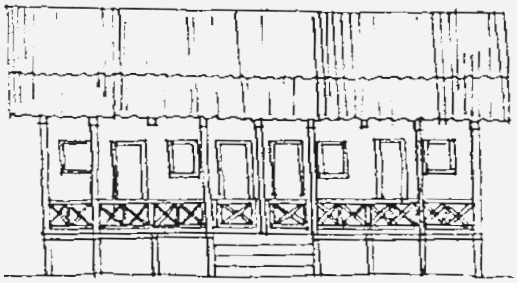
Patio limonense en 1926. Fotografía de un viajero. FUENTE: http://costaricaysuhistoria.blogspot.com/2011/08/slides-costa-rica-1926.html#comment-form



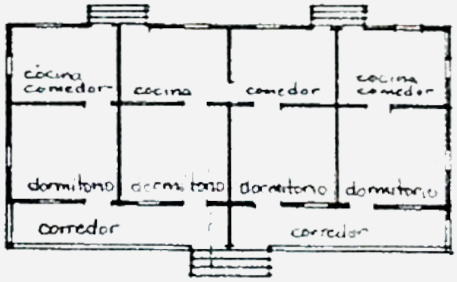
Vivienda antigua de madera en par, Limón Centro.



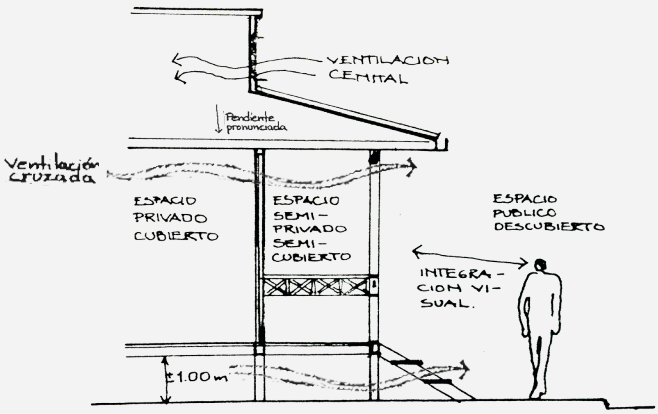
Vivienda contemporánea de concreto junto a vivienda antigua multifamiliar de madera en Limón Centro.



Vivienda multifamiliar, camino a Portete
| Fachada Principal (López, 1984)



Vivienda multifamiliar, camino a Portete
| Planta de Distribución (López, 1984)



Vivienda multifamiliar, camino a Portete
| Corte esquemático (López, 1984)

VIVIENDAS URBANAS TRADICIONALES DE MADERA (Woodbridge, 2003):

- Generalmente construídas sobre pilotes que permiten la ventilación o sobre montículos como aislamiento de la humedad del suelo.
- Usan celosías de madera sobre las puertas y en la parte superior de los muros para ventilar.
- Tienen corredores y aleros prolongados que obedecen a 3 factores: comunicación con la calle para la conviviencia social, producir una zona de sombra que amortigüe el calor y proteger a los peatones de la lluvia y el calor.
- Viviendas dejan medianeras que permiten la ventilación por los 4 costados y el paso al patio comunal.
- Comúnmente carecen de pasillos interiores, comunicándose las habitaciones entre sí o dejando una circulación por el exterior.

VIVIENDAS URBANAS TRADICIONALES DE CONCRETO (Woodbridge, 2003)

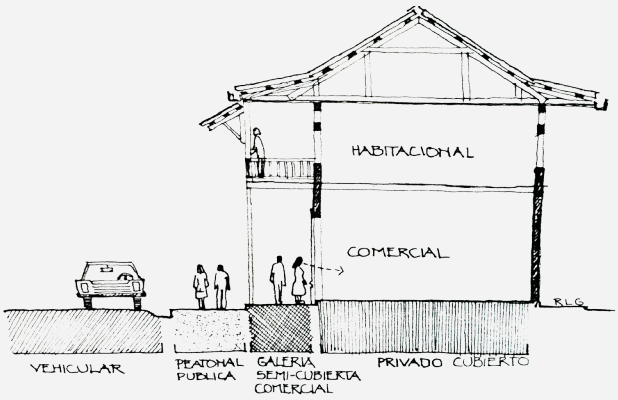
- Se diferencian de las de madera en tres aspectos principales: se omite el uso de pilotes, el alero de la casa no se prolonga hasta la acera, se incorpora el uso del antejardín antes inexistente en la fisinomía urbana limonense, y aparecen los muros medianeros.



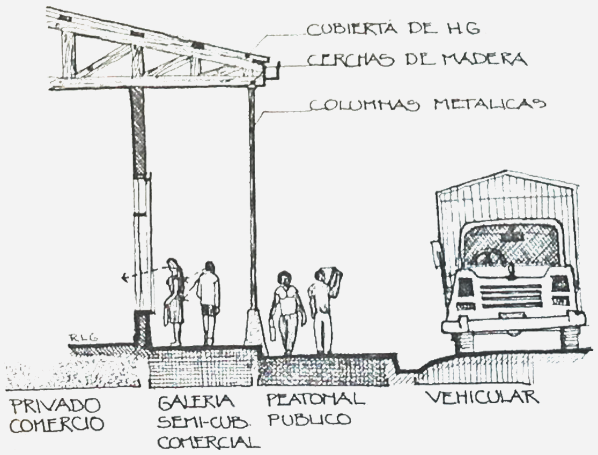
Vivienda antigua de concreto y madera de uso mixto en Limón Centro



Vivienda contemporánea de concreto de uso mixto en Limón Centro



Edificio de uso mixto tradicional
| Corte típico (López, 1984)



Centro Comercial tradicional “Pasaje Cristal”
| Corte típico (López, 1984)

EDIFICIOS MIXTOS URBANOS TRADICIONALES

(Woodbridge,2003) :

- La introducción del uso del concreto a principios de 1900 y el crecimiento urbano de la capital limonense propicia el desarrollo de nuevas edificaciones de dos niveles: con planta baja de concreto y alta de madera.
- Abajo se desarrollaba el comercio, con vanos amplios para permitir la exhibición de mercancías; y abajo era de uso habitacional.
- Se utilizaban galerías cubiertas en la planta alta que a su vez protegían al transeunte en la acera de la lluvia y el sol.
- Existían edificios exclusivamente comerciales de un solo nivel, como el caso del aún existente Pasaje Cristal en Ave.2, pero siempre se utilizaba la galería semi-cubierta comercial además de la acera.

Estas tipologías tradicionales todavía se encuentran, aunque con mayor dificultad que en décadas pasadas por la disponibilidad del concreto, las influencias culturales constructivas, junto al olvido del “saber hacer” y el desconocimiento de las ventajas climáticas y de cohesión social de estas antiguas formas.

Los edificios y viviendas, ahora con la disponibilidad de aire acondicionado y el miedo al “inseguro exterior”, se cierran en sí mismos, pareciéndose cada vez más, por defecto que parezca, a las del Valle Central.

1. Análisis del Entorno Urbano del Mercado

1.2. SITIOS CERCANOS DE REFERENCIA (HITOS) Y PUNTOS DE CONEXIÓN









































Ubicación:
Costa Rica
Provincia de Limón
Cantón Central

- PV Parque Vargas
- EJ Estadio Juan Gobán
- EB Estadio Big Boy
- MA Muelle de Carga
- MU Muelle de Cuceros
- BC Terminal de Buses
- ET Estación de Trenes INCOFER
- M Municipalidad de Limón
- T Tajamar
- IG Casa Ingianna Rosito
- BS Black Star Line
- IC Iglesia Católica
- FB First Baptist Church
- CU Casa de la Cultura de Limón
- CT Edificio de Correos y Telégrafos
- CP Antigua Capitanía de Puerto
- PS Pasaje Cristal
- TG Escuela General Tomás Guardia
- CR Pensión Costa Rica
- UF Antiguos Edificios United Fruit Company

- Lugar Recreativo
- Terminal de transporte
- Edificio patrimonial
- Parqueo
- Parada de Bus local
- Mercado Municipal

Hacia B° Roosevelt, Portete y Moín

Viene de San José y B° Limoncito

Hacia B° Cieneguita, Aeropuerto Internacional de Limón, Puerto Viejo y playas del Caribe Sur

N

1. Análisis del Entorno Urbano del Mercado

1.3. USOS DE SUELO SEGÚN PLAN REGULADOR VIGENTE (ENERO 1983)



Zona de Comercio Central

Propósito: Aceptar un aprovechamiento intensivo de la propiedad debido al uso intesivo de la zona y alto costo inmobiliario.

Zonas de Comercio Local

Propósito: Áreas que se localizan en todos los sectores de asentamiento residencial y que dan servicios a dichas unidades habitacionales

Zonas de Comercio Residencial

Propósito: Aumentar el radio de acción de la zona de comercio central.

Zonas Residenciales

Propósito: Permitir el uso y consolidación de las áreas servidas con la infraestructura necesaria en un carácter residencial, comercial (minorita-rio).

Zona Recreativa

Propósito: Proveer zonas convenientemente localizadas para la instalación de facilidades recreativas y culturales de acuerdo a las necesidades de la población

Zona de Servicio Turístico

Propósito: Dar servicios básicos al turismo y a la población local, como: cafeterías, sodas, duchas, vestidores, servicios sanitarios, parqueos.

Zona Portuaria

Propósito: Destinada para el desarrollo portuario y sus actividades similares y conexas que requiera Limón.

Zona Público-Institucional

Propósito: El establecimiento de facilidades culturales, educativas, recreativas y administrativas convenientes para un apropiado-desarrollo de la ciudad.

Usos permitidos: En estas zonas, se usarán los edificios y terrenos únicamente para los siguientes fines: oficinas de administración pública, instituciones de educación pública, museos, bibliotecas y centros comunales.








Zona de Comercio Central
Zona de Comercio Local
Zona de Comercio Residencial
Zona Habitacional de Alta Densidad
Zona Habitacional de Media Densidad
Zona Habitacional de Baja Densidad
Mercado Municipal de Limón
Bulevard peatonal Ave. 2
Zona Público-Institucional
Zona Recreativa
Zona de Servicio Turístico
Zona Portuaria
Línea del Ferrocarril
Sentido de vía vehicular
N
Hacia Roosevelt, Portete y Moín
Ave. 4
Ave. 3
Ave. 2
Ave. 1
Cll. 6
Cll. 2
Cll. 1
Viene de San José y Limoncito
Hacia Cieneguita, Aeropuerto Internacional de Limón,
Puerto Viejo y playas del Caribe Sur

1. Análisis del Entorno Urbano del Mercado

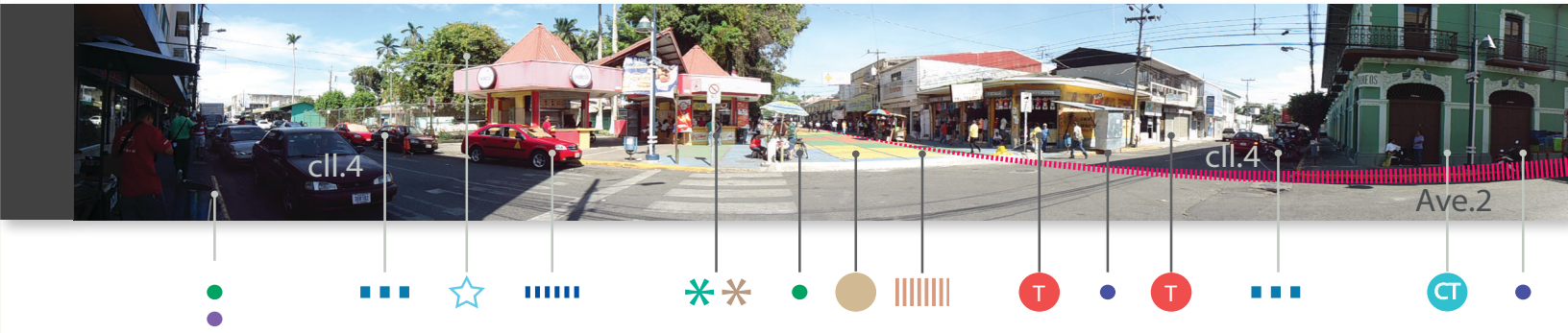
1.4. USOS DE SUELO REALES ESPECÍFICOS Y CONDICIONES DEL CONTEXTO CONSTRUIDO

- C — Casa de la Cultura de Limón
- CT — Correos de Costa Rica
- U — Municipalidad
- Zona de estar
- Nodo Peatonal de intensa actividad
- Flujo peatonal intenso
- Flujo peatonal moderado
- Zona de vendedores ambulantes: copos, frutas prepardas, pipas, dulces, refrescos
- Zona de Carga y descarga sobre acera pública. da servicio a mercado y locales boulevard
- Parada de taxis
- Estacionamiento con boleta

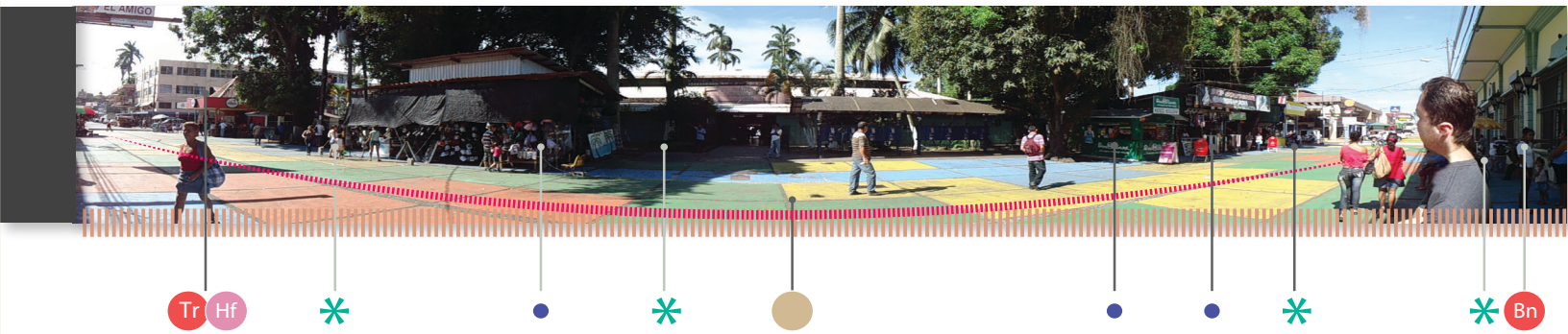


- Mercado Municipal de Limón
- Bulevard peatonal Ave. 2
- M — Supermercado Mas x Menos
- Pc — Plaza Comercial
- Cc — Centro Comercial
- T — Tienda de Ropa y Artículos de Hogar
- VC — Negocios varios: Farmacia, comidas, ropa, zapatos, librería, oficinas, otros.
- E — Almacenes de Electrodomésticos
- O — Oficinas
- Sc — Tienda de Souvenirs y comidas
- Br — Bar
- Cr — Bar y Comidas
- Bc — Banco Citi
- Bn — Banco Nacional
- Bp — Banco Popular
- Hp — Hotel Park
- Ht — Hotel Tete
- Tz Ha — 1 piso: Tienda de Ropa y Zapatería; 2 Piso: Hotel Acón
- Br Hl — 1 piso: Bar; 2 Piso: Hotel Los Ángeles
- Tr Hf — 1 piso: Tienda de Variedades y Bar; 2 Piso: Hotel Fung
- VC Hm — 1 piso: Tiendas de Ropa y varios; 2 Piso: Hotel Miami
- Chinamo de venta de tiliches
- Chinamo de venta de comidas
- Sombrilla de venta de lotería

Esquina **Suroeste del Mercado** | Ave.2-cll.4
Vista 180˚ desde Tienda de Variedades y Bar (Tr) hacia norte, este y sur



Costado **Sur del Mercado** | Ave.2
Vista 180˚ desde Tienda de Ropa (T) hacia oeste, norte y este



Esquina **Sureste del Mercado** | Ave.2-cll.3
Vista 180˚ desde Bar (Br) hacia norte, este y sur



Costado **Este del Mercado** | Cll.3
Vista 180˚ Tienda (T) hacia oeste



Esquina **Noreste del Mercado** | Ave.3-cll.3
Vista 180˚ desde Masxmenos (M) hacia norte, este y sur



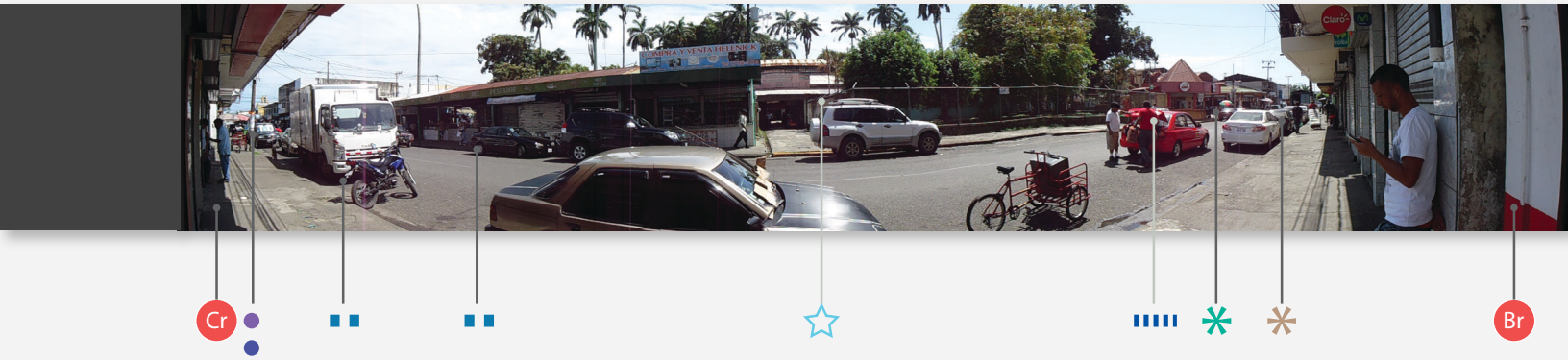
Costado **Norte del Mercado** | Ave.3
Vista 180˚ desde tienda (VC) hacia el sur



Esquina **Noroeste del Mercado** | Ave.3-cll.4
Vista 180˚ desde Tienda de Ropa (T) hacia norte, oeste y sur



Costado **Oeste del Mercado** | Cll.4
Vista 180˚ desde Bar (CR) hacia norte, este y sur





al Costado noreste del Mercado



C.C. Pasaje Cristal y ventas de electrodomesticos en Ave.2.



al Costado norte del Parque Vargas



Teatro al costado noreste del Mercado



Costado sur del Mercado



al norte del Correo



zona de bares y comidas al oeste



Actividades cívicas en el boulevard Ave.2.



Vendedores ambulantes ocasionales



Ventas de lotería



frente al Costado sureste del Mercado



frente al Costado noreste del Mercado



frente al Costado sur



frente al Costado suroeste del Mercado



frente al Costado sur



al Costado oeste del Parque Vargas



frente al Costado sur



frente al Costado noroeste del Mercado



al Costado suroeste del Mercado

2. Análisis Arquitectónico del Mercado

2.1. DESCRIPCIÓN FÍSICA GENERAL DEL PERÍMETRO

Copa de árboles

Palmera

Tronco de árbol

Zona verde

Proyección de elemento vertical

Cubierta

Claraboyas acrílicas

Paso peatonal



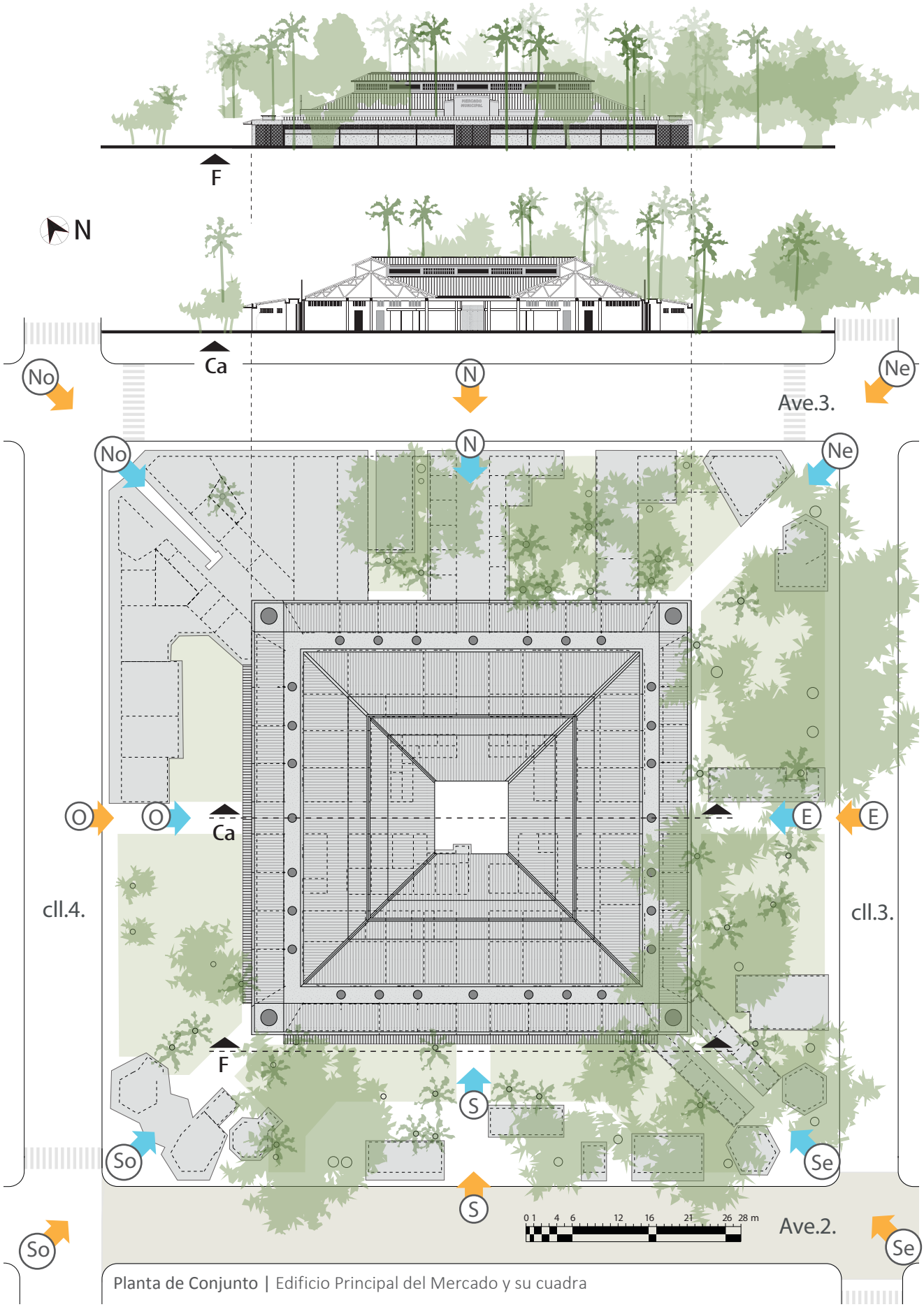


Se observan kioskos de venta de pollo frito, que funcionan además como conocido punto de encuentro y obstruyen la vista del edificio principal





Se observa la fachada que tiene una plaza de acceso que le da carácter de acceso principal, a pesar de que casi no se aprecia el edificio por los chinamos que se han construido en el perímetro



Planta de Conjunto | Edificio Principal del Mercado y su cuadra





Se observan kioskos esquineros de comidas, zona de venta de ropa en el acceso del Mercado, vegetación frondosa y al fondo cubierta del Mercado de 1941





Se observan la zona verde cerrada con malla ciclón, locales sobre la acera de acceso y la portada y las Palmas Reales que quedan de 1941





Se observan locales esquineros sobre las zonas verdes antiguas, una vegetación frondosa que da una gran sombra y la acera de acceso al edificio principal



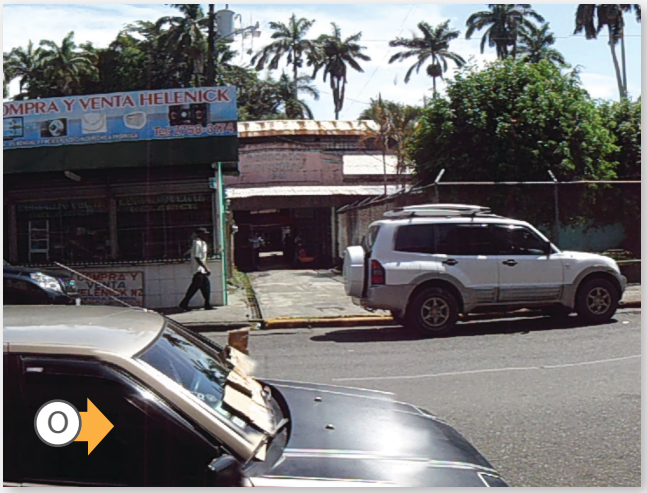


Se observan una vegetación frondosa y varios locales que desde lejos no denotan ningún acceso al edificio





Se observan varios locales en las esuinas y pasillo de acceso al edificio siendo de comidas y ventas de lotería en su mayoría. Al fondo se aprecian las Palmas Reales que quedan de 1941 y la frondosa vegetación al E y S





Se observan pescaderías y la zona verde cercada con malla ciclón. Es la zona menos congestionada en cuanto a presencia de locales y paso de gente. Aquí los carros particulares parquean con mayor facilidad.

2. Análisis Arquitectónico del Mercado
2.2. DESCRIPCIÓN FÍSICA GENERAL DEL INTERIOR DEL EDIFICIO PRINCIPAL

Zona Verde cerrada al público

Zona de comercio exterior

Anillo Maxwell

Edificio de 1941

Para de Taxis

Para de Taxis de carga

Estacionamiento con boleta

Zona de carga y descarga

Rutas peatonales más transitadas



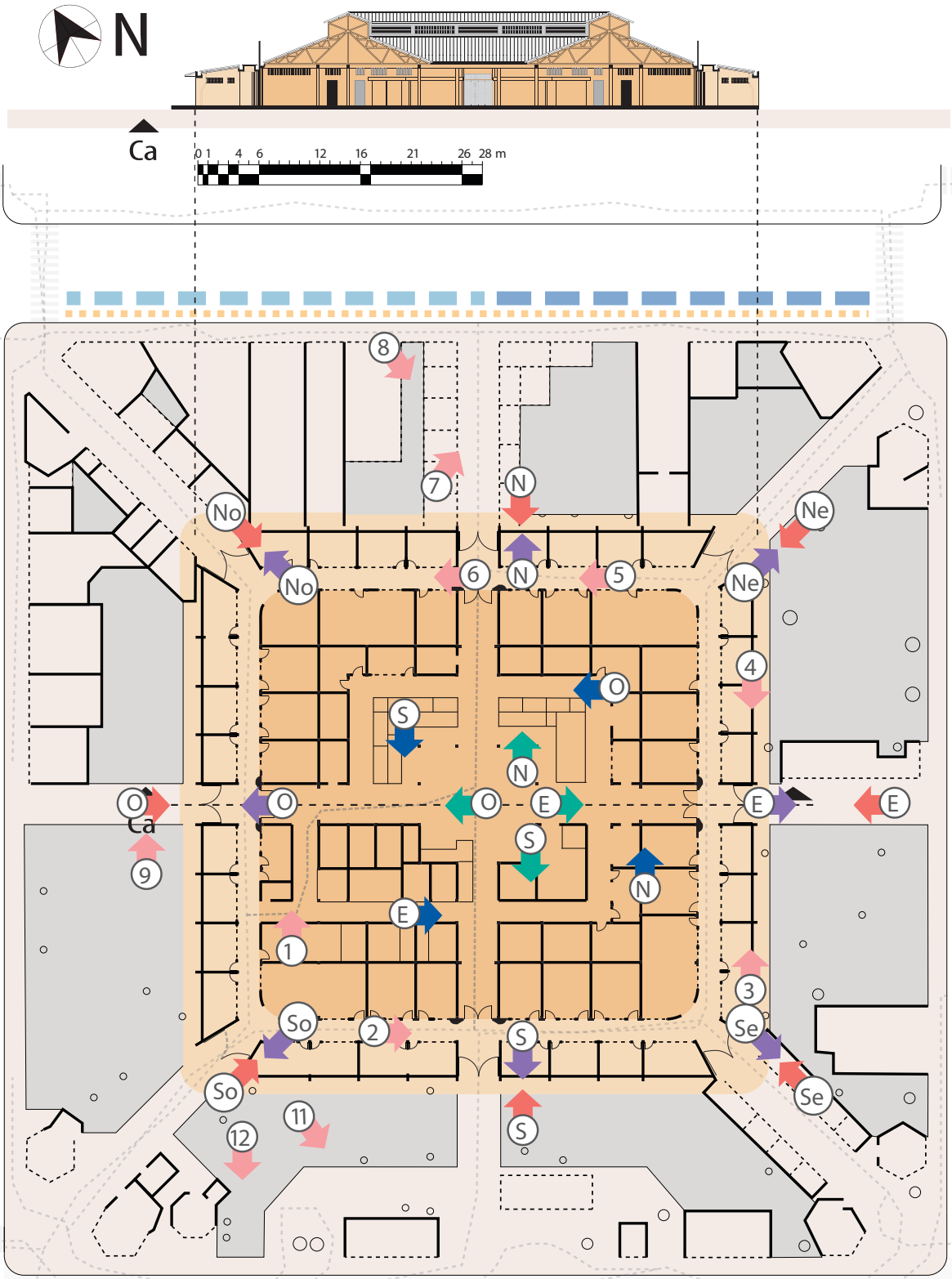


Se observan comercios en el Anillo Maxwell que abarrotan cualquier superficie disponible para exhibir productos, la oscuridad; y la falta de mantenimiento general y aislamiento del edificio principal.





Se observan el oscuro pasillo del Anillo Maxwell que se dirije hacia el aún más oscuro interior del edificio de 1941 y uno de los comercios de instalación informal que se ubican en los pasillos de acceso.

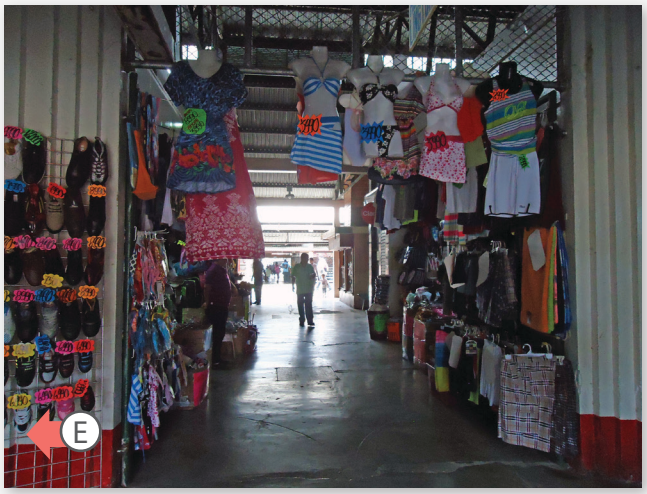


Planta de Conjunto | Edificio Principal del Mercado y su cuadra





Se observa uno de los accesos curvos en esquina del edificio de 1941 y en contraposición el pasillo abarrotado de locales de ropa precariamente instalados sobre las zonas verdes antiguas.





Nuevamente se observa el abarrotamiento de cualquier espacio disponible para mostrar productos en los oscuros pasillos y los comercios de instalación informal en pasillos (pero que si pagan alquiler).





Nuevamente se observa el abarrotamiento y los comercios de instalación informal en pasillos, además de las cerradas zonas verdes remanentes y el aislamiento perceptual del edificio principal.





Se repiten observaciones anteriores, además se aprecia que las construcciones anexas tienen lenguajes completamente diferentes al edificio del mercado y entre sí, lo que dificulta identificar qué engloba el Mercado.





Se repiten observaciones anteriores. Se aprecia además el pasillo de loterías, una de las zonas de más movimiento comercial y que, al igual que todas las otras construcciones anexas, está llena de insuficiencias.





Se repiten observaciones anteriores. Esta corresponde al costado de menor movimiento del Mercado y menor afluencia de personas.





Se ven las modestas dimensiones del patio central y su ocupación por locales y equipo de servicio. Al igual que el resto del Mercado evidencia la falta de mantenimiento y gran cantidad de intervenciones disnonantes.





Se percibe el patio central como una gran espalda del edificio, a pesar de que es su centro. Los locales son más visitados por su costado a pasillo. Al igual que en todas las fotos se ve en mal estado general.





Se repiten observaciones anteriores. Nuevamente se puede notar la oscuridad general del edificio





Se repiten observaciones anteriores. Se observa como los comerciantes buscan hacerse de lugar extra, construyendo sobrer sus locales aprovechando la gran altura de la cubierta y la ausencia de cielos generales.





Se repiten observaciones anteriores. Se percibe como los anillos más internos del Mercado no resultan rentables, terminan como bodegas en el caso de no ser comercios de tradición.





Se repiten observaciones anteriores. Es evidente el como los anillos más internos están abandonados dado su desuso y pésimas condiciones para el comercio.





Se observa el desaprovechamiento de locales debido a las malas condiciones de visibilidad comercial que van aumentando conforme los locales están más al interior. Se observa estrechez, oscuridad y encerramiento.





Se observa el desaprovechamiento de fachadas a pasillo resultado de las construcciones que se han hecho para adaptar el edificio a las necesidades específicas de cada tipo de comercio.





Se repiten observaciones anteriores. Se perciben el descuido generalizado, las innumerables modificaciones que se le han hecho al edificio de 1941 y las insuficiencias arquitectónicas generales.





Se observa como anexos al edificio principal dan la espalda y no se comunican con las zonas verdes. Las escasas zonas verdes abiertas al público están fragmentadas, escondidas y hogar de indigentes.





Se observa como el edificio principal niega la conexión a las zonas perimetrales, las cuales a su vez están cerradas y tienen vestigios de mobiliario urbano y jardinería.



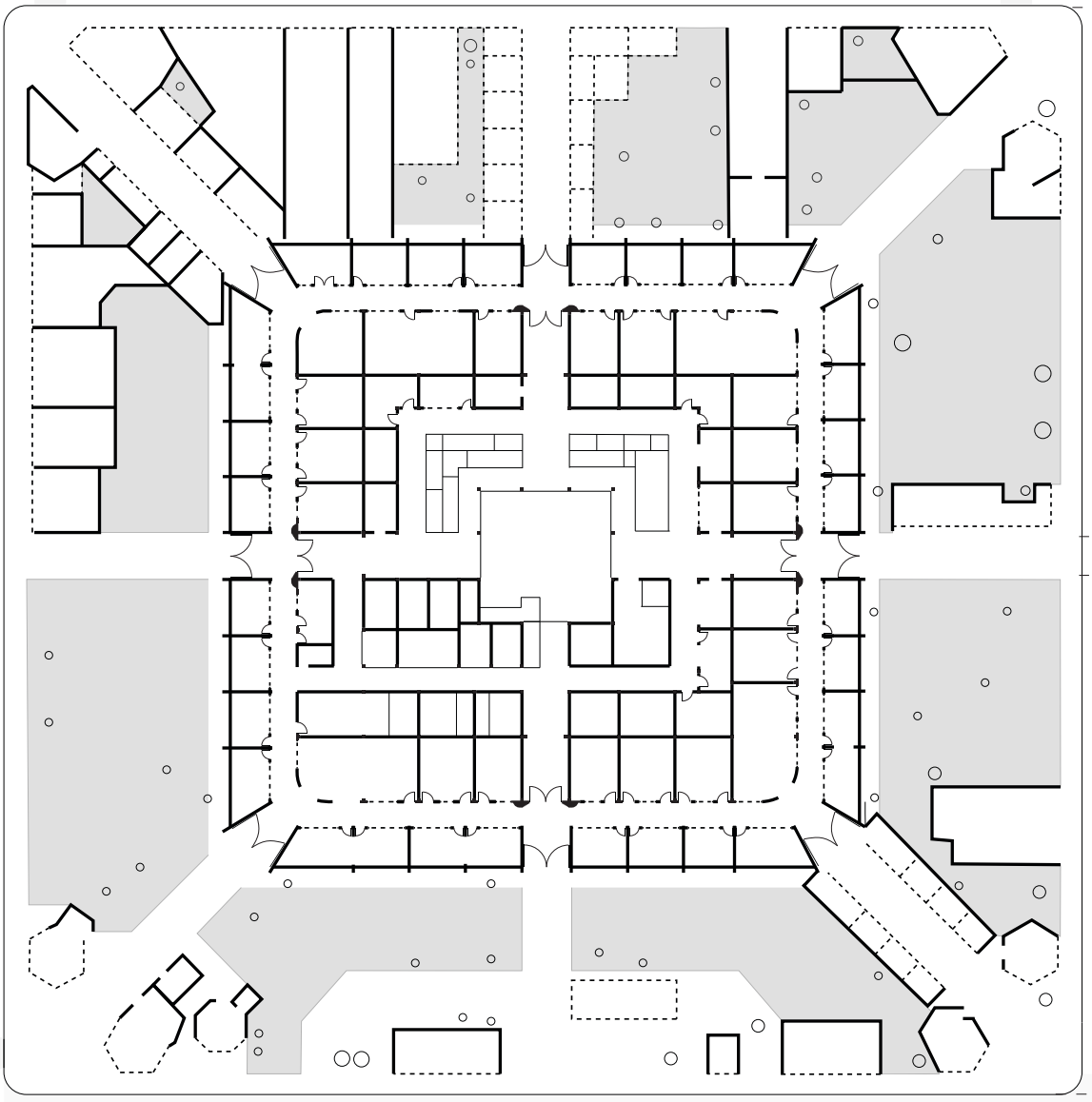


Se observa como edificio principal, anexos y actividades perimetrales le dan la espalda a las zonas verdes. Sin embargo la sombra de la frondosa vegetación sigue siendo atractivo para peatones, aunque sea en el borde.

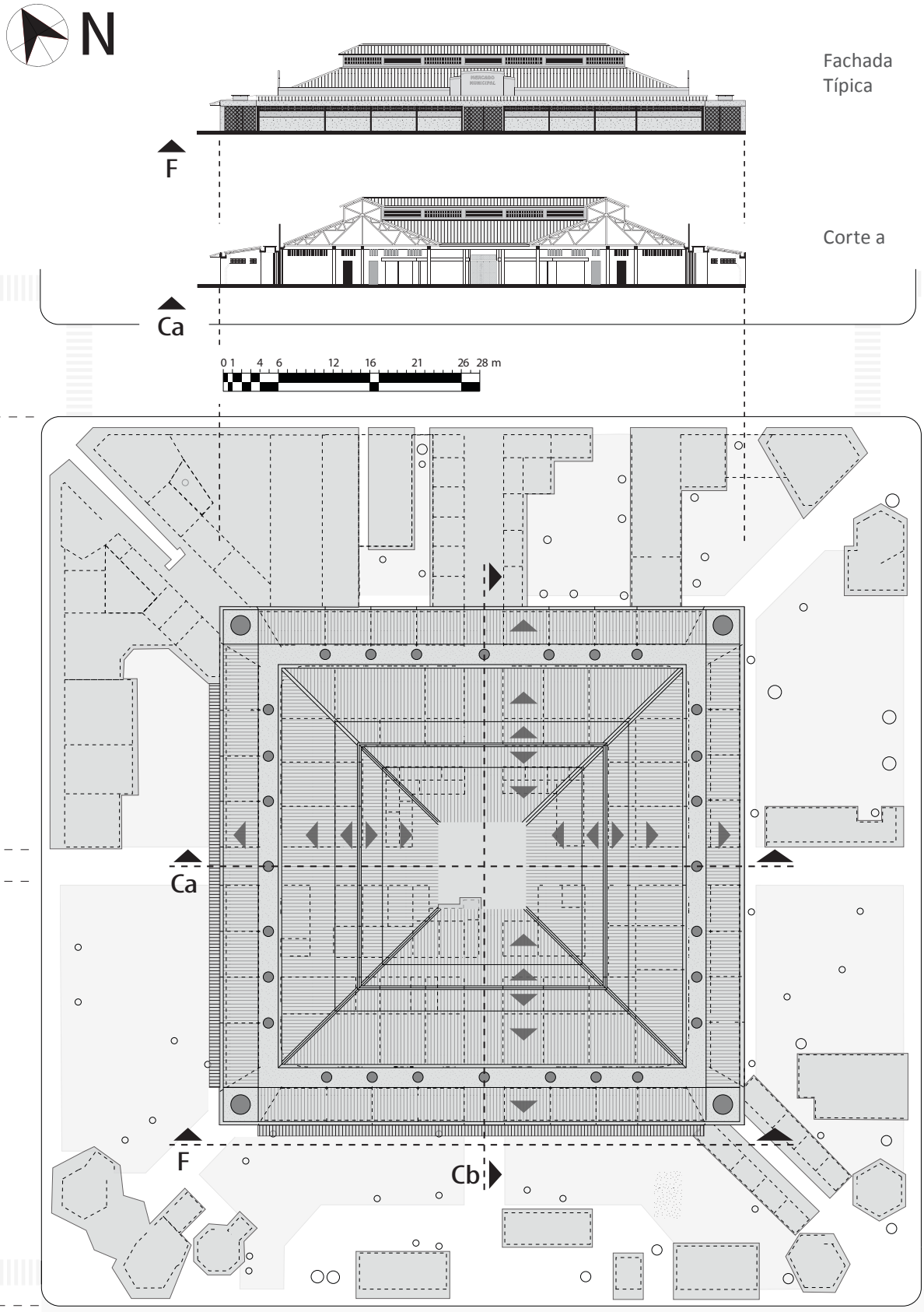
2. Análisis Arquitectónico del Mercado

2.3. MATERIALIDAD Y SISTEMA CONSTRUCTIVO

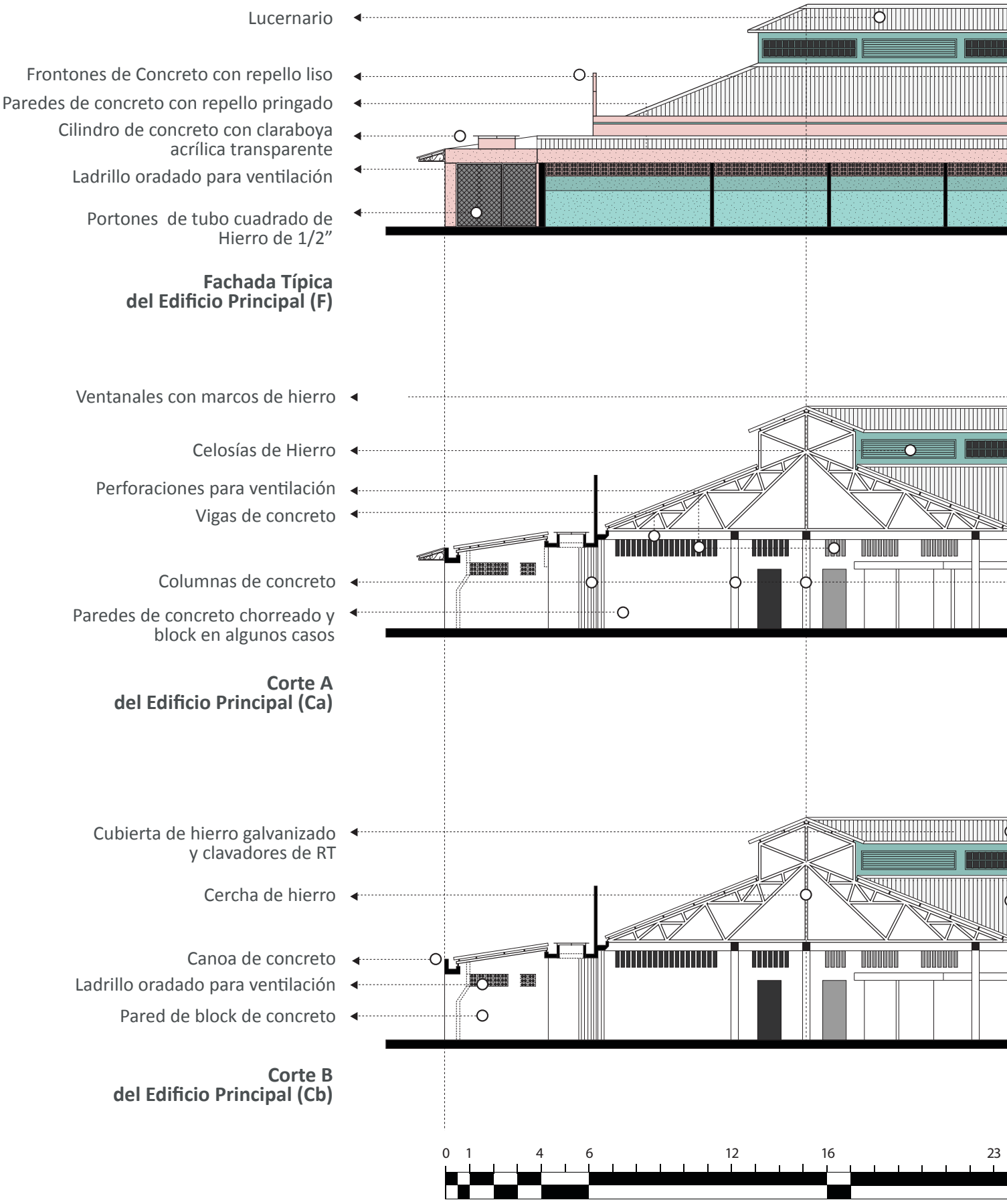
- Paso Peatonal
- Zona Verde
- Proyección de elementos verticales
- Cubiertas con pendientes y materiales no identificados con claridad
- Cubierta de losa de concreto
- Cubierta de hierro galvanizado
- Claraboyas acrílicas
- Dirección de escorrentía
- Tronco de árbol

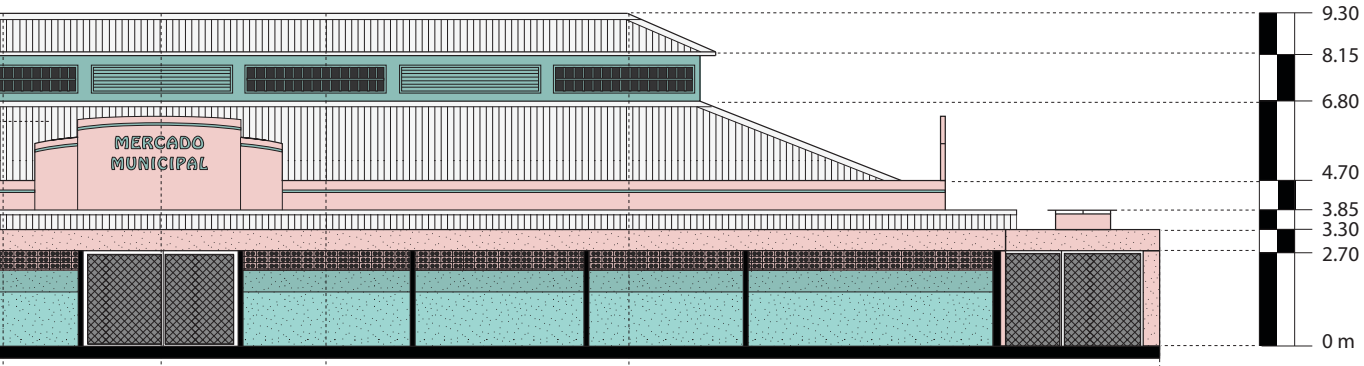


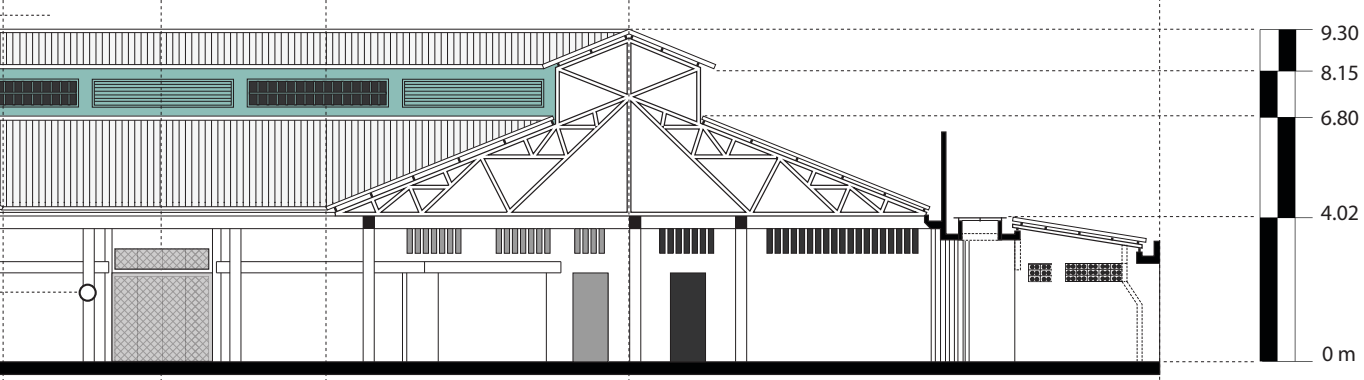
Planta de Distribución Arquitectónica del Mercado

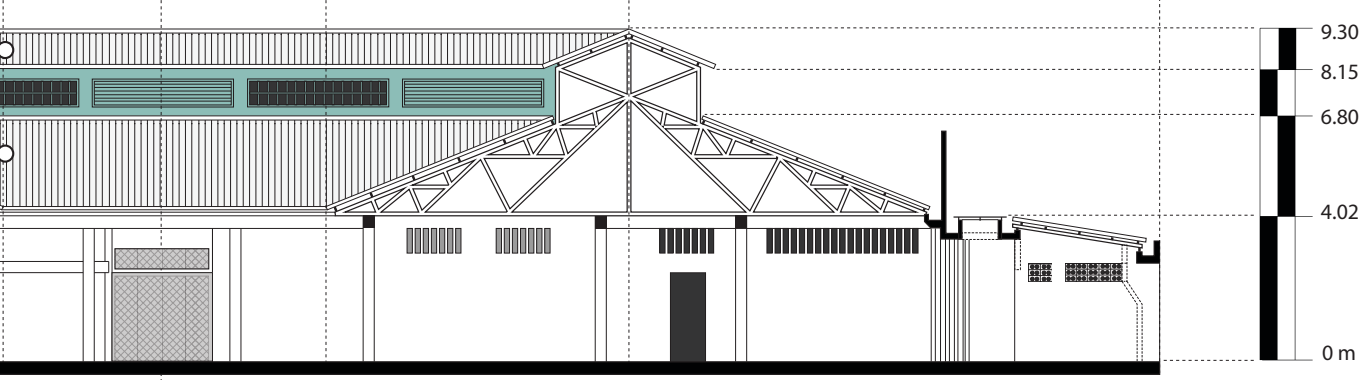


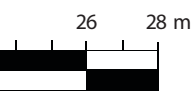
Planta de Cubiertas del Mercado


Lucernario
Frontones de Concreto con repello liso
Paredes de concreto con repello pringado
Cilindro de concreto con claraboya acrílica transparente
Ladrillo oradado para ventilación
Portones de tubo cuadrado de Hierro de 1/2”
Fachada Típica del Edificio Principal (F)
Ventanales con marcos de hierro
Celosías de Hierro
Perforaciones para ventilación
Vigas de concreto
Columnas de concreto
Paredes de concreto chorreado y block en algunos casos
Corte A del Edificio Principal (Ca)
Cubierta de hierro galvanizado y clavadores de RT
Cercha de hierro
Canoa de concreto
Ladrillo oradado para ventilación
Pared de block de concreto
Corte B del Edificio Principal (Cb)
0 1 4 6 12 16 23


MERCADO
MUNICIPAL
9.30
8.15
6.80
4.70
3.85
3.30
2.70
0 m

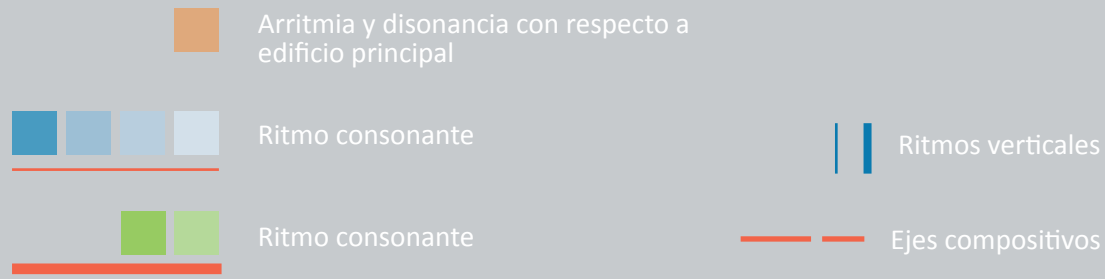

9.30
8.15
6.80
4.02
0 m


9.30
8.15
6.80
4.02
0 m


26
28 m

2. Descripción Física del Mercado

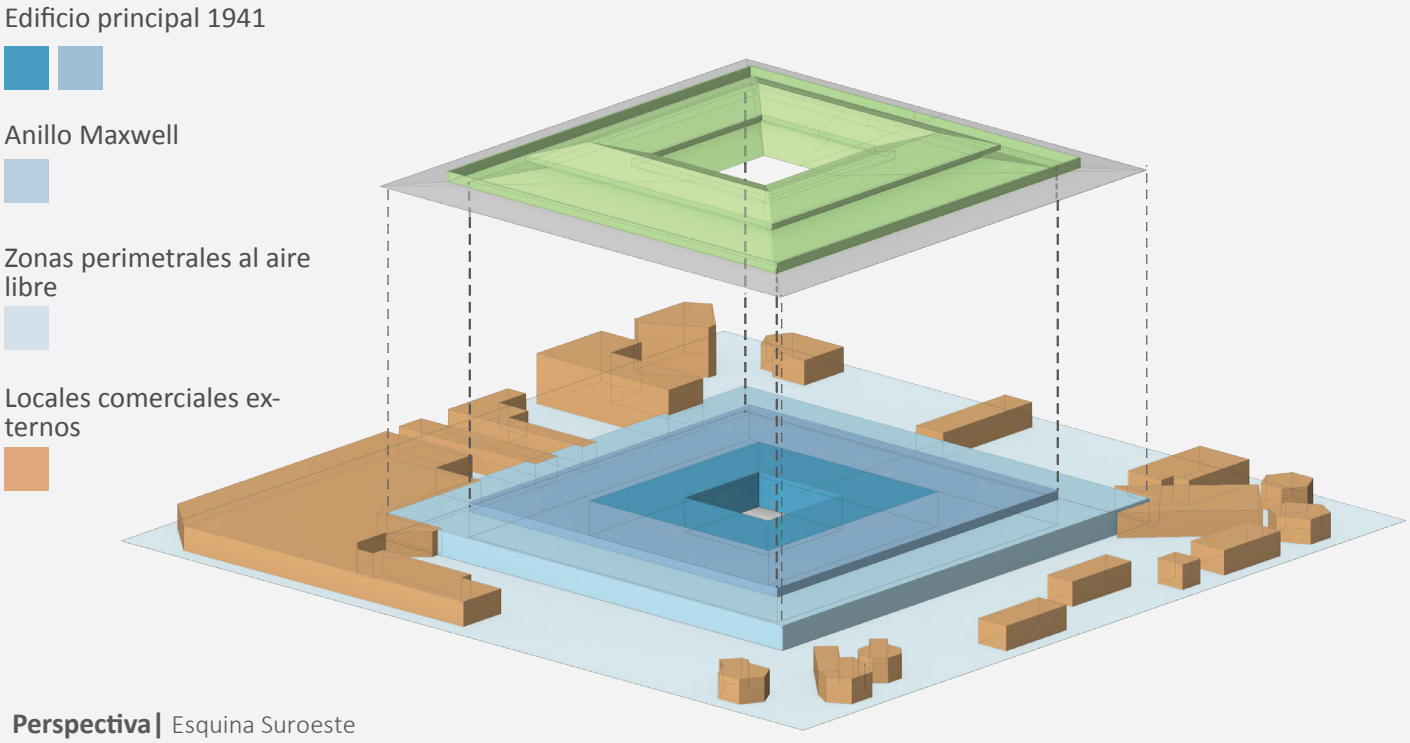
2.4. COMPOSICIÓN GEOMÉTRICA GENERAL



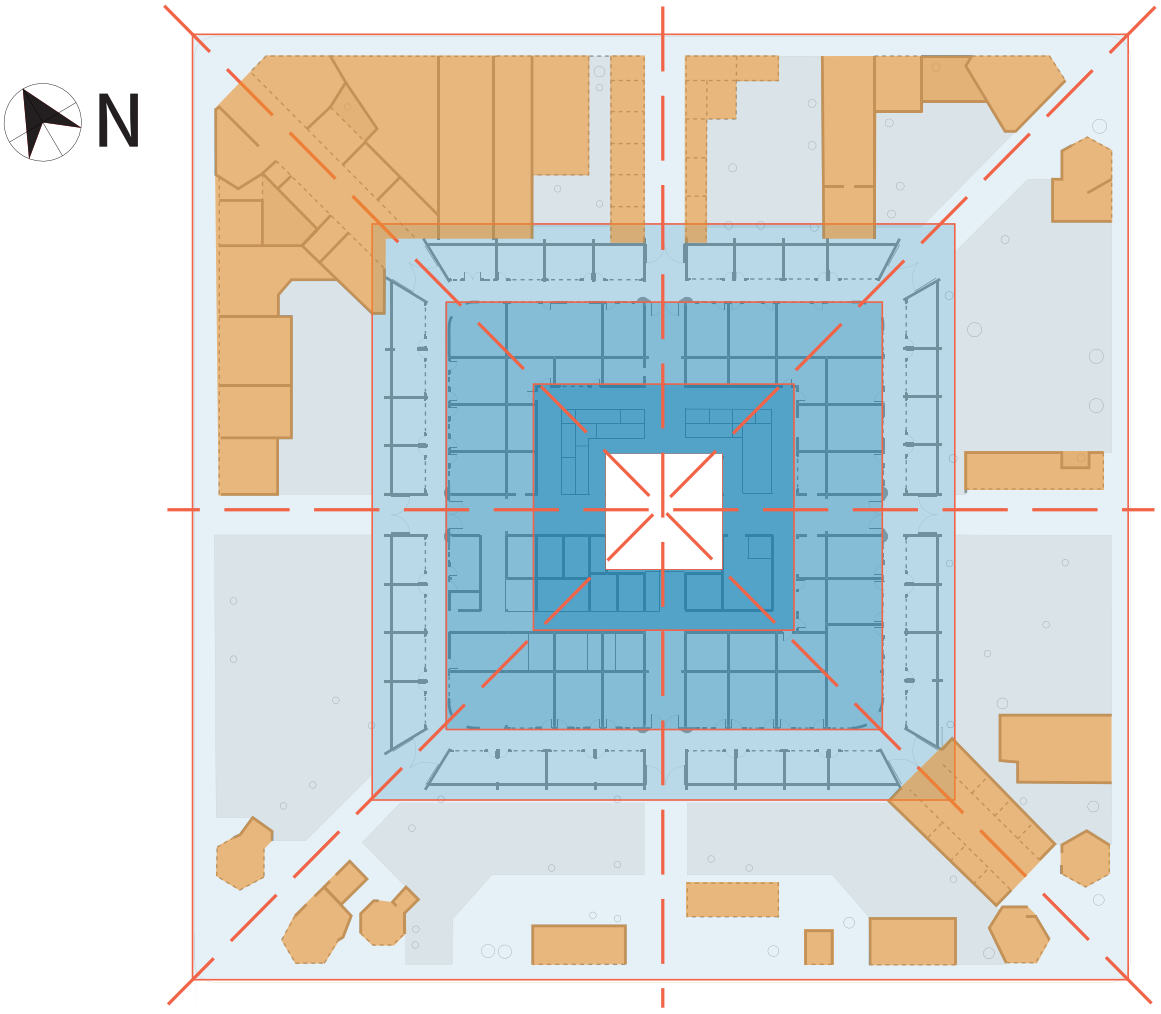
Se observa que el actual Mercado Municipal de Limón no es un solo edificio. Se trata de un conjunto de construcciones de distintas épocas sobre una cuadra de 8.100m^2, que además cuenta con zonas verdes fragmentadas en su perímetro.

El Mercado se compone del Edificio Principal de 1941 junto con el Anillo Maxwell, su ampliación; las zonas perimetrales al aire libre y los locales que parcialmente las ocupan, ubicándose más densamente en el el sector noroeste.

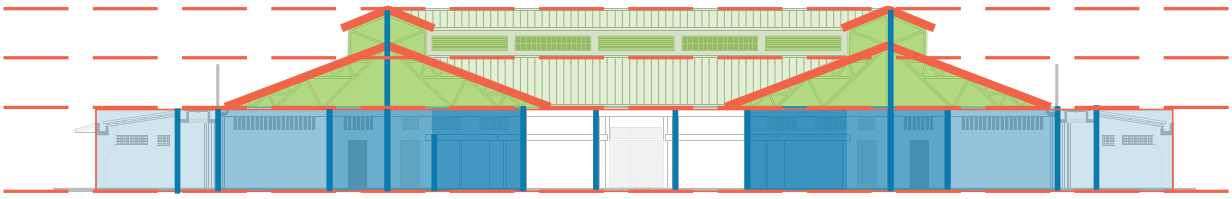
El conjunto de elementos se articula peatonalmente por 8 circulaciones: 4 diagonales y 4 a mitad de cuadra. Las de mitad de cuadra convergen en el patio central del edificio principal.



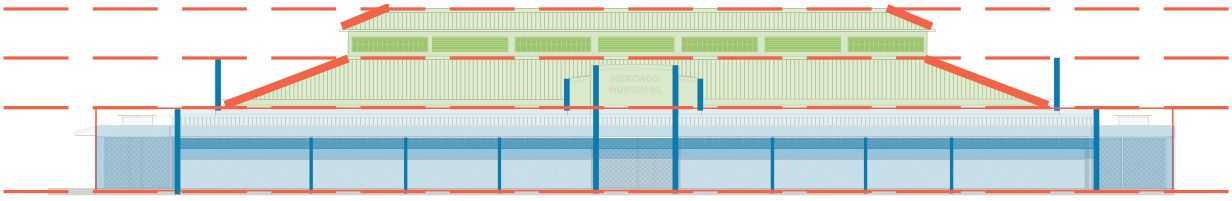
Perspectiva| Esquina Suroeste



Planta de Conjunto | Edificio Principal del Mercado y su cuadra



Corte Longitudinal | Edificio Principal del Mercado



Fachada Típica | Edificio Principal del Mercado

2. Análisis Arquitectónico del Mercado
2.5. CÓDIGOS TIPOLÓGICOS ARQUITECTÓNICOS

El conjunto actual ha sido remodelado, ampliado y reparado constructivamente innumerables veces, en distintos escenarios y con distintos actores. Resulta un gran collage de distintos lenguajes arquitectónicos que no correspondería a ningún movimiento arquitectónico renombrado. Sin embargo el Edificio Principal, que se distingue dentro del grupo por su masividad, presenta rasgos de la arquitectura tradicional limonense y rasgos estéticos del movimiento Art Déco, en boga en la época en que se dio la gran remodelación de 1941.

Sin embargo los rasgos que permiten identificar estos códigos tipológicos se encuentran ocultos entre la falta de mantenimiento y las innumerables intervenciones constructivas realizadas, como por ejemplo las portadas Art Déco que quedaron semiembebidas en la cubierta de concreto del Anillo Maxwell.



Escuela República de Colombia en Naranjo, Alajuela. Edificio coetáneo del Edificio Principal, también gubernamental, con caracteríticas del estilo Art Déco y con frontón similar.



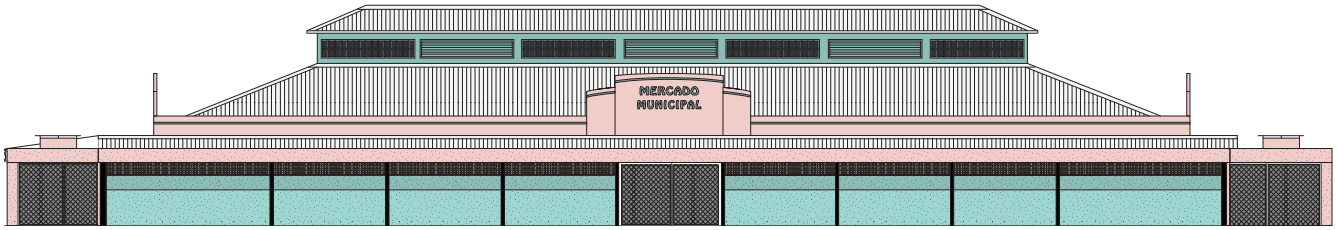
Estación del Ferrocarril al Pacífico, San José. Edificio coetáneo del Edificio Principal, también gubernamental, con características del estilo Art Déco, con ochavas y aleros de concreto similares.

CARACTERÍSTICAS ESTÉTICAS DEL ART DÉCO EN ARQUITECTURA (Woodbridge,2003) :

- Esquinas ochavadas
- Superposición de volúmenes
- Cornisamientos de formas geométricas
- Énfasis en formas geométricas sencillas como los círculos, polígonos, rectángulos, trapezoides y lineas rectas y zig zags.
- Construcciones en concreto armado.



Fotografía del Mercado recién remodelado en los 40`s. Se observa un edificio con los conceptos de la arquitectura tradicional limonense con los rasgos estéticos propios del estilo Art Déco.

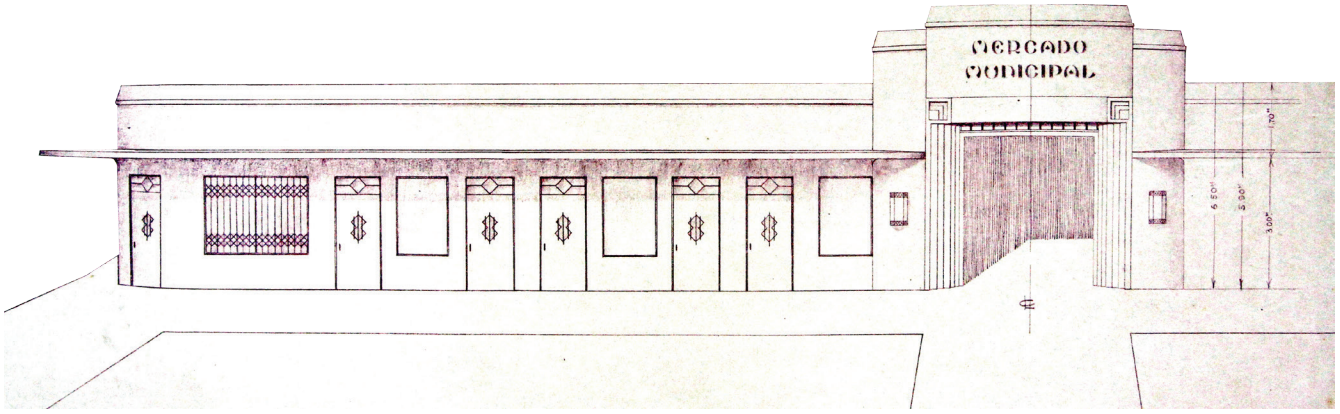


Fachada actual del Edificio Principal con ampliación de Anillo Maxwell. La fachada actual, a pesar de las remodelaciones que ha sufrido aún deja ver la parte superior de llas portadas estilo Art Déco en los accesos oeste, sur y este; además de la doble altura de los recintos, las cubiertas con pendiente pronunciada y el lucernario, características de la arquitectura tradicional limonense.





Fotografías actuales de detalles Art Déco del Edificio Principal. Se observan al interior las esquinas ochavadas. Las portadas de concreto y las cornisas perimetrales han sido tapadas parcialmente por el Anillo Maxwell; y el alero perimetral ha sido embebido en la losa de concreto que ahora conforma su cubierta. Esta ampliación también cortó el contacto con el exterior que permitían los antiguos pasillos perimetrales, y que generaban una relación con el exterior propia de la arquitectura tradicional de esta zona.



Fachada del Edificio Principal en planos de la gran remodelación de 1941. Se observan las esquinas ochavadas del edificio, las cornisas perimetrales y aleros de concreto que cubren el pasillo exterior, el frontón de acceso que busca representar el juego de volúmenes y en general la composición geométrica muy al estilo Art Déco. Nótese que el dibujo original no contempla las grandes cubiertas ni la torre del reloj que al final se incorporaron.

2. Análisis Arquitectónico del Mercado

2.6. DIAGRAMA TOPOLÓGICO DE FLUJOS Y RECINTOS

- RECINTOS | Locales perimetrales
- RECINTOS | Anillo Maxwell
- RECINTOS | Anillo Exterior de Edificio 1941
- RECINTOS | Anillo Interior de Edificio 1941

- TRÁNSITO| Uso ligero
- TRÁNSITO| Uso medio
- TRÁNSITO| Uso intenso
- TRÁNSITO| Conmutador
- TRÁNSITO| Conexión con sistema exterior

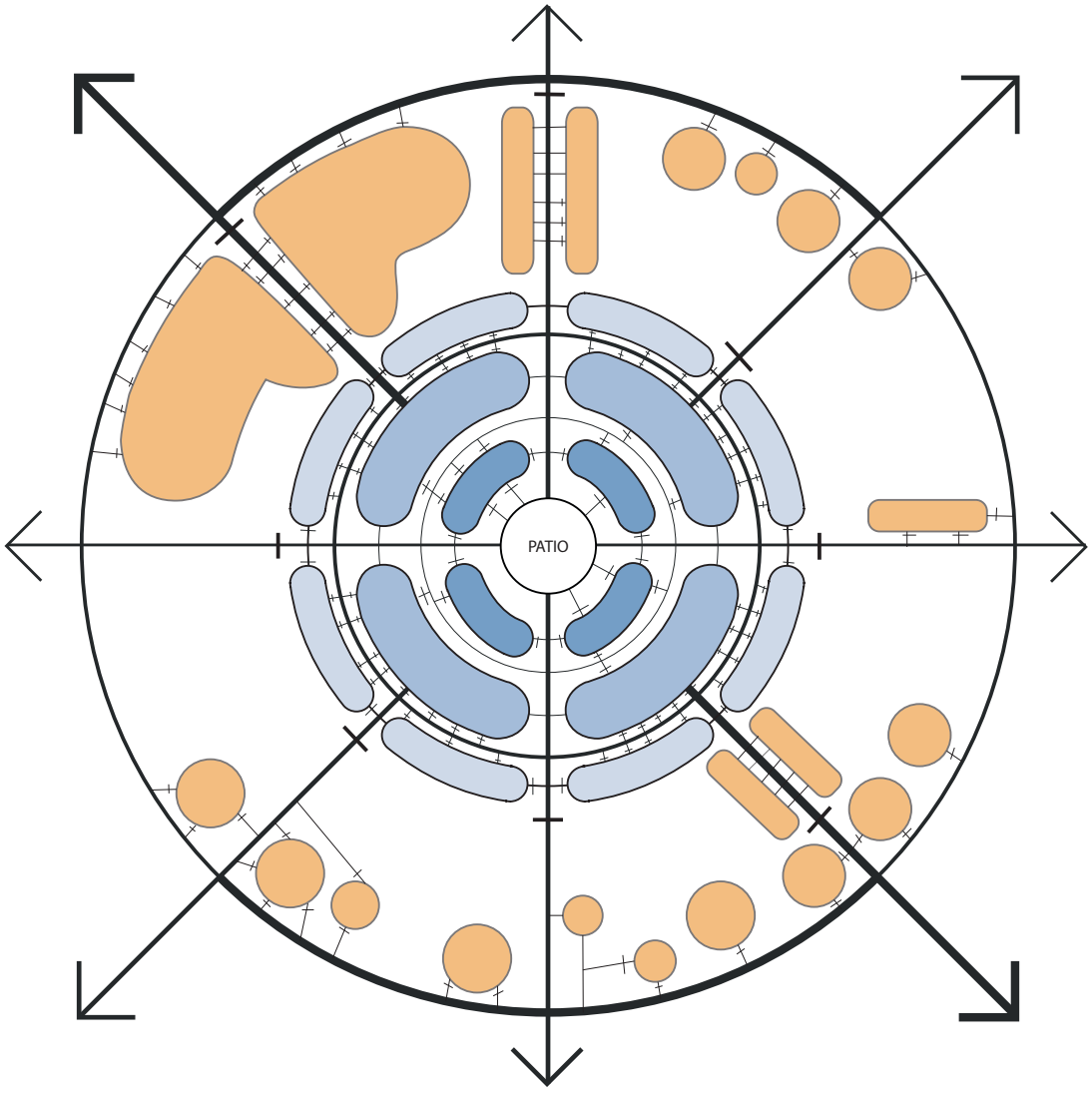








La composición geométrica y topológica del conjunto actual del Mercado evidencia el crecimiento perimetral informal y disonante de los locales en búsqueda de contacto con las aceras públicas, además la conformación de distintos volúmenes a manera de anillos que dan una sensación de múltiples espaldas y fraccionamientos.



DiagramaTopológica del Conjunto| Edificio Principal del Mercado y su cuadra

2. Análisis Arquitectónico del Mercado

2.7. USOS ACTUALES

- R Tiendas de Ropa y Calzado
- S Sodas / Restaurantes
- T Artículos de Hogar / Personales y Tiliches
- C Carnicerías
- AP Pulperías / Abarrotes
- P Pescaderías
- FV Verdulerías / Frutería
- EM Casas de empeños
- L Ventas de lotería
- E Bazares Esotéricos
- JR Joyería / Relojería
- TC Talleres de Calzado
- B Barbería
- M Macrobiótica
- A Administración & Bodegas de Aseo
- O Bodegas
- SS Servicios Sanitarios
- FP Caseta de la Fuerza Pública
- TP Teléfonos Públicos
- ZE Zonas de Estar

R Tiendsa de Ropa y Calzado

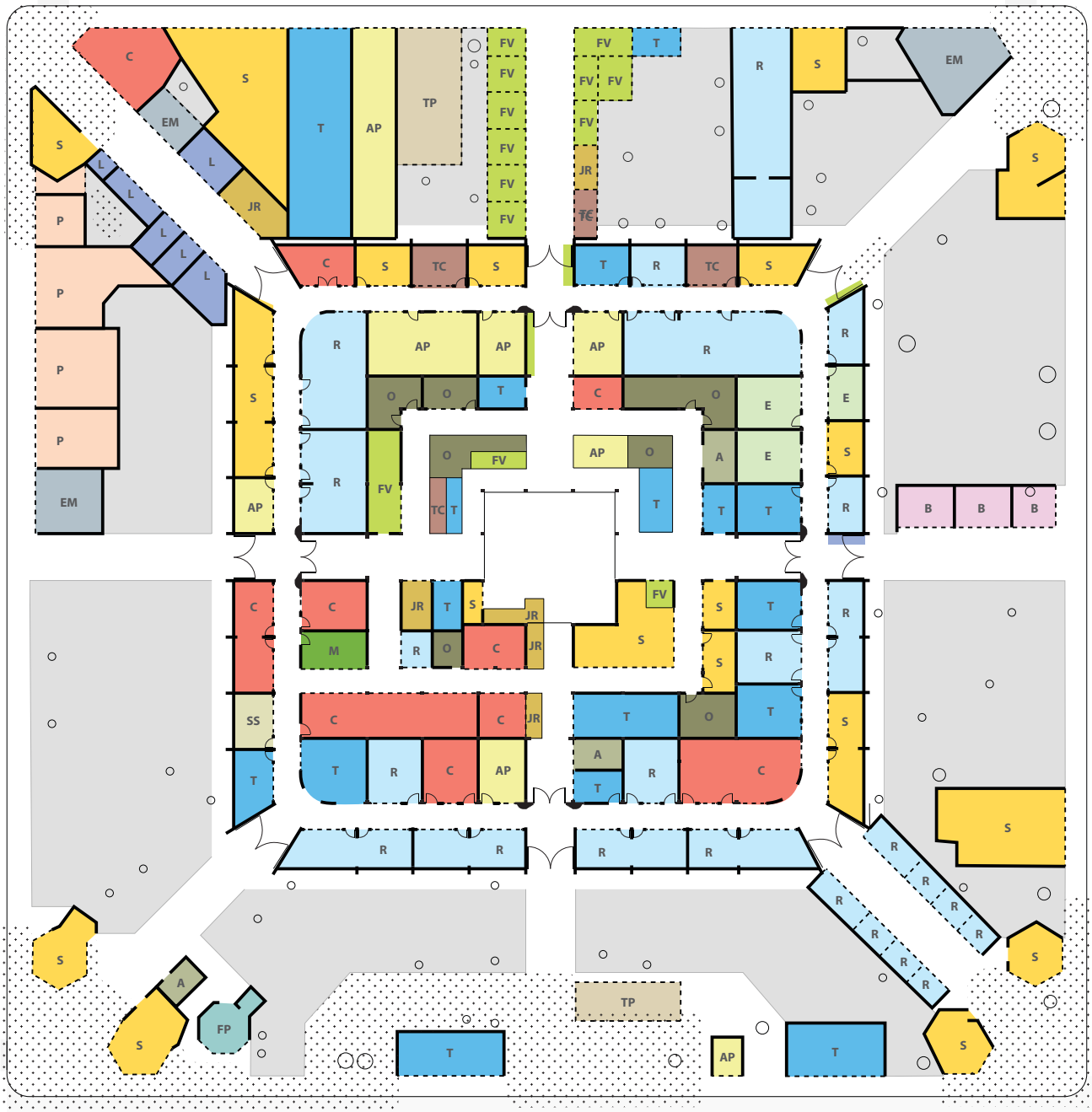


- En total ocupan la mayor área del Mercado.
- Se ubican principalmente en el Anillo Maxwell y locales de 1941 que abren a ese lugar.
- Utilizan todas las superficies verticales como paredes, vigas y columnas para exhibir productos.
- No tienen espacios para almacenar productos además de los exhibidos.
- No cuentan con probadores.
- Área de servicio para clientes es mínima. Se atiende desde el pasillo.
- Se valen de iluminación y ventilación artificial en la mayoría de los casos pues la natural es insuficiente.

S Sodas / Restaurantes



- Ocupan la segunda mayor área del Mercado.
- Se ubican en el eje de mayor presencia de peatones (No-Se y) y en las esquinas exteriores a modo de comercio ancla.
- Disponen bancas en su perímetro para los clientes, pues los locales alcanzan a penas para la cocina. En sodas que ocupan 2 o más locales se utilizan mesas al interior.
- Las cocinas no tienen condiciones adecuadas para el almacenamiento y preparación de alimentos, pues locales no fueron concebidos para ese uso.
- Se venden productos tradicionales y clientes son amigos entre sí, acuden por tradición de generación en generación.



Planta de Conjunto | Edificio Principal del Mercado y su cuadra

T Tienda de Artículos de Hogar & otros



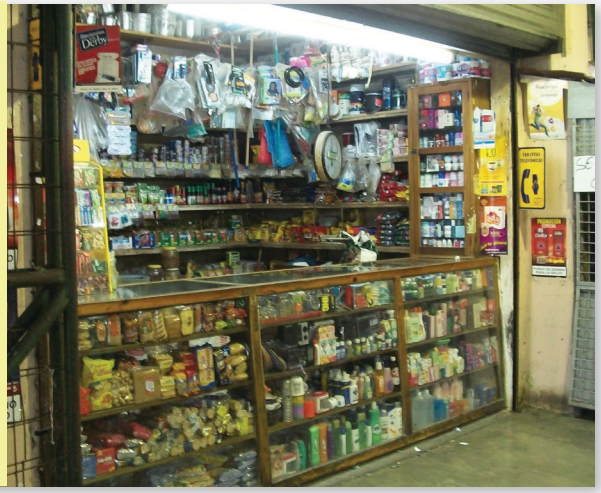
- Ocupan la tercer mayor área del Mercado.
- Se ubican en su mayoría en el edificio principal. Los que venden productos de hogar están más a lo interno, mientras que los que venden objetos personales como bisutería, gorras, bolsos, etc., se ubican hacia el exterior, cerca de los flujos peatonales.
- Utilizan mostradores de cristal o madera, así como todas las superficies verticales y horizontales como paredes, cielos, mesas vigas y columnas, para exhibir productos.
- No tienen espacios de almacenaje además de lo exhibido, ni de atención al público.
- La mayor parte de su mercancía es importada.

C Carnicerías



- Ocupan la cuarta mayor área del Mercado.
- Casi todas se ubican la parte suroeste del edificio de 1941, zona antes llamada callejón de las canicerías.
- Inquilinos son herederos del oficio y locales de sus antecesores por lo menos desde los 70`s. Los clientes asisten por tradición familiar también.
- La mayor parte de los locales tienen capacidad de atención al cliente en su interior.
- Locales no cuentan con condiciones adecuadas para la descarga, preparación y almacenaje del producto. Algunos inquilinos han buscado adecuarlos, pero para estos necesitan arredar al menos tres locales.

AP Pulperías / Abarrotes



- Se ubican en su mayoría en el edificio de 1941, cercanas a accesos y las ventas de productos básicos como carnes y verduras.
- Son locales pequeños con mostrador que utilizan todas las superficies verticales y horizontales para exhibir y almacenar los productos.
- Venden principalmente productos de aseo personal, golosinas, cigarros, abarrotes y granos por kilo.
- No tienen espacios de almacenaje además de lo exhibido. En algunos locales se ponen los granos en pilas de concreto que no se tapan nunca, por lo que tienen insectos.
- Se atiende al público en el pasillo.



Pescaderías
P

- Se ubican en el exterior del Mercado, sobre la acera noroeste.
- Son los principales abastecedores de pescados y mariscos de Limón centro.
- Productos se almacenan y muestran en neveras. Locales cuentan con refrigerdores pequeños para almacenaje.
- Locales comparten zona de preparación de productos y se encuentran abiertos a la acera y a la zona verde en su espalada, lo que les da una buena ventilación natural, pero no aisla de insectos.
- Además de los pescados y mariscos se vende ceviche y distintos aderezos, pero no se cuenta con zona de atención al público, sólo la acera.



Verdulerías & Fruterías
FV

- Se ubican principalmente en el acceso norte sobre las antiguas zonas verdes.
- No son locales formales, son de zonas donde se colocan las cajas de productos.
- No tienen condiciones adecuadas para la exibición, preparación, almacenaje y comercialización de los productos.
- Tienen la competencia desleal de los vendedores de las aceras perimetrales y vecinas.
- Venden productos tradicionales que sólo se consiguen en este Mercado como: coco rallado y su aceite, fruta de pan, caimito, pejibaye, yuplón, akee, pan bón, kiandé, plantintá, hierbas medicinales, entre otros.



Casas de empeños
EM

- Se ubican en el exterior del Mercado, sobre las antiguas zonas verdes, junto a la acera y cerca a los accesos al edificio principal.
- Cuentan con zona de atención al cliente en su interior.
- No tienen zonas de almacenaje, fuera de los espacios de exhibición.
- Además de ser casas de empeños venden minutos o dan otros servicios.
- Son locales completamente aislados del conjunto.
- Cuentan con vidrieras pequeñas que se cierran con cortinas de acero al cerrar el comercio.

L Ventas de Lotería



- Se ubican en el acceso Noroeste del Mercado, sobre las antiguas zonas verdes. Además sobre las aceras vecinas de este mismo sector abundan los vendedores ambulantes de lotería y chances. Esta es la principal zona de venta de estos productos en todo Limón centro.
- Existen locales cerrados como el de la fotografía y las típicas mesas con banca y sombrilla .
- Este sector es uno de los que tienen mayor movimiento de personas y dinero, por cual es también el sector de asaltos a usuarios e inquilinos.
- Existen muchos locales de estos pues la compara de lotería, chances, tiempos y "chances clandestinos" es, desde los años 20`s, parte fuerte de la cultura limonense (Municipalidad de Limón, 1992).

E Bazares esotéricos



- Se ubican en sector noreste del edificio principal, cerca del acceso.
- Venden artículos para la suerte (como la Nigüenta o amuletos), para hacer magia (como jabones especializados, libros, posiones, perfumes, aceites, velas), imágenes cristianas, afromericanas y de otras religiones, así como bisutería y otras cosas pequeñas de uso personal.
- Son de los pocos lugares en Limón donde se encuentran artículos de este tipo y reflejan ladiversidad de influencias religiosas del pueblo limonense.
- Cuenta con zona interna de atención al público.
- Las vitrinas son el único espacio de almacenaje.

Joyería / Relojería



- Se ubican principalmente en la parte más interna del edificio de 1941.
- Son locales muy pequeños donde apenas cabe un inquilino sentado.
- Cuentan con uno o algunos mostradores que sirven de almacenamiento de productos, repuestos y piezas en reparación, así como de espacio de reparaciones y servicio al cliente.
- Las personas asisten por tradición de generación en generción.
- Clientes acuden en varias ocasiones a reparar objetos preciados heredados de sus antepasados.
- Los clientes son atendidos en el pasillo y cuentan con bancas para esperar los servicios.

Talleres de Calzado

TC



- Los pocos que existen se ubican en el sector norte del edificio principal.
- No cuentan con condiciones adecuadas para la relización de sus actividades: trabajo, almacenaje y servicio al cliente.
- A pesar de ser servicios de gran demanda, son de los locales con peores condiciones para su tipo de actividad. Los materiales y trabajos regados en el suelo o apuñados en desorden en las paredes y escasos armarios. Pésimas condiciones de iluminación y ventilación para trabajar en reparación de calzado.
- A pesar de ser un oficio en extinción, aquí llama la atención que los encargados son jóvenes, lo que evidencia la vigencia de la tradición o la necesidad.

Barberías

B



- Sólo existen dos y se ubican sobre las antiguas zonas verdes junto al acceso este del Mercado.
- Cuentan con zonas de atención al cliente para un máximo de 2 usuarios al tiempo.
- Ofrecen principalmente servicios de corte de cabello y peinados al estilo afrocaribeño, así como ventas de productos de belleza.
- No cuentan con condiciones adecuadas para realizar lavados de cabello, pies o manos.
- El servicio, a diferencia notable de todos los anteriores mencionados, atre público jóven. En los otros locales los clientes son normalmente gente mayor de 40 años que acude por tradición.

Macrobiótica

M



- Sólo existe una ubicada cerca de la zona de carnicerías en el edificio principal.
- Se ubica en zona donde resulta difícil de ver.
- Utiliza todas las superficies verticales con estantes y un mostrador para exhibir productos.
- No tiene zonas de almacenamiento además de los estantes.
- Los clientes se atienden en el pasillo.
- Resulta un local mínimo con espacio sólo para un inquilino sentado detrás del mostrador.

A Administración, Asociación & Bodega



- La oficina de la administración se ubican en el acceso sur del edificio principal. Es un área mínima en condiciones de hacinamiento donde caben 2 administrativos (administradora y secretaria) y un archivero. Cuenta con aire acondicionado e iluminación artificial.
- La oficina de la Asociación de Inquilinos se encuentra en el sector interior noreste del edificio de 1941, en uno de los locales originales de esa época. Cuenta con un escritorio y una mesa de reuniones para 6 personas, pero no tiene condiciones adecuadas para albergar esa cantidad de gente por motivos de espacio y ventilación.
- Existe además una bodega de aseo ubicada en el acceso suroeste.

O Bodegas



- Los que se llaman bodegas, son en realidad locales que no se alquilan, reminiscencias de los construídos en 1941.
- Dada su inadecuada ubicación comercial y su uso para el almacenamiento, son los recintos de 1941 que se conservan más originales.
- Algunas son utilizados por inquilinos para almacenar cosas propias de su actividad comercial, mas no productos, y otras son utilizadas como bodegas de la municipalidad para cosas de aseo general, mantenimiento y jardinería.
- Su ubicación, su cerramiento y su estado general atemorizan a los transeúntes. Por lo cual los pasillos pasillos donde están casi no son recorridos.

SS Servicios Sanitarios



- El único núcleo existente, de carácter unisex, situado al este del Anillo Maxwell, cuenta únicamente con 3 inodoros, un orinal y un lavatorio.
- El servicio es administrado por inquilino que cobra por utilizarlos y se encarga de su aseo.
- Este núcleo resulta de la adecuación de un local para estos efectos, contando con una ventilación e iluminación artificial mínimas.
- Sobra decir que este núcleo además de ser completamente insuficiente, no cumple los requisitos mínimos que establece el Reglamento de Construcciones ni la Ley 7600.

Caseta Fuerza Pública

FP



- Se ubica al sur, frente a la Avenida 2.
- Se colocó ahí para evitar la estadía de indigentes, drogadictos y ladrones en las fraccionadas y deprimidas zonas verdes, pues el asunto ya había tomado graves dimensiones. Sin embargo siempre hizo falta cercar todo el perímetro de la cuadra. Los indigentes se saltan la cerca y siguen habitando las zonas verdes. Los policías deben pedirle al público que se retire de las zonas de estar para evitar problemas.
- La caseta es un recinto mínimo que cuenta con un mostrador a modo de escritorio, una silla y un servicio sanitario.

Teléfonos Públicos

TP



- Se ubican en las antiguas zonas verdes del Mercado. Un núcleo al sur y otro al norte.
- El núcleo del norte se encuentra rodeado por tres espaldas y la fachada que da a la acera se ecuentra enrejada. Al ser un espacio de escasa visibilidad se vuelve un intersticio abandonado que nadie visita.
- El núcleo del sur (el de la fotografía) se encuentra abierto y frente al bulevard. Ofrece la posibilidad de guarecerse, resultando un lugar donde algunos se reunen a pasar el rato, para poner cajas y jugar juegos de mesa, o a vender su mercadería.
- El servicio de teléfono público es aún utilizado todavía por algunos.

Zona de Estar

ZE



- Más que recintos son lugares abiertos, a la sombra, donde a través de los años la gente se ha reunido a estar, conversar, comer y jugar damas o dominó. Sitio preferido de tertulia de pensionados limonenses, por no haber más lugares para tal efecto y además tan céntricos y de tan profundo significado emocional. Son los espacios que, a diferencia de otros Mercados en Costa Rica, le dan ese disfrute diferente de Mercado-Parque.
- Son las zonas que están en mayor peligro de desaparecer por su aparente “inutilidad comercial” y por volverse “inseguras” dado al fraccionamiento y cerramiento generado por las desordenadas construcciones perimetrales.
- Actualmente se conforman por algunas descuidadas bancas y frondosos árboles.

2. Análisis Arquitectónico del Mercado

2.8. CONFORT CLIMÁTICO

Limón tiene una temperatura promedio de 28ºC entre las 8 a.m. y las 4 pm, y su sensación de calor se debe principalmente a la gran humedad ambiental. Días comunmente nublados de manera parcial apaciguan los rayos solares directos una gran parte del año. En el exterior, en zonas de sombra o semisombra, el clima es muy confortable gracias a la brisa que disminuye la humedad. Los edificios que logran aprovechar esta condición, como los tradicionales, generalmente son climáticamente confortables.

Los distintos elementos que componen el Mercado mencionados de inconfortable a muy confortable climáticamente, según los aspectos obervados, son: Locales comerciales del Anillo Maxwell, Pasillos de Anillo Maxwell, locales comerciales del Edificio Principal, locales comerciales perimetrales y zonas verdes en sombra. Se observa que el Edificio Principal pudo haber generado un mejor confort climático en el pasado, pero el Anillo Maxwell vino a entopecerlo dificultando su ventilación y propiciando filtraciones pluviales.

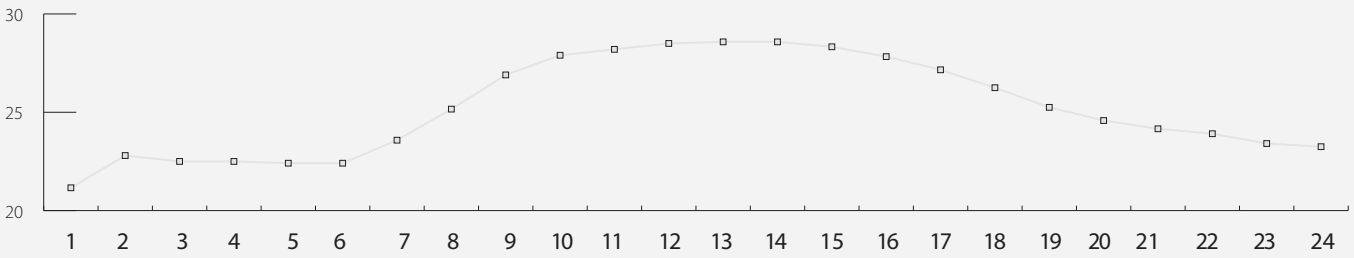
- \- + Promedio de temperatura (ºC) mensual.
- \- + Promedio de horas diarias de luz solar directa
- \- + Promedio mensual de días con lluvia
- \- + Promedio de lluvia mensual (mm)
- \- + Promedio mensual de Humedad relativa (%)

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
	24,1	24,3	25,1	25,6	26,1	26,0	25,5	25,7	25,9	25,7	25,1	24,4
	5,0	5,4	5,8	5,7	5,3	4,5	3,8	4,7	5,3	5,3	4,5	4,6
	21	18	18	18	20	21	24	21	16	19	21	22
	315	254	199	272	357	308	451	321	161	201	390	440
	87	86	85	85	87	87	89	87	86	87	88	88

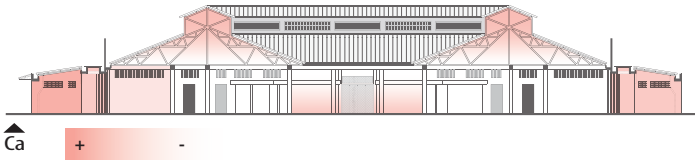
Dirección y velocidad del viento predominante

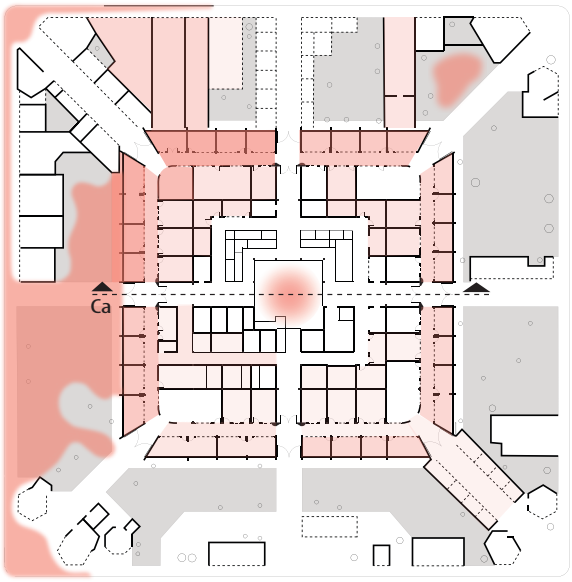


Temperatura (ºC) horaria promedio

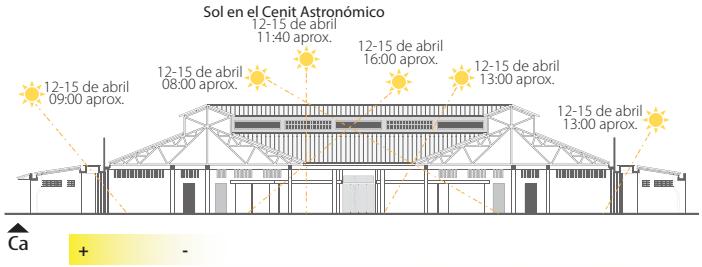


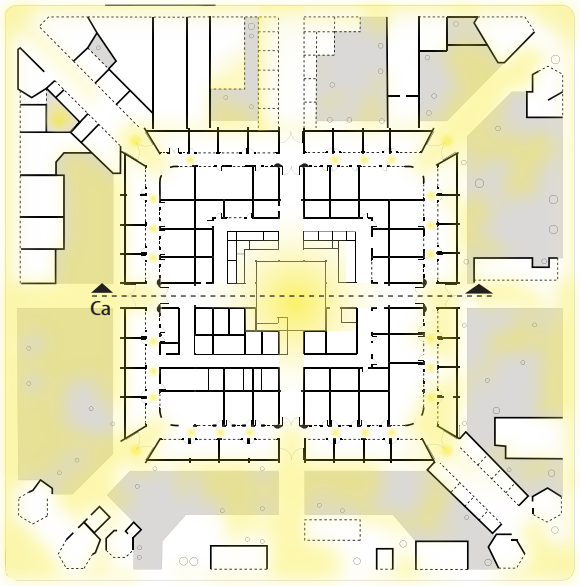
FUENTES: GRÁFICOS A PARTIR DE INFORMACIÓN DEL INSTITUTO METEREOLÓGICO NACIONAL. CLIMATOLOGÍA DEL AEROPUERTO DE LIMÓN Y CLIMATOLOGÍA DE LIMÓN.



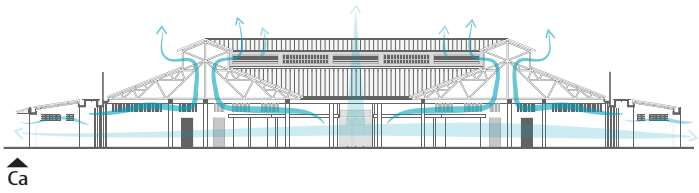


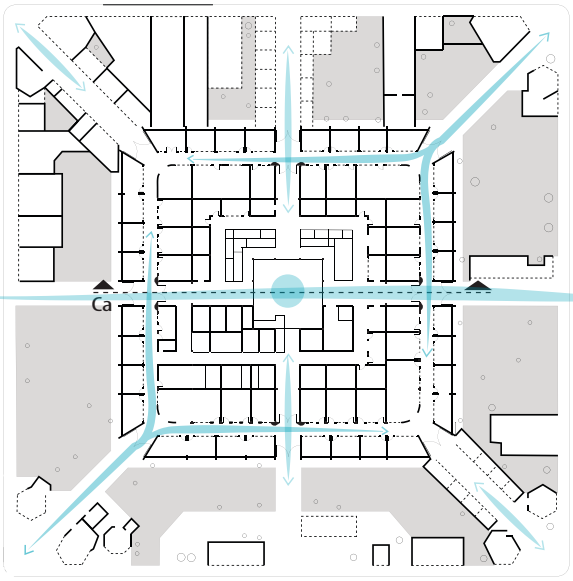
Planta | Sensación de calor



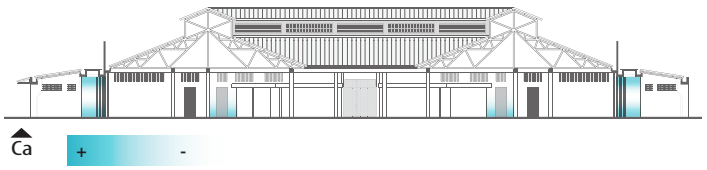


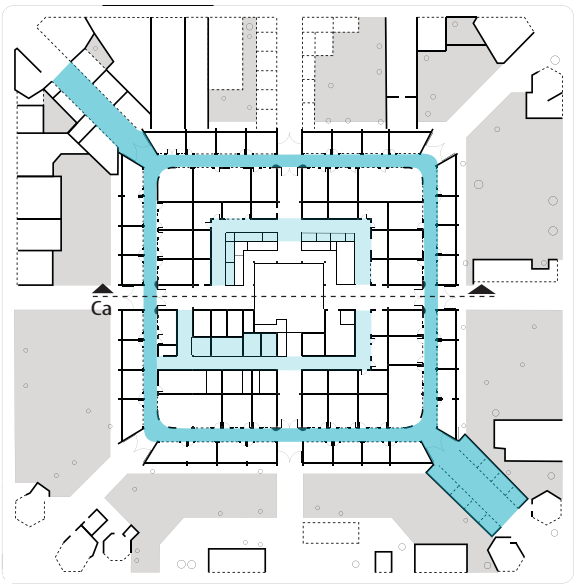
Planta | Sensación de Radiación Solar Directa





Planta| Sensación de Ventilación

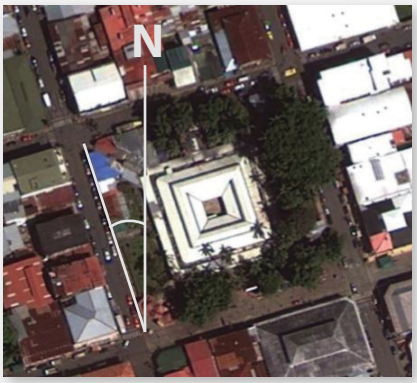




Planta| Sensación de Humedad

Recomendaciones para adecuación climática del Mercado según resultados de tabla de MAHONEY

PLAN MASA
Que el edificio esté ubicado en eje este-oeste para disminuir exposión al sol.



El Mercado en general tiene forma cuadrada y tiene una inclinación 18,5 grados respecto al norte.

No Cumple

DISTANCIA ENTRE EDIFICIOS
Vanos entre edificios para favorecer la penetración del viento



El Edificio Principal se encuentra rodeado en su mayoría por patios, pero hay zonas donde se encuentra pegado a los comercios perimetrales. Estos a su vez están muy densamente construídos como en el noroeste.

No Cumple Completamente

CIRCULACIÓN DEL AIRE
Que el edificio tenga una orientación simple y que tenga dispositivos que garanticen una circulación de aire permanente.



Por tratarse de un conjunto de construcciones, el Mercado no tiene una orientación simple. En algunos casos cuenta con dispositivos para permitir la circulación de aire como las celosías del lucernario y el uso de ladrillo perforado en paredes.

No Cumple Completamente

POSICIÓN DE LAS ABERTURAS
Que las aberturas en los muros norte y sur estén a la altura humana del lado expuesto al viento



En el edificio Principal las aberturas de ventilación se encuentran en casi todas las paredes en su parte superior, no hay diferencias con respecto a la orientacion por viento dominante.

No Cumple

DIMENSIÓN DE LAS ABERTURAS
Las aberturas deben ser grandes, y corresponder a entre 40 y 80% de las fachadas norte y sur.



Las fachadas norte y sur se encuentran cerradas casi completamente, solo dejando los ladrillos de ventilación superior y las puertas. Los locales perimetrales solo abren la fachada.

No Cumple

PROTECCIÓN DE LAS ABERTURAS
Las aberturas deben estar protegidas contra la radiación solar directa y prever una protección contra la lluvia



Las pocas aberturas que tiene el edificio poseen protección escasa posteriormente al edificio original. Los locales perimetrales con escasa protección igualmente.

No Cumple

MUROS
Deben ser construcciones ligeras de baja inercia térmica.



Los comercios perimetrales y edificio principal son masivos y de alta inercia térmica.

No Cumple

TEJADO
Construcción ligera, revestimiento reflectante y cámara inferior de aire.



Las cubiertas son ligeras y reflectantes pero no cuentan con cámara inferior de aire, solo algunos locales perimetrales

No Cumple Completamente

ZONAS EXTERIORES
Drenaje apropiado de agua de lluvia y protección contra las lluvias violentas.

Aleros muy cortos, cubiertas y sistemas de desfogue ineficientes para la cantidad de lluvia que cae. Graves problemas de inudaciones

No Cumple

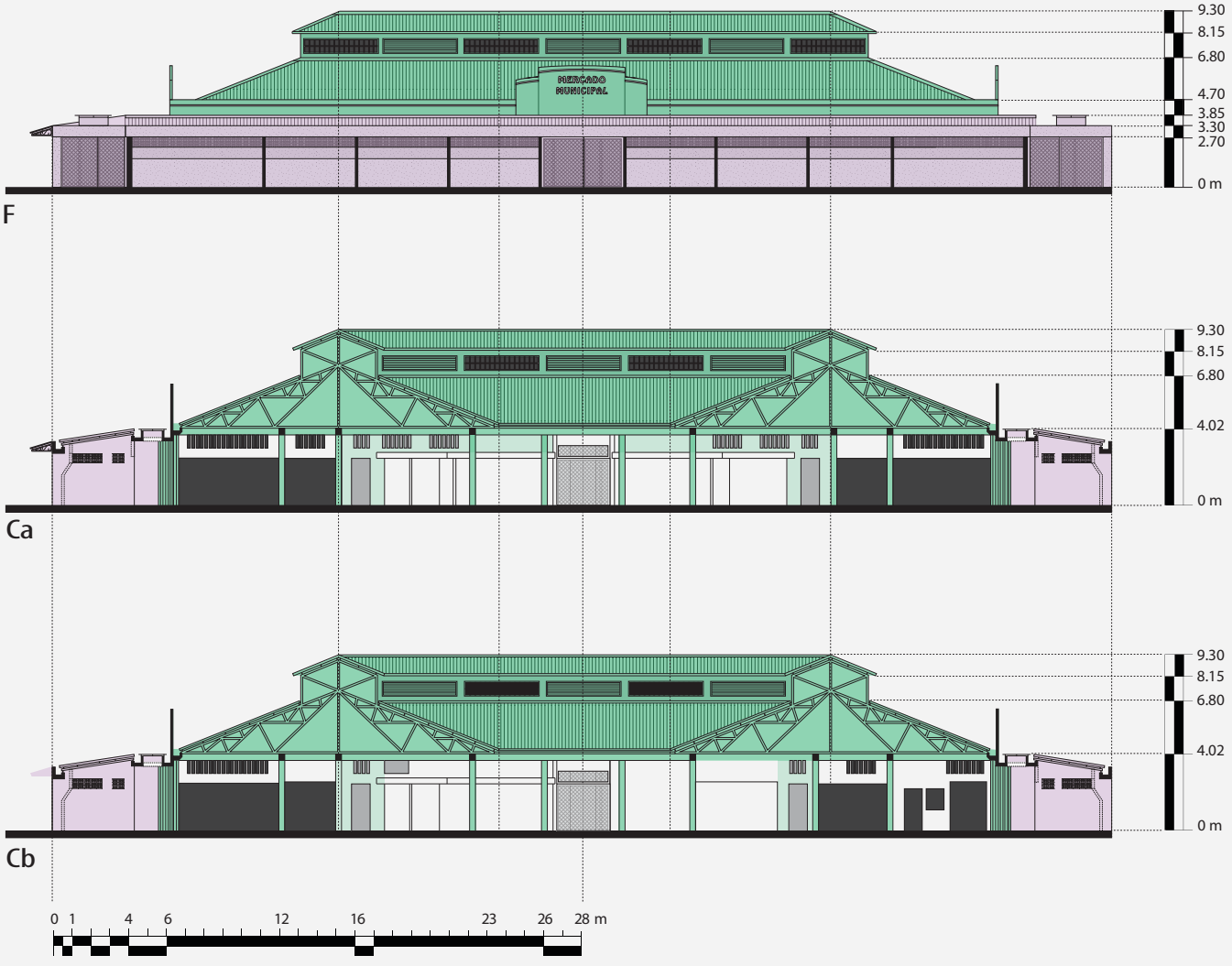
2. Análisis Arquitectónico del Mercado

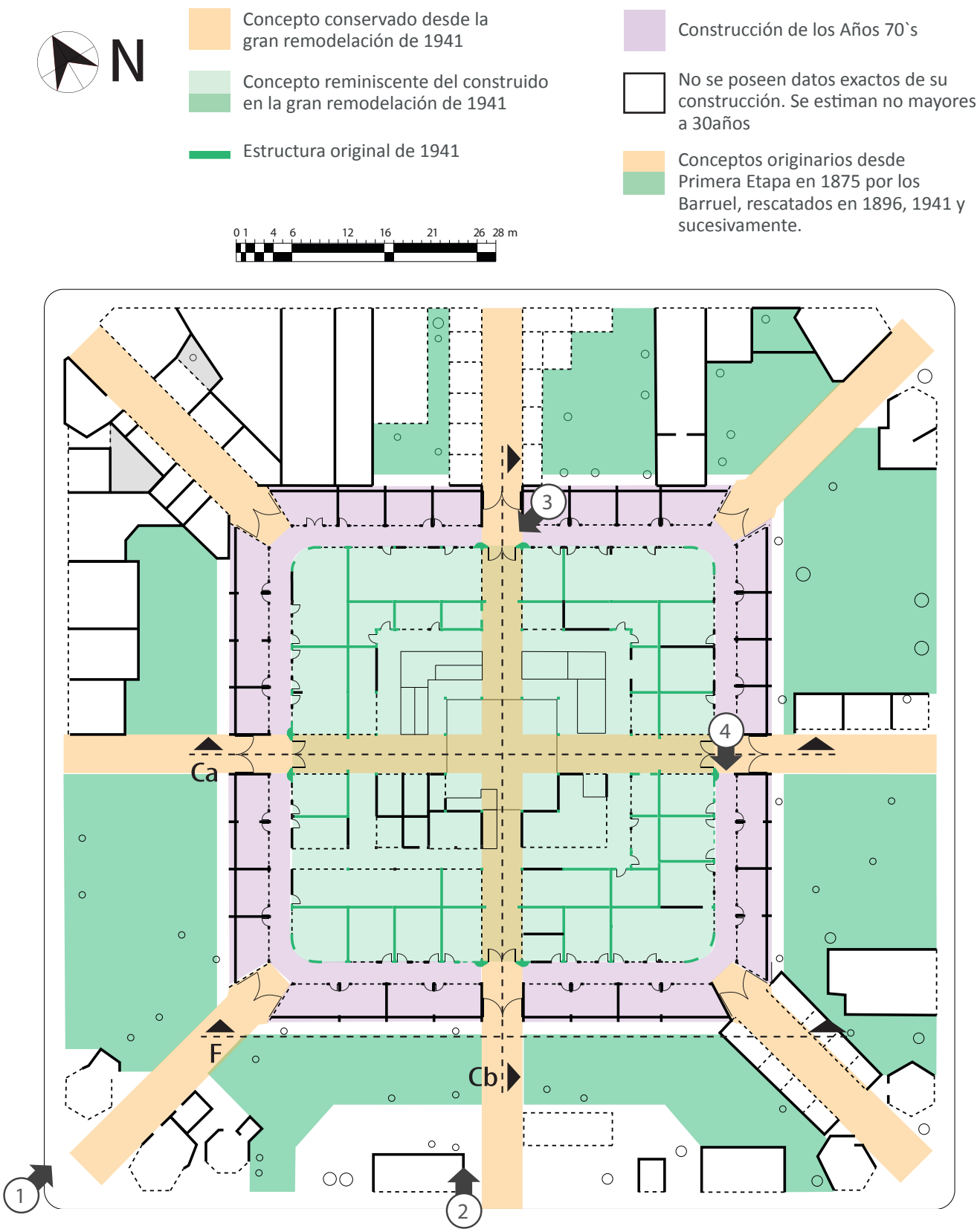
2.9. ESTADO DE CONSERVACIÓN

Como se demuestra en el Capítulo 1, la observación directa del Mercado actual evidencia que varios de los conceptos originarios de 1875 aún están presentes a pesar de las múltiples remodelaciones y ampliaciones sufridas: las circulaciones a media cuadra y en diagonal, el edificio cuadrangular en el centro del solar, el elemento central ordenador que ha sido plaza, patio central y torre, y las zonas verdes perimetrales.

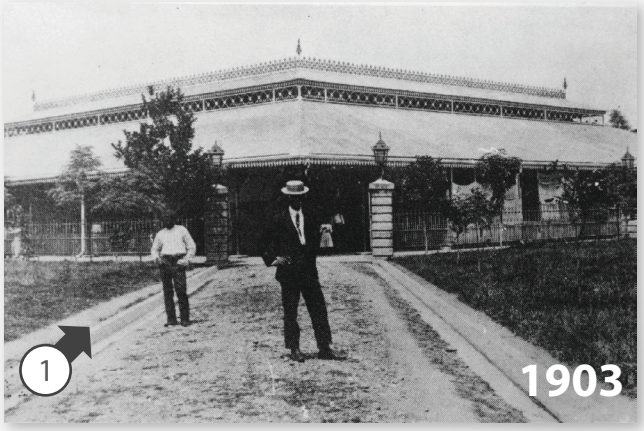
Se observa que relativamente se conserva una buena parte del edificio de 1941 como: la estructura principal de vigas, columnas y cubierta; los locales esquineros con esquinas ochavadas, algunos locales interiores,varios muros divisorios, la precinta perimetral y las portadas de las entradas a media cuadra. Se señalan como "relativamente conservadas" pues la gran cantidad de intervenciones realizadas no garantizan su originalidad y no se ha tenido ningún control especial permanente para su conservación.

Fachada y Cortes del Edificio Principal | Conservación de las distintas etapas constructivas

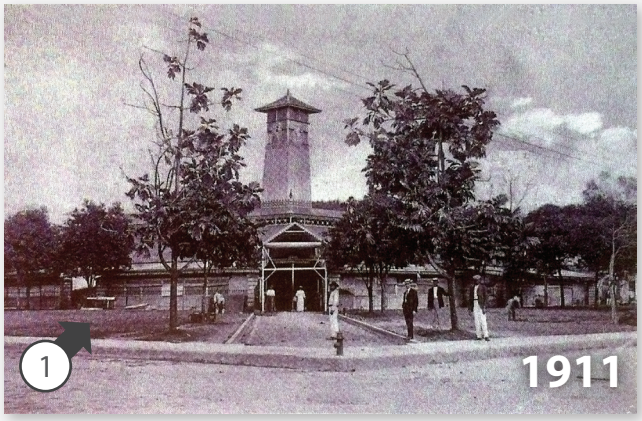




Planta de Conjunto| Conservación de las distintas etapas constructivas del Mercado











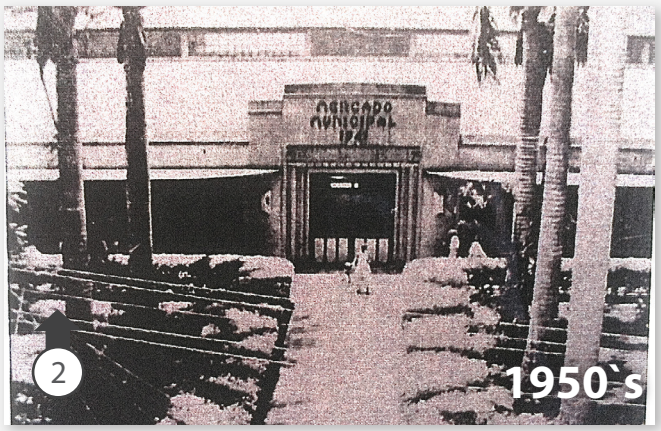
Ubicadas en plano más por conveniencia de ubicación expositiva aprovechando las simetrías del edificio, que por ubicación real, las fotografías aquí presentadas revelan el gran cambio que ha tenido el Mercado desde su primer edificio a la actualidad, pasando por sus varias remodelaciones, más allá de la demolición de la torre del reloj.

En el caso de la serie de fotografías 1 y 2 se ve como sus fachadas actuales y su perímetro vegetal ya casi no guardan ninguna relación con respecto a las características arquitectónicas de estados anteriores. El Mercado “ya no se vé” ; sus construcciones nuevas se confunden con el contexto, además ocultan el edificio principal y las zonas verdes en ciertas áreas. Al menos lo que queda de su alta vegetación aún le da la presencia urbana y carácter de parque tan apreciado desde antaño.

La construcción de Anillo Maxwell alteró las fachadas, precintas y portadas del edificio de 1941.Las fotografías 2 evidencian como las portadas Art Déco fueron semiembebidas en la cubierta de concreto del Anillo y retrocedidas a segundo plano por la cubierta de hierro de ese mismo anexo.

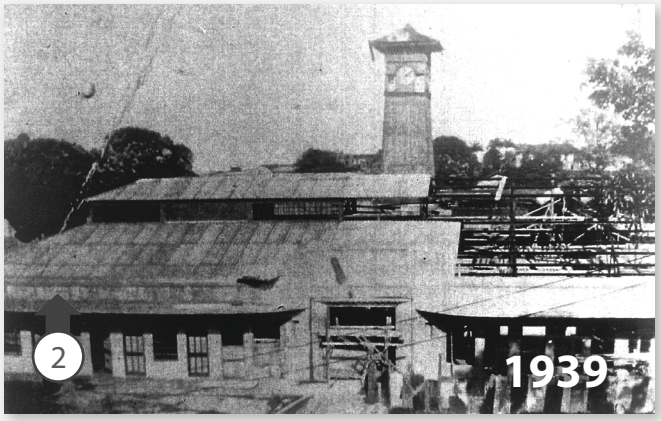
Las fotografías 2, 3,4 y 8 muestran como los vanos de las fachadas y muros interiores del edificio de 1941 han sido alterados para acomodarse a las nuevas necesidades, dejando en algunas ocasiones solo las celosías de ventilación originales. Muestras además como el alero perimetral de 1941 ha sido convertido en la cubierta de claraboyas del la construcción de los 70`s.


2
2014

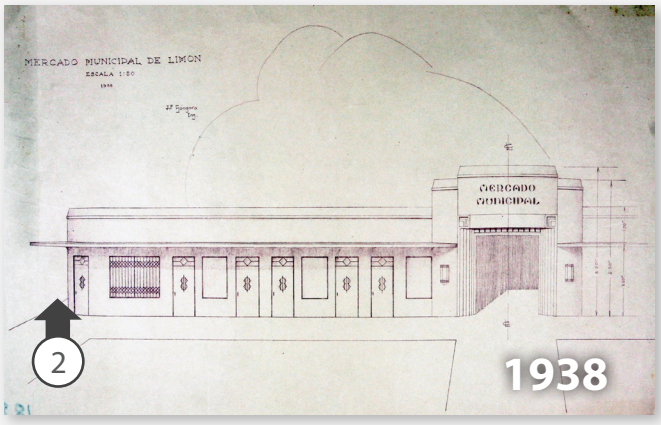

2
1950`s

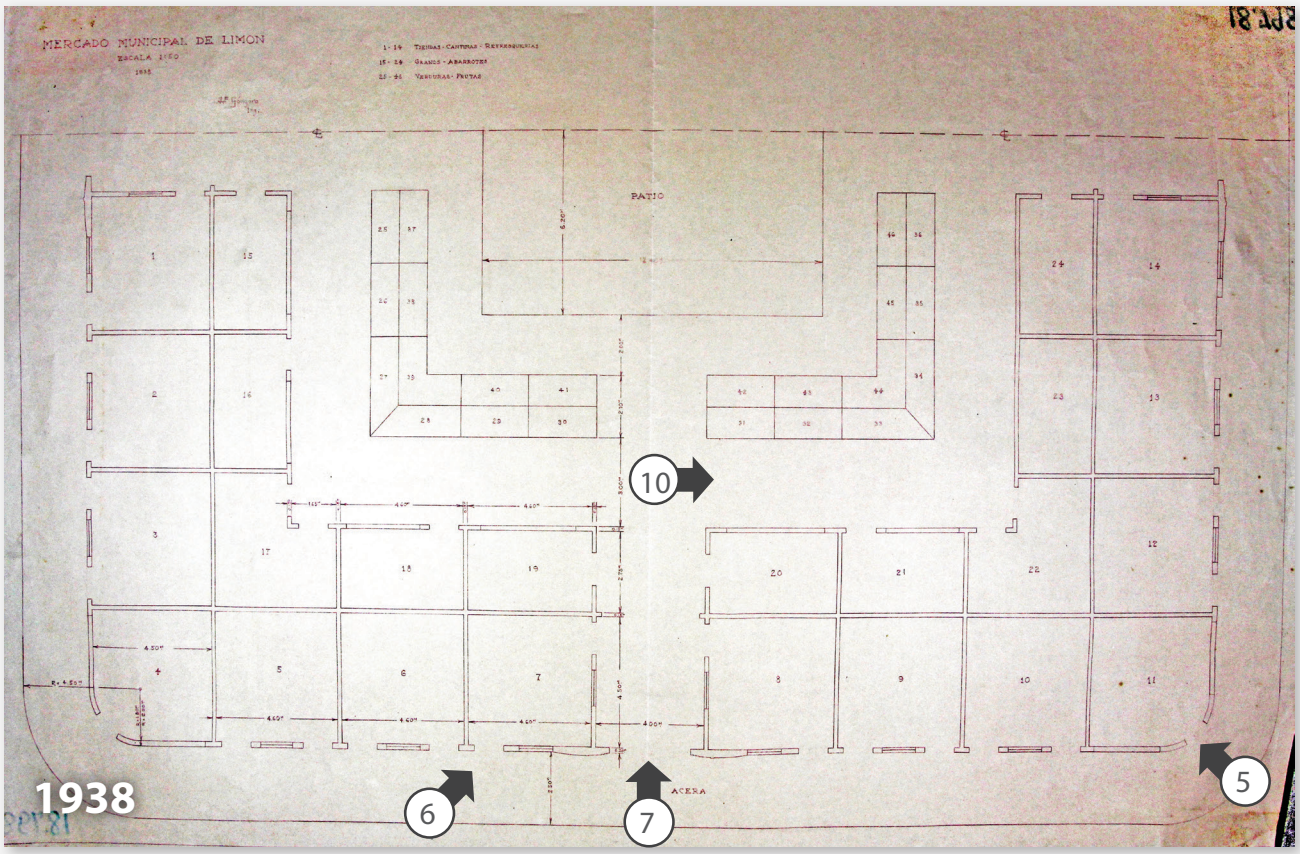

RELOJERIA
LINGTON
movistar
3
2014


2
1941

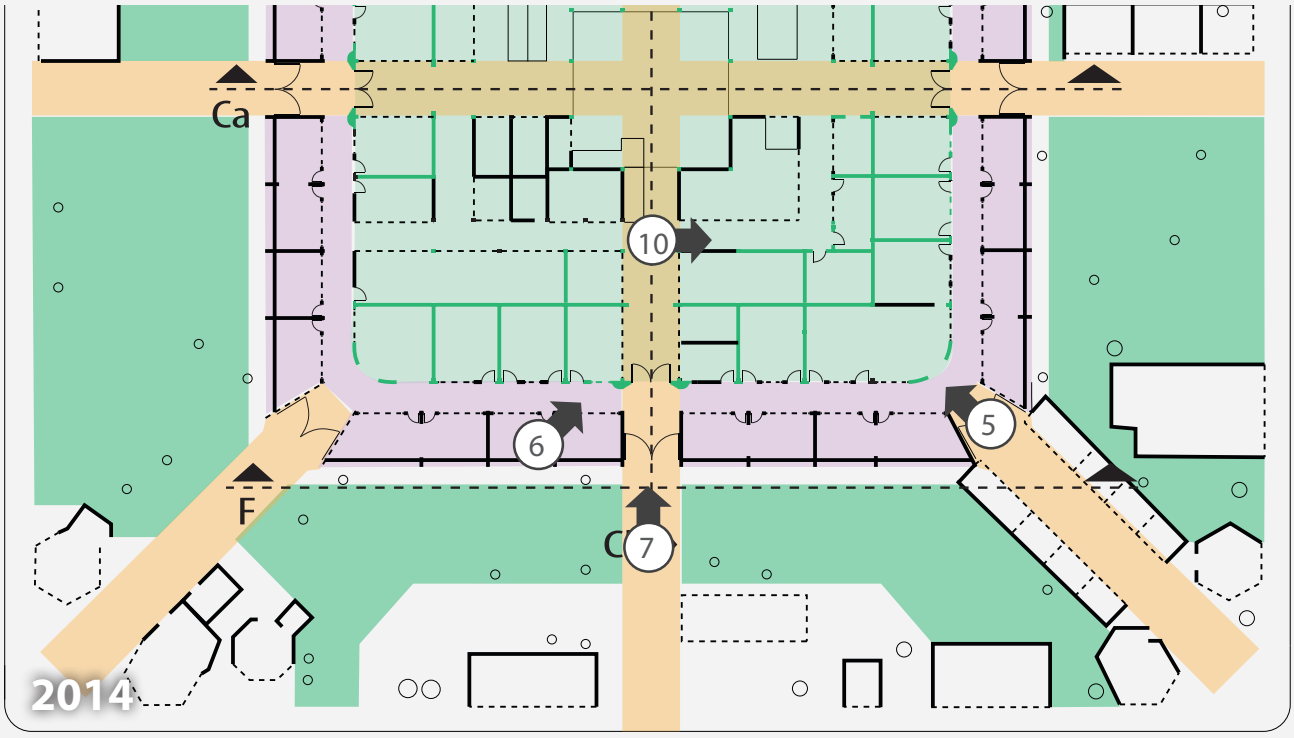

2
1939


4
2014

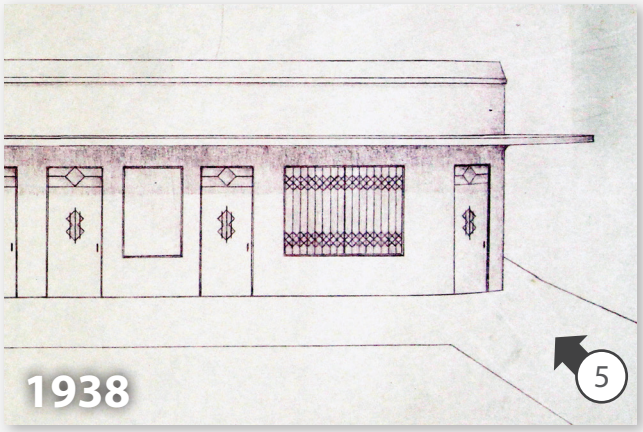

MERCADO MUNICIPAL DE LIMON
ESCALA 1:50
MERCADO
MUNICIPAL
2
1938



Planta de la mitad del Mercado de 1941| Fotografía del original de 1938



Planta Parcial de Conjunto| Conservación de las distintas etapas constructivas del Mercado





Las fotografías 5, 6 ,7, 10 y 12 muestran algunas de las partes del edificio de 1941 menos alteradas como: las esquinas ochavadas, los vanos de algunos locales, las columnas de las portadas Art Déco con sus nichos de iluminación, unos pocos locales que ahora se usan de bodega, y las no menos importantes zonas verdes reminiscentes; lugares que a pesar de su falta de mantenimiento, y la pérdida de sus poyos y la de su directa vinculación con la actividad del Mercado y aceras, al menos existen y son muy apreciadas.










2014
8

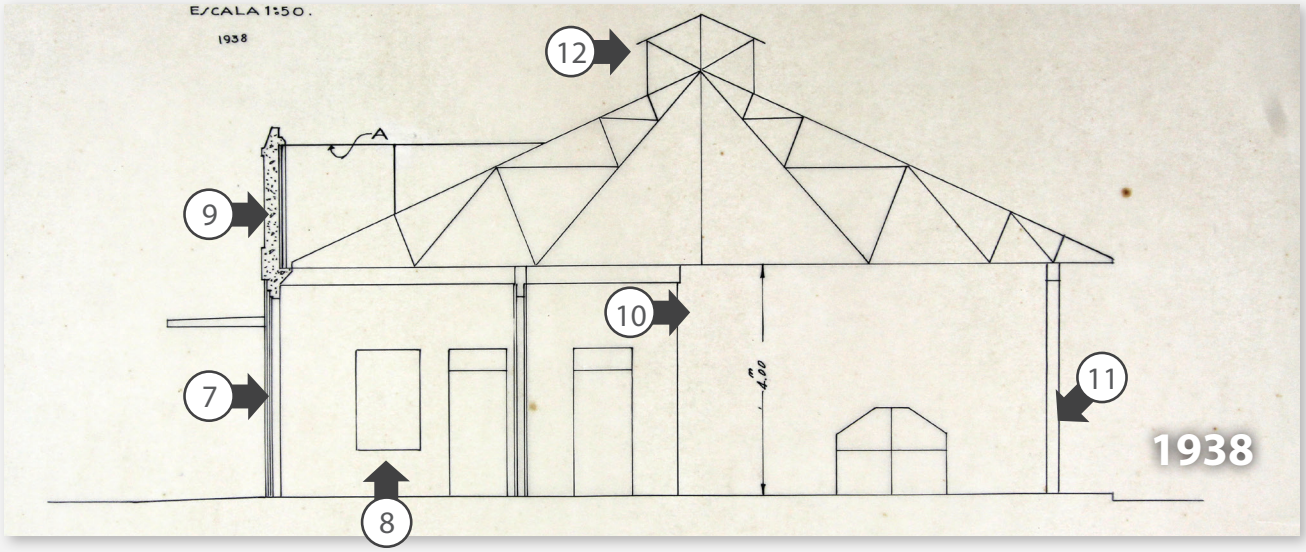



2014
10


2014
10


PLASTICOS
FLORY
BOLSAS PLASTICAS
2014
11


MERCADO
MUNICIPAL
1941
2014
12

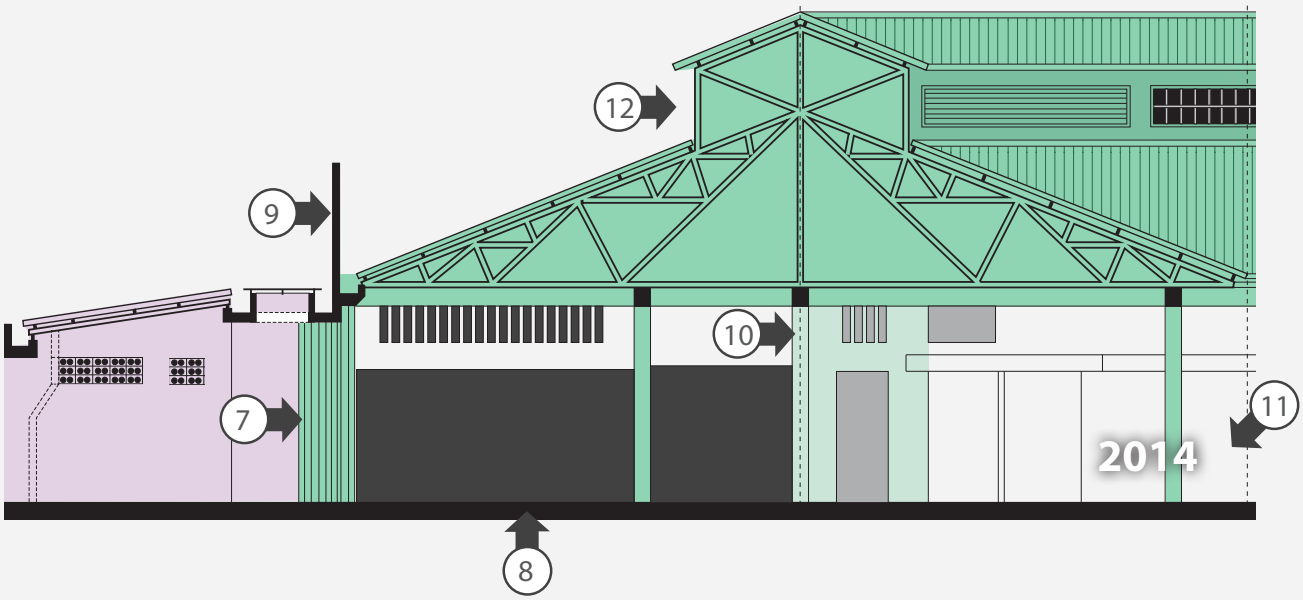


Corte del Edificio de 1941| Fotografía del original de 1938

Una de las partes más modificadas en el edificio de 1941 es el anillo de locales ubicado alrededor del patio central, pues los planos antiguos y los relatos cuentan que antes sólo habían mesas de ventas de verduras, ahora son locales cerrados en madera o concreto, como se evidencia en las fotografías señaladas con el número 11.

Así, se observa como del edificio de 1941 se conservan alrededor de un 70% de las paredes internas originales, mientras que las fachadas de los locales han sido modificadas en alrededor de un 95% de los casos. Los acabados de paredes pisos y cielos han sido modificados muchas veces, así como las rejas, puertas y ventanas. Las cubiertas por su parte también han sido reemplazadas completamente, conservándose originales sólo las cerchas y la marquetería de los monitores; además se han alargado los aleros en los monitores y en el perímetro del Anillo Maxwell.

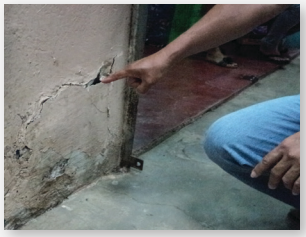
Respecto al Anillo Maxwell no se han registrado modificaciones fuertes más allá de reparaciones o adecuaciones de locales, mientras que de los locales exteriores no se tienen datos de su situación histórica.



2. Análisis Arquitectónico del Mercado

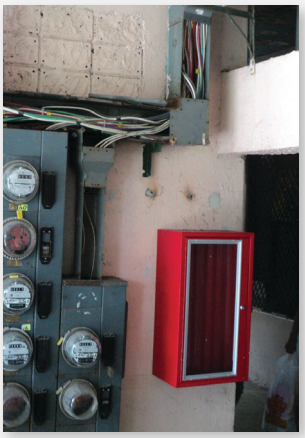
2.10. CONSIGNACIÓN DE DAÑOS

Las observaciones del Mercado respecto a los daños materiales que lo afectan redundan en los aspectos señalados por el Ministerio de Salud en el 2011 en su declaratoria de inhabitabilidad por estado ruinoso, peligroso e insalubre. Esta declaratoria se focaliza en el Edificio Principal y el Anillo Maxwell, sin embargo los negocios perimetrales no escapan a estos problemas del todo por depender de las condiciones de infraestructura del Edificio Principal y la cuadra donde se asienta el conjunto.













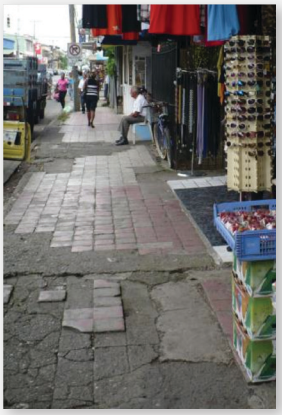
Paredes, columnas y vigas

- En el Edificio Principal se observan paredes reventadas y con falta de mantenimiento en general, un poco menos en locales perimetrales.
- En las partes más antiguas se observan vigas y columnas deformadas, agrietadas y con el acero expuesto productos del desprendimiento del material.
- Paredes de locales de preparación de alimentos y servicios sanitarios del Edificio Principal no cuentan con el recubrimiento que exige la Ley General de Salud, al igual que algunos de los locales perimetrales.

Áreas comunes y de circulación

- Servicios sanitarios existentes son insuficientes para la población que asiste y se encuentran mal ubicados (entre carnicerías).
- Circulaciones angostas, no cumplen ni con las medidas mínimas establecidas y tienden a estar obstruidas con mercadería.
- No hay rampas para salvar los cambios de nivel en toda la cuadra.
- No hay plan de emergencia, ni luces de emergencia ni extintores o algún sistema contra incendios.
- Recintos en general no cumplen con el Reglamento de Construcciones ni con la Ley de Igualdad de Oportunidades.
- Usuarios denuncian presencia de ratas, gatos, palomas, zopilotes e insectos que se pasean libremente por el edificio, dejando sus excrementos en cualquier lugar.













Pisos

- Hay grietas longitudinales y transversales en todos los pisos de la cuadra menos en locales perimetrales.
- Hay hundimientos en algunos sectores del interior del Edificio Principal.
- En todas las construcciones la cuadra se utilizan materiales deslizantes que resultan muy peligrosos por las constantes lluvias, filtraciones y derrames. (concreto lujado, cerámica brillante)
- Las partes más antiguas tienen acabados inadecuados para mantener aseo. (concreto lujado y concreto expuesto sin acabar)
- Pisos no son uniformes por desgaste, huecos, malos acabados y desniveles.
- Falta de adecuación a la Ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad.

Disposición de las aguas negras

- Cajas de registro, ceniceros, trampas de grasa y sifones en mal estado general por falta de limpieza, falta de piezas o quebraduras mayormente en el Edificio Principal.
- La mayor parte de las tapas de registro pluviales y sanitarias se encuentran reventadas, quebradas o hundidas representado un obstáculo para los transeúntes en Edificio Principal y aceras perimetrales.
- En algunos lugares del Edificio Principal las aguas negras discurren por canales abiertos sin trampas de grasa y registros adecuados.
- Se observaron tuberías reventadas, quebradas y en algunos casos totalmente expuestas.
- Cajas de registro, sifones y ceniceros no están diseñados para atender la demanda de los negocios que los utilizan.







Cielos y cubiertas

- La cubierta del Edificio Principal tiene láminas deformadas y en mal estado. Mientras que sus cerchas se encuentran oxidadas debido a la falta de mantenimiento.
- La cubierta del Anillo Maxwell presenta fisuras estructurales y afloramiento de aguas pluviales que la atraviesan completamente a tal punto que el pasillo permanece en permanente goteo en tiempo de lluvias.
- Los cielos del Edificio de 1941 fueron removidos según cuentan inquilinos. En horas de mayor insolación lucernario no es suficiente para eliminar el calor que la cubierta irradia.
- En el Edificio Principal los cielos de la mayor parte de los negocios se encuentran en mal estado, con desprendimientos de piezas y con goteras.
- Algunos locales perimetrales presentan también estos problemas, pero en menor medida pues son más recientes y tienen mejor mantenimiento, con la diferencia de que los cielos y techos son más bajos.
- Pasillos de acceso NO y SE no tienen cubiertas formales a pesar de que el pasillo es zona activa de intercambio comercial. Se resguardan bajo bolsas plásticas o cualquier material sobrante.

Luz y ventilación

- En el Edificio Principal luz y ventilación son insuficientes principalmente en servicios sanitarios, pasillos internos y cocinas de los locales.
- En el Edificio Principal y en los locales perimetrales algunos negocios de alimentos no tienen sistema de conducción de olores, humos y calor excesivo al exterior.
- El patio de luz y ventilación del Edificio Principal no es suficiente para atender a toda la construcción.











Disposición de las aguas pluviales

- Las aguas pluviales son dispuestas al caño, al sistema de alcantarillado pluvial, al sistema de alcantarillado sanitario y en caída libre. Falta un sistema que solucione adecuada e integralmente la disposición de estas aguas.
- Graves problemas de filtraciones en cubierta del Anillo Maxwell, que caen como cascadas cuando llueve, generan inundaciones en los pasillos y locales de locales con fachada al pasillo del Anillo Maxwell que no tiene desagüe.
- Patio central, jardines perimetrales y aceras no cuentan con adecuada evacuación, el agua se acumula cuando llueve intensamente.
- Canoas, bajantes y cajas de registro están en general en mal estado, obstruidas, con fugas y son insuficientes en el caso del Edificio Principal. En locales perimetrales se observa la caída libre del agua a la acera, ausencia de cajas de registro e inadecuada disposición hasta punto de desfogue en algunos lugares.

Sistema eléctrico

- El sistema eléctrico se encuentra expuesto (sin entubar) en algunos locales del Edificio Principal y sin un adecuado puenteado u aislamiento. Además el cableado en algunos locales es muy antiguo y el revestimiento plástico presenta reventaduras.
- Las canaletas en algunos sectores también se encuentran deterioradas por el herrumbre y los depósitos de basura. Además algunas se abren por estar sobrecargadas.
- Agua pluvial discurre entre el sistema eléctrico por graves problemas de filtraciones.

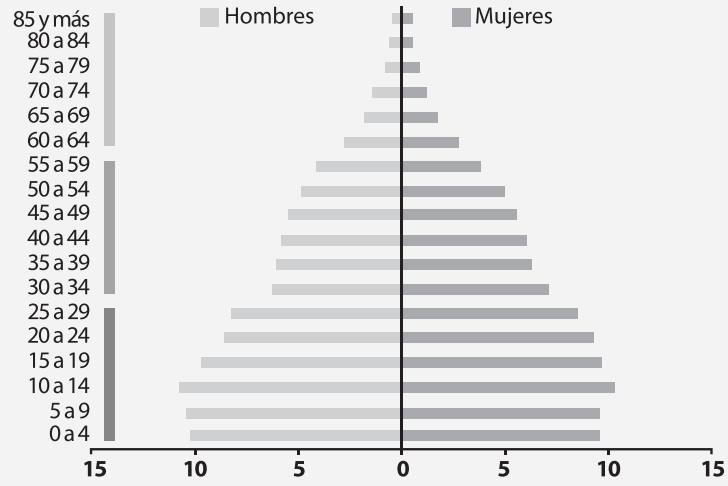


3. Análisis de los Usuarios del Mercado

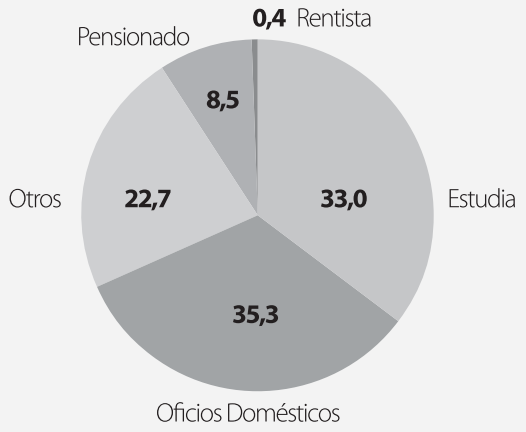
3.1. DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN TEÓRICAMENTE SERVIDA

El Mercado Municipal de Limón, sirve en teoría al cantón de Limón, integrado por los distritos de Río Blanco, Matama, Valle de la Estrella y Limón. Concebido inicialmente para servir a esta unidad territorial, hoy en día se proyecta como un servicio optativo más que básico dada la gran cantidad de habitantes, las grandes distancias, las múltiples opciones comerciales y las condiciones actuales del establecimiento.

Estos datos estadísticos revelan el perfil general de la población que tiene acceso más próximo al Mercado, ya sea desde los principales barrios urbanos del centro o desde otros distritos con dificultad de acceso a servicios de este tipo. Es común observar la gran afluencia de indígenas y personas foráneas al cantón central que tras llegar a la terminal de buses se dirigen caminando a hacer sus compras al Mercado, como lo hacen también las personas de las áreas residenciales cercanas que optan por comparar aquí.



Población por sexo y edad



Población fuera de la fuerza de trabajo (12 años y más)

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos. Indicadores Cantonales, Censos nacionales 2011-2012 y Estadísticas Vitales 2011.

Los datos muestran una población que se ubica principalmente en el distrito de Limón y en zonas urbanas a pesar de la extensión de terreno que tiene el cantón. Las zonas habitacionales del grueso de la población se encuentran perimetrales al cuadrícula de Limón centro. Esto señala que el acceso en transporte público o a pie al Mercado es una opción viable para la mayoría de usuarios.

Se observa que la mayor parte de personas están entre los 0 y los 49 años. 48,9 personas de cada 100, de 15 años o más, pertenecen a la fuerza de trabajo; y de este porcentaje más del 70% estudia, se dedica a oficios domésticos, está pensionado o es rentista. Esto revela que existe un alto porcentaje de la población que puede visitar el Mercado aún en horas laborales. Indica además que quedan pocas personas que tuvieron contacto con el Mercado en su mejor época arquitectónica (1940`s-1960`s), lo que vuelve aún más urgente la revitalización antes de que los jóvenes pierdan todos los vínculos a ese pasado, es decir parte de su identidad.

Además se observa que el acceso a los servicios básicos ronda el 90%, mientras que el acceso a computadora e internet no supera el 35% ,por debajo de lo que presentan cantones como San José (alrededor de un 51%). Esto revela que la oferta de servicios informáticos puede resultar llamativa por necesaria.

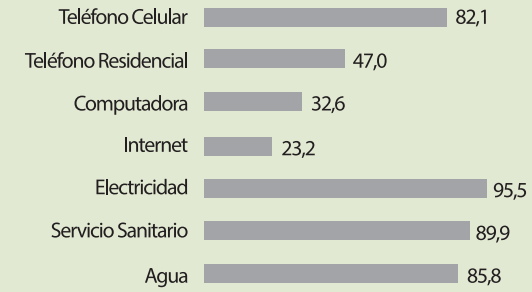


Datos poblacionales del Cantón de Limón

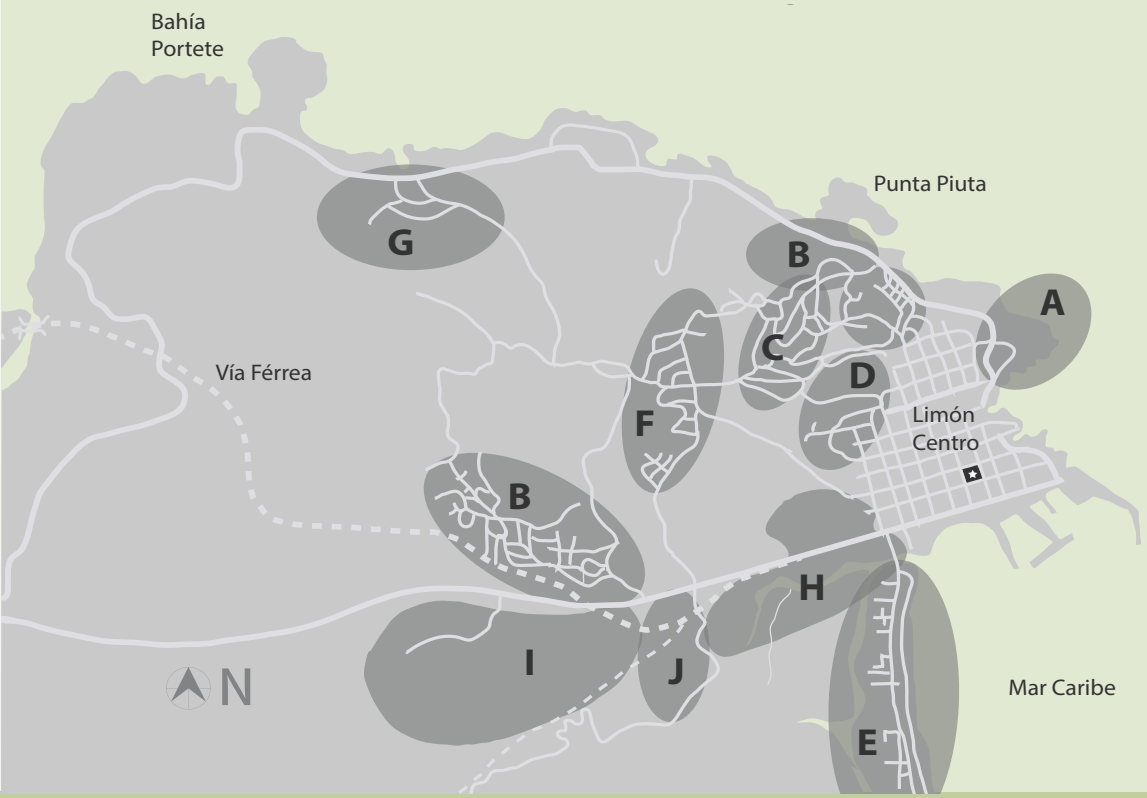
	2000	2011
Población total	**89.933**	**94.415**
Superficie (km²)	1.765,8	1.765,8
Densidad de población Personas por Km²	51	53
Porcentaje de población urbana Personas que vivien en zona urbana por cada 100	63,1	71,2
Población de total de Limón		**63%**
Población total de Valle de la Estrella		**22%**
Población total de Matama		**9%**
Población total de Río Blanco		**6%**

	2000	2011
Porcentaje de población nacida en el extranjero	8,1	6,7
Porcentaje de población con discapacidad	5,9	11,8
Personas fuera de la fuerza de trabajo (15 años y más)	49,5	51,9
Tasa neta de participación Personas en la fuerza de trabajo (ocupadas y desocupadas) por cada 100 personas de 15 años y más	50,5	48,9

Algunas características sociales y económicas



Porcentaje de la población con acceso a tecnologías de información y servicios básicos



Mapa de principales barrios del centro del Distrito de Limón (López, 1984)

A Zona Americana
B Barrio la Trinidad
C Santa Eduviges
D Northen
E Barrio Cieneguita
F Urbanización Corales
G Urbanización Cangrejos
H Barrio Limoncito
I Barrio La Colina
J Barrio Quinto

3. Análisis de los Usuarios del Mercado

3.2. DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN SERVIDA | CONSUMIDORES

- Al Mercado atienden aproximadamente entre 500 y 1500 personas diariamente, según datos de las dos últimas administradoras.
- La población atendida actualmente radica en su mayoría en el casco central de Limón y alrededores, aunque también llegan personas de zonas rurales a comprar ahí, principalmente en transporte público, según datos de la última administradora.
- Al Mercado asisten turistas que vienen en cruceros principalmente, sin embargo son pocos pues la mayoría son llevados fuera de Limón a penas atracan. Este tipo de turismo es ocasional y tiene sus mayores picos de octubre a abril. Por otro lado, aunque el número de pasajeros que llegan a al puerto es grande,la mayor parte provienen de naves mercantes, donde su tripulación no siempre desembarca ni hace turismo.
- Los principales compradores son residentes de Limón de toda su vida y conocen el Mercado desde su infancia. Sus edades rondan desde los 21 hasta los 78 años aproximadamente.

Percepción de los Consumidores respecto al Mercado

LO QUE **LES GUSTA** DEL MERCADO



- Nada (El conjunto edilicio en general)
- El encuentro con personas apreciadas
- La zonas verdes es sus antiguas de calidad espacial
- Las compras
- La figura exterior del edificio
- Las fachadas antiguas

LO QUE **NO LES GUSTA** DEL MERCADO



- Todo (El conjunto edilicio en general)
- Grave deterioro general de todo el edificio y su cuadra.
- La pérdida de los espacios de estar y compartir que ofrecían antes.
- Mezcla de usos y malas condiciones de los baños existentes
- Sensación de inseguridad

LOS MOTIVA A SEGUIR ASISTIENDO AL MERCADO



- Trato familiar entre comerciantes y clientes que asisten por tradición desde su infancia.
- Su actividad laboral depende de los visitantes del Mercado.
- Pasar el rato con los amigos.
- Facilidad de encontrar varias cosas en un mismo lugar.

LOS DESMOTIVA A SEGUIR ASISTIENDO AL MERCADO



- El estado de decadencia de las instalaciones.
- Falta de higiene y malos olores.
- Pasa muy lleno y al ser tan estrecho no dan ganas de entrar.

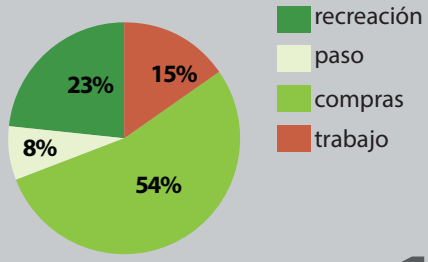
LES GUSTARÍA QUE EL MERCADO OFRECIERA



- Un edificio digno de los limonenses, completamente renovado, con todos los servicios y condiciones espaciales que requiere un establecimiento de este tipo y que evoque el añorado Mercado-Parque que era antiguamente.
- Artesanías y recuerdos para turistas.
- Diversificación de la oferta existente porque sólo hay carne y ropa.
- Servicio de internet inalámbrico gratis.
- Mayor oferta de salones de belleza, farmacias y macrobióticas.
- Aire acondicionado.
- Algo que informe al visitante por qué el edificio es patrimonio y por qué es importante.

Perfil de los Consumidores

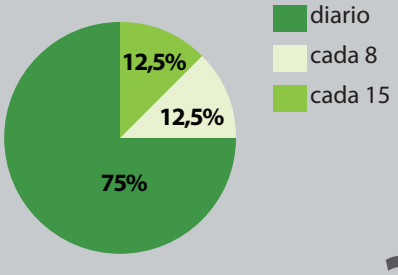
MOTIVOS PARA IR AL MERCADO



Al 50% de los entrevistados prefieren comprar ciertos productos en otros lugares.

1

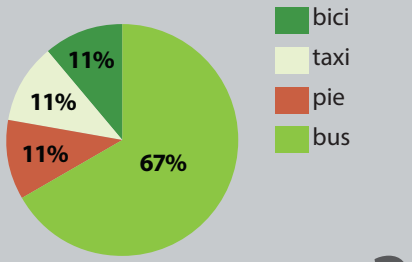
FRECUENCIA DE VISITA AL MERCADO



El 100% de los entrevistados realizan compras ahí.

2

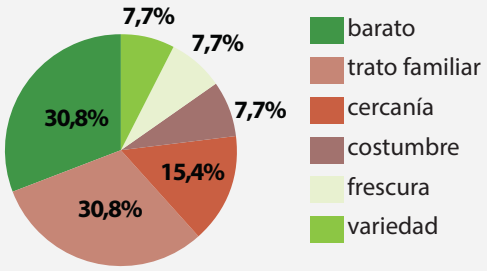
FORMA DE LLEGAR AL MERCADO



Al 75% de los entrevistados el Mercado les queda en ruta.

3

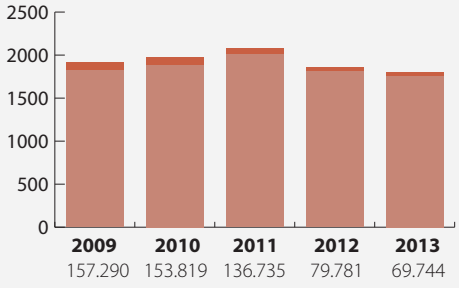
MOTIVOS PARA COMPRAR AHÍ



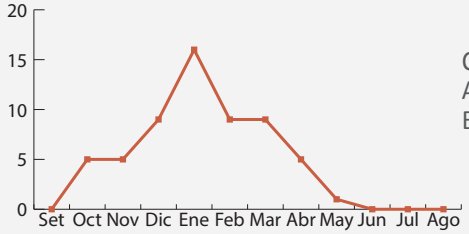
50% Prefieren comprar en supermercados y feria del agricultor los granos y verduras pues el Mercado tiene oferta escasa, menos fresca y más cara.

4

INDICADORES PORTUARIOS ACUMULADOS DE LIMÓN 2009-2013



CANTIDAD ESTIMADA DE ATRAQUE DE CRUCEROS EN LIMÓN 2013-2014



Fuente: Estadísticas Portuarias de JAPDEVA


Compra de productos



Paso & consumo


Recreación


Tradición


Turistas de cruceros en Mercado


Compra de servicios

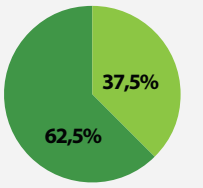
3. Análisis de los Usuarios del Mercado

3.3. DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN SERVIDA | INQUILINOS

- Existen actualmente 130 inquilinos y cada uno tiene entre 0 y 6 empleados, para un total aproximado de 390 personas que reciben ingresos directamente de la actividad comercial ahí realizada, sin tomar en cuenta los empleos indirectos generados como los vendedores ambulantes de comidas, minutos, lotería y toda la variedad de comercios que se dan en las aceras cercanas.
- Sus edades rondan en su mayoría desde los 22 años hasta los 62 aproximadamente.
- Residentes de Limón de toda la vida y algunos inmigrantes que se radicaron en Limón Centro.
- Los residentes conocen el Mercado desde su infancia, los inmigrantes lo conocieron ya adultos.
- Muchos son descendientes de antiguos inquilinos, inclusive de inquilinos de la época de la Segunda Etapa del Mercado cuando se construyó de hierro. Tiene un fuerte arraigo a la vida que se desenvuelve en este establecimiento.

Percepción de los Inquilinos respecto al Mercado

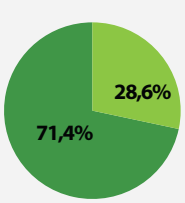
CONSIDERAN ADECUADAS LAS CONDICIONES DEL EDIFICIO PARA EXHIBIR SUS PRODUCTOS



3

Dijeron que “si” los que no necesitan sitios especializados ni de gran capacidad, o los del Perímetro que han logrado adaptar sus locales. Los que no, refieren con preocupación la antihigiene del edificio por su estado material y falta mantenimiento, además de la falta de notoriedad del mismo en el conjunto urbano, pues al no identificarse claramente, la gente no ingresa.

CONSIDERAN ADECUADAS LAS CONDICIONES DEL EDIFICIO PARA CARGAR Y DESCARGAR PRODUCTOS



4

Dijeron que “si” quienes no necesitan descargar gran volumen, y quienes llevan lo que necesitan en bolsas pequeñas. Quienes necesitan descargar de camiones o carros repartidores critican la informalidad y la incomodidad de: paquear, descargar en las aceras perimetrales en condiciones que pueden ser antihigiénicas, acarrear desde largo cuando el camión no puede parar en la cuadra, y pasar las cargas entre pasillos estrechos.


Locales considerados competitivos


Armarios de exhibición y almacenaje

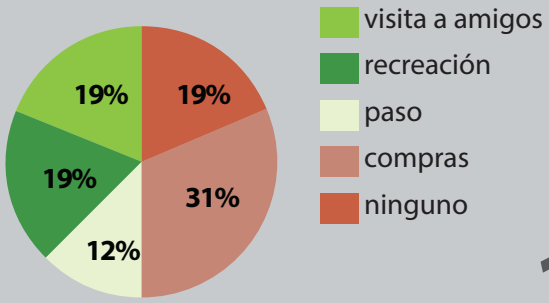

Estrechez de locales


Descarga en aceras públicas


Almacenaje antihigiénico de granos

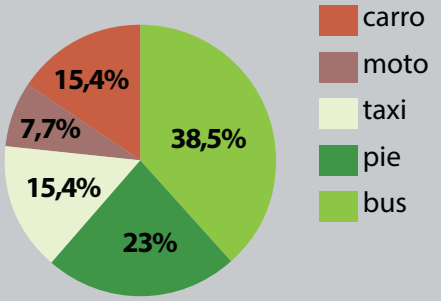

Bicis en pasillos

MOTIVOS PARA IR AL MERCADO ADEMÁS DEL TRABAJO



1

FORMA DE LLEGAR AL MERCADO

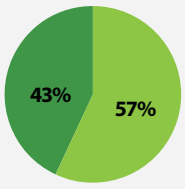


2

Los carros los parquean en las zonas cercanas de estacionamiento con boleta.

Las motos o bicicletas las meten al edificio y las parquean en pasillos públicos.

CONSIDERAN ADECUADAS LAS CONDICIONES DEL EDIFICIO PARA PREPARAR LOS PRODUCTOS O DAR LOS SERVICIOS



5

Los que dijeron que "si", consideran las condiciones como adecuadas pues por un lado los productos que comercian ya vienen listos para la venta o no requieren condiciones especiales para su preparación; o por otro, no conocen mejores condiciones, a pesar de que para alguien que tenga un poco más de conocimiento el tema, las condiciones sean bastante mejorables.

Los que dijeron que "no", señalan que los locales son muy pequeños, poco flexibles y mal equipados, pues el tipo de preparación que requieren necesita de mucha área y condiciones especiales, como en el caso de las carnicerías, las pescaderías y las sodas. Estos comercios en general necesitan alquilar más de 2 locales para operar adecuadamente.

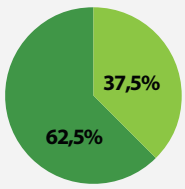
CONSIDERAN ADECUADAS LAS CONDICIONES DEL EDIFICIO PARA ALMACENAR PRODUCTOS



6

Respondieron así debido a que el Mercado no ofrece almacenaje de ninguna clase. Cada comerciante tiene que resolver este asunto, tenga o no tenga local, haciéndolo de manera informal y exponiendo los productos a las condiciones antihigiénicas.

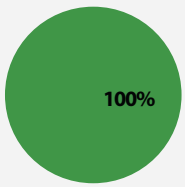
CONSIDERAN QUE LAS CONDICIONES DEL EDIFICIO SON COMPETITIVAS CON LOS COMERCIOS VECINOS



7

Los que consideran que "si", se ubican en el perímetro del Mercado. Dicen que tiene una excelente ubicación comercial por la afluencia de personas y que se encuentran en igualdad de condiciones que los comercios de las otras cuadras; mientras que al interior del Edificio Principal pasa todo lo contrario: sus ventas son débiles debido a la fuerte competencia de los comercios exteriores y a las malas condiciones de la infraestructura que ahuyentan a los clientes.

LES GUSTARÍA QUE EL MERCADO OFRECIERA OTROS SERVICIOS O CONDICIONES EN SU EDIFICIO



8

En el 100% de los casos se afirma con vehemencia la grave necesidad de mejorar integralmente el edificio del Mercado. No solo repararlo sino remodelarlo completamente para que tenga las condiciones adecuadas de zonificación, servicios, parqueos, aseo, atractivo y hasta recreación que ofrecía antes del Anillo Maxwell, del crecimiento perimetral desordenado y la grave falta de mantenimiento.

3. Análisis de los Usuarios del Mercado

3.4. DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN SERVIDA | ADMINISTRATIVOS

- El conjunto de administrativos está compuesto de la Administradora, una secretaria, un conserje y un oficial de seguridad.
- Este conjunto se encarga de la administración y mantenimiento físico de todo el conjunto del Mercado.
- Son residentes de Limón de toda la vida. Tienen ese mismo tiempo de conocer el edificio pero llevan menos de 2 años de trabajar ahí.
- Su edad ronda entre los 23 y 35 años.
- Creen que el Mercado es antiguo por los rótulos de las fachadas, y por que les han contado historias, pero no conocen más de la historia del inmueble ni de sus administraciones anteriores.

Percepción de los Administrativos respecto al Mercado

CONSIDERAN ACEPTABLE LA OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA LA POBLACIÓN SERVIDA ACTUAL

La administradora actual opina esto considerando que sirve principalmente a la población que vive cercana y que el Mercado ofrece de todo un poco, sin embargo, señala la ausencia de un plan de Mercadeo para este establecimiento; sencillamente se cobran alquileres y el Mercado subsiste sin ninguna promoción y un mantenimiento operativo mínimo.

Tampoco existe un plan municipal que estime actualmente o proyecte cuales son o serán las necesidades de este establecimiento en función de ser un servicio para la población. Los servicios que no suple éste se han ido resolviendo con la capacidad de atención de los comercios privados, la feria del agricultor o los chinamos en las aceras.

CONSIDERAN QUE LAS CONDICIONES ACTUALES DEL EDIFICIO NO SON COMPETITIVAS CON LOS COMERCIOS VECINOS

El equipo de administrativos, encabezado por la administradora, considera esto principalmente por el estado de deterioro general del edificio. Sus condiciones antihigiénicas, peligrosas y ruinosas, además de lo obsoleto de su diseño ahuyentan a los compradores. Esto sumado a los altos precios que, a su criterio, cobran los inquilinos por los productos son claras desventajas con respecto a los comercios exteriores, a pesar de encontrarse en el punto comercial más importante de la ciudad.

CONSIDERAN QUE LOS PRINCINCIPALES PROBLEMAS DEL EDIFICIO SON LOS SISTEMAS ELECTROMECÁNICOS

El problema que apuntan como más grave son las constantes y graves filtraciones en las cubiertas de todo el edificio y las paredes, principalmente en el Anillo Maxwell; asunto que genera además un grave peligro al conjugarse con las malas instalaciones electricas.

Otro grave problema es la inadecuación de los sistemas mecánicos de los locales según sus funciones. Carnicerías y sodas no cuentan con trampas de grasa, ni instalaciones de control de humos, ni recubriemientos obligatorios en paredes, etc.

CONSIDERAN QUE EL MERCADO TIENE POTENCIAL COMERCIAL Y CULTURAL QUE PUEDE SER EXPLOTADO

La ubicación del Mercado, el cariño que los limonenses le tienen, los productos tradicionales que ofrece y su historia, se consideran factores que entre otros se pueden explotar de manera innovadora

CONSIDERAN IMPORTANTE RESALTAR EL PAPEL DEL MERCADO EN LA CULTURA DE LOS LIMONENSES Y COMO LUGAR CONVENIENTE DE COMPRAS

Sienten que el Mercado es emblema de Limón, que es parte importante de su cultura por el encuentro que se da de las personas y los productos tradicionales que allí se venden.

Además es comercialmente importante porque mucha gente llega ahí. Es un lugar cercano para hacer compras y evitar ir hasta la feria. Además se venden en un sólo lugar productos tradicionales comunes y otros difíciles de encontrar como: ackee, aceite de coco, pipas para brillar el piso, kiandé y confites tradicionales limonenses.

LES GUSTARÍA QUE EL MERCADO OFRECIERA OTROS PRODUCTOS, SERVICIOS Y CONDICIONES EN SU EDIFICIO

Consideran que definitivamente necesitan un mejor edificio, adecuadamente servido y equipado, con mayor variedad de servicios, con red de internet inalámbrico y conectado con los usuarios por medio de redes sociales, puede ser como una especie de "centro comercial" o "mall caribeño", con areas verdes y zonas de estar pues hacen falta.



Mercado, lugar de estar



Mercado, sitio de reunión



Vendedores ambulantes



Ubicación cómoda para peatones



Mercado, corazón comercial y social de Limón



Chinamos en aceras



Art. mágico-religiosos



Personal de aseo



Pipas para brillar



Puestos de verduras en sector norte



Productos tradicionales (fruta de pan)

Conclusiones del Capítulo 2

SÍNTESIS GRÁFICA DE LOS ANÁLISIS REALIZADOS

Edificio de 1941.

Construcción más antigua del Mercado caracterizada por:

- Presencia de conceptos arquitectónicos retomados desde primeros planteamientos de la edificación en 1875, y rasgos tipológicos Art Deco y limonenses tradicionales, aunque en grave estado de deterioro.
- Capacidad de carga insuficiente y programa arquitectónico obsoleto para los requerimientos actuales.
- Estado de abandono parcial debido a la caída de su competitividad comercial por el carácter introvertido que construyó el Anillo Maxwell.
- Insuficiencia de los sistemas pasivos de acondicionamiento climático debido a construcción del Anillo Maxwell.
- Evidente falta de mantenimiento general.

Anillo Maxwell Claraboyas acrílicas Zona peatonal

Ampliación realizada al Mercado alrededor de 1980 caracterizada por:

- Ser un anillo perimetral al edificio de 1941 que se construyó como ampliación del mismo y cerró el Mercado a su contexto y disminuyó la eficiencia de las estrategias pasivas de climatización del edificio antiguo.
- Capacidad de carga insuficiente y programa arquitectónico obsoleto para los requerimientos actuales.
- Grave estado de deterioro e ineficiencia del diseño para adecuación al clima, que ponen en peligro la vida.
- Este recinto estrecho y oscuro representa la parte comercialmente más activa del interior de lo que conforma el edificio principal del Mercado (edificio 1941 + Anillo Maxwell)

Comercios exteriores

- Comercios emplazados de manera inicialmente informal sobre las antiguas zonas verdes perimetrales, que con el tiempo se han ido consolidando y creciendo. No se tienen registros de cómo se fueron desarrollando.
- Su ubicación disgregada sobre el terreno disponible, búsqueda de contacto con la acera y desconexión con el edificio principal, generan fragmentación de las zonas verdes libres, generando intersticios que dan sensación de inseguridad y abandono.
- Estos locales cuentan con las “mejores condiciones ” del Mercado pues la falta de control sobre su desarrollo ha permitido las remodelaciones por parte de los inquilinos, sin embargo estas condiciones tampoco son suficientes para considerarlos como espacios de calidad deseable.

Zonas de estar

Zona Verde cerrada al público

Copa de árboles

Palmera

- Las antiguas zonas verdes perimetrales se conservan ahora como lugares libres de construcción, con escaso mantenimiento y cerradas al público, donde aún es notable la densa vegetación. Se perciben como intersticios sin uso más que habitación de indigentes y bodegaje de cosas sin uso.
- Las zonas de estar se ubican en lugares de sombra y brisa, principalemnte donde la vegetación sobresale a sitios abiertos al público, donde los locales tienen fachada al exterior y sobretodo donde se ubican bancas ya sea de comercios o públicas, como en el costado sur.
- Altura y densidad de los árboles y palmeras le dan una fuerte presencia urbana al conjunto del Mercado.

Tránsito Peatonal

Rutas más transitadas

Bulevard

TRÁNSITO| Uso ligero

TRÁNSITO| Uso medio

TRÁNSITO| Uso intenso

Uso Vehicular

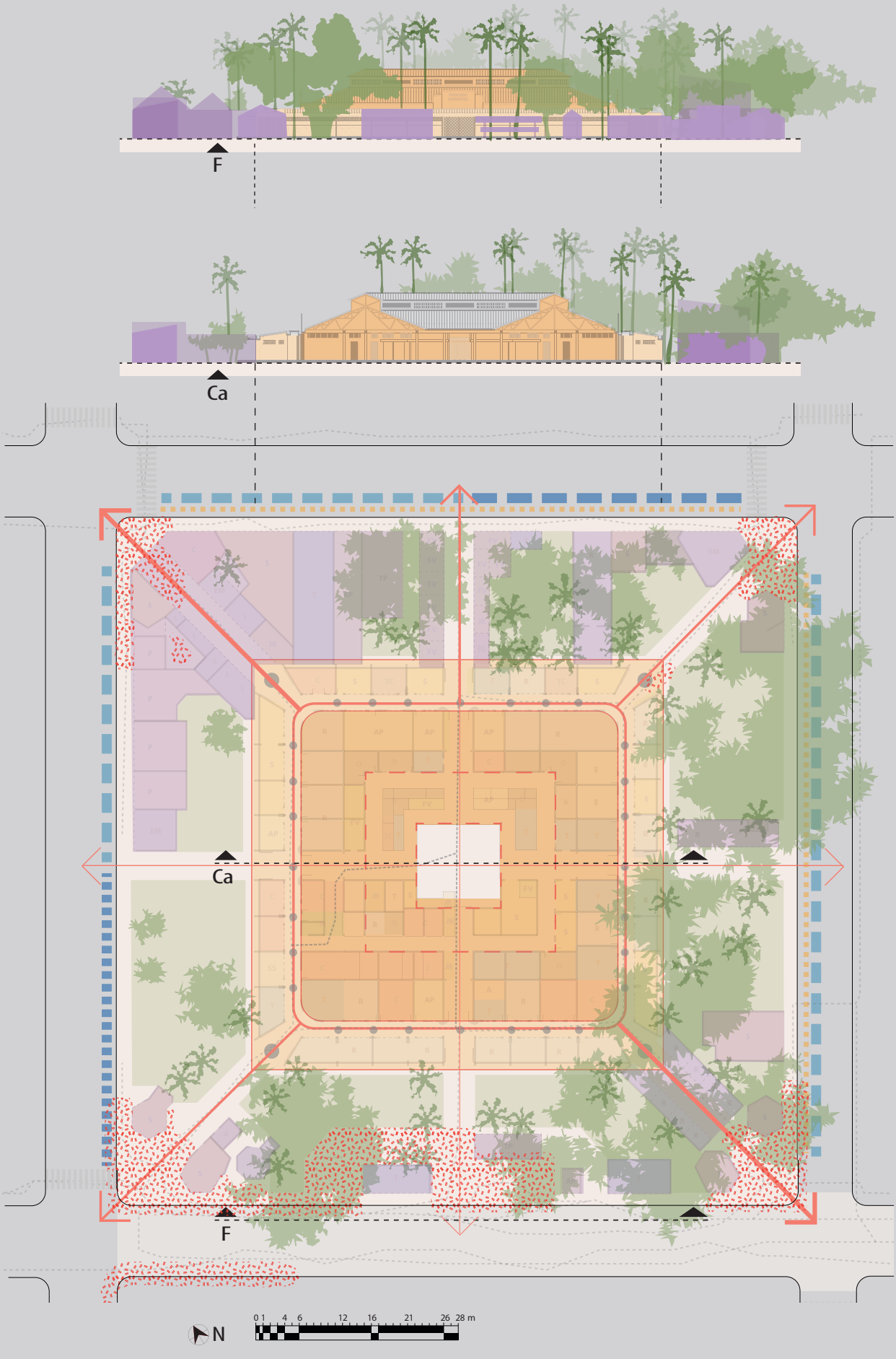
Para de Taxis

Para de Taxis de carga

Estacionamiento con boleta

Zona de carga y descarga

- Actividad comercial se da en las zonas donde hay más presencia peatonal.
- Estar se da contiguo a flujos peatonales.
- Aceras perimetrales abarrotadas por carga y descarga de pasajeros y mercancías.


F
Ca
Ca
F
N
0 1 4 6 12 16 21 26 28 m

Conclusiones del Capítulo 2

MATRIZ DE CONCLUSIONES DE LOS ANÁLISIS REALIZADOS

Análisis Arquitectónico del Mercado

Análisis Arquitectónico del Mercado

- **Necesidades:** Aspectos que deben ser atendidos.
- Aspectos importantes que deben ser tomados en cuenta
- **Posibilidades:** Aspectos que que pueden ser explotados para mejorar las condiciones arquitectónicas y urbanas del Mercado

1

1.1.1 **El Mercado actual es un conjunto de construcciones de distintas épocas, criterios compositivos, y materiales**. Se compone de un edificio principal (Edificio 1941+ Anillo Maxwell) en evidente estado de decadencia física, rodeado de zonas verdes fragmentadas por la ocupación parcial con locales comerciales que tienen fachadas hacia las aceras perimetrales.

1.1.2 **El Anillo Maxwell representa un peligro para la vida humana** por las condiciones ruinosas, peligrosas, insalubres y arquitectónicamente insuficientes en las que se encuentra, principalmente por los problemas en las instalaciones electromecánicas y la losa de concreto. Sin embargo es la zona de uso más inteso del edificio principal, por ser la parte más externa.

1.1.3 **El edificio 1941 se encuentra deteriorado, pero no de manera tan grave**, sin embargo por sí mismo no cumple con los requerimientos para realizar sus labores sustantivas, complementarias y espontáneas (comercio, administración y recreación).

1.1.4 **Las innumerables adecuaciones constructivas del mercado no han sido bien planificadas y se perjudican entre sí**, denotan desorden en la distribución del inmueble, desaprovechamiento del área y de posibles relaciones con el entorno y entre recintos. El Anillo Maxwell constituye un anillo constrictor del edificio 1941 y los locales perimetrales ahogan a las zonas verdes y al edificio principal.

1.1.5 **El Mercado ofrece una lectura espacial confusa que genera sofoco y sensación de inseguridad.** La multiplicidad de criterios compositivos disonantes y la particular composición topológica de recintos y flujos del Mercado generan una visión fragmentada, laberíntica, de abarrotamiento, desorden y confusión que propicia la sensación de inseguridad al dificultar el control visual.

No existe una zonificación por tipo de productos vendidos, ni espacios específicos y adecuados para el almacenaje y preparación de productos, la carga, la descarga y tratamiento de desechos, lo que provoca problemas de higiene, de flujos y de confort.

1.1.6 **La ubicación actual de los locales vislumbra un patrón de ubicación comercialmente sostenible**, porque se ha establecido por el éxito comercial, la voluntad de los inquilinos y la disponibilidad de áreas. Por ejemplo, las sodas existentes se ubican en el eje de mayor presencia de peatones (No-Se) y en las esquinas exteriores a modo de comercio ancla, las bodegas y recintos administrativos en las zonas menos visitadas y los servicios en zonas intermedias.

1.1.7 **El conjunto se percibe en general como un collage de distintos lenguajes arquitectónicos no renombrados.** Eledificio Principal presenta algunos pocos rasgos de la arquitectura tradicional limonense y de la estética Art Déco.

1.1.8 **El edificio de 1941 constituye el núcleo más antiguo del mercado y representa la época en la que el Mercado ofreció mejores condiciones arquitectónicas.** Físicamente conserva alrededor de un 60% de la estructura y varios criterios de diseño que devienen de los planteados originalmente por los Barruel en 1875; sin embargo el estado de conservación de estos elementos es precario, su originalidad es dudosa por las innumerables intervenciones hechas y las construcciones posteriores han desvirtuado sus valores arquitectónicos.

1.1.9 **El Mercado en general logra acercarse al confort climático**, a pesar de no cumplir cabalmente las estrategias pasivas recomendadas, más que todo gracias a la frondosa vegetación, a las zonas verdes y a las estrategias pasivas casi agotadas del edificio principal.

1.1.10 **El mercado ofrece productos tradicionales caribeños** y otros que sólo se consiguen ahí como: las hierbas y artículos de mágico-religiosos.

Análisis del Entorno Urbano del Mercado

1.2.1 **El mercado tiene un carácter introvertido, cerrado a su contexto, que genera problemas** de inseguridad ciudadana, incompetencia comercial, la pérdida de la presencia urbana que tuvo el edificio en tiempos pasados, y el desaprovechamiento de condiciones especiales que lo harían mejor espacio público y comercial, como la conexión al bulevard.

1.2.2 **La falta de articulación de las construcciones perimetrales con el edificio principal y las zonas verdes generan una fragmentación problemática** al desperdiciar área útil, conformar recintos con carácter de intersticio remanente que generan problemas de inseguridad al servir de guarida e impedir un control visual del lugar que dé sensación de seguridad.

1.2.3 **El carácter introvertido, fraccionado, desordenado y ruinoso del Mercado ahuyenta a los transeúntes y posibles consumidores**. Estos no ingresan a pesar de la gran cantidad de accesos, porque el mercado les da miedo; su aspecto genera duda sobre su estabilidad física, seguridad ciudadana y condiciones higiénicas.

1.2.4 **El Mercado es poco competente con respecto a los comercios cercanos y los chinamos en las aceras**; principalmente en la venta de verduras, frutas y tiliches, por sus condiciones arquitectónicas. Comercios perimetrales son más competitivos que los del edificio principal y el Anillo Maxwell pues aprovechan el flujo peatonal y le evitan a la gente entrar al edificio.

1.2.5 **Carga y descarga, vendedores ambulantes y chinamos en aceras generan abarrotamiento e incomodidad** para transeúntes, inquilinos y compradores.

1.2.6 **Mercado no ofrece condiciones formales adecuadas para el establecimiento de vendedores ambulantes y chinamos en las aceras** a pesar de que tengan permisos de funcionamiento.

1.2.7 **Edificio de 1941 en su versión original presentaba rasgos de la arquitectura tradicional limonense y sus estrategias pasivas**, quedando aún la doble altura en su interior y los monitores.

Análisis de los Usuarios del Mercado

1.3.1 **Tres actitudes podrían englobar la percepción general que los usuarios entrevistados tienen acerca de las condiciones del edificio actual del Mercado: insatisfacción** que va desde la molestia hasta la frustración, **resignación** con mirada de nostalgia a un pasado mejor, **o inmutación** pues consideran que así son todos los Mercados.

1.3.2 **Los aspectos que menos gustan y desmotivan la asistencia de consumidores son la sensación de desaseo e inseguridad, el deterioro general y la pérdida de los espacios de estar**, ocasionada por el crecimiento perimetral desordenado.

1.3.3 **Los inquilinos consideran que el edificio está gravemente deteriorado y además su diseño no ofrece condiciones adecuadas** de exhibición, descarga, preparación, almacenamiento y comercialización de los productos. Razones que son desventaja competitiva ante los comercios exteriores y provocan problemas de higiene.

1.3.4 **Consumidores, vecinos, inquilinos y administradores coindicen en que definitivamente desean un edificio de Mercado completamente nuevo o renovado, moderno pero que evoque el añorado Mercado-Parque que era antiguamente.** Un edificio digno de los limonenses, con todos los servicios y condiciones espaciales que requiere un establecimiento de este tipo y que rescate para el uso de la comunidad este sitio de gran significado afectivo.

1.3.5 **Las condiciones de los locales perimetrales evidencian la necesidad de crecimiento formalmente insatisfecha.** Su vivacidad comercial, contrastada con la caída de los locales más internos, evidencia la búsqueda de contacto con el exterior y los transeúntes, es decir, la reconversión del carácter introvertido del Mercado y su necesidad de crecimiento.

1.3.6 **Los comerciantes que no señalan problemas graves son los inquilinos perimetrales.** Al no estar clara la condición patrimonial de las zonas verdes, al menos para la municipalidad de Limón, los locales allí se han construido y remodelado hasta acomodarse a las expectativas espaciales de sus inquilinos administradores.

continúa

Análisis del Entorno Urbano del Mercado

2



Costado Suroeste del Mercado



Vista del Mercado desde Plaza Caribe

Análisis de los Usuarios del Mercado

3



Portal 1941 del Norte



Pasillo este del Anillo Maxwell

Análisis Arquitectónico del Mercado

continúa

2.2.1 **El Mercado representa el corazón de la ciudad de Limón más que la Catedral o el Parque Vargas**, a diferencia de las otras ciudades de urbanismo colonial del país. Resulta el punto de referencia más central de la ciudad.

2.2.2 **La ubicación del Mercado es privilegiada para la afluencia peatonal de personas.** Debido a que la zona concentra gran cantidad de comercios y servicios y es cercana peatonalmente a grandes zonas habitacionales, paradas de buses, taxis y terminales de transporte público.

2.2.3 **El Mercado forma parte de un conjunto de edificios emblemáticos** de la ciudad articulados en su mayoría por el boulevard peatonal.

2.2.4 **Mercado está muy cerca del puerto turístico**, a pesar de su cercanía hay un divorcio que disminuye el potencial comercial al no ofrecerse a los turistas.

2.2.5 **Las zonas abiertas del Mercado con cobertura vegetal se utilizan como zonas de estar públicas**, aprovechadas por vendedores ambulantes. Lo mismo sucede bajo aleros públicos o en la sombra de edificios en la calle.

2.2.6 **Las construcciones tradicionales limonenses vecinas, se han caracterizado por su confort climático y promocionar de la cohesión social.** Ambos logrados a con la apertura de sus espacios al exterior.



Manifestaciones cívicas en costado sur



Costado Sur, zona de bancas

Análisis del Entorno Urbano del Mercado

2.3.1 **Los patios limonenses y la apertura de las viviendas tradicionales ayudaron gestar el trato social cálido y familiar entre conocidos y desconocidos**, propio de los limonenses.

2.3.2 **Los usuarios apreciaban, la calidad espacial del edificio de 1941** por los espacios verdes abiertos de interacción social y los pasillos perimetrales abiertos que servían de comunicación con la calle y protegían del clima. Rasgos de la conceptuales de la arquitectura tradicional limonense.

2.3.3 **La cuadra del Mercado es el principal lugar de encuentro del centro de Limón.** Este sitio y su contexto urbano inmediato representan el principal espacio público de la ciudad (conjunto Mercado, bulevard, Parque Vargas, malecón).

2.3.4 **El carácter de parque-mercado es muy significativo en la imagen de la ciudad de los limonenses**, como ícono y punto de referencia.

3.3.1 **La mayoría de los consumidores son peatones,** que pasan por el lugar o que llegan en transporte público: a pie, en bus o taxi.

3.3.2 **Lo que más les gusta a los consumidores del Mercado es la cercanía, los precios, y el trato familiar que encuentran en este lugar.** Señalan como algo especial del Mercado el trato con la gente, el encuentro con los amigos, y el recuerdo de lo que antes era: un Mercado-Parque.

3.3.3 **El Mercado se ofrece como un servicio optativo más que uno básico.** Limón cuenta con muchos lugares que pueden suplir a los consumidores, sin embargo hay quienes prefieren el mercado.

3.3.4 **El Mercado podría ofrecer internet de acceso público** como servicio a una comunidad con escazo acceso a tecnologías de la información. Lo que además puede atraer público.

3.3.4 **Muchos usuarios del Mercado tienen un fuerte arraigo emocional a la vida que se desenvuelve ahí**, pues su vida ha tenido que ver con este establecimiento desde su infancia, como consumidores, inquilinos, transeúntes o visistantes.

Análisis de los Usuarios del Mercado

El presente capítulo pretende exponer los resultados de la consecución del Objetivo Específico 3.

La identificación objetiva de los valores patrimoniales del edificio del Mercado Municipal de Limón se dio con base en la metodología antes expuesta. Los instrumentos aplicados pueden ser encontrados en el correspondiente Anexo Digital.

Las entrevistas ***(instrumento 3.1 / fuentes 3.1- 3.2- 3.3- 3.4)*** se incluyeron en las realizadas a los usuarios en el capítulo 2, por lo que sus condiciones de aplicación fueron las mismas.

Se entrevistó a una antropóloga el 9 de mayo del 2014 en la facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Costa Rica, y a una arquitecta el 23 del mismo mes en el mismo lugar, tras presentarles los resultados de las entrevistas a los usuarios y los capítulos anteriores (instrumento 3.2 / fuentes 3.5-3.6). Estas corresponden a entrevistas a expertos, un muestreo utilizado en estudios cualitativos para genrar hipótesis más precisas (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista, 2010).

Los resultados se presentan desde las tres perspectivas estudiadas: la de los usuarios, inquilinos, y administrativos; la de una antropóloga social, y finalmente la de una arquitecta experta en arquitectura patrimonial.

Se cierra el capítulo apuntando los valores identificados, de la mano de Guía para la Carta de Burra (Carta para la conservación de lugares de valor cultural, Australia, 1981) para el establecimiento del valor cultural; insumos necesarios para conceptualizar la respuesta arquitectónica en función de la rehabilitación patrimonialista crítica del Mercado Municipal de Limón.

III CAPÍTULO

Identificación objetiva de los valores del edificio del Mercado Municipal de Limón que le otorgan la condición de patrimonio.

1. Identificación de los valores culturales patrimoniales del edificio del Mercado

1.1. SEGÚN USUARIOS, INQUILINOS Y ADMINISTRATIVOS

A continuación se presentan los resultados de las entrevistas estructuradas aplicadas a 20 personas entre usuarios, inquilinos y administrativos, que se realizaron con el fin de identificar objetivamente los valores culturales patrimoniales presentes en este Mercado. El machote de las entrevistas y la tabulación de los resultados se encuentra en el Anexo Digital N° 3.

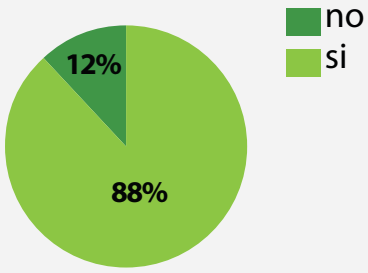
Primero se presenta una evaluación de la presencia de los valores expresados en la declaratoria, y luego la exploración de la presencia de otros posibles. El orden numeral de los valores enunciados corresponde a un orden jerárquico según fuera mayor la cantidad de personas que concordaran en su opinión.

EXPLORACIÓN DE PRESENCIA DE LOS VALORES EXPRESADOS EN LA DECLARATORIA

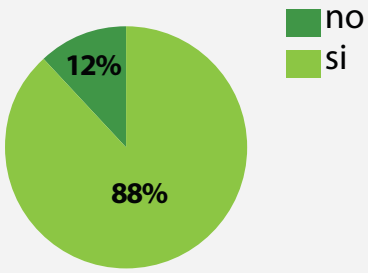
1° CONSIDERANDO DE LA DECLARATORIA

Que representa un lugar muy especial, donde además de la compra y venta de diferentes productos, se produce el encuentro diario de las personas de la comunidad y visitantes.

CONSIDERAN QUE EL MERCADO ES UN IMPORTANTE CENTRO DE ENCUENTRO DE PERSONAS EN LIMÓN



LES PARECE IMPORTANTE EL ASPECTO ANTERIOR



SI CONSIDERAN QUE EL MERCADO ES UN IMPORTANTE CENTRO DE ENCUENTRO DE PERSONAS, PORQUE:

1. TIENE UN VALOR SOCIO-AFECTIVO

El Mercado Municipal Limonense como actividad tradicional e histórica ha generado una convivencia especial entre sus actores, que es de su especial aprecio.
Esta convivencia entre limonenses vecinos, usuarios, inquilinos o transeúntes, fomentada por la cotidianidad de asistir o pasarle cerca al Mercado durante sus vidas, se caracteriza por un trato familiar y amistoso entre los que allí se congregan.
Es un lugar donde además del intercambio comercial la gente asiste para estar, para entretenerse viendo pasar gente, encontrase con amigos de la niñez o con comerciantes que se han convertido en amigos por tantos años de convivencia, se asiste para conversar, compartir, convivir, entretenerse y hasta "chismorrear" con esa "familia" que ha resultado.

2. TIENE UN VALOR COMERCIAL

Al consolidarse como el corazón del centro comercial al detalle de la Ciudad de Limón, el Mercado es buscado y visitado por una gran cantidad de personas que asisten a hacer sus compras, ya sea en búsqueda de buenos precios, productos exclusivos o por la costumbre de hacerlo ahí, convirtiéndose por esto en un punto que genera encuentro. Comercio y encuentro generan una sinergia que favorece a ambos.



Bancas del costado sur del Mercado. Único espacio público que queda en servicio, sin vocación exclusivamente comercial.

3. ES CONSIDERADO UN PATRIMONIO COMÚN DE LOS LIMONENSES

La existencia de un Mercado que venda productos tradicionales y que haya estado presente en las vidas de las generaciones aún vivas es considerado algo "tradicional"; suponen que todas las ciudades de Costa Rica tienen uno y que es un elemento que los identifica como comunidad. El tener su mercado "tradicional" es considerado importante para la unión familiar y de la población en sí pues representa un pasado y un presente en común, además de un lugar para la convivencia donde realmente se vive el eslogan limonense: "lo mejor de limón es su gente".

Señalan además que el ser un elemento propio de su identidad es un rasgo que favorece el comercio pues la gente asiste por tradición o cariño, y los turistas nacionales o internacionales que llegan a la ciudad lo buscan para tener un encuentro directo con la cultura limonense.



Relogería Lington. Su administrador señala que mucha gente asiste a su local por tradición. Alguno llevan a reparar relojes que consideran de mucho valor pues los han heredado de sus antepasados.



Recreación. Algunas personas se reúnen en las zonas de sombra para jugar damas o dominó. Algunos usuarios cuentan que esto antes era más común.

NO CONSIDERAN QUE EL MERCADO ES UN IMPORTANTE CENTRO DE ENCUENTRO DE PERSONAS, PORQUE :

1. EL MERCADO ES INCÓMODO Y DA MIEDO

Consideran que el Mercado ya no es un importante punto de reunión pues la gente ya no se reúne tanto como antes. Ahora las personas se sienten rechazadas por el edificio y sus antiguos espacios verdes, les tienen miedo al igual que a los indigentes que permanecen ahí.

2. LOS SUPERMERCADOS ESTÁN MATANDO AL MERCADO

Consideran que ya no reúne tanta gente pues ahora hay mucha competencia. La gente prefiere hacer sus compras en otros lugares con mejores condiciones espaciales.



Indigentes del Mercado. Tienden a permanecer en zonas públicas abiertas. Algunas personas los asocian con inseguridad, otros ya los conocen y los consideran personajes de la ciudad.



Al Mercado en familia. Sitio familiar tradicional de compras.

LES PARECE IMPORTANTE QUE EL MERCADO SEA UN SIGNIFICATIVO CENTRO DE ENCUENTRO DE PERSONAS EN LIMÓN, PORQUE:

1. Es uno de los pocos lugares públicos de estar y compartir que quedan en Limón y que todavía tienen ese carácter vivo y familiar que les parece tan atractivo.
2. La sinergia entre encuentro y comercio que se da, lo convierte en un sitio comercialmente muy activo que favorece directa e indirectamente a muchas personas.
3. Todavía es un importante promotor de la cohesión social en limón.
4. Las opiniones negativas expresadas en torno al no considerar al Mercado como un importante centro de encuentro revelan un sentimiento de pérdida de algo que era considerado valioso, más que el no reconocimiento de esta posible condición.

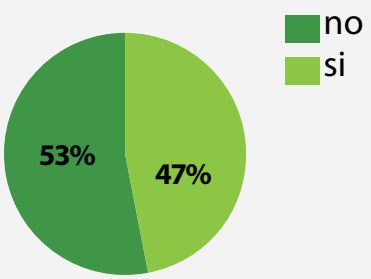


Pasillo interno del Mercado y servicio de sodas al pasillo. Sodas son los principales lugares de reunión que se da de manera planificada o espontánea. La gente asiste a estas sodas por tradición, gusto y en busca de comidas típicas que son su especialidad.

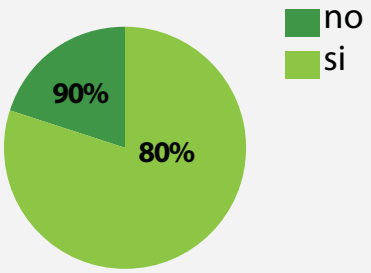
2° CONSIDERANDO DE LA DECLARATORIA

Que en el caso de la ciudad de Limón, ha tenido a través de la historia un significado relevante, en donde se han fomentado costumbres y tradiciones propias del lugar.

CONSIDERAN QUE EN EL MERCADO SE HAN FOMENTADO COSTUMBRES Y TRADICIONES PROPIAS DE LIMÓN



LES PARECE IMPORTANTE EL ASPECTO ANTERIOR



¿CUÁLES COSTUMBRES Y TRADICIONES? Y ¿EN QUÉ FORMA SE HAN FOMENTADO? :

1. VENTA DE PRODUCTOS TRADICIONALES

Los limonenses consideran que el principal fomento de costumbres y tradiciones se ha dado desde la venta de productos tradicionales de la zona como: ackee, caimito, icacos, ñampí, plátano, banano, pejibaye, rice and beans, patí, pan bón, plantintá, sopa de mondongo, coco y su aceite, kiandé, y hierbas que sólo ahí se consiguen.

Son varios sin embargo los que señalan que más bien esto se ha perdido pues por un lado ya no existe la misma oferta de estos productos, o al menos no se siente así; y por otro la gente hoy en día consume verduras diferentes, no tanto las típicas.

Lo cierto es que el Mercado sí ofrece estos productos que algunos mencionan, sin embargo el hecho de que muchos prefieran no entrar al edificio principal hace que no se conozca verdaderamente su oferta.

2. USO COTIDIANO: LA COSTUMBRE DE SABER QUE EL MERCADO ESTÁ AHÍ

Consideran tradicional que el Mercado siempre haya estado en el mismo lugar desde que lo conocen, lo que también marca fuertemente la imagen urbana de su ciudad. Están acostumbrados a verlo en ese lugar y a saber que está ahí cuando lo necesiten. Consideran típico, y hasta una tradición trasmitida de generación en generación, el comprar ahí.

3. USO COTIDIANO: LA COSTUMBRE DE REUNIRSE CON AMIGOS

Otra costumbre que aprecian los limonenses es el reunirse en el Mercado a compartir con amigos: los pensionados que pasan ahí sus días o los que pasan por el Mercado y se quedan un rato en caminos a sus labores u hogares. Todo el mundo confundía el Mercado con un parque donde se reunían a tertuliar y a jugar dominó. Esta costumbre, importante para la cohesión social, es la que se encuentra en mayor peligro de desaparición, por las condiciones arquitectónicas del conjunto y el cerramiento y mal estado de las zonas verdes aún existentes.






Algunos productos tradicionales. Chile panameño, icacos, fruta de pan, hierbas y pipas para brillar los pisos.

SÍ CONSIDERAN IMPORTANTE QUE EN EL MERCADO SE HAYAN FOMENTADO COSTUMBRES Y TRADICIONES PROPIAS DE LIMÓN PORQUE:

1. CONSIDERAN QUE SUS TRADICIONES SON PARTE DE SU IDENTIDAD Y LES REVELA LA CONEXIÓN CON SUS RAÍCES.

Reconocen sus orígenes en sus tradiciones y consideran que estos es importante porque los une y los hace sentirse orgullosos de su historia.

2. LES GUSTAN ESTAS TRADICIONES Y COSTUMBRES

Se sienten a gusto con esto, les parecen cosas ricas y que disfrutan. Además sienten que estas tradiciones o costumbres enriquecen su identidad y su cultura como el hecho del trato hermano entre negros y blancos que aquí se hace evidente.

3. ESTOS VALORES CULTURALES QUE REPRESENTA EL MERCADO LO ENRIQUECEN COMO ESTABLECIMIENTO COMERCIAL
Consideran que el ser un lugar tradicional, formar parte de su identidad y su imaginario urbano ,y ser un lugar afectivo de los limonenses hacen que la gente siga asistiendo a pesar de las condiciones ruinosas y que el turismo se vea atraído a visitarlo.



Amigos reunidos. Varios pensionados acostumbran reunirse a conversar y pasar el día en el Mercado.





Emboladores y zapateros. En Limón muchos aún buscan de estos particulares servicios y el Mercado es uno de los pocos lugares donde todavía se encuentran, aunque cada vez menos.

NO CONSIDERAN QUE EN EL MERCADO SE HAYAN FOMENTADO COSTUMBRES Y TRADICIONES PROPIAS DE LIMÓN

Reconociendo que en el Mercado se encuentran costumbres y tradiciones propias de Limón, creen que no se les ha dado ningún fomento, existen porque ha sido algo espontáneo pero no se le ha dado ningún impulso o apoyo en particular.

NO CONSIDERAN IMPORTANTE QUE EN EL MERCADO SE HAYAN FOMENTADO COSTUMBRES Y TRADICIONES PROPIAS DE LIMÓN PORQUE:

1. HAY UN SENTIMIENTO DE PÉRDIDA. NO SE JUSTIFICA EL FOMENTO DE ALGO QUE YA NO EXISTE.

Muchos entrevistados manifiestan que el Mercado ya no es como antes pues ahora está ocupado por extranjeros y que "sólo venden carnes y ropa". Se sienten desplazados de un lugar que les pertenecía, extraños desconocidos en lo que era propio.

Señalan además que se sienten inseguros y que no vale la pena fomentar algo pues ya no existe o está en malas condiciones. El estado actual del conjunto edilicio del Mercado, lejos de fomentar costumbres y tradiciones que se consideran de valor, impulsa su propia decadencia ,como la baja en la oferta de comidas tradicionales producto de la incompetencia comercial del conjunto edilicio, y la presencia de indigentes y maleantes debido a las descuidadas condiciones del mismo que "espantan" a las personas que les gusta congregarse en sus alrededores.

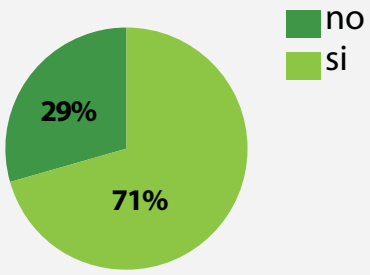


Acceso Noreste del Mercado. Uno de los sitios de reunión frecuente de quienes transitan por la zona en su desplazamiento diario. Familias aprovechan para hacer compras.

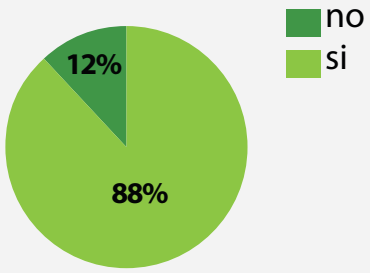
3° CONSIDERANDO DE LA DECLARATORIA

Que desde los inicios de Puerto Limón como ciudad, en el siglo pasado, el Mercado fue un área verde que posteriormente se dedicó a ese fin, ya que en el sitio han existido varios edificios dedicados a esta función.

SABÍAN QUE EL MERCADO ES MUY ANTIGUO Y QUE HA ESTADO PRESENTE DESDE LOS INICIOS DE LIMÓN COMO CIUDAD



LES PARECE IMPORTANTE EL ASPECTO ANTERIOR



¿CÓMO SE HAN ENTERADO? :

1. POR LOS RÓTULOS EN LAS PORTADAS DEL EDIFICIO PRINCIPAL

Los limonenses creen que el Mercado es muy antiguo principalmente por las fechas que se observan en las portadas de concreto del edificio principal. Dos de ellas dicen 1938 y las otras dos dicen 1941. No hay referencias a periodos anteriores ni de su devenir.

2. POR HISTORIAS QUE LES HAN CONTADO

Otro motivo principal por el cual saben que el Mercado es antiguo, es por medio de historias que han escuchado a inquilinos mayores y a familiares que tuvieron la oportunidad de conocer el edificio en épocas pasadas, no anteriores a 1938; relatando lo llamativo y querido que resultaba el Mercado para los limonenses por parecer un parque y por la torre del reloj que tenía.

Sin embargo esas historias no hablan de periodos anteriores, y no presentan una idea hilvanada del devenir del edificio y su conexión con la condición actual.

3. POR FOTOGRAFÍAS ANTIGUAS EN CALENDARIOS, FOLLETOS O LIBROS

Existe gran cantidad de fotografías antiguas de Limón desde comienzos del siglo XX; de ellas circulan copias con el título de lo que retratan fácilmente por sodas y lugares de públicos encuentro en Limón, por esto muchos de los limonenses conocen que muchos de los lugares que frecuentan son antiguos, aunque no precisan muchos detalles más.

4. PORQUE LO CONOCEN DESDE SU INFANCIA

Viviendo desde niños en Limón Centro, recuerdan desde siempre al Mercado ubicado en el mismo lugar, aunque con detalles más o detalles menos con respecto a cómo era el edificio y su conjunto.

5. SON DESCENDIENTES DE ANTIGUOS INQUILINOS

Saben que es antiguo pues recuerdan su niñez en el Mercado o historias familiares al respecto pues muchos de los actuales inquilinos son descendientes de los antiguos desde hace por lo menos 100 años.

SÍ LES PARECE IMPORTANTE QUE EL MERCADO SEA TAN ANTIGUO Y HAYA ESTADO PRESENTE DESDE LOS INICIOS DE LIMÓN PORQUE:

1. EL HABER ESTADO PRESENTE EN LA CIUDAD DE LIMÓN DESDE HACE TANTO TIEMPO HA CONTRIBUIDO A LA CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD DE LOS LIMONENSES.

Se considera el Mercado como un elemento que contribuye en la identificación de los limonenses como grupo por las tradiciones y costumbres que en el se han desarrollado.

2. SE CONSIDERA TAN ANTIGUO QUE LO VEN COMO UN BIEN HISTÓRICO Y QUE POR ESTO DEBE SER CONSERVADO

Al conocer la verdadera edad del establecimiento, muchos entrevistados lo consideraron muy antiguo y como una especie de victoria de permanencia, por lo que debería ser conservado. No consideran que actualmente tenga carácter físico de monumento.

3. SU ANTIGÜEDAD HA LEGITIMADO SU VALOR DE USO

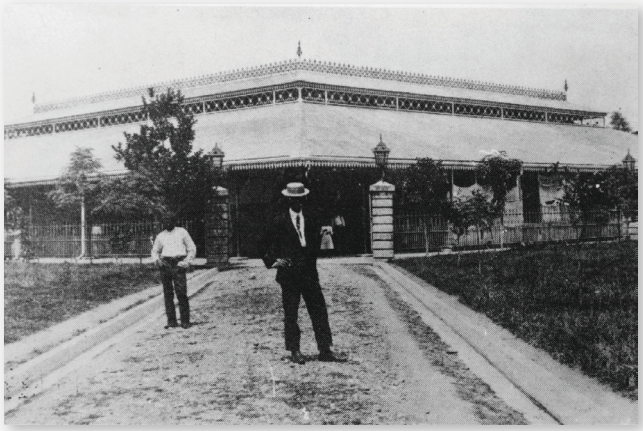
Consideran que el haber sido un centro tan importante durante tantos años y que todavía exista lo legitima socialmente como tal. Su antigüedad y su vigencia actual apuntan a un negocio bien asentado y accesible. Esta legitimidad ganada también se vuelve una justificación para el reclamo de mejores condiciones en la infraestructura; mencionan incluso el demolerlo y hacerlo nuevo para seguir albergando sus usos pero con condiciones dignas y que se puedan generar nuevas historias.

NO LES PARECE IMPORTANTE QUE EL MERCADO SEA TAN ANTIGUO Y HAYA ESTADO PRESENTE DESDE LOS INICIOS DE LIMÓN PORQUE:

1. HAY UN SENTIMIENTO DE RECLAMO ANTE LA PÉRDIDA DE LOS VALORES CULTURALES DEL MERCADO

Nuevamente se evidencia un sentimiento de reclamo por la pérdida que se está dando de los valores culturales del Mercado dado a su precaria situación edilicia, más que un reconocimiento de que el Mercado no ha tenido importancia por conformar parte de la historia de Limón. Sienten que el Mercado era un espacio especial en el que por su antiguedad encontraban identificación. Actualmente no se identifican o no quisieran identificarse con un objeto que más bien sienten que atenta en contra de su dignidad.

Por otra parte hay quienes no sentir nada respecto a estos asuntos pues se declaran sin arraigo a Limón dado a que no son de la zona y no reconocen ninguna importancia en la historia como elemento conformador de la actualidad.

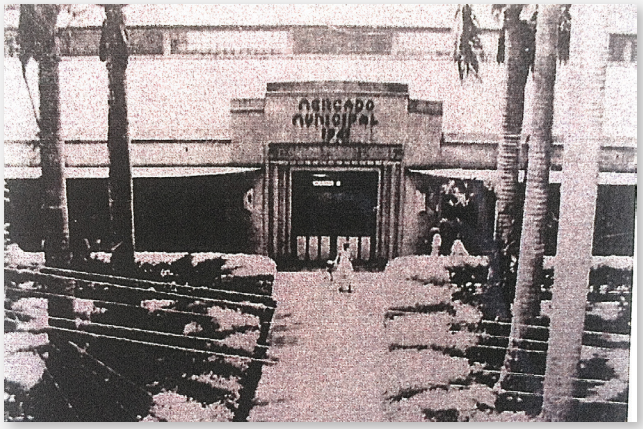


Fotografía de un hombre frente al Mercado de hierro en 1903. Antes las personas le tenían una estimación especial al Mercado que hacía que quisieran retratarse a su lado. Actualmente no es un lugar que se seleccione para esto.











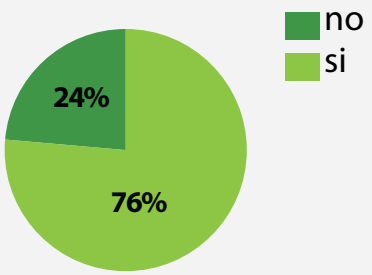


Fotografías del Mercado en el 2014 y de 1941-1950 cuando estaba más marcado su concepto de Mercado-Parque. Se observa como se han ocupado comercialmente las zonas verdes en perjuicio de las zonas de estar y de la relación del edificio principal con la cuadra. La actividad comercial evidentemente ha crecido desde que el Mercado se originó.

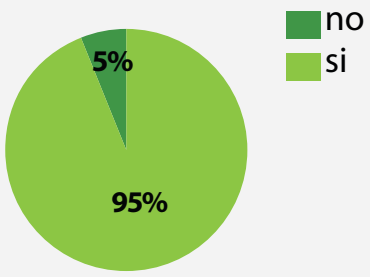
4° CONSIDERANDO DE LA DECLARATORIA

Que es necesario mantener el entorno natural que característicamente ha rodeado a este Mercado, como área que contribuye a refrescar y darle presencia al edificio.

LES PARECEN IMPORTANTES LAS ZONAS VERDES DEL MERCADO



CONSIDERAN QUE LA VEGETACIÓN DEL MERCADO AYUDA A REFRESCAR Y A DARLE PRESENCIA AL EDIFICIO



SÍ LES PARECEN IMPORTANTES LAS ZONAS VERDES DEL MERCADO, PORQUE:

1. CONSIDERAN QUE DAN FRESCURA Y SON COMO UN PULMÓN PARA LA CIUDAD

Sienten que los grandes y espesamente foliados árboles le dan frescura al conjunto edilicio y a las zonas de estar exteriores al proteger del sol y sonar con la brisa.

2. OFRECEN UN PAISAJE AGRADABLE Y HACEN QUE EL EDIFICIO SE VEA MEJOR

Sienten en la cuadra del Mercado un contraste que lo hace notar: frescura y sombra con respecto al centro de la ciudad. Consideran bonito el poder ver vegetación y no sólo concreto en medio de la ciudad. El conjunto resalta por ofrecer un paisaje que refresca la vista.

Además consideran que la altura y antigüedad de los árboles hace que se tenga referencia de donde está el Mercado desde varias cuadras a la distancia, y hacen que el edificio se vea más agradable. Por el paisaje que ofrecía y del que aún algo queda es que las personas confundían el Mercado con un parque.

3. GENERAN UN AMBIENTE QUE PROPICIA EL ESTAR Y LA CONVIVENCIA EN EL EXTERIOR.

La frescura bajo los árboles ofrece la posibilidad de sentarse a ver pasar gente, a conversar, a jugar o a descansar. Por eso es común ver personas sentadas en grupos bajo las zonas de sombra.

4. POR TODO LO ANTERIOR LES PREOCUPA QUE SE ESTÉN PERDIENDO

Antiguamente estas zonas eran el plus espacial que ofrecía el Mercado. La gente las recuerda como algo que les gustaba mucho y por eso ven con preocupación el estado actual que presentan. Sienten que están perdiendo un valor que se debería rescatar para el disfrute actual y de las nuevas generaciones.



Vegetación de la zona sur del Mercado. Se observa la imponente vegetación que se ha mantenido de las distintas etapas como las palmeras de 1941, los laureles de la india de los 90`s y los árboles de mango de alrededor de los años 20`s. Además se puede ver que han terminado de cercar las zonas verdes y lo propicio que aún resultan estos lugares para el estar.

NO LES PARECEN IMPORTANTES LAS ZONAS VERDES DEL MERCADO, PORQUE:

1. HAY UN SENTIMIENTO DE PÉRDIDA DE UN ANTIGUO VALOR ESPACIAL

Algunos dicen que no son importantes pues ya estos lugares no son como antes. Actualmente no les ven nada atractivo, mientras que del estado pasado de "Mercado-Parque" cuentan con entusiasmo lo hermoso que lo consideraban. Muchos creen que estos espacios verdes son importantes pero no en las condiciones en que están ahora.

2. PORQUE CASI NO TIENE Y LAS POCAS EXISTENTES, CERRADAS Y DESCUIDADAS, DAN UNA MALA IMAGEN

Los lugares de sombra que se utilizan son en las aceras bajo las copas de los árboles que sobresalen de las zonas cercadas. En general la gente no tiene acceso a dichas zonas vegetales pues han sido cercadas para evitar los problemas que se estaban generando al ser vivienda de indigentes, escondite de maleantes y zonas de consumo de drogas; todos asuntos producto del fraccionamiento y poco control visual generado por la negación del edificio principal hacia su contexto. Su abandono y escaso mantenimiento deviene de su "inutilidad" funcional que las relega a recibir sólo cuidados paliativos.

3. SE CONSIDERAN PELIGROSAS

El mismo asunto del fraccionamiento y falta de control visual que propician la estadía de indigentes en la zona, generan en las personas una sensación de "falta de control del espacio" al final resulta en una sensación de inseguridad. Los entrevistados consideran que estos lugares no son muy convenientes por peligrosos y dan una mala impresión.

Otro factor que complementa la sensación de inseguridad es que algunos árboles han crecido hasta estar en peligroso contacto con cables y estructuras, producto de la falta de mantenimiento. Además algunas palmeras y otras especies altas han sufrido históricamente problemas de putrefacción natural por edad y por las heces de los zopilotes que allí habitan, provocando la caída de ramas y troncos que ya han causado la muerte de personas, como también lo aseguraban varios informes municipales citados en el capítulo 1 de este documento.



Zonas verdes cerradas y entre espaldas. Actualmente parecieran espacios reminiscentes más que los jardines que originalmente fueron. Por lo menos se puede apreciar que se les corta el zacate, y últimamente con la orden sanitaria, se tratan de mantener limpias y no utilizarlas como zonas de almacenaje de basura y escombros.



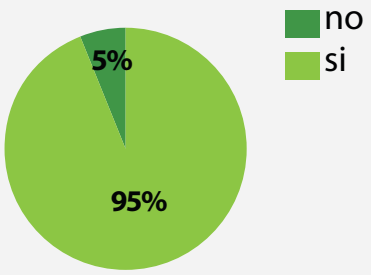




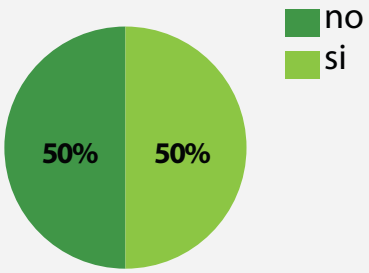
Vegetación sirve de referencia. La altura de la vegetación del Mercado alcanza en sus puntos más altos, cerca de 35m de altura, por lo cual aún resulta conspicua desde varias cuadras a la redonda, a pesar del crecimiento que ha tenido la ciudad.

EXPLORACIÓN DE PRESENCIA DE OTROS VALORES NO CITADOS EN LA DECLARATORIA

CONSIDERAN QUE EL MERCADO ES IMPORTANTE PARA LOS LIMONENSES



CONSIDERAN QUE EL MERCADO COMO ACTIVIDAD O EDIFICIO POSEE ALGÚN VALOR POR EL CUAL NO SE LE PREGUNTÓ EN ESTA ENTREVISTA



SÍ CONSIDERAN QUE ES IMPORTANTE, POR:

1. LO COMERCIAL

Consideran que, como establecimiento comercial, el Mercado es muy importante pues además de dar trabajo directa e indirectamente a muchas personas; representa una opción económicamente accesible para las clases media y baja; está convenientemente ubicado con respecto a las paradas de transporte público, tiene una muy variada oferta de productos; y ofrece un ambiente familiar, tradicional y cargado de sentimientos afectivos para realizar compras con la familia y que además permite el encuentro y la recreación.

2. LA IDENTIDAD / LO TRADICIONAL

Sienten que la costumbre de encontrar el Mercado ahí, los productos que vende y la tradición de la particular forma de comprar en este lugar es algo valioso en su vida cotidiana.

Por otra parte consideran que, por los años que lleva el Mercado en este lugar y en sus vidas, y por lo tradicional de su carácter, es un elemento de arraigo de los limonenses; como grupo se identifican, es decir se ven reflejados, en él, y funcionando además como factor de cohesión social.

3. LA CONFLUENCIA DE PERSONAS

Consideran que el Mercado es lo que la da vida a Limón, en el sentido de la atracción e interacción de personas que la zona provoca.

Ese dinamismo, aunado a la posibilidad de detenerse bajo la sombra de los árboles que sobresalen del conjunto edilicio en medio del calor del puerto, es justamente lo que lo convierte en lugar de reunión y sitio de estar preferido para los pensionados que allí se recrean.

NO CONSIDERAN QUE ES IMPORTANTE, POR:

1. UN SENTIMIENTO DE PÉRDIDA

Nuevamente se evidencia un sentimiento de pérdida de los valores que significaba el Mercado. Quienes contestan la entrevista dicen que el Mercado “ya no es importante”; antes lo era pero ahora está en pésimas condiciones y comprar o acercarse ahí es una experiencia desagradable.

¿CUÁL O CUÁLES VALORES CREE QUÉ ADEMÁS POSEE EL MERCADO?:

1. COMERCIAL

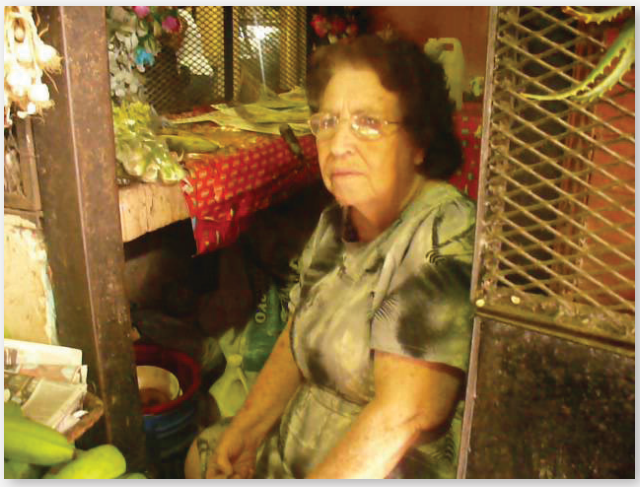
Recalcan que el Mercado es un importante punto comercial por “céntrico”, es decir, accesible en transporte público y cerca de su sus lugares de habitación o trabajo; por “conveniente” en el sentido de que ofrece precios bajos, varios productos tradicionales y exclusivos en un mismo lugar; y porque atrae a muchas personas que además lo ven como “un parque”.

2. VALORES CULTURALES DE LA VIDA COTIDIANA

Sienten que es muy importante para ellos la costumbre de reunirse con los amigos y la relación de familiaridad construida entre comerciantes, usuarios y todos los que allí se congregan; además algo que les llena de orgullo, los enriquece, los alegra y los identifica es la convivencia entre las tantas personas de distintas etnias que allí se congregan: negros, chinos, blancos e indígenas Disfrutan mucho el tener esta posibilidad de compartir relatos, juegos, el café de la tarde, panadería tradicional, y la producción diaria de nuevas historias y lazos de unión afectiva. Consideran el Mercado como una gran familia diversa.

3. HERENCIA CULTURAL

Consideran que su Mercado es, como edificio en cierta forma y como actividad, un elemento que los identifica y les recuerda su historia, y que por esto es importante de heredar para el arraigo de las actuales y nuevas generaciones; y su sentimiento de pertenencia al grupo de “los limonenses del Centro”.

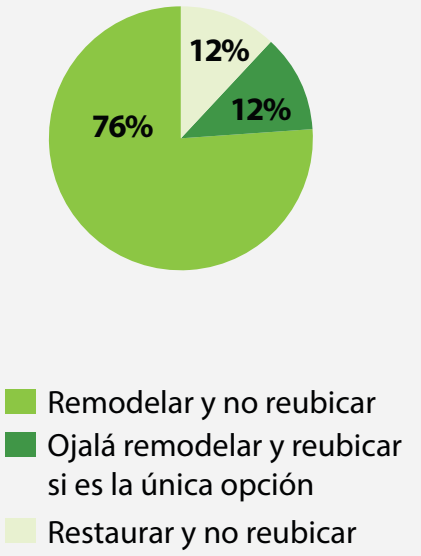


Señora Dalinda Jiménez (Doña Nena), inquilina de local de venta hierbas y verduras. Tiene 86 años y es la inquilina más antigua del Mercado, habiendo llegado en 1946. Le gusta la tranquilidad del Mercado y el trato con la gente. Dice que asiste por distraerse más que por vender.



Señor Jesús Arias, administrador de carnicería, expresidente de la Asociación de Inquilinos. Conoce el Mercado desde niño y tiene 47 años de trabajar allí. Considera que el Mercado es un centro comercial y cultural muy importante pero que se está perdiendo absurdamente.

OPINIÓN RESPECTO A QUE REUBIQUEN EL MERCADO O QUE LO REMODELEN DRÁSTICAMENTE



1. ESTÁ BIEN QUE LO REMODELEN, ES MÁS, ES NECESARIO, PERO QUE NO LO REUBIQUEN

Todas las personas están de acuerdo en que el Mercado necesita mejoras, sin embargo el 76% de ellas expresan la necesidad de una remodelación que dé solución a los problemas actuales y que rememore los valores del antiguo Mercado-Parque. Incluso algunos abogan por demoler el edificio actual y construir uno completamente nuevo pero cumpliendo los requisitos mencionados. Este 76% está en desacuerdo con reubicar el Mercado por que consideran que es una costumbre que esté ahí, por la historia, porque la ubicación actual es muy cómoda para llegar en transporte público, porque les gusta tener "un parque" en el puro centro comercial, y porque es un punto comercialmente estratégico.

2. OJALÁ LO REMODELARAN, PERO SI NO HAY OTRA OPCIÓN, QUE LO REUBIQUEN PERO A UN LUGAR CERCANO Y QUE OFREZCA LAS MISMAS CONDICIONES COMERCIALES

Comerciantes fueron los que dieron esta respuesta, abogando en última instancia por su supervivencia económica, sin embargo señalan como una pérdida, o un desarraigo, el tener que dejar ese lugar por todo el valor emocional, identitario e histórico que les significa.

3. QUE NO LO REUBIQUEN, PERO QUE SE REMODELE POR DENTRO CONSERVANDO LAS FACHADAS

Esta opinión corresponde a usuarios que participaron directa o indirectamente en charlas del Centro de Patrimonio en la época de los 90`s alrededor de la declaratoria de interés histórico-arquitectónico del Mercado. Señalan que el Mercado no puede trasladarse pues es patrimonio, y que debe ser restaurado o remodelado por dentro a fin de solucionar los problemas constructivos, pero hasta ahí, no intervenir más pues "no se puede".



Señora Wendy Lynch, a la izquierda, exadministradora del Mercado. Comenta que si se pudiera le gustaría que el Mercado tuviera un mejor edificio de arquitectura caribeña, pero moderna, porque es un lugar muy importante para los limonenses por la identidad, las tradiciones y el comercio que allí aún se desenvuelve.



Señor Reinaldo Sanabria Montero, a la izquierda, inquilino que vende verduras en pasillo de acceso. Con 45 años de conocer el Mercado, y descendiente de antiguos inquilinos, quisiera que remodelaran el Mercado. Sólo estaría de acuerdo en el traslado si les asegurasen condiciones comerciales iguales y un tramo en el nuevo establecimiento.



Señora Daisy de Aubert, a la izquierda, administradora de bazar esotérico junto con su asistente y amiga. Llegó al Mercado hace 52 años proveniente de San José, tras casarse con un antiguo poblador limonense de ascendencia francesa y española. Asegura que lo mejor del Mercado es el trato familiar entre inquilinos e usuarios, y lo peor es su edificio que está en pésimas condiciones.



Señor Reinaldo Lington,administrador de relojería. Asegura que lo que más le gusta del Mercado es la relación con la gente, son como una familia. El Mercado le parece importante porque es herencia de los antepasados y porque todas las provincias tienen uno, donde se venden cosas tradicionales, por lo tanto no deberían reubicarlo ni remodelarlo, sólo reparalo.

2. Identificación de los valores culturales patrimoniales del edificio del Mercado

2.1. SEGÚN EXPERTO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Se entrevistó a María del Carmen Araya Jiménez: antropóloga Social, Doctora en Sociedad y Cultura, Universidad de Costa Rica y Master en Ciencias Sociales y Políticas, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), México. Tiene experiencia en investigaciones relativas a cultura e imaginarios urbanos, como: San José de "París en miniatura" al malestar en la ciudad. Medios de comunicación e imaginarios urbanos (2010). Actualmente se encuentra trabajando en el proyecto de investigación "Pulseadores de la calle … y de la vida. Las ventas ambulantes como tradición cultural y su aporte al desarrollo de la ciudad de San José"

ENTREVISTA A ANTROPÓLOGA

DESDE SU POSTURA DE LA ANTROPOLOGÍA ¿CUÁLES CREE PUEDEN SER OBJETIVAMENTE LOS VALORES DE ÉSTE MERCADO?

Sin conocer personalmente este Mercado más allá del material que se le presentó y discutió, pero sí el Mercado Central de San José, piensa que tiene un valor identitario, un valor cultural cotidiano, un valor histórico y un valor económico.

ECONÓMICO

Aunque no sabe si llamarlo un valor, o más bien un aprecio de la gente por el lugar que ocupa el Mercado en su economía diaria, le parece importante por haber permitido la sobrevivencia económica de los sectores populares.

Lo económico en el sentido de que los mercados, en Costa Rica, han ayudado a los sectores populares a no quedar fuera de los estándares económicos que se "exigen", ofreciendo precios "más bajos" y cosas que no encontrarían en otro lado, como hierbas o productos tradicionales.

HISTÓRICO

Tiene un valor histórico vivo para la gente pues los que van todavía se reconocen; todavía hay gente que va y ve a sus amigos, ve sus recuerdos o las historias de sus padres y sus abuelos.

CULTURAL COTIDIANO

Considera que el valor cotidiano de la cultura es central en este Mercado, pues es muy importante en las dinámicas cotidianas de las personas que asiduamente lo visitan, como lugar de encuentro, de estar, de recreación y de trabajo.



Sodas en Kioskos de accesos diagonales. Desde su creación, alrededor de la época del Anillo Maxwell, han sido espaciales para los limonenses como punto comercial y principalmente como punto de encuentro agradable, por estar en el exterior, ofrecer sombra y vista a la actividad de la calle, tienen calidad de lugar.

IDENTITARIO (SENTIDO DE LUGAR Y PERTENENCIA)

El valor que siente que tiene más peso es el identitario. Considera en ese sentido que este Mercado tiene carácter de "lugar", utilizando el concepto del antropólogo francés Marc Augé. Es un lugar porque es un espacio donde se han dado relaciones antropológicas profundas, vitales e históricas y por lo tanto es identitario.

En contraposición, los "no-lugares" son sitios de transitoriedad que no tienen suficiente importancia para ser considerados como "lugares"; aunque se vaya a estos sitios no son importantes para la identidad de un grupo pues en ellos no se han establecido relaciones importantes y profundas. Un espacio como un mall puede no ser relacionalmente importante para un grupo de personas pues, aunque asistan, van de paso y no son lugares de encuentro o recuerdo necesariamente. No quiere decir que en estos "no-lugares" no se puedan dar relaciones humanas, pero estas no se dan en sentido profundo.

En cambio en el Mercado hay un sentido histórico fuerte; aunque alguien no tenga directamente una referencia en su niñez de éste, sin embargo puede tener la referencia de otros ciudadanos o familiares de cuando iban, lo que le contaban, lo que les evocaba, cómo era, etc.

Es un espacio identitario para los limonenses en el sentido de que ellos se ven en él y reconocen a los que no tienen nada que ver con éste como "los otros". Es decir, ven en él a sus amigos, su cultura, su historia, su grupo étnico o grupo popular, sus recuerdos; forma parte de ellos, y los que están fuera posiblemente no son parte de él. El Mercado corresponde a un elemento que permite a los centro-limonenses distinguirse de entre "los demás", convirtiéndose ,por esto, en un elemento de cohesión social.

Aunque no asistan necesariamente por una cuestión económica, la gente se siente identificada con el Mercado. Quizá si les ponen un mall en su lugar tal vez no vayan porque ya no van a reconocer el lugar como propio, no van a sentir el mismo ambiente. Además el asistir al Mercado es una cuestión de hábito, haciendo referencia al concepto de "habitus" de Pierre Bordieau, que señala que las personas de un entorno social homogéneo tiendan a compartir estilos de vida parecidos basados en esquemas de obrar, pensar y sentir asociados a la posición social. Las personas van al Mercado porque siempre han ido y porque sienten que ahí encuentran su identificación.

¿TIENEN ESTOS VALORES UN SUSTRATO MATERIAL?

Sí, necesariamente tienen un sustrato material, en este caso se trata en parte de los productos que ahí se venden y el edificio. Las comidas típicas limonenses, los vestidos que les compran a las niñas indígenas del Valle de la Estrella, los espacios, las frutas y verduras tradicionales tienen características perceptibles que evocan recuerdos y emociones.

Una corriente antropológica considera que los valores culturales tienen dos dimensiones: la material y la simbólica. Por lo material se entienden los instrumentos, los materiales, los edificios, etc; y por lo simbólico: las ideas, los valores, la rutina, el sentido de mundo de la gente, la forma como se relacionan las personas en el Mercado, etc.

El mercado implica una vida cotidiana que articula una producción material y una producción simbólica. La cultura abarca ambas producciones.

¿QUÉ OPINA DEL PAPEL DEL EDIFICIO COMO SUSTRATO MATERIAL DE LOS VALORES INTANGIBLES QUE AHÍ SE DESARROLLAN?

Definitivamente el edificio está ligado a los valores y la historia del Mercado, porque es allí que ha transcurrido todo eso, sin embargo no es totalmente determinante. Lo que le da el sentido a este o a cualquier otro edificio u objeto cultural es la gente que lo utiliza y lo valora. Lo determinante es la gente y cómo ésta se reconoce en ese espacio material. Lo importante es todo el valor histórico, el vivencial y cultural que ese edificio le significa a las personas.

El edificio por sí mismo no puede ser determinante, no tendría sentido en términos antropológicos, como por ejemplo la renovación de la ciudad de Quito, donde se recuperó la cuestión material, pero los edificios quedaron como para “no ser tocados ni usados” ni apropiados por el común. No es suficiente la cuestión del sustrato material del edificio si no va conjuntamente con lo social, al final sale económica y socialmente más caro mantener un edificio donde nadie se identifica.



Compradores del Valle de la Estrella. Inquilinos sostienen que muchos indígenas prefieren hacer sus compras en el Mercado pues ofrece productos tradicionales a buen precio, y tienen la costumbre de ir allí los fines de semana en familia.

¿PUEDE LA ARQUITECTURA DE ALGUNA FORMA AYUDAR A CONSERVAR VALORES INTANGIBLES? ¿CÓMO?

Sí por supuesto, diseñando espacios o edificios que respondan a esos valores, a esa cultura y a ese patrimonio intangible. Por ejemplo si la gente necesita lugares para conversar o jugar, se pueden diseñar espacios adecuados para eso. Además, si la gente necesita conversar en un espacio que rememore hace 50 años se puede reconstruir

tomando algunos elementos con los cuales la gente se identificaba y trayéndolos a la actualidad con un diseño contemporáneo.

Se trata de recuperar las necesidades de la gente, sus visiones del espacio, sus sueños, anhelos y fantasías; recuperar y aprovechar todo ese capital subjetivo de relaciones sociales, afectivas, de pasiones y traerlas a la hora de diseñar un espacio.

Esa recuperación mediante el diseño es un reto importante, pero no es suficiente. El arquitecto debería ir más allá: proporcionar espacios que hagan a las personas explotar su goce y explorar cosas nuevas, no solo repetir lo que está en la historia. Un poco la arquitectura situacioncita, que planteaba diseñar espacios muy abiertos, que fueran un reto para las personas, que propiciaran su crecimiento y su creatividad al interrumpir sus rutinas diarias provocando su asombro y estímulo.

¿QUÉ IMPACTO PUEDE GENERAR EL QUE SE MODIFIQUE SUSTANCIALMENTE EL EDIFICIO O QUE DESAPAREZCA ESE MERCADO?

Claramente el Mercado no se puede quedar como está. Si el edificio continúa con la configuración actual se va a seguir cerrando y expulsando a la gente cada vez con mayor fuerza. La gente va a ir cerrando lo peligroso y se va a ir haciendo a un lado.

Su cierre puede tener impactos políticos y sociales importantes porque la gente puede no estar de acuerdo con la eliminación del Mercado tal y como lo conocen.

Los mercados en Costa Rica vienen desde la época prehispánica, y juegan un papel central en nuestra memoria histórica. El desvincular una propuesta nueva con todo lo que es y significa el Mercado ahora sería como borrar toda la historia, y dejar desamparada toda la dinámica que todavía se genera en el Mercado.

¿QUÉ MÁS PODRÍA APORTAR AL TEMA QUE NO LE HAYA SIDO PREGUNTADO EN ESTA ENTREVISTA?

En el marco de los alcances del proyecto se podría buscar antes de que demuelan el edificio, el rescate de una parte de la cultura intangible del Mercado como lo es su historia, y las historias particulares de la gente a su alrededor. Es claro que no puede conservarse el edificio en su totalidad, pero pueden dejarse testigos materiales, y se puede hacer un intento de rescate documentando lo que sea posible: la historia de su arquitectura, sus materiales y técnicas constructivas utilizadas, etc.

Con respecto a la cantidad de intervenciones que se le han dado al edificio, mejor o peor logradas, y la dificultad del rescate de “lo original”, hay que señalar que todas las modificaciones y etapas son importantes desde un punto de vista científico social. Ese edificio no solo tiene un valor patrimonial por lo que fue hecho en 1940, sino por toda esa hibridez arquitectónica que está ahí evidenciada. Para los científicos sociales, todo lo material del edificio con todas sus modificaciones es fuente de información. No se rescata sólo lo bonito, lo estético, lo bien construido y arquitectónico, sino todo; porque habla de las visiones de mundo, de los intereses, de las luchas de poderes acerca de lo que es o fue adecuado en arquitectura, etc.

2. Identificación de los valores culturales patrimoniales del edificio del Mercado

2.2. SEGÚN EXPERTO EN ARQUITECTURA PATRIMONIAL

Se entrevistó a Lucía Riba Hernández: arquitecta licenciada de la Escuela de Arquitectura de la Universidad de Costa Rica, candidata al grado de Maestría Académica en Manejo de Recursos Naturales con mención en Gestión Ambiental de la Universidad Estatal a Distancia. Ha trabajado en investigaciones en áreas relacionadas con el patrimonio cultural arquitectónico regional, específicamente en el Pacífico de Costa Rica; y proyectos relacionados con la gestión del Paisaje Cultural, la Gestión Ambiental y el Desarrollo Local en el Pacífico Sur costarricense.

ENTREVISTA A ARQUITECTA

DESDE SU POSTURA DE LA ARQUITECTURA ¿CUÁLES CREE PUEDEN SER OBJETIVAMENTE LOS VALORES DE ÉSTE MERCADO?

Sin conocer personalmente este Mercado más allá del material que se le presentó y discutió, pero sí el Mercado Central de San José y el de Orotina, piensa que tiene un valor

HISTÓRICO

En general los Mercados tienen un valor histórico ya que en muchos casos explican el origen de las ciudades. Surgen inicialmente como sitios de intercambio comercial que la historia y las relaciones humanas han ido complejizando hasta convertirlos en sitios sociales donde la cultura se desarrolla. Los mercados vienen a ser la materialización de la intención de llevarse lo que sucedía en las calles a un edificio, por cuestiones de higiene.

SOCIAL-EMOCIONAL

La gente le tiene afecto a las relaciones sociales que se desarrollan en el Mercado y más en comunidades relativamente pequeñas, como en caso del Mercado de Orotina, donde los que asisten se conocen, saben de los nexos familiares de los asistentes, donde viven, sus historias de vida, etc. El Mercado es un sitio histórico que, por esto y las relaciones que propicia, es un elemento de cohesión social.

Por otra partes estas relaciones de empatía que facilita el Mercado afectan positivamente el comercio que en



Edificio collage. El edificio integralmente refleja todos los procesos a los que ha sido sometido, decisiones buenas o malas que finalmente afecta su calidad espacial actual. Indudablemente tiene un valor histórico y cultural.

él se realiza. El nivel de confianza de lo que se compra, tiene que ver con a quién se le compra; y si toda la vida una familia de generación en generación le ha comprado los productos a un mismo vendedor, y nunca ha tenido problemas con eso, probablemente le sigan comprando y el vendedor les haga precio y se preocupe por saludar y atender bien a los clientes.

DOCUMENTAL

Nos guste o no , el Mercado es evidencia de lo que ha pasado, de buenas y malas decisiones, y eso de alguna manera tiene un valor documental. Los edificios patrimoniales pueden mostrarle o recordarle a la gente de dónde vienen y cómo eran sus espacios antiguamente. El patrimonio de alguna forma crea imagen en la ciudad de su historia. Una imagen que además muestra evolución, pues como seres culturales en constante cambio demandamos cambios también en nuestros edificios a lo largo del tiempo. Sería una pérdida para Limón el perder este edificio que alberga una parte importante de su historia.

COMO ESPACIO PÚBLICO

Pareciera que el Mercado, a pesar de su condición ruinosa, satisface de alguna forma los tres niveles de actividades de un espacio público exitoso que plantea Jan Gehl: las sociales, la necesarias y las eopcionales. Es decir, la gente puede socializar ahí, puede satisfacer sus necesidades como el acceso a servicios y consumo, y además quedarse a disfrutar de algo que surja y llame su atención.

DE USO

Aún el Mercado conserva su función y eso es algo importante. La gente lo valora porque aún le es útil aunque no le guste estéticamente.

DESDE SU POSTURA ¿QUÉ OPINA USTED DEL PAPEL DEL EDIFICIO COMO SUSTRATO MATERIAL DE LOS VALORES INTANGIBLES QUE AHÍ SE DESARROLLAN?

Yo no desmerecería el edificio en su totalidad. Buscaría en donde están esos recodos de mucho valor histórico. Hay una teoría en psicología que dice que cuando la gente ve algo descuidado le pierde aprecio, como un callejuela abandonada en una ciudad siempre va a percibirse como insegura. Entonces el estado actual del Mercado podría no estar reflejando valores emocionales positivos en las personas por estar sucio y deteriorado.

Otra razón que puede estar afectando la valoración de las personas con respecto al edificio es que a pesar de tener un trasfondo histórico muy fuerte, en Costa Rica la memoria histórica es muy corta y tenemos poco conocimiento al respecto.

Haciendo arqueología del edificio del Mercado, de la mano de la "Carta de Burra" es como se puede escudriñar dónde están los testigos históricos de valor que pueden haberse ocultado en alguna de las intervenciones y que puedan hacerle a la gente un recuerdo positivo de lo que fue el mercado, su historia y su identidad. En cuanto las personas vean que ese tipo de valores vuelven a salir a la luz de una manera agradable y resignificada lo van a apreciar.

¿HASTA DÓNDE PODRÍA LLEGAR UNA INTERVENCIÓN ARQUITECTÓNICA EN EL MERCADO?

Para saber hasta dónde se debe intervenir el edificio hay que tener clara la meta, es decir que tipo de intervención se busca ya sea restauración, modificación de uso, uso adaptado, etc. Una restauración no es viable en el Mercado actual dada su situación; de darse sería en partes: puertas, marcos de ventanas, algunas paredes. Dadas las necesidades y el estado de deterioro se puede pensar en un uso adaptado o una intervención de rescate de imagen porque la función todavía se conserva.

Hay edificios que por su uso necesitan actualización, como este Mercado, pero eso no quiere decir que una actualización implique borrar su tejido histórico, ni que si alguna parte no funciona, como la losa del Anillo Maxwell, deba conservarse necesariamente. El conservador o la conservadora debe tomar decisiones que pueden ser drásticas como la demolición de alguno de los sectores si algo realmente está impidiendo el reconocimiento de tejido histórico de valor y funcionalmente no está aportando. Sin embargo es importante dejar testigos y documentar al máximo posible lo que sea removido o modificado. Se puede ser fiel al tejido histórico pero permitiendo que edificio conecte también a la gente con el presente.

La reubicación o reacondicionamiento de los negocios en las zonas verdes de "dudoso valor arquitectónico" es otro asunto negociable, siempre y cuando se tenga claro el objetivo de intervención. Lo que pasa en el Mercado y su cuadra puede revitalizarse con otra respuesta a arquitectónica urbana sin quitar o desplazar a esas personas que están haciendo uso de esa actividad; incluso el mercado puede dejar de ser el mercado de 4 paredes y expandirse en zonas perimetrales.

A las personas también les gusta lo nuevo, "lo moderno", sentir que viven en la actualidad. El reto está en lograr eso, pero conservando su historia, sus tradiciones y su identidad.



Bancas de la fachada sur del Mercado. A pesar del estado de descuido de este lugar, la gente todavía lo aprecia por la conviviencia que en el se da, y porque conecta con el recuerdo del antiguo Mercado-Parque.

Conclusiones del Capítulo 3

VALORES CULTURALES PATRIMONIALES DEL MERCADO IDENTIFICADOS

Con base en el análisis de la información disponible en la declaratoria de interés histórico arquitectónico del Mercado, verificada y ampliada mediante las entrevistas y opiniones profesionales expresadas a lo largo de este capítulo, se han identificado claramente una serie de valores culturales; asunto de fundamental importancia para llevar a cabo una intervención patrimonialista crítica en este Mercado según los fundamentos conceptuales que en este proyecto se plantean.

A manera de conclusión de este aparte, estos valores serán expuestos de la mano de la Guía para la Carta de Burra para el establecimiento del valor cultural; la cual se adapta a la concepción antropológica de la cultura que aquí se trata y ofrece un marco de referencia para señalar claramente estos aspectos identificados.

En esta carta "valor cultural" se define como "valor estético, histórico, científico o social para pasadas, presentes y futuras generaciones", considerando que estos adjetivos pueden abarcar a todos los demás que se utilizan para definir valor cultural.

VALOR CIENTÍFICO

"...El valor científico o potencial de investigación de un lugar dependerá de la importancia de la información que exista, de su rareza, su calidad, su capacidad representativa, y el grado en el cual el lugar pueda aportar datos adicionales de gran substancia..."

Apreciación en el Mercado:

Aunque la "originalidad" del conjunto del Mercado desde la ciencias sociales no sea un problema, sino más bien un rico material de investigación, el valor científico patrimonial es quizá el más cuestionable en este Mercado, pues aunque este tenga un valor documental como pieza "arqueológica" no hace la diferencia con respecto a muchos edificios antiguos y otros Mercados en Costa Rica.

Éste no resulta una pieza reconocible por su rareza, calidad, ni capacidad representativa. Dentro de las construcciones antiguas limonenses o costarricenses no es un ejemplar sobresaliente con respecto a sus características edilicias constructivas o estéticas. En el país hay ejemplos de tipología Art Déco, tradicional limonense, y construcción en concreto armado de la época de los 40`s mejor conservados y con usos que no comprometen su integridad física y la continuidad de su función original.

Además de la necesaria conservación de tejido histórico a través de testigos arquitectónicos y la documentación del sitio en caso de llevarse a cabo una intervención constructiva, no se justifica una conservación completa del inmueble; pues además los mismos limonenes no reconocen en el edificio actual valores arquitectónicos materiales importantes más allá de la existencia de zonas de vegetación, para ellos lo significativo e importante es la existencia del Mercado en ese lugar, no tanto el edificio.

Por todo esto se puede considerar que no tiene un valor científico patrimonial.



Fachada sur del Mercado. La más representativa de ese el valor estético dado por la vegetación. Edificio no es considerado de valor estético por los limonenses, quizá por su descuidado estado, y porque aunque algunos recuerden el edificio cuando estaba casi nuevo, insisten que en que lo especial que tenía eran sus zonas verdes.

VALOR ESTÉTICO

"...El valor estético incluye aspectos de percepción sensorial para los que se puede y debe establecer criterios. Estos criterios pueden incluir consideraciones de forma, escala, color textura y material; los olores y sonidos que están vinculados al sitio y a su utilización..."

Apreciación en el Mercado:

El entorno verde que característicamente ha rodeado al mercado desde sus inicios constituye el principal valor estético del mercado, en tanto es apreciado por los limonenses, quienes valoran estas áreas verdes como un paisaje agradable, que hacen que el edificio se vea mejor y se identifique desde largo por la gran altura de sus árboles respecto al conjunto construido; dan frescura; son como un pulmón para la ciudad; generan un ambiente que propicia el estar y la convivencia en el exterior común en los espacios tradicionales caribes; y traen a la actualidad el recuerdo del tan añorado mercado-parque que era dicho recinto en los años 50`s.

Estado del valor: Gravemente flaqueado, casi extinto

No se trata precisamente de jardines propiamente diseñados, pues aunque alguna vez lo fueron, ahora sólo son reminiscencias de áreas y vegetación, pues la preocupación por su mantenimiento no ha sido constante ni objetivamente encausada.

A pesar de sus condición actual, caracterizada por el encerramiento, la fragmentación, ser habitadas por indigentes y percibirse más como residuos entre espaldas de recintos que como jardines, la gente aún les tiene aprecio pues todavía pueden disfrutar de las sombras donde la vegetación sobresale de las zonas cercadas y del paisaje de la vegetación exuberante que el clima, los años y las distintas intervenciones han generado.

Las personas reclaman la pérdida de estos espacios alegando que ya casi no hay y los pocos existentes dan una imagen de peligro y de descuido. Sienten que están perdiendo un valor que se debería rescatar para el disfrute actual y de las nuevas generaciones.

Conclusiones del Capítulo 3

VALORES CULTURALES PATRIMONIALES DEL MERCADO IDENTIFICADOS

VALOR HISTÓRICO

"...El valor histórico abarca la historia de la estética, de la ciencia de la sociedad, y por lo tanto es en gran parte fundamental a todos los otros términos con que se trata esta sección.

Un lugar puede poseer valor histórico porque ha influenciado o ha sido influenciado por un evento, personaje, etapa o actividad histórica, o como sitio de un evento importante. Para cualquier lugar el valor será mayor para aquellos casos donde la evidencia de la asociación o del evento sobreviva aún en el lugar, o donde el sitio haya sobrevivido substancialmente intacto; y será menor para esos otros que hayan cambiado o donde la evidencia ya no exista. Sin embargo, algunos eventos o asociaciones son tan importantes, que el lugar puede mantener el valor a pesar de todos los cambios transcurridos..."

Apreciación en el Mercado:

El valor histórico del Mercado, es uno de los más evidentes que aún posee por haber estar estado presente como principal centro de comercio de víveres y encuentro de los pobladores desde los inicios de Puerto Limón, resultando escenario y reflejo del desarrollo económico de la ciudad y sus habitantes hasta la actualidad.

Representa un valor vivo para los limonenses pues aún se identifican allí y lo reconocen como elemento conformador de su identidad aunque tengan un vago conocimiento de su real antigüedad y su devenir arquitectónico. La gente en él ve a sus amigos, su historia, sus recuerdos y sus raíces, por lo cual consideran que debe ser conservado como mercado y monumento de alguna manera, pues no consideran actualmente que su materialidad así lo sugiera.

Estado del valor:

Amenazado por el uso intensivo, escaso mantenimiento y falta de un plan de conservación.

El estado material del conjunto actual del Mercado, causado por los factores señalados, es lo que atenta particularmente en contra de su conservación, pues su integridad física corre peligro por un lado y por otro disminuye su competitividad comercial poniendo en vilo su vigencia funcional.

VALOR SOCIAL

"...El valor social abarca las calidades por las cuales un lugar se ha convertido en un foco de sentimientos espirituales, nacionales, políticos o culturales para un grupo mayoritario o minoritario de la población..."

Apreciación en el Mercado:

El valor social es el más evidente e importante en este Mercado. Éste se revela al ocupar un lugar importante en la afectividad y la vida cotidiana de los limonenses como sustento económico, centro comercial y de encuentro, así como elemento identitario, histórico y promotor de la cohesión social y la cultura limonense, y un espacio que aún disfrutan y aprecian a pesar de las adversidades.

Los limonenses lo consideran tan importante en este sentido, que lo ven como un bien heredable e importante para las presentes y futuras generaciones. Para las presentes pues es un lugar casi exclusivo en Limón para el tipo de convivencia familiar, tradicional, amistosa, comercial y culturalmente diversa que ahí se da; y para las futuras, pues al ser un elemento tradicional, histórico, identitario y promotor de la cohesión social, genera, en los futuros, sentimientos de arraigo, cariño a lo propio y



Niños disfrutando del Mercado. Solos y jugando por los corredores, quizá hijos de inquilinos, ya incorporan este mercado como una pieza cultural y afectiva importante en sus vidas.

de unidad, así como una posibilidad de sustento económico respaldada por décadas de consolidación comercial.

Estado del valor:

Amenazado por el estado actual de la infraestructura y por el desconocimiento del rol que juega este Mercado más allá de lo comercial y lo "patrimonial-arquitectónico"

Al igual que los otros valores, este también se encuentra amenazado por la situación decadente de la infraestructura, sin embargo es importante señalar, que así se consolidara y se repararan los problemas físico-constructivos del conjunto actual, este valor social aún continuaría en peligro.

Consolidando la estructura se podrían conservar relativamente su valor histórico, sin embargo las condiciones que generó la construcción del anillo Maxwell, de mano a la fragmentación y decadencia de las áreas verdes debido a la construcción no planificada de locales para atender la demanda comercial, repelen a la gente y sus actividades, y con ellas los demás aspectos del valor social que alberga el mercado.

Este es el valor que más fuertemente reclaman los limonenses. Sus expresiones de no reconocimiento de este valor, responden más bien a un resentimiento debido a un sentimiento de pérdida de algo que consideraban suyo y les agradaba.

Conclusiones del Capítulo 3

VALORES CULTURALES PATRIMONIALES DEL MERCADO IDENTIFICADOS

OTROS ENFOQUES

"...La categorización de acuerdo a los valores estéticos, históricos, científicos y sociales es tan solo una manera para llegar a comprender el concepto de valor cultural. Se pueden implementar categorías más precisas a medida que la comprensión del lugar sea más precisa..."

Valor de espacio público de calidad para la vida y la cohesión social

Este valor a pesar de que también puede verse como parte del social, requiere una categoría diferente pues tiene que ver directamente con el marco físico del Mercado. A pesar de sus condiciones materiales existentes, éste se ha caracterizado por ofrecer un espacio público exitoso en el sentido de que ha ofrecido actividades necesarias, ha propiciado las opcionales y fundamentalmente las sociales en términos de Jan Gehl, garantizando la presencia de personas, actividades, eventos, inspiración, la estimulación de sus usuarios, y la creación de relaciones sociales pasivas así como profundas.

En este caso tendríamos como actividades necesarias el comercio de productos, servicios, y el consumo de alimentos preparados en el lugar; llevándose a cabo todo el tiempo independientemente de las condiciones del tiempo y del lugar.

Como opcionales tendríamos aquellas en las que se participa si existe deseo de hacerlo y las condiciones del lugar y tiempo lo permiten como: caminar para recibir un poco de aire fresco, sentarse a relajar, descansar del sol o simplemente quedarse parado en algún lugar disfrutando la vida. Estas opcionales han sido propiciadas por el entorno verde del Mercado y sus lugares de estar.

Como sociales tendríamos en el Mercado las que necesariamente requieren la presencia de otros individuos, como el compartir con los amigos, los juegos, las conversaciones, los saludos, y el contacto pasivo, el cual consiste en simplemente ver o escuchar a otra gente, siendo la actividad más practicada y a pesar de lo sencilla que parece, es una de las más placenteras. Particularmente estas actividades sociales suelen ser "resultantes" puesto que casi siempre evolucionan de las actividades necesarias y opcionales, sin embargo son las que a la larga forman lazos afectivos profundos entre las personas que asisten ocasionalmente y por esto se consideran un factor que propicia la cohesión social.

Finalmente Jan Gehl señala que los seres humanos no pueden estar en el espacio de los automóviles, ni en los espacios privados que no les pertenecen, por lo tanto el espacio público peatonal de las ciudades es el lugar de encuentro por excelencia (el Mercado principalmente en este caso) y que este es bueno cuando en él tienen lugar muchas actividades no indispensables, cuando la gente sale al espacio público como un fin en sí mismo, a disfrutarlo.

Estado del valor:

Amenazado por el estado actual de la infraestructura y por el desconocimiento del rol que juega este Mercado más allá de lo comercial y lo "patrimonial-arquitectónico"

Nuevamente la situación de la infraestructura amenaza en contra de la conservación de este valor, y no sólo por los problemas físico constructivos, sino también por los arquitectónicos-espaciales que han generado las ampliaciones desde los años 70`s. Estas modificaciones han aislado al Mercado de su contexto y le han generado una imagen insegura que aleja a las personas y que disminuye cada vez más las actividades opcionales y sociales, quedando únicamente las necesarias, hasta en el momento en que



Vendedoras de lotería. Vendedores como estas señoras se ubican cada vez más en el perímetro del Mercado y aceras cercanas aprovechando la afluencia de gente; sin embargo su informal ubicación viene a agravar la pérdida de espacio público, pues los peatones se ven desplazados hacia las calles. Hay usuarios y vida, pero no hay condiciones espaciales adecuadas.

estas se agoten por la preferencia de los consumidores por otros comercios.

Además, como se viene señalando desde el planteamiento del problema, la fetichización de los edificios declarados de interés histórico-arquitectónico en nuestro país, es un factor que amenaza la conservación de este valor, pues si no se toma de manera crítica la intervención sobre este conjunto y se hace una restauración o un retorno literal a la imagen antigua del Mercado-Parque , no se lograría mantener sosteniblemente este valor con las condiciones actuales, su conservación se al azar.

CONCLUSIONES GENERALES

Tras el análisis de la información presentada en este capítulo se puede observar que los valores expresados en la declaratoria de interés histórico-arquitectónico aún están vigentes aunque el edificio como tal no es el principal valor patrimonial del Mercado; sino que más bien lo son las tradiciones, las costumbres y las relaciones sociales e históricas que ahí se han desarrollado. Aunque el edificio existente es importante, no es determinante para la conservación de dichos valores, más bien los pone el peligro por su condición actual.

El edificio tiene un valor científico per sé, que aunque no sea excepcional, puede ser apreciado y valorado a través de testigos arquitectónicos y documentación, pues la restauración en este caso no es viable ni justificada.

Para la conservación y aprovechamiento del valor patrimonial del Mercado es de suma importancia la conservación de la función comercial del mismo, la permanencia de éste en el mismo sitio, el asegurar la permanencia de los inquilinos actuales, así como los productos que venden, la recuperación de las zonas verdes para el encuentro y disfrute como espacio público a la sombra de la vegetación, y la recuperación de elementos que rememoren su historia, así como la pronta intervención arquitectónica del conjunto en función de resolver las necesidades actuales.

El presente capítulo pretende exponer los resultados de la consecución del Objetivo Específico 4.

En primer lugar se presenta un estudio de casos de edificios que se han enfrentado a la resolución de problemáticas similiares, como experiencias de referencia para la propuesta del proyecto aquí planteado.

Después, con base en este estudio y las conclusiones de los capítulos anteriores se plantea la conceptualización del proyecto arquitectónico. Con esto se da paso al planteamiento del programa arquitectónico, la exposición del presupuesto estimado por áreas y finalmente la exposión del Anteproyecto Arquitectónico.

Se cierra el capítulo con las conclusiones y reconmendaiones generales, producto de la la consecución del objetivo general, que con el Capítlo 4 viene a completarse.

IV

CAPÍTULO

Diseño de un anteproyecto arquitectónico para el Mercado Municipal de Limón con base en las necesidades y posibilidades actuales, jerarquizables según los valores patrooniales identificados.

1. Estudio de Casos

1.1. MERCADO DE SANTA CATERINA

Según (Instituto de Mercados de Barcelona, 2014) (ARQ, 2004) (Escobar, 2013) (Máximo, 2014)

Ubicación: Barcelona, España
Cliente: Ayuntamiento de Barcelona
Arquitectos: Enric Miralles y Benedetta Tagliabue (EMBT)
Arquitectos a cargo: Enric Miralles, Benedetta Tagliabie, Joan Callis, Makoto Fukuda, Hirotaka Kuizumi, Fabián Asunción, Ane Ebbeskov Olsen, Dani Rosselló, Francesco Mozzati, Francesco Jacques-Dias, Fernanda Hannah.
Área: 3000 m2
Año del Proyecto: 2005

El Mercado de Santa Caterina, situado en el distrito de Ciutat Vella, el cual alberga en su perímetro al centro histórico de Barcelona, fue construido por primera vez en 1845 en el antiguo emplazamiento del Convento de Santa Caterina, del que toma su nombre; terreno concedido al ayuntamiento de la ciudad para este fin.

Este Mercado se vio renovado en 2005; y actualmente se presenta como una llamativa construcción que conjuga modernidad y tradición catalanas, con puestos de comida y restaurantes gourmet, que atrae principalmente a turistas y barceloneses con capacidad adquisitiva para los nuevos precios de los productos.

INTENCIÓN DEL PROYECTO / CONCEPTUALIZACIÓN

Según (Escobar, 2013) (Máximo, 2014)

La renovación que vive este Mercado, y que supone actualmente su principal signo de identidad, comenzó en 1997 con el planteamiento de su reconstrucción ante el estado de deterioro en el que se encontraba, en el marco de un proyecto urbano mayor que buscaba la rehabilitación de la zona.

Los arquitectos Benedetta Tagliabue y Enric Miralles (EMBT) presentaron una propuesta que buscaba no limitarse únicamente a la rehabilitación y conservación del edificio, sino modernizarlo y ponerlo en las condiciones de los otros Mercados habidos en Barcelona, así como lograr la buscada revitalización global de su entorno.

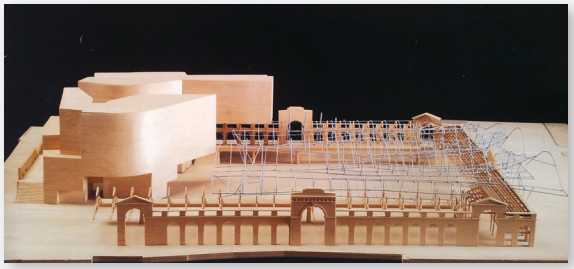
La propuesta pretendió la rehabilitación del antiguo mercado a partir de modificar el tejido urbanístico adyacente a la estructura existente, para racionalizar su emplazamiento; y que la nueva construcción se mesclase y confundiese con la estructura original.

Ambos propósitos se buscaron lograr mediante la realización de una nueva cubierta, que envolviera la estructura y la extendiera más allá del perímetro de la primera construcción, así como conservar y mostrar algunos de los elementos del antiguo edificio, como las fachadas y las puertas de entrada.





Vista aérea conceptual del mercado. Se observa la propuesta de la cubierta general de colores.



Maqueta conceptual del mercado. Se observa la estructura que se planeaba conservar y la intervención.



Antiguo mercado de Santa Caterina.

CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO ARQUITECTÓNICO

Según (Instituto de Mercados de Barcelona, 2014) (Máximo, 2014) (Escobar, 2013)

La esencia del proyecto es la cubierta. Esta parte de la metáfora de un inmenso mar coloreado por el recuerdo de frutas y verduras, como una forma de recuperar para la ciudad el color y la vitalidad de las antiguas plazas de ventas. Sus colores se deben a 325,000 piezas de mosaico de 67 tonalidades diferentes colocadas según el diseño de Toni Comella.

La nave central del mercado, que tiene una superficie de 3,685 m2, está coronada por esta bóveda multicolor de madera, hormigón y metal; la cual está sostenida sobre tres grandes arcos de metal colocados transversalmente. Estos reposan sobre dos vigas de hormigón, haciendo posible un espacio interior libre de columnas. Las ondulaciones de la cubierta se han conseguido empleando 120 arcos de madera colocados en posición de “V” invertida, los cuales descansan sobre seis vigas metálicas.

La cubierta se transforma en la fachada más importante del edificio, con el inconveniente de que, a pesar de que fue diseñada para esto, prácticamente sólo es visible desde la altura, y, por ahora, no está prevista la posibilidad de que exista un mirador que permita contemplarla.

La distribución de los 70 puestos que conforman el Mercado de Santa Caterina es asimétrica y con pasillos de gran anchura que facilitan la compra, con la intención de recuperar la estructura irregular de los viejos mercados de pueblo, de manera que la cubierta representaría un gran toldo bajo el que se cobijan los puestos sin ninguna organización predeterminada.

Además se edificó un parqueo subterráneo y una planta subterránea destinada a la recogida de basura, almacenamiento, carga y descarga de mercancías.

ABORDAJE DE LA CONDICIÓN PATRIMONIAL

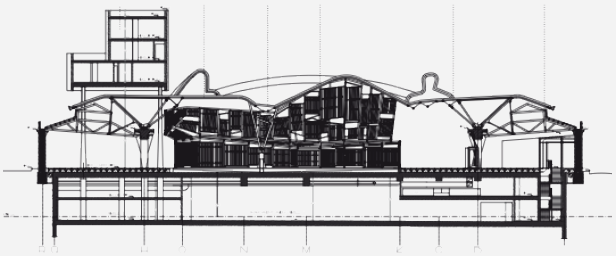
Según (ARQ, 2004) (Instituto de Mercados de Barcelona, 2014) (Máximo, 2014) (Escobar, 2013)

Los arquitectos de EMBT abordaron la condición patrimonial de este edificio desde su concepción de que en las ciudades no hay diferencia entre lo nuevo y lo viejo. Desde su perspectiva todo se mezcla, creando la ciudad; pues lo que ha conseguido llegar hasta hoy es actual, útil, contemporáneo; y además permite volver hacia atrás en el tiempo para seguir adelante. Así pues, consideran que las nuevas construcciones pueden sobreponerse a las existentes y mezclarse para hacer aparecer en los lugares sus mejores cualidades; pues la superposición de los distintos momentos en el tiempo ofrece el espectáculo de las posibilidades. El proyecto no debe insistir en un momento concreto del tiempo, sino instalarse en él, donde no sea tan fácil distinguir entre rehabilitación y nueva construcción al generar una simbiosis entre ellos.

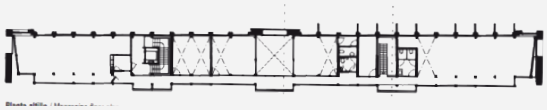
Del antiguo edificio se conserva la fachada porticada original reconstruida en 1988, con sus puertas de entrada y las paredes laterales, mientras que la fachada sur y la cubierta son elementos que se volvieron a hacer conjugando la tradición con la modernidad en un mismo edificio y recuperando el uso de materiales tradicionales de la construcción en Barcelona como la madera, el metal y la cerámica, con una inspiración muy gaudiana.

El interior fue objeto de completa renovación, reduciéndose notablemente el número de puestos y añadiendo a la oferta existente un restaurante y un supermercado.

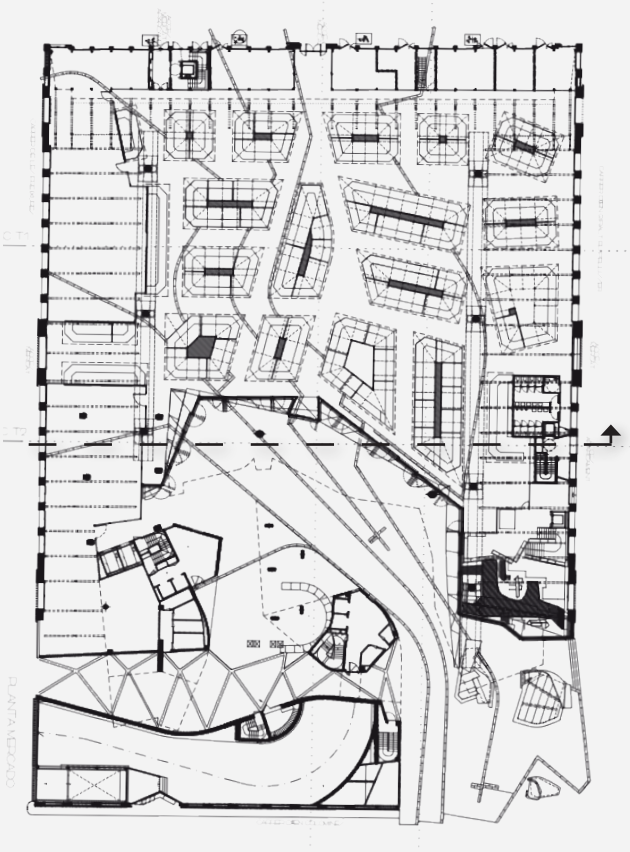
Por otra parte, se rescataron para la visita al público los restos arquitectónicos del ábside del antiguo convento e iglesia de Santa Caterina, que fueron descubiertos durante las obras de rehabilitación.



Sección transversal



Planta Altillo



Planta Baja



Interior del mercado. Se observa detalle de cubierta y locales internos.

CONSTRUCCIÓN Y GESTIÓN DEL PROYECTO

Según (ARQ, 2004) (Instituto de Mercados de Barcelona, 2014) (Máximo, 2014) (Escobar, 2013)

En 1997 fueron los vecinos del barrio, a través de un instrumento de planeación denominado Plan Popular, quienes plantearon la necesidad de reconstruir este Mercado.

Esta idea fue recogida parcialmente por el Ayuntamiento quién esbozó un plan de rehabilitación urbanística a gran escala, que fue propiciado por el gran auge turístico de los barrios del casco antiguo de Barcelona y por un contexto que buscaba la modernización de los mercados públicos de esta ciudad a través del Instituto de Mercados de Barcelona, una dependencia del Ayuntamiento. Fue así como para ese año se comenzó con el planteamiento de la rehabilitación, buscando a un mercado que atrajera clientes, curiosos y turistas, no sólo por su dinamismo comercial, sino por su llamativo arquitectónico, que lo convirtiese en un referente para los vecinos del barrio y los visitantes, tal y como sucedió con el mercado de La Boquería.

Cabe decir que en este contexto se implementaron una serie de medidas que buscaban la implantación de un nuevo sistema de gestión de los mercados públicos que circunscribió al gobierno la custodia de las instalaciones, y a las asociaciones de comerciantes su funcionamiento, es decir, la limpieza, la vigilancia y la toma de decisiones estratégicas. Este modelo de administración otorgó mayor injerencia a la iniciativa privada con el objetivo de hacer competitivos a los mercados mediante, lo que el Instituto denominó, la actualización de la oferta comercial y la adaptación al entorno.

Se calculaba que la obra se culminaría en 2001, pero fue hasta 2005 cuando se concluyó. Existieron varias compli-



Fotografías aéreas de la construcción del Mercado. Se observar con mayor claridad los elementos que fueron conservados de la antigua estructura, así como la relación de la nueva cubierta con el conjunto.

caciones que alargaron el proceso como el diseño y cálculo estructural de la cubierta, que requirió 3 años para su desarrollo, y el hallazgo de los restos arquitectónicos del antiguo convento que hicieron necesario el replanteamiento de la parte del proyecto que se iba a ubicar en ese lugar.

Durante los 6 años que duró la construcción, los comerciantes fueron reubicados en carpas provisionales fuera del barrio, lo que trajo como consecuencia que cerraran cerca de un tercio de los negocios y que casi se disolvieran por completo las relaciones sociales y comerciales que antes existían entre vecinos e inquilinos.

Sin embargo cabe destacar que desde la inauguración del nuevo mercado remodelado, sus establecimientos han estado en todo momento ocupados y activos. A los 5 años de haberse culminado la reforma en el mercado entra una media de más de 2,5 millones de personas y, en los últimos años, el número de visitantes ha aumentado un 15%.



Acceso principal del Mercado. Se observa la fachada restaurada bajo la cubierta multicolor.

OBSERVACIONES Y CRÍTICAS AL PROYECTO

Integración del proyecto con el contexto y respeto por el pasado. *Según (Schmidt, 2009)*

Se ha cuestionado la integración del proyecto al contexto, pues la intervención arquitectónica contrasta fuertemente con el tejido histórico y urbano previamente existente, lo que parece contradictorio a primera impresión con respecto a la "mezcla" que buscaban originalmente lo arquitectos.

Si la integración se trata de mimetizar el proyecto nuevo en su contexto y que este no resalte, pues obviamente en este caso el edificio no se integra al contexto. Sin embargo hay quienes abogan que el proyecto puede integrarse al sitio si su uso, su concepción espacial, y su metodología constructiva son contemporáneas; "mientras sea funcional a su contexto y programa, puede gritar lo que sea sin dejar de ser un proyecto que no sea adecuado al sitio" (Schmidt, 2009).

Desde esta última perspectiva el edificio "grita" en su entorno, "grita" esta rehabilitación de la ciudad catalana, y "grita" su propia interpretación del respeto por el pasado y la convivencia entre la Barcelona Gótica, la Barcelona Modernista y la Barcelona actual; aunque para otros "grite" irrespeto y vanidad arquitectónica.

Expulsión de los usuarios originales (Gentrificación).
Según (Hernández Cordero, 2014)

A pesar del llamativo visual de este establecimiento, y de la exaltación que provoca principalmente en los turistas, existen fuertes críticas a la intervención de éste y otros mercados de Barcelona que han experimentado una transformación urbana, esto por la expulsión de sus vecinos pobres en las dimensiones económica, social y cultural; y la sustitución de esta población por otra de mayor capacidad adquisitiva, fenómeno llamado gentrificación.

En ese sentido, la propuesta además de reformar al Mercado, intervino todo su perímetro demoliendo casas para generar espacios públicos y edificaciones en el centro de la vida comercial y barrial del Casco Antiguo, donde además se presentaban los mayores índices de pobreza e inmigración. Por otra parte el traslado "provisional" de los puestos afuera del barrio durante los 6 años que duró la construcción, además de afectar a los comerciantes y provocar el cierre de los locales más vulnerables, significó la desaparición del Mercado como centro público articulador de la vida barrial y sitio de reproducción de la vida cotidiana.

Así, el estado ruinoso del barrio y la pérdida de este articulador social favorecieron la pérdida del afecto al vecindario parte de sus habitantes, los cuales en el mejor de los casos se mudaron, liberando el suelo para una población joven de mayores ingresos económicos propiciada por la el mercado inmobiliario; mientras que la mayoría de las personas que no pudieron desplazarse por su situación económica residían en condiciones de vida paupérrimas en pisos deteriorados que estaban por ser derribados o reformados, generando en muchos casos conflictos entre agentes inmobiliarios y los propietarios que veían en riesgo sus posibilidades de obtener rentabilidad.



Vista aérea del mercado y su contexto inmediato. Se puede apreciar el contraste de la cubierta multicolor en relación al tejido urbano colindante y cómo los volúmenes posteriores del Mercado siguen un lenguaje más parecido al del vecindario.

El Mercado redujo el número de tramos argumentando reducción de cantidad en pro de ganancia de dimensiones, competitividad y profesionalismo, sumando el hecho de que no todos los antiguos inquilinos pudieron hacerle frente a los costes de la reforma que el Ayuntamiento les exigía pagar, y que rondaban los 1200 euros el m2.

En esta área que quedó, se crearon un sofisticado restaurante y un supermercado dentro del Mercado bajo el argumento de que con sus arrendamientos ayudarían a cubrir los costes de la obra. Asunto que complicó la competencia para los tramos al desincentivar el comercio de proximidad, y al presionar a los comerciantes a ofrecer productos exclusivos, considerados gurmé, para hacer frente a la situación.

El mercado que anteriormente era un signo de distinción popular, se erigió como una vanguardia gastronómica; una boutique con precios muy elevados para la antigua población del barrio. Población generalmente de bajos



Izquierda. Acceso del mercado frente a volúmenes planteados. Estos volúmenes presentan unas fachadas que se mimetizan más fácilmente con el entorno.

recursos y que ahora tiene que adquirir los alimentos en las fruterías regenteadas por inmigrantes pakistanís o chinos que ofrecen productos a precios asequibles, pero en donde no se generan relaciones sociales intensas, como las que sí se daban en el mercado antiguo, por las barreras culturales y de lenguaje.

La reconversión de los Mercados bajo las estrategias de urbanismo neoliberal que ha impulsado Barcelona han destruido su esencia de espacios públicos que articulaban las relaciones de vecindad.

"El Mercado de Santa Caterina se diseñó ya no como un espacio de comercialización en el cual los vecinos del barrio de Ciutat Vella pudieran realizar sus compras y mucho menos se pensó en fomentarlo como un espacio público, sino que se proyectó sobre todo como un espacio de consumo turístico." (Hernández Cordero, 2014, p. 12)

Respecto a todo esto, la Asociación de Comerciantes del Mercado pugnó por la defensa de su actividad laboral. Estos apoyaban el proyecto y sólo se organizaron y movilizaron para negociar con el gobierno local el coste que debían pagar por las reformas, así como para demandar explicaciones sobre la demora en las obras. Contaban con una visión positiva de la reforma y respaldaban al Ayuntamiento de manera pública e incluso contrarrestaron las críticas existentes por parte de los vecinos del barrio.

Mientras tanto la Asociación de Vecinos del Casco Antiguo sólo manifestó su desacuerdo con los efectos que las obras del Mercado tendrían sobre el pequeño comercio y desaprobaba la instalación de una cadena de supermercados que prácticamente implicaba la privatización de éste.

OBSERVACIONES AL PROYECTO Y RELACIÓN CON EL MERCADO MUNICIPAL DE LIMÓN

Como se puede observar existen criterios divergentes sobre el éxito de la reforma al Mercado de Santa Caterina. Parece que todo depende del cristal con que se mire, sin embargo el hecho innegable es que el Mercado ha detonado un cambio en su entorno urbano y en sus usuarios, y se ha convertido en un punto turístico gourmet de gran atractivo y dinamismo comercial.

El Mercado Municipal de Limón y el de Santa Caterina comparten una serie de paralelismos que permiten extrapolar una idea de los resultados que se puedan obtener en Limón si se operara de forma parecida al caso Barcelonés: ambos pertenecen al casco antiguo de las ciudades puerto que los albergan, están declarados de interés patrimonial, sus usuarios fueron conscientes de la necesidad de su reforma dada su importancia y sus condiciones de decadencia, y lo más importante, que ambos representaban, o aún representan, un centro articulador de la vida barrial y sitio de reproducción de la vida cotidiana en calidad de espacio público para los vecinos y visitantes.

Este último asunto es un aspecto delicado para la revitalización del Mercado Municipal de Limón pues lo que se busca es todo lo contrario a lo que sucedió en Santa Caterina. En Limón perder este valor social es perder parte del patrimonio que representa este Mercado.

Si en el Mercado de Limón se buscan rescatar las relaciones sociales que se han gestado en dicho lugar como espacio público histórico, es importante propiciar la continuidad del comercio de proximidad durante y después de las obras de reforma a través de una propuesta arquitectónica que no requiera desplazar, ni muy lejos ni por mucho tiempo, a los inquilinos para realizar las intervenciones constructivas necesarias para que tampoco el deterioro acabe con todo. Además se deben evitar condiciones que generen una competencia desleal entre arrendatarios que lleven al aumento de los precios de los productos, como el establecimiento del supermercado y en el caso barcelonés.

Por otra parte, el lenguaje fuertemente contrastante de la cubierta nueva en relación con el edificio previamente existente del que se conserva sólo una pequeña parte, es otro asunto del que vale la pena reflexionar para el caso de Limón.

En el ejemplo de Santa Caterina, por su ubicación y contexto, la construcción de un elemento así, que representara en sí mismo con tanto ímpetu y personalidad la convivencia entre la Barcelona Gótica, la Barcelona Modernista y la Barcelona actual, es una decisión fuerte y arriesgada que quizá en el contexto de una ciudad llena de monumentos arquitectónicos “más excepcionales”, no provoque mayor problema en cuanto a lo patrimonial-arquitectónico. Sin embargo es un acto digno de resaltar porque al final el objetivo del ayuntamiento de atraer más público para mejorar el dinamismo comercial se cumplió, y el edificio se ha convertido en un icono que despierta el interés en un antiguo bien patrimonial y enseña sobre los distintos momentos de la arquitectura de la ciudad. Al final lo que perjudicó la parte social fueron la ejecución de la obra y otras decisiones de estrategia comercial, no la llamativa cubierta.

Limón no se encuentra en Barcelona, ni tiene la cantidad de monumentos que esta ciudad tiene, por lo cual podría ser un problema mayor realizar algo tan contrastante, y más por el fuerte aprecio de los limonenses por su arquitectura tradicional. Sin embargo es válido tomar como ejemplo la reinterpretación de aspectos de la arquitectura tradicional y la utilización sin temor de nuevos lenguajes que puedan provocar el interés de las personas sobre el edificio conjuntamente antiguo y nuevo, e impulsar su dinamismo, es decir revitalizarlo.

1. Estudio de Casos

1.2. MERCADO DE LA BARCELONETA

Según (Plataforma Arquitectura, 2011) (Mias Arquitectes, 2011) (Instituto de Mercados de Barcelona, 2014)

Ubicación: Barcelona, España
Cliente: Ayuntamiento de Barcelona
Arquitectos: MiAS Arquitectes
Arquitectos a cargo: Josep Miàs, Silvia Brandi, Adriana Porta, Maria Chiara Ziliani, Andreu Canut, Carles Bou
Área: 5200 m2
Año del Proyecto: 2007

El barrio de la Barceloneta, limitante con las playas y el mar, con el Muelle de España del Port Vell, con la Estación de Francia y el nuevo Puerto Olímpico, es la ubicación de este mercado diseñado por el arquitecto Antoni Rovira i Trias. Un vecindario que surgió con la llegada de los habitantes del barrio de la Ribera, que fueron expulsados de sus casas después de 1714, y que desde muy temprano en su historia se ha caracterizado por estar densamente construido y poblado.

El mercado fue el principal, sino el único, espacio amplio del barrio y por tanto idóneo para la vida pública y el intercambio, asunto que poco a poco, sumado a las mejoras arquitectónicas que se le fueron haciendo con el tiempo, fue constituyendo su identidad como monumento.

Transformado en distintas ocasiones, siguió siendo siempre una pieza excepcional por sus cualidades espaciales y por las actividades que permitía, vinculado siempre al carácter marinero y pescador del barrio.

En 2001 el estudio MiAS Arquitectes, al mando de del arquitecto Josep Miàs, inició su remodelación como parte de los trabajos de mejora de los mercados públicos impulsados por el ayuntamiento de Barcelona.

INTENCIÓN DEL PROYECTO / CONCEPTUALIZACIÓN

Según (Plataforma Arquitectura, 2011) (Mias Arquitectes, 2011)

El proyecto de reforma del mercado supuso un intento de ofrecer un nuevo y más completo sentido a un proyecto de arquitectura, más allá de resolver un programa o un encargo, buscaba representar el barrio con sus estrechas calles y viviendas, la ropa tendida en los balcones, las tiendas, los talleres de los artesanos y su gente; explicar su alegría y su vivacidad. Se pretendió así respetar la antigua estructura, revalorizar la singularidad del edificio e integrarlo al actual tejido urbano de la Barceloneta.

Se buscó que el edificio y su entorno más inmediato se convirtieran en un claro punto de referencia comercial, arquitectónico y gastronómico de esta parte de la ciudad de Barcelona, que dejara de ser un referente casi secreto y solamente visible para sus habitantes que lo veían como un sitio de cohesión social.

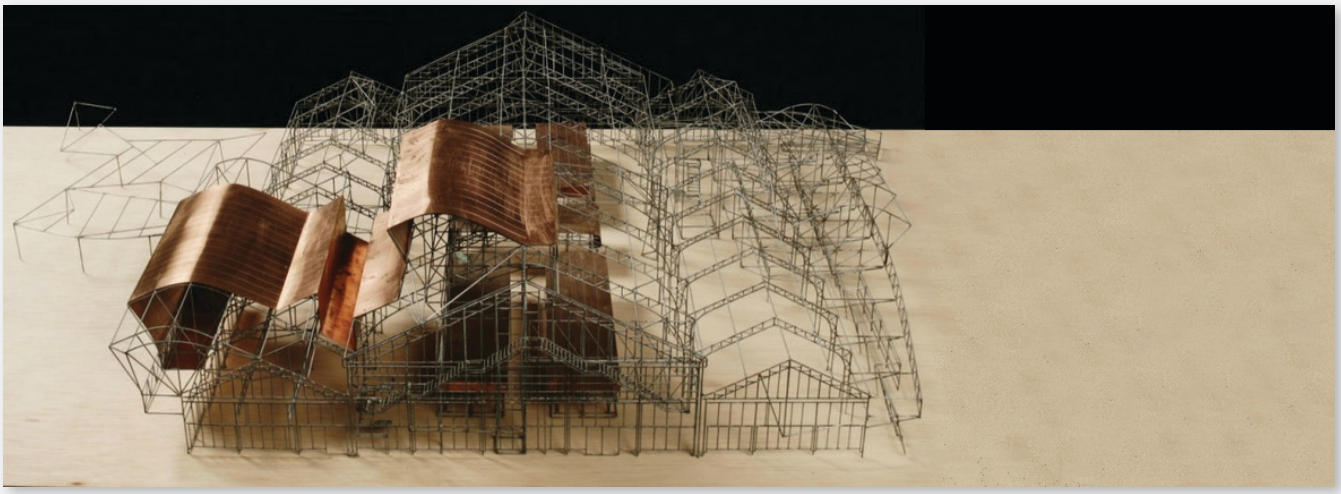




Concepto de la intervención. Collage conceptual de la intención de jugar con las ilustraciones de peces en el diseño de las cubiertas originales.



Acceso principal del Mercado por plaza de La Repla. Se observa la nueva estructura que busca recrear la metáfora de peces y olas rompiendo.



Maqueta conceptual. Se aprecia en cobre los elementos de la cubierta que buscan recrear la forma de peces y olas rompiendo. En alambre se observa la estructura antigua que se conservó, y algunos otros aditamentos que se le hicieron, como la pérgola a la izquierda.

CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO ARQUITECTÓNICO

Según (Plataforma Arquitectura, 2011) (Mias Arquitectes, 2011)

El proyecto arquitectónico restauró del Mercado antiguo la estructura metálica de hierro forjado original de la época y le incorporó elementos metálicos modernos en forma de metafóricos peces y olas rompiendo, en alegoría al carácter alegre de la gente del barrio y la cercanía al mar. Estos peces y olas fueron reinterpretados de unos dibujos para niños de Cesar Manrique.

El proyecto incorpora nuevos requisitos programáticos interviniendo en las cubiertas y en la piel de la fachada, manteniendo sin fuertes alteraciones la planta baja. La intervención específica sobre las cubiertas de las naves laterales permitió girar 90 grados la orientación del mercado para conectarlo abiertamente la existente plaza de La Repla, que se vio liberada al derribar un antiguo cuartel, y con una nueva placita posterior, que se hizo tras el derribo de uno de los brazos de viviendas que encajonaba el mercado.

En la intervención además se creó una pérgola para articular el edificio con la plaza en su frente; se renovaron divisiones internas, pavimentos, instalaciones de agua, luz, y alcantarillado; se colocaron ascensores, montacargas, sistemas de climatización, dos nuevas plantas subterráneas de servicios logísticos destinadas a parqueos, almacenes, servicios recogida de residuos, zona de carga-descarga; un altillo destinado a servicios, oficinas, almacenes y a un salón de actos para todo tipo de eventos. Además se integraron, de manera estructural a la cubierta, placas solares fotovoltaicas que cubren el 40% del consumo energético total del mercado.

Con 2.670 m2 cubiertos, el mercado cuenta con ocho de pescaderías debido al carácter marítimo del barrio, ocho tramos cárnicos, cuatro de fruta y verdura, un abastecimiento de pescado salado, uno de congelados, uno de legumbres, una panadería, dos bares, cinco establecimientos no alimentarios, un supermercado de 964m2 y dos restaurantes gourmet de cocina marinera, uno de 227m2 y otro de 476m2 en 2 plantas.



Acceso lateral del Mercado. Se aprecian los elementos metálicos añadidos a la estructura original de las fachadas.

ABORDAJE DE LA CONDICIÓN PATRIMONIAL

El abordaje patrimonial de esta edificación básicamente consistió en la conservación de la estructura metálica del edificio antiguo. Sin embargo también se buscó la integración con su contexto histórico cercano a través de la apertura directa hacia la plaza de La Repla en su nuevo frente, y del uso de un lenguaje arquitectónico que evocara algunas de las características formales del barrio: la energía y alegría de los vecinos expresada a través de rasgos alegóricos a peces y olas en las estructuras metálicas de las fachadas y la cubierta, a la ropa colgada de los balcones de las casa a través del carácter textil que evocan los sectores de distintos colores en la cubierta, y tratando a manera de tenderetes que apoyan algunos elementos de servicio, las fachadas laterales que antaño habían albergado algunos.

CONSTRUCCIÓN Y GESTIÓN DEL PROYECTO

Según (Mias Arquitectes, 2011)

En 2001 comenzó el proceso proyectual de reforma de este edificio como parte de los trabajos de mejora general de los mercados públicos impulsados por el ayuntamiento de Barcelona. Proyectos que buscan dinamizar su comercio y la atracción de clientela y turistas, así como la regeneración del tejido urbano adyacente. En este caso: un deteriorado pero singular mercado dentro de un barrio construido en 1753 con calles de trazado rectilíneo y manzanas regulares, que con los años y la especulación se ha llenado de edificios con alturas muy superiores a las que se establecieron en origen y viviendas originales partidas en mitades y cuartos de piso, perdiendo su calidad espacial.

Fue hasta 2007 en que se concluyeron las obras. Mientras tanto los inquilinos fueron reubicados temporalmente en la plaza de La Repla que previamente existía al lado del edificio, pues las obras requerían el desalojo total.

Las piezas metálicas nuevas de la intervención fueron cortadas y preensambladas en un taller, luego fueron llevadas en partes que pudieran ser transportadas y a través de las angostas calles del barrio, lo que representó una especie de espectáculo para los testigos: vecinos y trabajadores.



Mercado antes de la intervención.



Construcción de las nuevas piezas estructurales que amplían la cubierta hacia la plaza La Repla.



Transporte de las piezas estructurales a través de las calles del vecindario.

OBSERVACIONES Y CRÍTICAS AL PROYECTO

Expulsión de los usuarios originales (Gentrificación) *(Plataforma d'afectats i afectades en Defensa de la Barceloneta, 2007)*

Parece que este proceso es común en las reformas planteadas a mercados por el Ayuntamiento de esta ciudad. En este caso los vecinos consideraron la reinauguración de este mercado como el comienzo de la incorporación definitiva de la Barceloneta en el mercado de la Barcelona cool, la Barcelona que obliga a sus vecinos a resultar económicamente rentables o de lo contrario los expulsa, generando una sustitución de la población propiciada por una remodelación urbanística que hace más apetecible el barrio para los turistas, o para inmobiliarias y para todo aquel que pertenezca al entramado político-financiero que hace de esta ciudad un diseño para una portada de revista, pero no para sus habitantes.

Reformas urbanísticas generan dudas sobre si son para mejorar la calidad de vida de los vecinos o para expulsar a los no rentables. *(Plataforma d'afectats i afectades en Defensa de la Barceloneta, 2007)*

En este caso las dudas surgen a partir de que la plaza de La Repla, en la que durante las obras había sido ubicado el mercado provisional, fue convertida en una placeta dura, casi sin vegetación, ni uso, con el argumento de abrir el barrio a la playa, a pesar de que este espacio constituía uno de los pocos equipamientos deportivos completamente públicos y gratuitos del barrio, y se suponía que con la culminación de las obras este lugar sería restituido.

Por otra parte generó dudas el plan urbanístico oficial anunciado para el barrio. Este originalmente pretendía eliminar viviendas en los edificios para instalar ascensores, y el desalojo completo de otros para crear equipamiento público, lo que provocaría el desalojo de varios habitantes y "la muerte de la Barceloneta" según los vecinos.

Sin embargo, dada la protesta de los habitantes, el ayuntamiento decidió elaborar un plan alternativo basado en los elementos del plan oficial que afectarían a estos y proponía otras vías para mejorar la calidad de vida en este barrio, incluyendo la satisfacción de las necesidades, de equipamientos y servicios que la Barceloneta reclama desde hace años. Presupuso una remodelación urbanística para el barrio que respetase el patrimonio histórico del barrio - el arquitectónico y la memoria inmaterial-, así como la permanencia de los vecinos del barrio.

Integración del proyecto con el contexto *(Plataforma Arquitectura, 2011) (Barrera, 2011) (Pavel, 2012)*

Este edificio también ha generado múltiples comentarios de sus usuarios al igual que el de Santa Caterina, por lo contrastante que resulta su nuevo lenguaje arquitectónico con respecto a su contexto.

Hay quienes consideran que la relación con el entorno este edificio está solo en la descripción pomposa de las autoridades y arquitectos. El edificio no cuenta con los espacios sociales que se describen, y urbanamente no constituye un espacio público pues está débilmente comunicado con la plaza y los accesos son difíciles de reconocer. Tal vez por esto, muchos barceloneses lo consideren uno de los mercados con menos vida de la ciudad. Algunos lo consideran otro intento del ayuntamiento de crear un catálogo de obras llamativas en vez de elegir los proyectos que mejor se insertan dentro de la trama urbana, respetando y potenciando las particularidades e identidad de cada barrio; con lo que se pierden oportunidades como ésta de hacer esplender un sector con características únicas y marcadamente diferenciado en lo que podría haber sido su "nuevo corazón".



Construcción de las nuevas piezas estructurales que amplían la cubierta hacia la plaza La Repla.



Locales al interior del mercado.



Vista del interior de unos de los restaurantes gourmet del mercado.



Pérgola sobre plaza de La Repla. Al fondo se ve la plaza que antes era destinada al deporte.



Placita posterior del mercado. Espacio ganado al eliminar las viviendas que existían en el sitio.

OBSERVACIONES AL PROYECTO Y RELACIÓN CON EL MERCADO MUNICIPAL DE LIMÓN

Se puede observar a grandes rasgos que este mercado se intervino con los mismos fines que el de Santa Caterina, como parte de una estrategia del ayuntamiento de crear con los mercados antiguos proyectos detonantes de la regeneración de su contexto con el fin dinamizar el comercio, impulsar la competitividad de los negocios y atraer turismo a la ciudad.

La reforma trajo un edificio llamativo con respecto a su contexto principalmente por los elementos compositivos metálicos que se le agregaron en las fachadas y con un abordaje patrimonial arriesgado en tanto propone una intervención no conservacionista, sino que más bien se vale de lo existente para crear algo nuevo con base en las necesidades actuales.

Nuevamente todo depende de color del cristal con que se mire. Pues así como hay quienes defienden que se trató de una exitosa intervención, incluso ganadora de al menos dos premios de arquitectura y urbanismo, hay otros que dicen que el proyecto daba para mas y no se aprovecharon las oportunidades que la riqueza del contexto histórico ofrecía, más allá de llenar el edificio de figuras metálicas que no aportan a la calidad espacial del edificio y que además tienen una estética difícil de apreciar.

Cabe resaltar que al menos en el de Santa Caterina había quienes defendían el atractivo de su colorida cubierta que vino a llamar la atención sobre el edificio histórico, mientras que sobre el de la Barceloneta es poco lo que se dice en aprecio a lo que se gano espacialmente o formalmente con la intervención, quizá por ser gris y verse poco conectado visual y espacialmente a su contexto. Sin embargo, los vecinos aprecian la mejora general de la infraestructura y la colocación de los dos restaurantes, pues los consideran un gran equipamiento para un barrio tan cercano al mar.

Con respecto al Mercado Municipal de Limón, se puede tomar como referencia del caso de la Barceloneta la importancia de conectar no sólo con accesos el edificio el espacio público a su alrededor, sino hacer visualmente clara esta relación entre el interior y el exterior para dar efectivamente la sensación de conexión con el contexto , que es tan particularmente importante en el caso caribeño.

De la Barceloneta además se puede tomar como idea el uso de un lenguaje, en los elementos de la nueva intervención, que retome elementos de la arquitectura de los distintos momentos del antiguo edificio y los reinterprete según las necesidades y posibilidades materiales y tecnológicas actuales, como una forma de memorarlos sin caer en los falsos históricos.

1. Estudio de Casos

1.3. MERCADO CENTRAL DE TALCA

Según (Basuto, 2010) (Pare, 2012)

Ubicación: Talca, Chile
Cliente: Ministerio de obras públicas de Chile y Municipalidad de Talca
Arquitectos: Carlos Mardones & Asociados (Tri Arquitectos)
Colaboradores: Juan Camilo Pardo, Natalia De La Cuadra, Consuelo Vargas
Área: 11.590 m2
Año del proyecto: 2009

El Mercado Central de Talca fue inaugurado en 1890. Está en la manzana comercial más visitada de ese municipio y hasta antes del terremoto de febrero del 2010, reunía locales comerciales a donde llegaban vecinos y turistas atraídos por la historia y la comida o del lugar.

El edificio ha sufrido en su larga historia incendios, terremotos y un precario mantenimiento. Sin embargo, la gestión de los locatarios, algunos de los cuales mantienen una tradición de 4 generaciones trabajando bajo el mismo techo, logró que fuera declarado Monumento Histórico en 1998.

En Octubre del 2008, dada la situación del mercado, se abrió un concurso de anteproyectos para su restauración y reposición como un importante punto de venta de productos y servicios en el centro de la ciudad. La propuesta del ganadora será la expuesta a continuación.

INTENCIÓN DEL PROYECTO / CONCEPTUALIZACIÓN

Según (Basuto, 2010)

La actividad comercial espontánea, la autoconstrucción, decisiones programáticas no adecuadas y el paso del tiempo, deterioraron aspectos constructivos, estéticos y funcionales del inmueble. Estos asuntos promovieron las intenciones principales de unificar, ordenar y recuperar la eficacia simbólica del inmueble, como un proyecto de "puesta en valor" para la generación de un espacio de encuentro e intercambio donde la ciudad de Talca se identifique, y reconozca a éste monumento como patrimonio propio y único.

PROGRAMA
PUESTA EN VALOR
DEL PATRIMONIO

CONCURSO DE ANTEPROYECTOS DE ARQUITECTURA

Mercado Central de Talca

RESTAURACION Y
REPOSICION





Perspectiva del conjunto de la propuesta. Se observa el Núcleo central, el anillo interior y el anillo perimetral, así como la plaza al norte.



Calle urbana interior. Espacio entre núcleo central y anillo interior.

CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO ARQUITECTÓNICO

Según (Basuto, 2010)

El Mercado Central de Talca se organiza en tres sectores: el anillo perimetral, el núcleo central y al anillo interior. Para llevar a cabo las intenciones planteadas, se han propuesto acciones para los diferentes sectores:

Espacio Público

Se contempla abrir el mercado hacia la ciudad creando una plaza abierta al norte, que permita apreciar la fachada del núcleo en forma total, y que se extienda a su entorno urbano integrando vegetación y sombras; y conectándose con accesos peatonales, vehiculares y estacionamientos para carga y descarga de mercaderías.

La plaza sin obstáculos, busca favorecer la apertura hacia el público, así como acoger actividades comerciales y recreativas, siendo atractiva para la gente sin necesidad de ellas, favoreciendo la interacción social, con el edificio central como telón de fondo.

Además se plantea el ordenamiento de las entradas y salidas proponiendo tres accesos principales al mercado más la plaza norte. Para los tres accesos se amplía el pórtico usado actualmente.

La apertura de estos pórticos hace más visible el edificio del núcleo al exterior y se convierte en un vestíbulo que contiene las circulaciones verticales. Todos los accesos se plantean con cierres independientes.

Anillo Interior

Se plantea dinamizar la actividad al interior del mercado, creando un nuevo volumen de dos pisos alrededor del núcleo central, formando un anillo interior abierto que se transforma en un paseo a manera de calle urbana interior, la que contiene locales comerciales, servicios y espacios de encuentro.

Se proponen dos nuevos puntos jerárquicos que rematen este nuevo volumen completando el vacío generado en las esquinas noroeste y noreste, dando continuidad a la edificación, articulándose con lo existente, y dando una nueva imagen comercial.

Se propone un sistema constructivo contemporáneo de concreto y acero, sin ningún tipo de perjuicio para la antigua edificación. Se integra armónicamente con el conjunto respetando el equilibrio, pero distinguiéndose a su vez del inmueble original.

Los locales comerciales tendrán cortinas retráctiles permitiendo abrirse a los corredores, ampliando su superficie hacia el exterior, dando la posibilidad de ventilarlos o calefaccionarlos. Los arrendatarios tendrán la posibilidad de arrendar por módulos, según las necesidades de su negocio.

Núcleo Central

Se plantea despejar y trabajar su materialidad y espacio circundante para destacar este volumen. Para los muros perimetrales se propone el rescate de la fachada de ladrillo original, restaurando su composición material, unificándola a nivel de imagen y protegiéndola con un zócalo, mientras que la cubierta se trabajará con cobre como una forma de otorgarle identidad nacional.

Se busca reactivar el comercio del núcleo central mejorando las condiciones de los puestos al interior, manteniendo los muros de albañilería e instalaciones de la intervención anterior.

Además reactivarlo llevando productos de la región como: frutas, verduras, semillas y carnes; siendo ésta una manera de revalorizar el lugar como representante del

comercio tradicional. Con ello se pone en valor el edificio patrimonial a nivel de usos.

Se pretende privilegiar la circulación desde los accesos dando continuidad a los pasillos, los que estarán rodeados por los puestos de venta, que convergen a una plaza central con una nueva pérgola. Ello permite el encuentro de la gente, mirar la actividad comercial a su alrededor y apreciar el edificio, acogiendo escalas arquitectónicas diferentes: lo monumental y lo íntimo.

Anillo Perimetral Exterior

Se contempla recuperarlo estructuralmente y crear una manera más eficiente de aprovechar el espacio interior de los recintos, optimizando lo existente y aprovechando la reposición, con una subdivisión más racional, dándole mayor importancia a las esquinas.

Además se propone la creación altillos abalconados, que no ensucien la fachada como los existentes, permitiendo reconocer en el acceso de los locales la altura original de la construcción, integrando así los usos actuales respetuosamente.

Se pretende normalizar la señalética acorde a la fachada, manteniendo su imagen original, unificándola, y devolviéndole una correcta lectura visual al eliminar aleros y toldos. La función de éstos será reemplazada con árboles.

ABORDAJE DE LA CONDICIÓN PATRIMONIAL

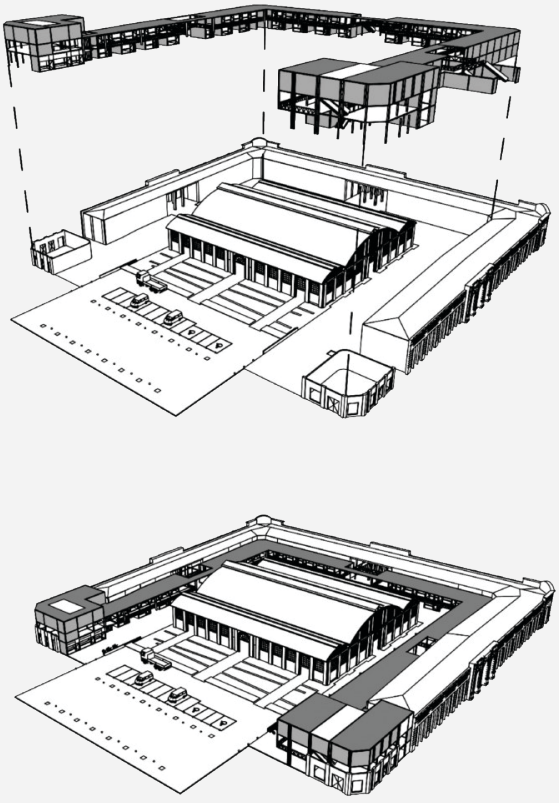
Según (Basuto, 2010) (Tri arquitectura, 2009)

Las acciones propuestas, descritas anteriormente, se plantean como un proyecto de “puesta en valor”. Buscan resaltar las características del inmueble y permitir su óptimo aprovechamiento sin desvirtuar su naturaleza.

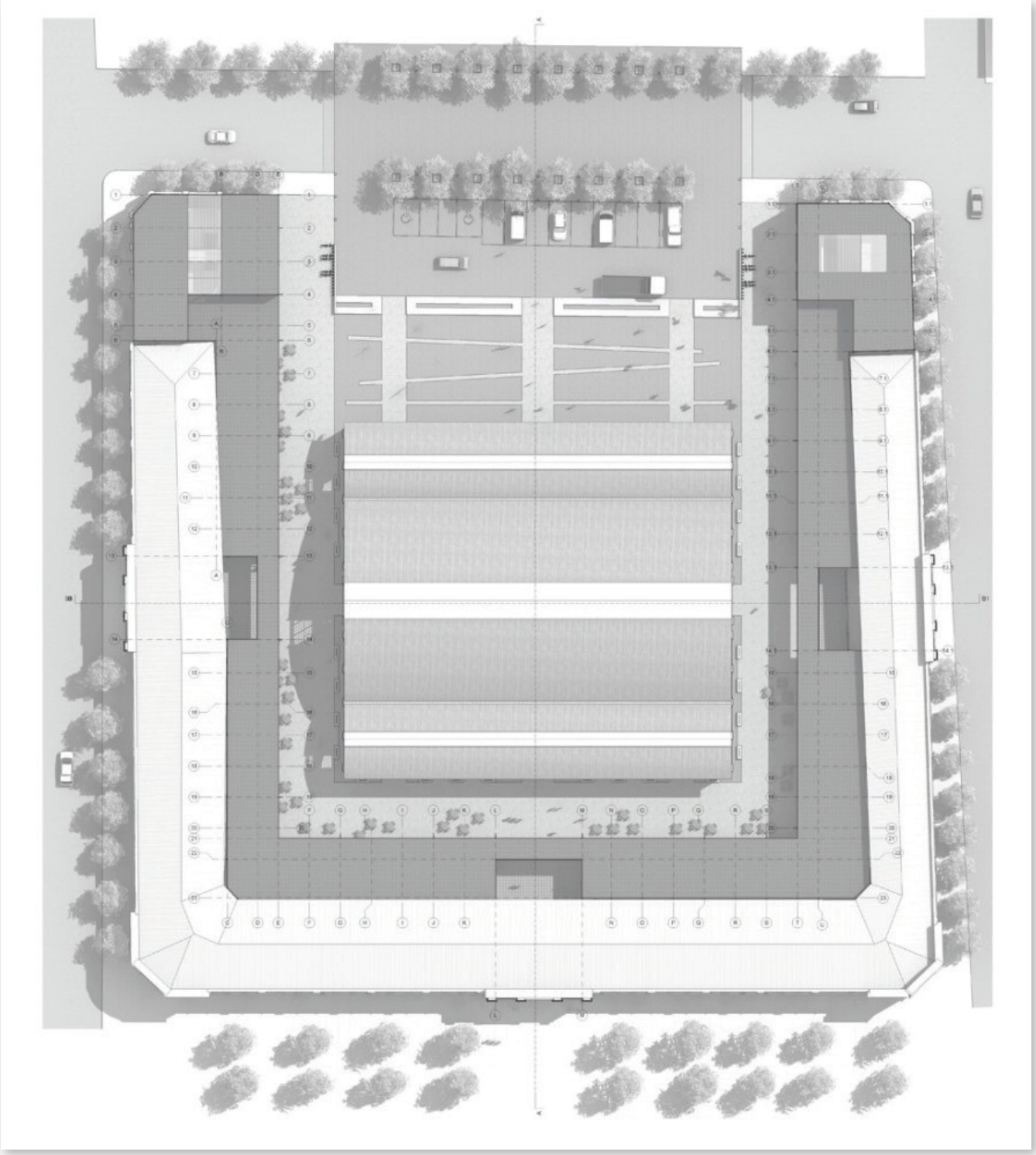
En el Anillo Interior en relación al edificio patrimonial se busca: compatibilidad con los materiales originales, que la intervención sea reversible, se diferencie de lo original y que se integre de manera armónica y respetuosa.

En el muro exterior del Núcleo Central se busca respetar lo original pero devolviendo a como estaba al momento de creación de la obra, es decir la restitución de su integridad física y estética.

Lo mismo se busca en el Anillo Perimetral Exterior, junto a lo que antes se mencionaba: la recuperación de los portales originales y la Conservación de baldosas y rejas.



Perspectiva explicativa de la nueva construcción. En blanco se observa el edificio existente y en gris el anillo interior que se plantear construir para cumplir con los requerimientos espaciales



Planta de Conjunto de la propuesta.



Esquina exterior. Se aprecia el primer nivel existente y un segundo piso planteado en la propuesta que busca tener un carácter diferenciado del lo antiguo, sin generar un fuerte contraste



Interior del núcleo central. Espacio destinado a la venta de productos agrícolas tradicionales.

CONSTRUCCIÓN Y GESTIÓN DEL PROYECTO

Según (Pare, 2012) (Peldoza, 2010) (Emol, 2014)

El proyecto inició con la solicitud de los inquilinos a la Municipalidad de Talca de reparar el inmueble tras un incendio en el 2000 que consumió la nave central del edificio y varios locales comerciales de su interior.

Dicha institución en respuesta a esto, en el 2002, invirtió dinero en reconstruir la estructura central del Mercado, sin embargo los fondos no alcanzaron para encargarse de la calle interior y el edificio perimetral, quedando éstos a la espera de nuevos proyectos y financiamientos.

Siete años después se intentó culminar la reparación a través de un concurso arquitectónico patrocinado por el Colegio de Arquitectos de Chile, financiado por un crédito del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y organizado por el Ministerio de Obras Publicas de dicho país. El concurso llevaba por título: "Concurso de Anteproyectos de Arquitectura. Restauración Y Reposición del Mercado Central De Talca" y se enmarcaba dentro del programa de "Puesta en Valor del Patrimonio".

La propuesta ganadora fue de TRI Arquitectura, quien comenzó a desarrollar planos constructivos inmediatamente. La propuesta aceptada por locatarios, munícipes y vecinos no tuvo mayor inconveniente hasta que el terremoto del 27 de febrero de 2010 sacudió a Chile.

Este acontecimiento provocó graves daños al edificio que imposibilitaron la continuidad de su uso. Los inquilinos tuvieron que instalarse informalmente con sus propios medios sobre la zona de parqueos existente para poder seguir trabajando; mientras que la propuesta de TRI quedó en suspenso, debido a que los daños ahora son más graves a los contemplados en el presupuesto original.

A poco más de 4 meses del terremoto el alcalde de Talca, decidió utilizar fondos privados para la reconstrucción del mercado, excluyendo los entregados a través del Programa de Puesta en Valor. Es decir, le entregó la reconstrucción del Monumento de la ciudad al posible interés que presentaran las empresas privadas.

Para diciembre se anunció el interés de un grupo privado en la reconstrucción del Mercado, a través de un mega-proyecto que, según lo expuesto, involucraría la instalación de un supermercado, proponiendo un trabajo en conjunto con los locatarios del mercado.

Esto ha generado todo un descontento entre los ciudadanos y arrendatarios que ven en peligro su patrimonio y su sustento económico.

No suficiente, en enero del 2014 se volvió a incendiar el mercado que más bien era un campamento. Para febrero, de los 120 inquilinos afectados, 90 se pudieron volver a instalar en carpas provisionales sobre la vereda norte del Mercado. Actualmente el monumento sigue en una estancada incertidumbre,y no se le ha hecho nada.

OBSERVACIONES Y CRÍTICAS AL PROYECTO

La reconstrucción por parte de los grupos económicos
(Pare, 2012)

Los antiguos locatarios del mercado piden una restauración digna del edificio y que les permita nuevamente asumir las actividades que ejercían tradicionalmente antes del 2010, y denuncian que la alcaldía ayuda a los poderosos a apropiarse de su céntrica locación y convertir este lugar en un Mall.

A los locatarios el municipio los desalojó tras el terremoto y les canceló las patentes. Hoy atienden sus puestos levantados precariamente en la acera norte de la cuadra. Mientras tanto Álvaro Saieh Bendeck, un influyente empresario, presentó al municipio su interés en la financiación de la reconstrucción del Mercado a cambio de su concesión; con una propuesta que involucra la instalación



Calle interna existente entre núcleo central y anillo perimetral exterior.



Estado del Núcleo Central después del terremoto..



Puestos reubicados provisionalmente después del último incendio.

de un supermercado allí junto a los negocios de los locatarios, como en los casos españoles, y la destinación de 600 m2 y un máximo de 90 puestos para el alquiler a los actuales inquilinos.

El alcalde aceptó la propuesta y el empresario echó a andar la propaganda del proyectado centro comercial que reemplazaría el Mercado Central, como siempre, prometiendo “un mejor desarrollo para la ciudad”.

Las cantidades invertidas para estos fines superan las dadas anteriormente y no hay claridad respecto del tiempo para la concesión que se entregaría al grupo Saieh.

Los ciudadanos y principalmente los inquilinos, a través del Sindicato de Locatarios del Mercado y la Corporación Monumento Histórico Mercado Central de Talca, se manifiestan en contra de la acción de la Municipalidad, pues señalan la preocupante condición de que el futuro del patrimonio dependa de una persona de turno, y la formación de un clima de desconfianza en torno a los procesos públicos de participación, como son los concursos de arquitectura, en desmedro del futuro del edificio, la ciudad y sus habitantes, y el beneficio sólo de unos pocos.

Los inquilinos alegan que les ofrecen tomarlos en cuenta a la hora de arrendar los locales del centro comercial, pero que eso no les sirve pues no producen productos de lujo que les permitan pagar los alquileres; la mayoría son artesanos. Además frente a los 340 mil m2 que se anuncian, solo se dispondrán 600 para la población actual de inquilinos, es decir, 90 locales para los más de 200 arrendatarios actuales.

OBSERVACIONES AL PROYECTO Y RELACIÓN CON EL MERCADO MUNICIPAL DE LIMÓN

Puede observarse que este proyecto nace de una necesidad expuesta por la población, sin embargo arquitectónicamente su condición patrimonial es abordaba de una manera diferente a los casos españoles antes expuestos; siendo un proyecto que busca consolidar una gran parte del edificio antiguo y agregando elementos que buscan mejorar sus condiciones pero que no resalten compositivamente por encima de la construcción existente.

En ese sentido resulta un ejemplo de intervención un poco más acertado al contexto limonense, pues en éste es más importante, que en España, el rescate del lenguaje arquitectónico tradicional, pues se encuentran pocos ejemplos antiguos en buenas condiciones y muchos menos contemporáneos, que vayan más allá de un "fachadismo" y respondan a una cuestión funcional bioclimática y de reinterpretación del significado histórico-social de estas formas. Puede este ejemplo detonar ideas compositivas para el diseño para la revitalización del mercado limonenese: como el rescate de los pórticos, y el aporte al espacio urbano circundante.

Del caso de Talca se puede resaltar como una idea útil para el Mercado de Limón, el abrir el edificio a su contexto mediante el uso de una plaza que vincule el edificio con su alrededor, y que además expanda las posibilidades comerciales ocasionales, así como las de encuentro e interacción social, permitiendo apreciar desde la calle el edificio. En Limón esto puede ser conveniente trasformar el carácter introvertido del conjunto que causa tantos problemas espaciales.

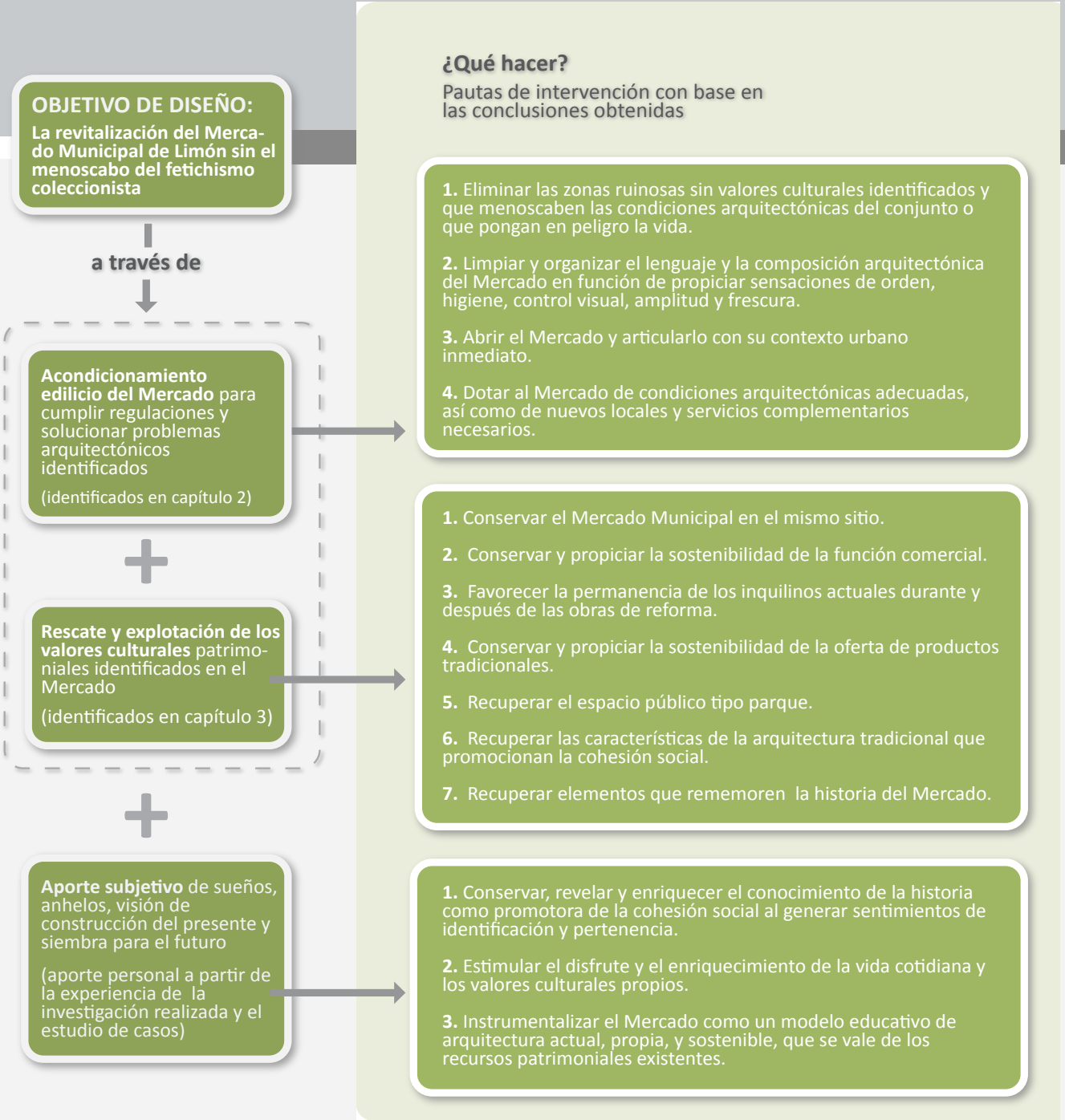
También es rescatable el hecho de que se busca dinamizar el comercio de este establecimiento no sólo con arquitectura, sino con la reincorporación de productos tradicionales. En el Mercado de Limón esto involucraría el aumento de la cantidad de locales destinados a la venta de productos tradicionales, paralelo a la mejora significativa de las condiciones en las que se da la venta de estos productos, para que puedan ser efectivamente competitivos.

Un proyecto arquitectónico que no nació bajo las pretensiones de los de Barcelona al final termina en condiciones parecidas, por las fuertes presiones económicas, atentando, con su modelo de desarrollo, en contra de la preservación del patrimonio intangible que representan los mercados. Así este ejemplo chileno nuevamente recalca la importancia de tener en cuenta a los inquilinos del establecimiento en la nueva propuesta, así como su ubicación y condiciones durante el tiempo que duren las obras y su posterior estadía sostenible. Su presencia es la garantía de la preservación del comercio de proximidad y de productos tradicionales, que es lo que al final le da a los mercados su alma.

2. Conceptualización y Pautas de Diseño

A continuación se presenta el planteamiento conceptual propuesto para abordar la condición patrimonial del Mercado desde la arquitectura en búsqueda de su revitalización.

El gráfico, que se lee de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, expone como se llega al concepto arquitectónico a partir de las bases conceptuales del abordaje patrimonial crítico, los resultados obtenidos en los capítulos anteriores y las pautas de intervención y diseño a las que apuntan estas informaciones.



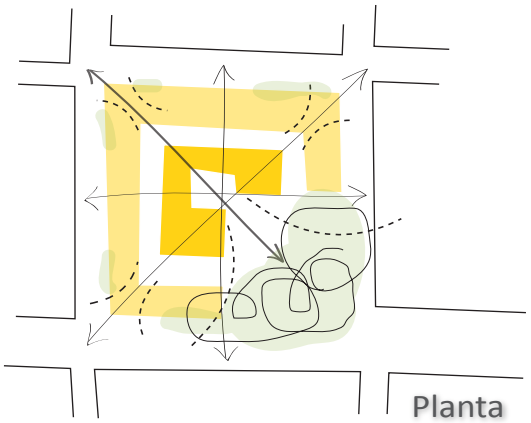
Concepto

EL PÁRKET DE LIMÓN

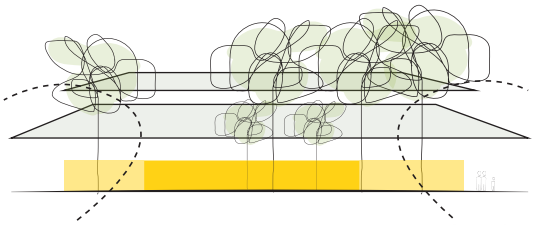
Consolidación de la imágen de Mercado Parque que ha tenido este lugar desde sus inicios y que es señalado como el principal valor espacial aún recordado y añorado, a partir de la apertura al contexto y la integración de los árboles al conjunto.

\+ Mercado /Market/ de Limón

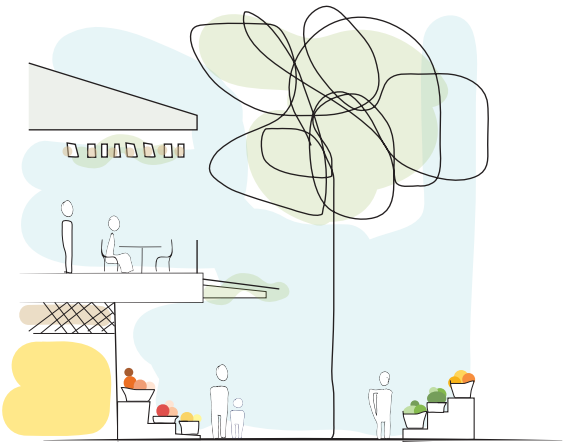
Parque



Planta



Alzado



Corte

¿Cómo puede lograrlo la arquitectura?

Decisiones de diseño con base en las conclusiones obtenidas

· **Demoler el Anillo Maxwell y los locales exteriores.**

· **Recuperar las fachadas y paredes del edificio del 1941.**

· **Constituir el Mercado como una unidad conformada por el edificio de 1941 y una ampliación trabajando en sinergia** para la consecución de las necesidades actuales.

· **Abrir el patio central y conectarlo como parque público al bulevard, así como abrir la visual de todos los costados del Mercado hacia el exterior.**

· **Concentrar el espacio público en un núcleo que permita además del estar al aire libre, la realización de actividades comunales concentradas como ferias o conciertos.**

· **Ampliar mediante núcleos que se puedan construir en etapas** para evitar demoliciones iniciales y el desalojo total y prolongado del Mercado actual.

· **Proponer al menos los locales suficientes para servir a la población actual de inquilinos y aumentar los locales disponibles para productos tradicionales.**

· **Incoporar elementos de la arquitectura tradicional** como: balcones, pasillos y zonas de estar abiertas al exterior con protección de la luz solar directa y la lluvia, abundante vegetación y estrategias bioclimáticas pasivas tradicionales.

· **Conservar o recuperar ejes compositivos y elementos constantes en las distintas épocas del Mercado** como: circulaciones principales, concepto de mercado-parque, elemento central ordenador, vegetación, y vista de un edificio dentro de otro edificio.

· **Proponer una plataforma virtual wi-fi de la historia del Mercado**, que se pueda acceder por smartphone o tablet, que interactúe con el edificio y esté conectada y alimentada por redes sociales como facebook y twitter.

· **Integrar nuevos materiales y tecnologías ecológicas de manera expuesta para provocar inquietud** y discusión sobre el aprovechamiento sostenible de recursos naturales.

3. Programa Arquitectónico

A continuación se presenta el programa arquitectónico del anteproyecto para la revitalización del Mercado Municipal de Limón. Este se basa en el estudio de áreas del Mercado actual para garantizar la inclusión de locales y área suficiente para albergar a los inquilinos existentes; así como en el estudio de las regulaciones nacionales respectivas a edificaciones de este tipo.
El programa se estructura en dos grupos de columnas. Las dos primeras columnas de izquierda a derecha, encabezadas con colores suavizados, corresponden a la distribución de las áreas sustantivas del Mercado actual, como punto de partida. Las restantes columnas, encabezadas en colores fuertes, corresponden al programa planteado para la propuesta que aquí ocupa. Las barras horizontales de colores fuertes indican 6 núcleos de funciones similares, agrupados de esa manera para facilitar la lectura general del conjunto.
Al final se cierra con un resumen de las áreas generales por núcleo, la sumatoria final y seguidamente un cuadro que a manera de resumen compara las áreas del Mercado existente con las del propuesto, así como el porcentaje de lo que se conservará y la obra nueva.

Distribución de Áreas del Mercado Actual		Unidades	RECINTO	Condiciones	N° de Personas		Área	
Cantidad de locales	Área promedio de local (m2)				Admin.	Usua.	Unid. Prom. m^2	Total m^2
			LOCALES COMERCIALES					
			PRODUCTOS ALIMENTICIOS					
14	22	14	**Carnicerías / Pollerías**	1. Ofrecer posibilidad de construir cuarto frío 2. Se debe lograr una descarga rápida de los productos para evitar su contaminación y pérdida de frío. 3.Contar con pisos antideslizantes. 4. Contar con drenajes adecuados en pisos y fregaderos. 5. Locales se deben poder cerrar individualmente. 6. Contar con área de atención al cliente externa con prevista para consumo de productos. 7.Acomodar a conveniencia en sector ventilado y con poco asoleamiento.	28	28	28,66	401,26
4	17	6	**Pescaderías / Marisquerías**		12	12	29,58	177,50
10	8	20	**Verdulerías / Fruterías / Herboristerías**	1. Contar con condiciones adecuadas para la exhibición, almacenaje y preparación y comercialización de productos. 2.Contar con pila o fregadero para lavar utensilios y algunos productos. 3. Ser claramente visibles desde las aceras perimetrales y accesos del edificio para competir con mejores condiciones espaciales, de visibilidad y ubicación que los vendedores de las aceras. 4. Locales deben poder cerrarse individualmente. 5. Ubicarse de preferencia en una zona de poco asolamiento, calor y humedad.	20	20	10,91	218,19
			PRODUCTOS VARIOS					
40	22	40	**Tiendas con servicio al cliente en el interior** (Por ejemplo: ventas de ropa y zapatos, farmacias, macrobióticas, casas de empeño, librerías, salones de belleza, barberías, bazares, talleres de costura o zapatería, etc.)	1. Contar con área de atención a clientes en el interior del local. 3. Contar con prevista de agua potable y desagüe de aguas grises. 4.Contar con amplias superficies de exhibición que se vean desde las circulaciones generales. 5. Contar con espacio de almacenamiento. 6. Locales deben poder cerrarse individualmente. 7. Algunos se pueden ubicar en lugares que no tenga vista a la calle, pero sí circulación constante de gente (ventas de ropa) y otros en lugares de fácil acceso y visibles desde el exterior (casas de empeños, salones de belleza)	60	60	23,83	953,06
23	12	24	**Tiendas con servicio al cliente en el exterior** (Por ejemplo: Pulperías, Pasamanerías, perfumerías, artículos personales, pañaleras, artículos de hogar, juguetes, librerías, artesanías, relojerías, joyerías, cerrajerías, etc.)	1.Exterior de local debe pemitir la cómoda atención de clientes sin entorpecer la circulación general. 2.Contar con amplias superficies de exhibición que se vean desde el pasillo general. 3. Locales deben permitir la instalación de urnas para la exhibición de productos. 4. Contar con espacio de almacenamiento. 5. Locales deben poder cerrarse individualmente. 6.Algunos se pueden ubicar en lugares que no tengan vista a la calle, pero sí circulación constante de gente (pasamanerías, pañaleras, artesanías), otros en lugares cercanos a accesos y venta de productos comestibles básicos igualmente con circulación constante de gente (artículos personales, relojerías,pulperías)	36	36	13,89	333,41

Continúa

Continúa

8	6	8	**Puestos de lotería / Bazares**	1. Contar con atención al cliente en el exterior. 2.Locales deben permitir la instalación de urnas y vitrinas para la exhibición de productos de bazar y loterías. 3. Debe existir un fácil control visual del conjunto de estos locales por motivos de seguridad. 4. Contar con espacio de almacenamiento no visible al público para posible colocación de caja fuerte. 5. Locales deben cerrarse individualmente. 6.Ubicar los locales cercanos al costado norte por las aceras perimetrales.	1	1	10,79	86,32
			ALIMENTOS PREPARADOS					
27	25	27	**Expendios de alimentos preparados** (sodas, restaurantes, cafeterías, refresquerías, heladerías, panaderías, reposterías)	1.Contar con espacios para la preparación y almacenamiento de alimentos. 2.Contar con espacio para el cosumo de alimentos 3. Cocina de los locales debe permitir el contacto visual y auditivo de los inquilinos con los usuarios. 4. Locales deben permitir la instalación de urnas para la exhibición de alimentos preparados. 5. Locales deben ofrecer la posibilidad de fusionarse para crear recintos de mayor capacidad. 6.Se ubican en zonas de regular y gran circulación peatonal,de preferencia con vista y contacto a espacios públicos abiertos y en sombra.	82	70	30,39	820,42
		1	**Balcón Comedor General / Área de mesas**	1. Área de mesas al servicio de todos los los locales de venta de comidas de consumo en sitio. 2. Con vista hacia y desde la plaza y pasillos internos. 3. Abierto al exterior y en sombra, al estilo de los corredores de las casas tradicionales limonenses.	3	316		1034,00
			SERVICIOS SANITARIOS					
-	-	2	**S.S. Hombres**	1.Cerca de accesos principales para servir a actividades de la plaza y espacios públicos. 2. Una batería por piso	-	-	36,4	72,8
-	-	5	Lavatorios					
-	-	3	Minguitorios					
-	-	3	Inodoros					
		1	S.S. Reto físico	1.Con dimensiones y accesorios para uso de silla de ruedas. 2. Con espacio para cambio de pañales				
-	-	2	**S.S. Mujeres**	1.Cerca de accesos principales para servir a actividades de la plaza y espacios públicos	-	-	36,4	72,8
-	-	5	Lavatorios					
-	-	6	Inodoros					
		1	S.S. Reto físico	1.Con dimensiones y accesorios para uso de silla de ruedas. 2. Con espacio para cambio de pañales				
-	-	1	**Lockers para alquiler**	1.En área común, con control visual para evitar hurtos.	1		14,3	14,3
-	-	1	**Espacio de administrador**	1. Contar con espacio para sentarse, almacenaje y caja	1		6,0	6,0
				Subtotal				**4190,1**
				Circulaciones				**2088,1**
		Σ		**Subtotal Locales Comerciales**	**244**	**543**	**Σ**	**6278,2**

			ESPACIOS FERIALES					
-	-	3	En vestíbulos de acceso	1. Espacio cubierto donde se puedan instalar mesas para ventas ocasionales.	-	-	67,64	202,91
-	-	1	En Patio Central	1. Espacio cubierto donde se puedan instalar mesas para ventas permanentes tipo feria.	-	-	423,59	423,59
-	-	1	Bajo pérgolas de plaza	1. Espacio donde se puedan instalar locales para ventas de temporada o ferias, con cubierta removible.	-	-	299,04	299,04
		Σ		**Subtotal Espacio Feriales**	**33**	**71**	**Σ**	**925,54**

			ADMINISTRACIÓN					
-	-	1	**Oficina administración**	1Núcleo cercano a acceso. 2. Zona de acceso restringido	1	2	28,0	28,0
-	-	1	**Oficina asociación de inquilinos**		1	2	28,0	28,0
-	-	1	**Sala de Juntas**		-	10	55,0	55,0
-	-	1	**Espacio secretaría**		1		32,0	32,0
-	-	1	**Espacio de espera**			-		
-	-	1	**S.S. Hombres / Mujeres /reto físico**		-	-	8,0	8,0
-	-	1	**Cocineta**	1. Comunicada con sala de juntas	-		13,0	13,0
-	-	1	**Cuarto de Voz y Datos**		-	-	3,5	3,5
-	-	1	**Archivo y bodega de suministros**		-	-	3,5	3,5
								171,0
				Circulaciones				**19,0**
		Σ		**Subtotal Administración**	**3**	**14**	**Σ**	**190,0**

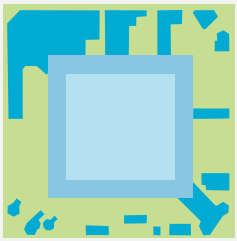
			ESPACIO PÚBLICO						
-	-	1	**Plaza-Parque**			-	-	1277,8	1277,6
-	-	1	**Paseos peatonales exteriores**			-	-	1341,2	1341,2
-	-	1	**Conexión bulevard**			-	-	265,0	265,0
		Σ			**Subtotal Administración**	**0**	**0**	**Σ**	**2883,8**
			FUNCIONES SUPLEMENTARIAS						
			SERVICIOS SANITARIOS INQUILINOS						
-	-	1	**S.S. Hombres**			-	-		
-	-	3	Lavatorios						
-	-	2	Minguitorios					25,3	25,3
-	-	1	Inodoros						
-	-	1	Cuarto de ducha	1.Con espacio de vestidor					
-	-	1	**S.S. Mujeres**			-	-		
-	-	3	Lavatorios						
-	-	3	Inodoros					25,3	25,3
-	-	1	Cuarto de ducha	1.Con espacio de vestidor					
			SERVICIOS SUPLEMENTARIOS						
-	-	1	**Oficina de seguridad**	1. Con salida al exterior. 2. Con parqueo para moto o bicicleta de visitas policiales.		2	-	14,5	14,5
-	-	1	Servicio sanitario			-	-	4,0	4,0
-	-	1	**Taller de mantenimiento**	1. Cercano azona de carga y descarga		1	-	74,0	74,0
-	-	1	Bodega general			-	-	10,0	10,0
-	-	1	Servicio sanitario			-	-	4,0	4,0
-	-	1	**Cuarto de separación de residuos**	1. Con contenedores para basura previamente clasificada		-	-	74,0	474,0
-	-	1	**Depósito temporal de basura**	2. Contar con pileta y desagües en piso 3. Cercano a zona donde carga de basura del camión municipal		-	-	10,0	10,0
-	-	1	**Cuarto Eléctrico principal (acometida/ transformadores/ tablero principal / tablero secundario/ medidor general / planta eléctrica emergencia)**	Con ventilación natural para escape de humos de planta eléctrica de emergencia y calor excesivo.		-	-	27,0	27,0
-	-	1	**Cuarto de bombas / sistema hidroneumático**			-	-	27,0	27,0
-	-	1	**Patio de maniobras / carga y descarga**	1. En zona de menor importancia comercial, menor congestión vehicular y al lado de la calle. 2. Bahía de estacionamiento que no entorpezca el paso por la calle. 3. Desviar a petaones para que prefieran pasar por dentro del Mercado y no por el perímetro o acera de enfrente.		-	-	292,0	292,0
-	-	1	**Bodega de utilería**	1. Espacio para almacenaje bajo llave de utensilios de limpieza, de jardinería y mobiliario.		-		27,0	27,0
-	-	4	**Cuartos de Limpieza**	1.Con armario de almacenaje de suministros 2.Con doble pileta para lavar trapos y traperos. 3. Con espacio o sistema para el secado de trapos.		-	-	6,0	24,0
		Σ			**Subtotal Funciones Suplementarios**	**3**	**-**	**Σ**	**1038,1**
			ESTACIONAMIENTOS						
-	-	20	**Estacionamiento bicicletas**	en paseos peatonales perimetrales		-	-	0,0	0,0
-	-	3	**Estacionamiento discapacitados**			-	-	18,7	56,0
-	-	5	**Parada de taxis**			-	-	18,7	93,5
-	-	5	**Estacionamiento temporal de camiones carga / descarga**			-	-	33,5	167,5
		Σ			**Subtotal cuantificable Estacionamientos**	**0**	**0**	**Σ**	**317,0**

		Núcleos	N° de Personas		Área	
			Ad	Us	U	Total
					m^2	m^2
	Σ	Subtotal Locales Comerciales	244	543	Σ	6278,2
	Σ	Subtotal Espacios Feriales	33	71	Σ	925,54
	Σ	**Subtotal Administración**	**3**	**14**	**Σ**	**190,0**
	Σ	**Subtotal Funciones Suplementarias**	**3**	**-**	**Σ**	**1038,1**
	Σ	**Subtotal Espacio público**	**-**	**-**	**Σ**	**2883,8**
	Σ	**Subtotal Estacionamientos**	**-**	**-**	**Σ**	**317,0**
	Σ		283	628	**Σ**	11632,6

COMPARACIÓN DE ÁREAS EXISTENTES VRS. PROPUESTAS

40% |Edificio 1941 | 22% | Anillo Maxwell | 38% | Locales exteriores | Áreas exteriores

Área MERCADO EXISTENTE	TOTAL	8100 (m^2)	100 %
126 locales comerciales **0** zonas feriales **3706** m^2 alquilables netos **0** m^2 espacio público	**Área edificada**	**4471**	**55 %**
	Área exterior	**3629**	**45 %**



Área edificada a modificar	4471 (m^2)	100 %
Demolición de locales externos	**1689**	
Demolición del Anillo Maxwell	**1005**	**70 %**
Demolición de 1/4 del edificio 1941	**445**	
Restauración de 3/4 del edificio de 1941	**1333**	**30 %**

Edificio 1941 | Locales exteriores | Áreas exteriores

Área MERCADO REVITALIZADO	TOTAL	11.633 (m^2)	100 %
139 locales comerciales **5** zonas feriales **7204** m^2 alquilables netos **2884** m^2 espacio público neto	**Área edificada**	**8254**	**71 %**
	Locales comerciales	6278	
	Zonas Feriales	926	
	Administración	190	
	Funciones suplementarias a cubierto	860	
	Área exterior	**3379**	**29 %**
	Espacio público	2884	
	Estacionamientos	317	
	Funciones suplementarias al descubierto	178	



Área según tipo de intervención	8254 (m^2)	100 %
Restauración	**1333**	**16 %**
Construcción nueva	**6921**	**84%**

4. Presupuesto Estimado

Seguidamente se expone el presupuesto global aproximado de la revitalización propuesta. Para este estimado se consideró un sistema constructivo de marcos rígidos de acero con entrepisos de metal deck y una cubierta de total spam TS18. Se tomaron en cuenta porcentajes de sobrecosto y valores por metro cuadrado consultados a una constructora privada que maneja proyectos de ese tipo, del orden de: Edificar, Volio y Trejos, Eliseo Vargas, Bilco o RAE. La fuente no se revela por la confidencialidad de la información.

Al final se presenta una estimación muy básica de la renta que podría generar el Mercado tomando en cuenta estimados de ingresos que se consiguieron del Mercado. No se se incluyen los gastos de administración y mantenimiento pues no se tuvo acceso a la información.

Con todo esto, a pesar de lo grueso de los datos existentes se puede entrever que un proyecto de este tipo podría ser lo suficientemente rentable para afrontar un préstamo o un fideicomiso que financie su construcción.

PRESUPUESTO

Tipo (Arquitectónico y estructural)	%	Valor Unitario (m^2)	Área (m^2)	TOTAL
Restauración y adecuación del Edificio 1941 (m^2) / incluye demoliciones		**$700**		
Sobrecosto por trabajos en edificación patrimonial	**20%**	**$140**		
Sobrecosto por zonaje	**25%**	**$175**		
Sobrecosto por ser proyecto de gobierno	**20%**	**$140**		
Sobrecosto por trabajos en horarios extra-ordinarios	**5%**	**$35**		
Costo unitario total		**$1,190**	**x 1.333**	**= $1.583.270**
Construcción de Anillo Párket / incluye demoliciones		**$600**		
Sobrecosto por protección a edificaciones existentes	**10%**	**$60**		
Sobrecosto por zonaje	**25%**	**$150**		
Sobrecosto por ser proyecto de gobierno	**20%**	**$120**		
Sobrecosto por trabajos en horarios extra-ordinarios	**5%**	**$30**		
Costo unitario total		**$960**	**x 6.921**	**= $6.643.968**

Tipo (Cubierta)	%	Valor Unitario (m^2)	Área (m^2)	TOTAL
Construcción de estructura y cubierta general (m^2)		$180		
Sobrecosto por zonaje	25%	$45		
Sobrecosto por ser proyecto de gobierno	20%	$36		
Sobrecosto por trabajos en horarios extra-ordinarios	5%	$9		
Costo unitario total		$270	x 8.254 =	$2.228.526

Tipo (Eléctrico y Mecánico)	%	Valor Unitario (m^2)	Global	TOTAL
Readecuación y construcción de todo el conjunto	35%	$3.660.567	1	
Costo unitario total				$3.660.567

Tipo (Áreas exteriores)	%	Valor Unitario (m^2)	Área (m^2)	TOTAL
Readecuación y construcción de áreas exteriores		$150		
Costo unitario total		$150	x 3.378 =	$506.825

Costo estimado total	**$14.626.156**
Costo estimado (m^2)	**$1.257**

ESTIMACIÓN DE RENTA

Renta actual estimada				
Según municipalidad	₡3.460	3.760	₡12.824.186	$23.531
Según inquilinos	₡5.000	3.760	₡18.532.050	$34.004
	Valor promedio m^2	**m^2 alquilables**	**ingresos mensuales (₡)**	**($)** 545
Renta proyectada	₡3.460	7.204	₡24.925.840	$45.735
Sin considerar aumento de plus-valía ni actividades conexas que puedan generar más ingresos	₡5.000	7.204	₡36.020.000	$66.092

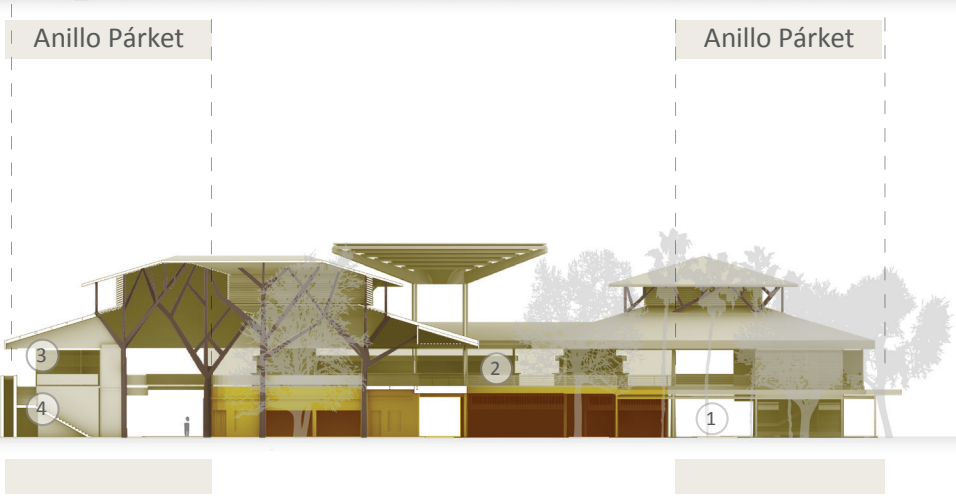
5. Anteproyecto Arquitectónico

5.1. CONCEPCIÓN GENERAL

El proyecto consiste en el rescate del edificio 1941, la construcción de un nuevo anillo perimetral en sustitución y complemento de la carga funcional del Anillo Maxwell y los locales perimetrales, la construcción de una plaza de comidas sobre el edificio antiguo, la apertura general del conjunto y la concentración del espacio público principalmente en una plaza-parque que articula el edificio con el bulevard peatonal de Avenida 2.

El nuevo anillo, denominado Anillo Párket, pretende tejerse con el edificio 1941 de manera que se note que son construcciones de distintas épocas trabajando en sinergia como un sólo elemento, al compartir ejes compositivos y permanecer bajo una misma cubierta. De la misma forma, pretende tejerse con la plaza-parque al constituirse como una arcada arborescente, cerrando un nuevo y reinterpretado anillo vegetal, a la usanza de los mercados antecesores.





Sección A

Sección B

Contexto
Construcción nueva
Edificio 1941
Arcadas Arborescentes
1 Plaza-Parque
2 Plaza de Comidas
3 Anillo Párket 2 nivel
4 Anillo Párket 1 nivel

Sistema de Cubiertas

Pretende dar sentido de unidad, y reinterptar las cubiertas anteriores.

Arcada Arborescente

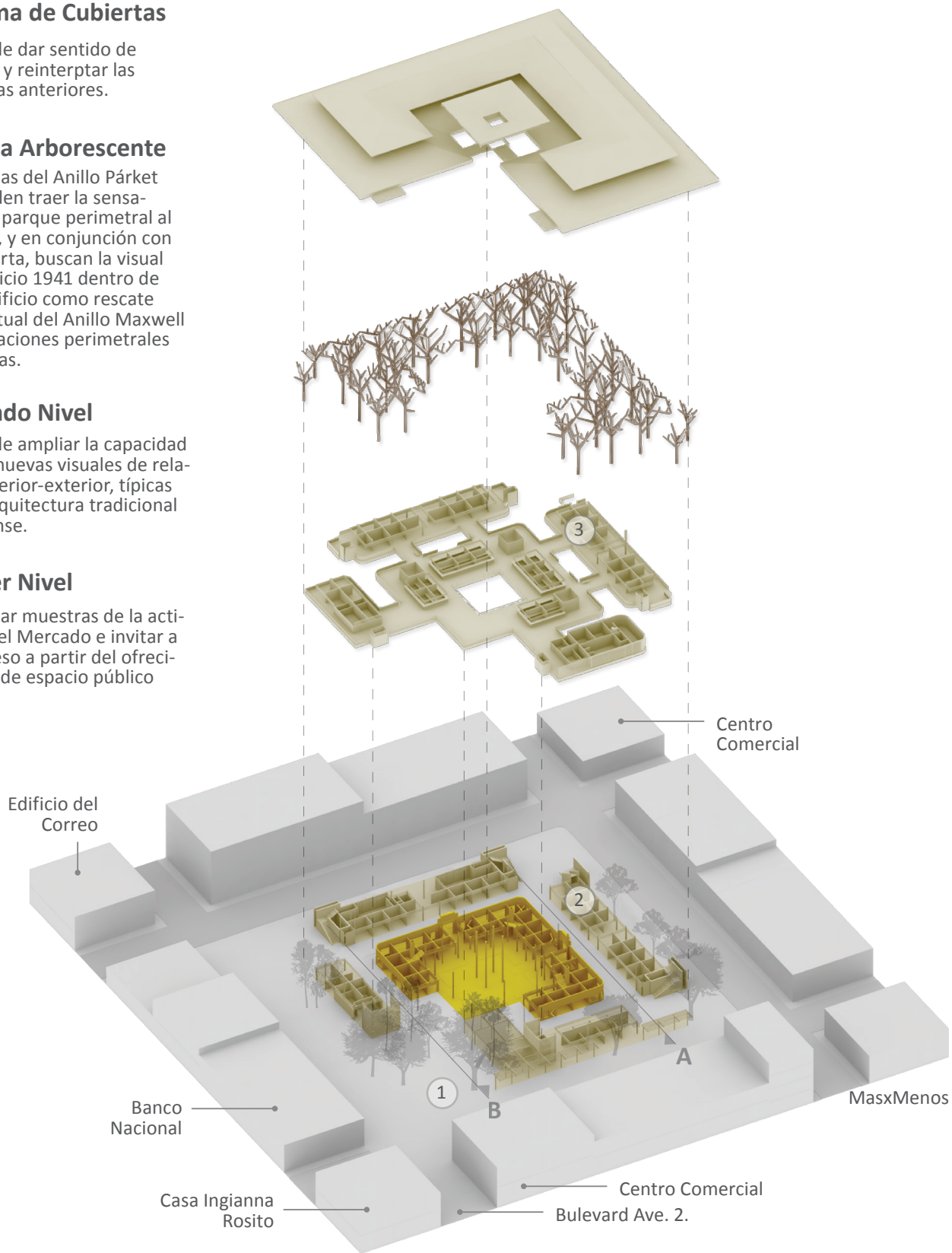
Columnas del Anillo Párket pretenden traer la sensación de parque perimetral al interior, y en conjunción con la cubierta, buscan la visual del edificio 1941 dentro de otro edificio como rescate conceptual del Anillo Maxwell y ampliaciones perimetrales históricas.

Segundo Nivel

Pretende ampliar la capacidad y abrir nuevas visuales de relación interior-exterior, típicas de la arquitectura tradicional limonense.

Primer Nivel

Busca dar muestras de la actividad del Mercado e invitar a su ingreso a partir del ofrecimiento de espacio público

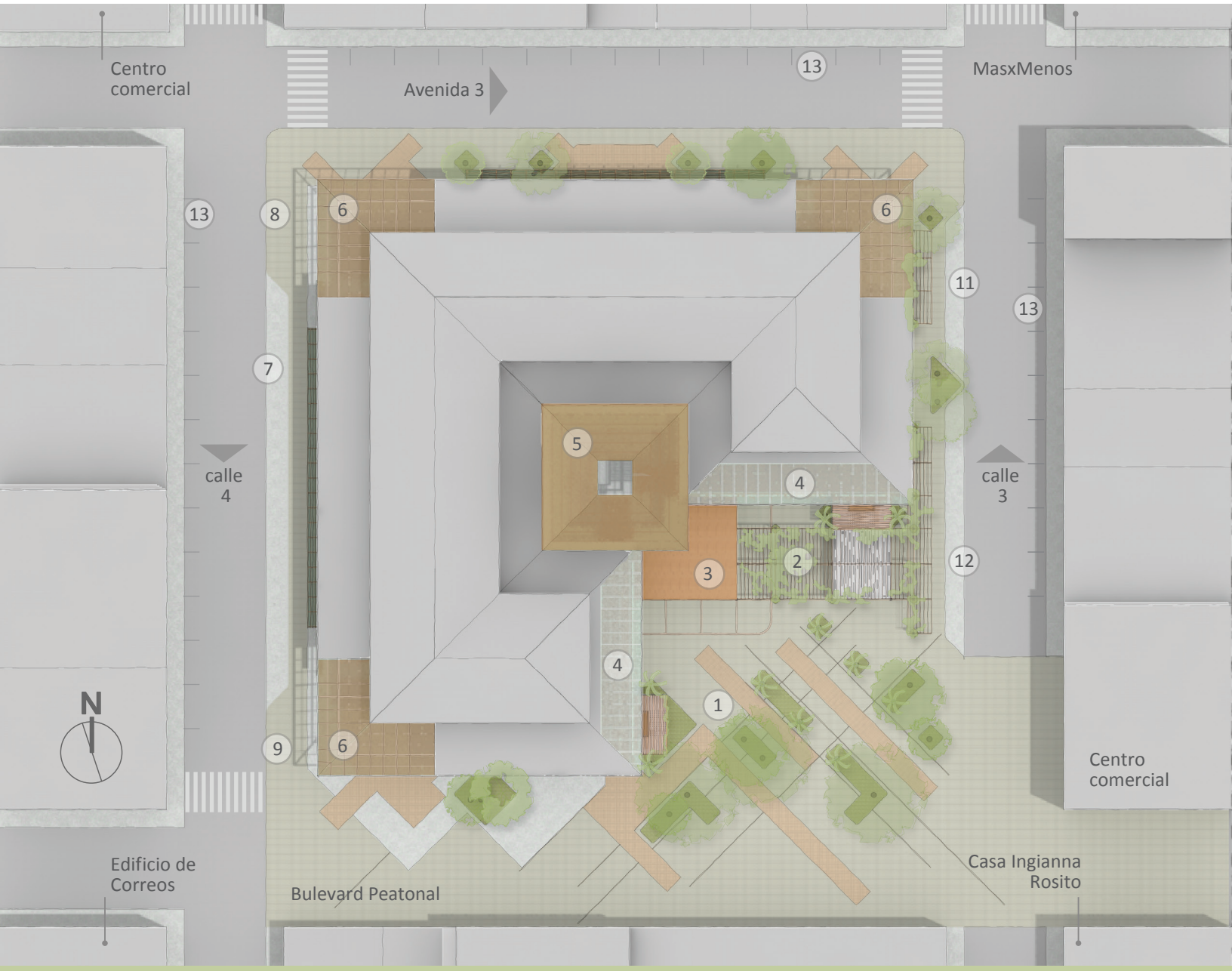


5. Anteproyecto Arquitectónico

5.2. CONJUNTO Y RELACIÓN CON EL CONTEXTO

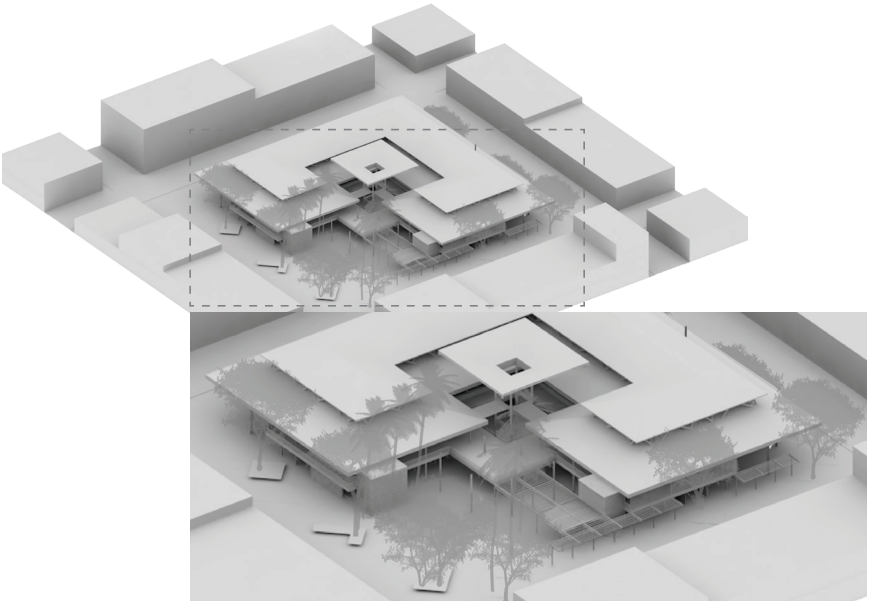
El proyecto busca conectarse a su contexto valiéndose de la apertura de visuales hacia todos los costados mediante balcones y principalmente en las esquinas históricas de acceso con vestíbulos abiertos a doble altura, además busca invertir el carácter introvertido y cerrado del conjunto actual al abrir una plaza-parque al sureste, que conecte el edificio con el bulevard peatonal, salvaguarde la vegetación existente, enfatice el eje histórico de circulación Se-No y recupere el espacio público hasta ahora perdido.

La plaza-parque pretende concentrar el espacio público para aprovecharlo como tal garantizando su salvaguarda al evitar que se invada con crecimientos perimetrales como ya ha sucedido o el latente perjuicio de la conversión de estos espacios en parqueos públicos, pseudo arbolados en el mejor de los casos.Por demás, la continuidad del bulevard hacia el este permite ampliar la plaza sobre la calle 3 sin causar mayor afectación sobre la red vial existente, más que el cambio de textura en el alto vehicular que acusa el paso de peatones y el cierre del cruce vehicular entre calle 3 y avenida 2 en ocasiones especiales.



Perspectiva Aérea Sureste

Conexión principal del Mercado al bulevard mediante plaza-parque



1. Plaza-Parque
2. Zona Ferial de Temporada
3. Terraza a descubierto
4. Terrazas cubiertas
5. Patio Central
6. Vestíbulos de acceso principal
7. Zona de Carga y Descarga
8. Estacionamiento motos
9. Estacionamiento bicicletas
11. Estacionamientos Reto Físico
12. Parada de Taxis
13. Estacionamientos municipales con boleta

Perspectiva Noreste

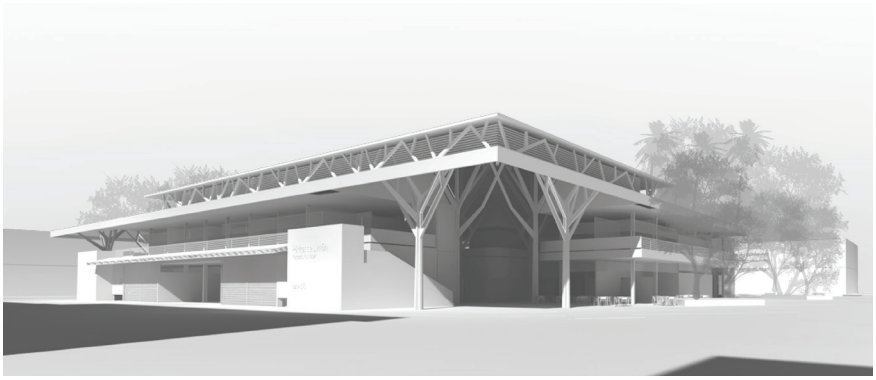
Desde esquina del Masxmenos



Se aprecia la integración de la vegetación existente al vestíbulo de acceso para la conformación de un espacio semipúblico a cubierto que claramente puede puede competir en cuanto a calidad espacial con los comercios a su alrededor.

Perspectiva Suroeste

Desde esquina del Edificio de Correos



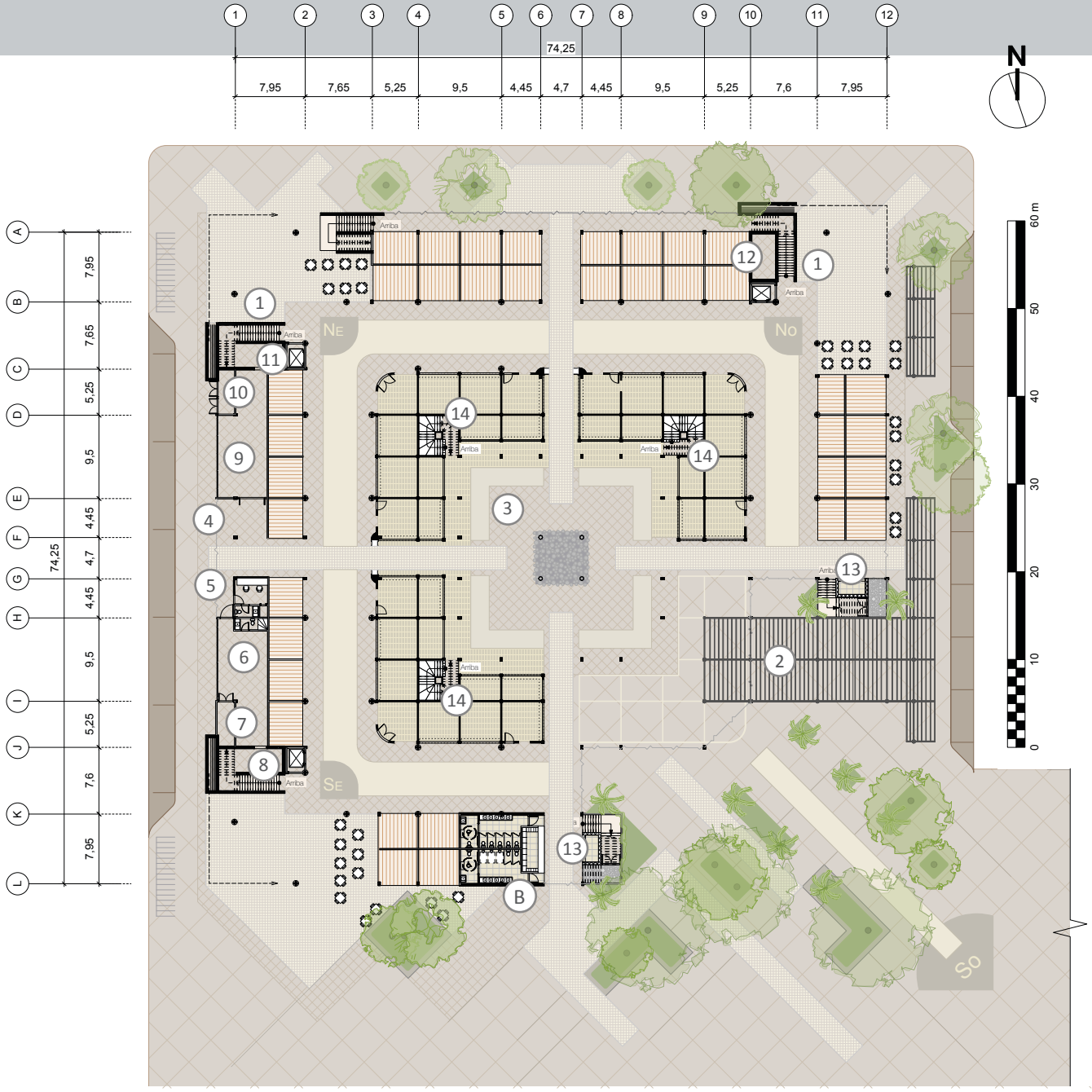
Se aprecian pasillos abalconados en los costados y el vestíbulo de acceso a doble altura en la esquina, que permite la visual desde y hacia el Edificio de Correos, actualmente bloqueda.

5. Anteproyecto Arquitectónico

5.3.1 DISTRIBUCIÓN ARQUITECTÓNICA | PRIMER NIVEL N.P.T. 00+0 m | ESPACIO CUBIERTO

A continuación se expone la distribución arquitectónica del primer nivel de la propuesta a través de una planta general con indicaciones numéricas y de colores que hacen referencia a los espacios que constituyen el proyecto.

La simbología se encuentra agrupada según los núcleos del programa arquitectónico antes expuesto por mayor facilidad de lectura. Paralelamente se van explicando las intenciones puestas en cada lugar acompañadas de ejemplos gráficos de sitios que pueden ilustrar lo que se busca plasmar en dichos espacios.



Locales Comerciales 1 nivel

Fungen la función sustantiva comercial de este establecimiento, a la vez que buscan el rescate del concepto de Mercado presente a lo largo de toda la historia del inmueble.

Locales Comerciales Edificio 1941

Pretender reutilizar la estructura antigua con la misma función histórica, pero actualizando las instalaciones electromecánicas y restaurando las fachadas.

Huella de antiguo Anillo Maxwell

Se propone una textura de piso diferente en la huella del antiguo anillo, como testigo de su existencia. Espacio puede destinarse además para la ocupación comercial por parte de los inquilinos con mesas o sillas.

Locales Comerciales Anillo Párket

Aumentan la capacidad comercial del establecimiento, reinterpretando el concepto del antiguo Anillo Maxwell como edificio envolvente.

B Servicios sanitarios y lockers de alquiler



Mercado Covent Garden en Francia, ventas en pasillos y relación visual entre niveles.

Espacios Feriales

Pretenden ampliar la capacidad de venta del Mercado, especialmente en épocas especiales como navidad o temporada de cruceros, así como rescatar el carácter de venta temporal característico de etapas anteriores del Mercado.

1 Zona ferial temporal EN VESTÍBULOS

Realizada en mesones de ventas como los puestos originarios de las constantes ampliaciones.

2 Zona ferial temporal BAJO PÉRGOLAS

Realizada bajo las pérgolas a las cuales se les despliega una cubierta textil que permite la conformación de locales temporales.

3 Zona ferial permanente PATIO CENTRAL

Realizada en mesones de ventas al estilo del Mercado metálico de 1911, que se pueden ver desde los balcones del patio de comidas

Huella de antiguos mesones de ventas del Patio Central en la II Etapa histórica.

Patio recolector de agua llovida



Mercado de frutas en Cabo Verde, vista de mesones desde un segundo nivel.

Funciones Suplementarias

Suplementan las funciones sustantivas del Mercado, se ubican principalmente en sector oeste por ser la zona con menor flujo peatonal y vehicular, y donde es más útil construir primero.

4 Patio de maniobras

Espacio para manejo de cajas de mercadería durante la carga o la descarga.

5 Oficina de Seguridad

6 Taller de mantenimiento

7 Bodega de utilería

8 Cuarto de bombas

9 Cuarto de separación de residuos

Espacio para recepción de residuos separados y su preparación para envío a reciclaje. Con área suficiente para extender su servicio a parte de la comunidad.

10 Depósito temporal de basura

11 Cuarto eléctrico principal (Acometida/ transformadores / tablero principal y secundario

12 Bodega general

13 Cuartos de limpieza

14 Cuartos eléctricos secundarios bajo escaleras (tableros secundarios y terciarios / medidores locales)

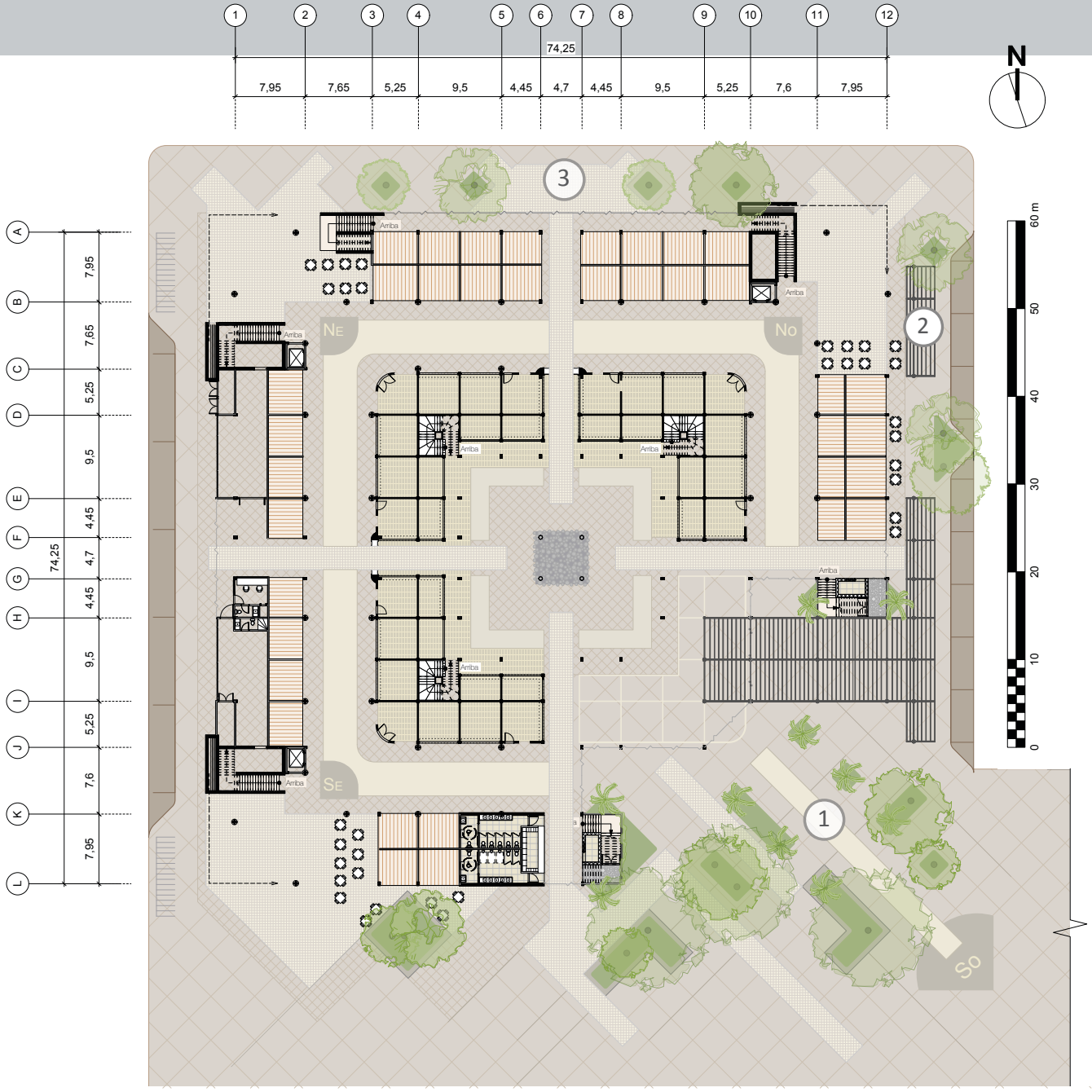
5. Anteproyecto Arquitectónico

5.3.2 DISTRIBUCIÓN ARQUITECTÓNICA | PRIMER NIVEL N.P.T. 00+0 m | ESPACIO PÚBLICO

Generalidades

- Espacio público general
- Mercado cubierto general
- Circuladores interior-exterior
- Cortina arrollable de malla metálica
- Portón desplegable
- Señalética en pisos con puntos cardinales

Para ubicación general en el conjunto y rescate de la centralidad que representa el Mercado dentro del tejido urbano del Centro de Limón.



Plaza-Parque y Conexión al bulevard (1)

Funge la función sustantiva recreativa y de punto de encuentro.
Busca recuperar y concentrar el espacio público de calidad que en otros tiempos ofreció el Mercado, vincular el conjunto a su contexto inmediato, y ofrecer un lugar para actividades comunitarias a descubierto.

Huella de parte demolida de Edificio 1941
Se propone una textura de piso diferente como testigo de la existencia de esta parte del edificio.

Vegetación / Rescate de vegetación existente y espacios de estar

Se plantea respetar los árboles existentes, construir bancas a modo de maceteras con vista al paso de peatones, y con los ejes a 45 grados, enfatizar el eje histórico de ingreso Se-No.



Zona de bancas del Mercado actual. Espacio apreciado por la gente y en riesgo de desaparecer.

Paseo peatonal Este (2)

Pretende dar frescura a un paso que se caracteriza por ser además zona de estar temporal de los choferes de taxi y usuarios que esperan el servicio.

Estacionamientos
Se plantean estacionamientos para carga y descarga, motos y biciletas al oeste; y para taxis y vehículos de personas con reto físico al este. Se plantea el rescate del uso de transporte público para llegar al sitio como una forma tradicional de moverse, de promover la salud y el contacto social, promover la disminución de emisiones contaminantes, evitar el desalojo del Mercado para la construcción de sótanos, y principalmente para ganar espacio para el disfrute de las personas.



Paso pergolado, protección del sol con vegetación en acera de estar temporal.

Paseo Peatonal Norte (3)

Locales abiertos al exterior pretenden abrir el Mercado al exterior e integrarse directamente al espacio público como forma llamativa de promocionar el acceso al interior y reinterpretar el comercio al aire libre característico de las zonas tropicales.



Mercado de San Miguel en Madrid, uso cortina de malla metálica propuesta pretende ofecer vista al interior del Mercado aún cuando esté cerrado.



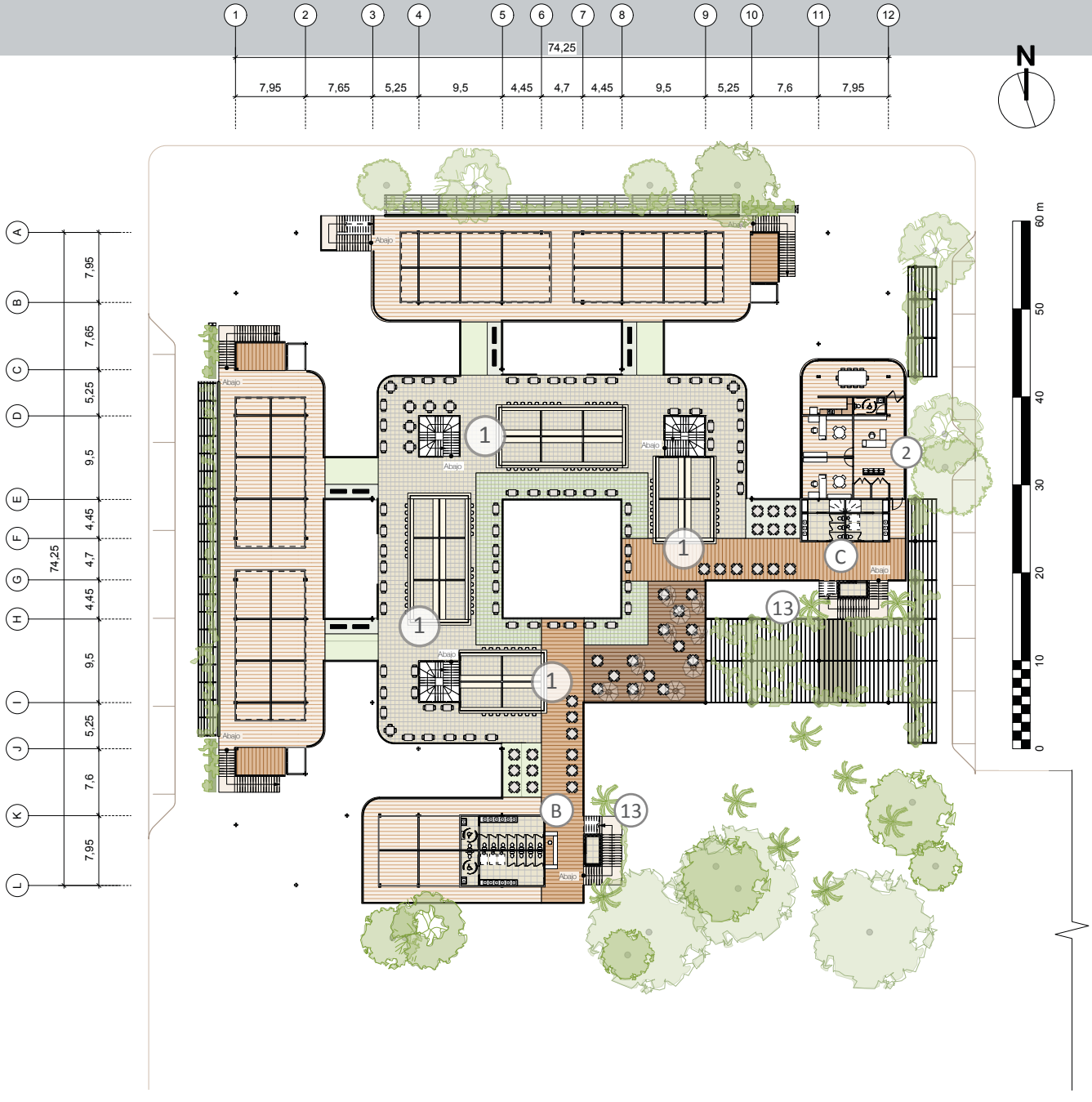
Mercado de San Antonio en Texas, uso de galerías en conjunto con espacio público para el comercio y la recreación.

5. Anteproyecto Arquitectónico

5.3.3 DISTRIBUCIÓN ARQUITECTÓNICA | SEGUNDO NIVEL N.P.T. 00+ 4,7 m

A continuación se expone la distribución arquitectónica del segundo nivel de la propuesta de igual manera que se hizo con la planta del primer nivel.

Nuevamente la simbología se encuentra agrupada según los núcleos del programa arquitectónico antes expuesto por mayor facilidad de lectura. Paralelamente se van explicando las intenciones puestas en cada lugar acompañadas de ejemplos gráficos de sitios que pueden ilustrar lo que se busca plasmar en dichos espacios.



Locales Comerciales 2 nivel

Locales Comerciales Anillo Párket

Se organizan dejando pasillos abalconados con vista al exterior y vista al pasillo que conecta con el Edificio 1941 como rescate de los balcones y espacios sociales con vista al exterior propios de la arquitectura tradicional limonense.

1 Expendios de alimentos preparados

Espacios para la ubicación de las cocinas y servicio en barra. Se pretende que el consumo se dé afuera de los locales, en las bancas o mesas del balcón comedor general.

Balcón comedor general

Espacio para el consumo de alimentos o para el estar de los usuarios. Pretende ser una interpretación de los espacios comunes con vista al exterior tipo balcón, propios de la arquitectura tradicional limonense.

Balcones Mirador plaza / vestíbulos

Plaza: Espacios suplementario del balcón comedor general. Tiene vista directa a la plaza y una cubiersta transparente con cielo de pérgolas vegetadas. Relación con el exterior pretende invitar a subir a quienes observen desde abajo y a visitar la plaza-parque a quienes estén arriba. Igualmente pretende rescatar la relación con la vegetación propia del caribe.
Vestíbulos: Balcones ubicados accesos principales pretenden ser miradores hacia el espacio público y hacia los edificios vecinos, como el Edificio de Correos

Terraza de comidas

Espacio suplementario del balcón comedor general. Tiene vista directa a la plaza, y pretende ofrecer la experiencia de comer en el parque. Puede ser utilizado también como tarima para conciertos o actividades con público en la plaza-parque .

Balcones de entrepiso de bloques de vidrio

Espacio suplementario del balcón comedor general. Acabado de piso pretende dejar paso de luz natural al perímetro del patio central en el 1 nivel.

Puentes de piso de vidrio esmerilado

Acabo de piso pretende dejar paso de luz natural y separar el volumen del Anillo Párket del edificio de 1941. Su aplitud permite que tengan bancas y funcionen como miradores del acontecer de los pasillo en ambos niveles.

B Servicios sanitarios de alquiler

C Servicios sanitarios de inquilinos

13 Cuartos de limpieza

Administración 2

Sala de juntas

Cocineta

S.S. Hombres / Mujeres / Reto físico

Oficina de administración

Oficina de Asociación de inquilinos

Espacio secretaría

Cuarto de voz y datos

Archivo y bodega de suministros

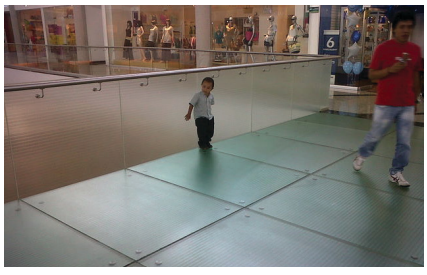


Edificio comercial tradicional en Limón, balcones abiertos al exterior sobre galería en primer nivel.



Terraza en hotel caribeño, ejemplo de zona de mesas con vista al paisaje caribe con tamizaje de la luz cenital, como en balcones propuestos.





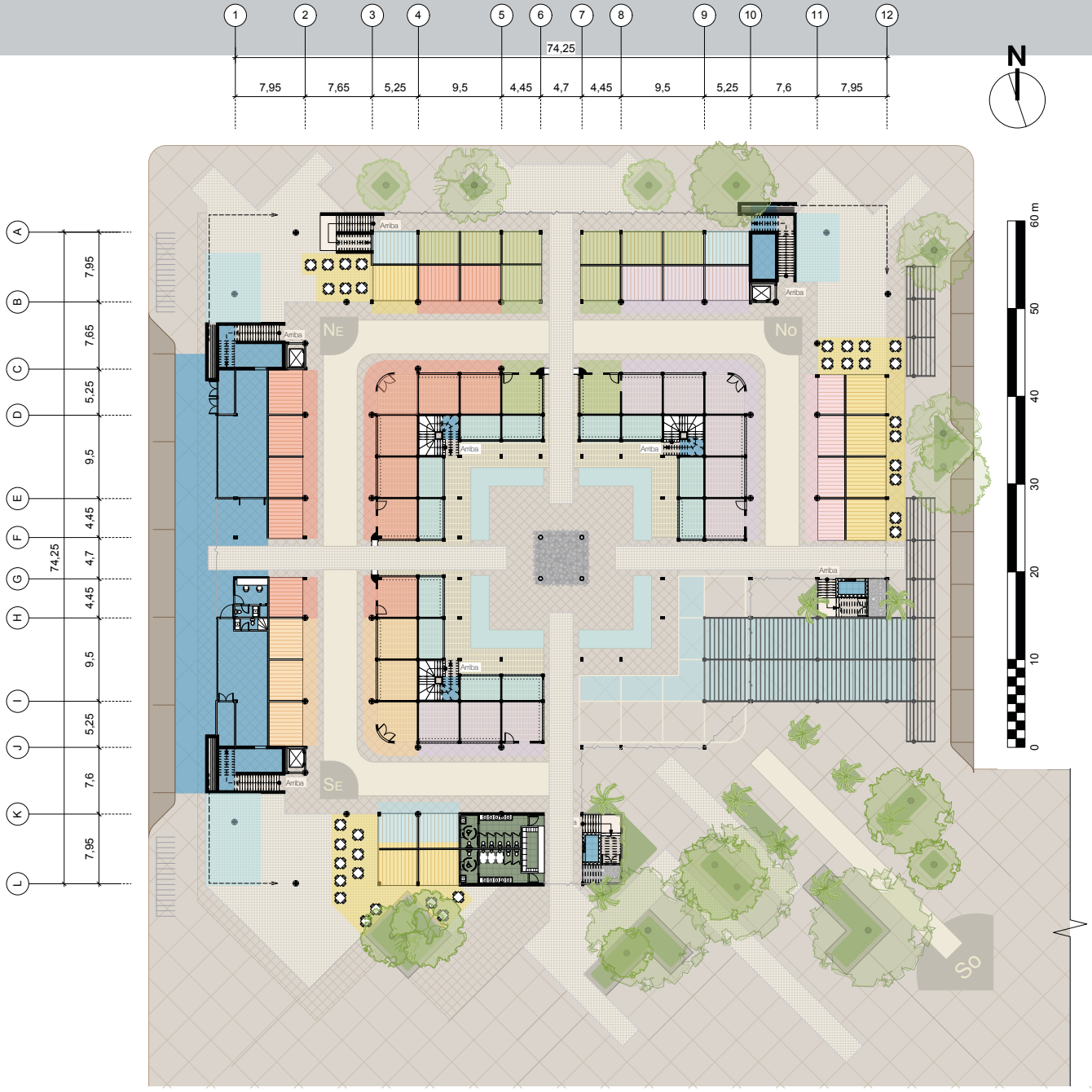
Arriba: entrepiso de bloques de vidrio, como el propuesto. Abajo: entrepiso de vidrio esmerilado, como el de los puentes propuestos.

5. Anteproyecto Arquitectónico

5.4.1 ZONIFICACIÓN | PRIMER NIVEL N.P.T. 00+0 m

A continuación se expone la zonificación general de la propuesta a través de plantas generales señaladas con colores que indican los distintos usos asignados. Paralelamente a la simbología de colores se van explicando los usos de los espacios, ilustrados con plantas, fachadas generales, y fotografías que ejemplifican las intencionalidades buscadas.

Cabe señalar que los dibujos no están a escala y las unidades se presentan en metros. Por otra parte estas plantas y fachadas generales no pretenden más que representar los aspectos que se busca reproducir en los los locales, sin embargo serán finalmente los inquilinos quienes terminen de adaptar cada local a sus necesecidades específicas y a las características peculiares de cada recinto según su ubicación en el conjunto.

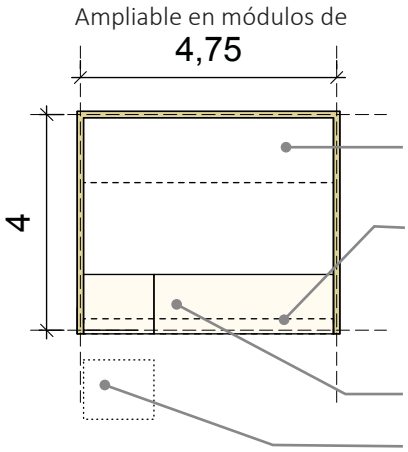


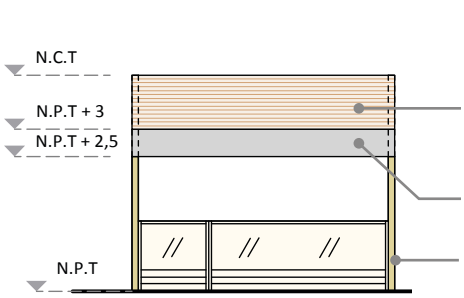
Carnicerías / Pollerías

Pescaderías / Marisquerías

Locales pretenden dar servicio al los clientes en el pasillo y utilizar le espacio interno para la preparación y almacenamiento de productos. Se plantea una prevista de espacio para colocar congeladores o cuarto frío según sea el equipo del que dispongan o necesiten los inquilinos. La fotografía presenta una idea de la intencionalidad buscada en el espacio en estos recintos .



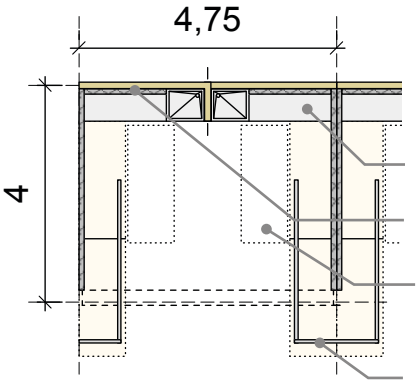


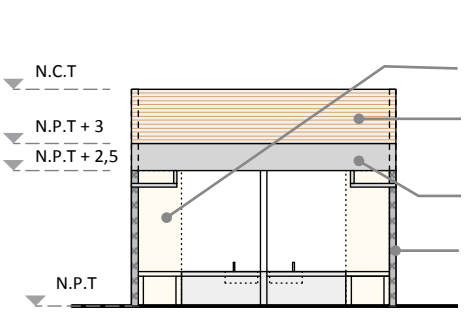


Verdulerías / Fruterías / Herboristerías

Se busca dar el servicio en los pasillos donde el local consiste en el sitio de almacenamiento y muestra de los productos. Productos se pueden exhibir en mesas o apilados como se ilustra en la fotografía de abajo, pero idealmente de manera densa, con el objetivo de que la vistosidad de los colores y texturas se muestren a la calle o pasillo cercano.







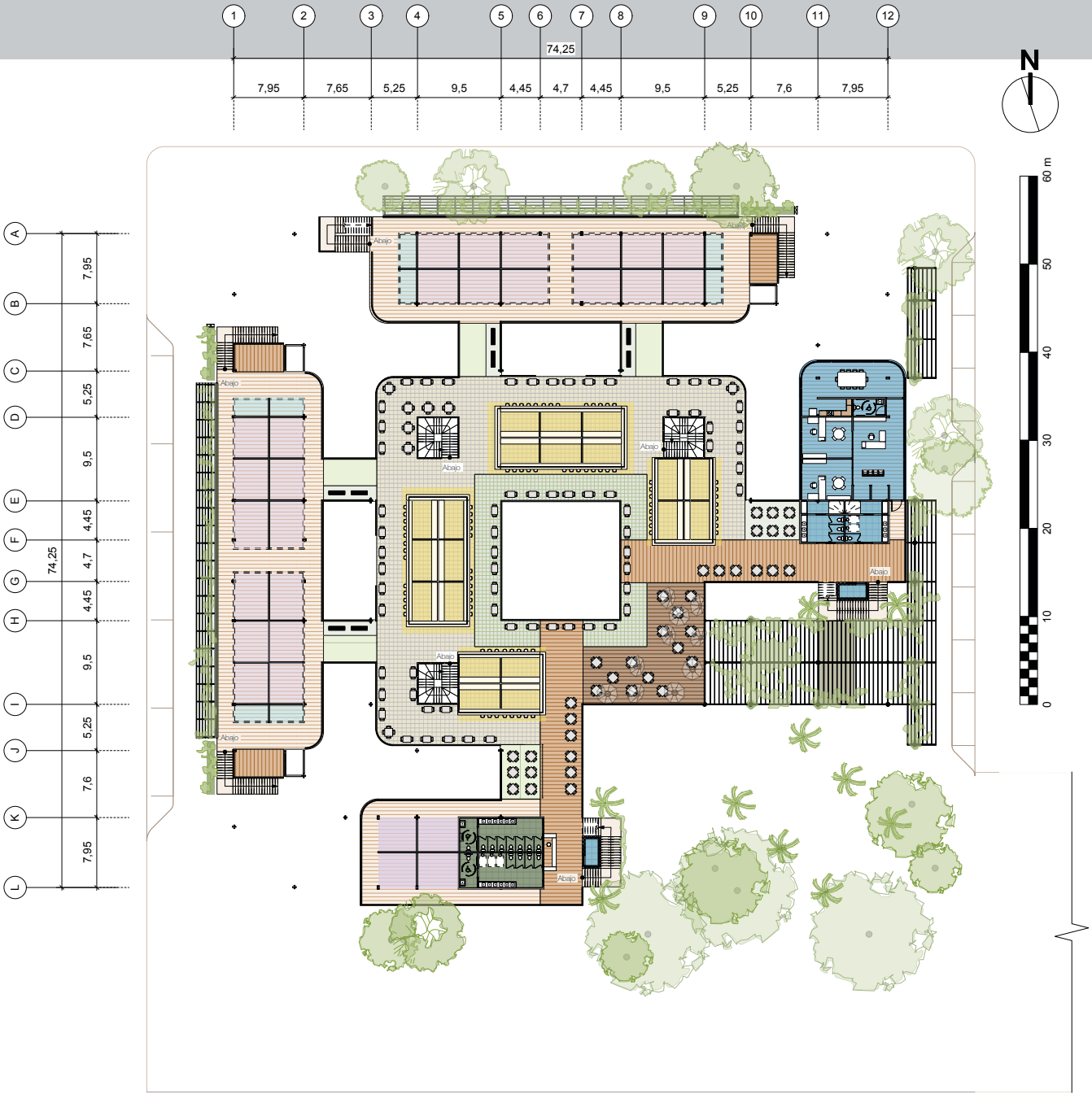
5. Anteproyecto Arquitectónico

5.4.2 ZONIFICACIÓN | SEGUNDO NIVEL N.P.T. 00+4,7 m

Servicios sanitarios de alquiler

Administrativo y funciones suplementarias

Los servicios públicos del Mercado están provistos con un espacio para su administración con el fin de generar ingresos y garantizar su mantenimiento.

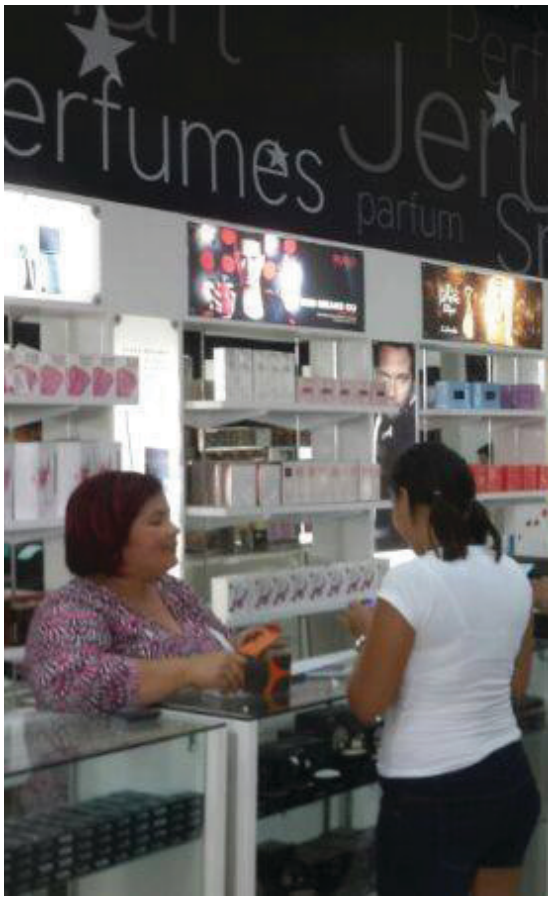


Puestos de Lotería / Bazares

Tienen la particularidad de ser pequeños por el tipo de mercadería que venden y el tipo de atención que brindan. Cuentan con prevista para la construcción de una bodega o un cuarto de seguridad para el resguardo de valores.

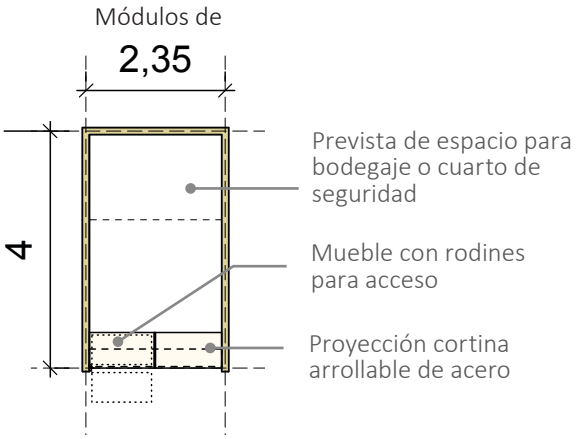
Tiendas con servicio al cliente en el exterior

Tiene el mismo concepto que los puestos de lotería pero se ajustan en planta a las dimensiones de los locales disponibles, con exepción de los puestos de ventas en zonas feriales, los cuales serán mesas de ventas.

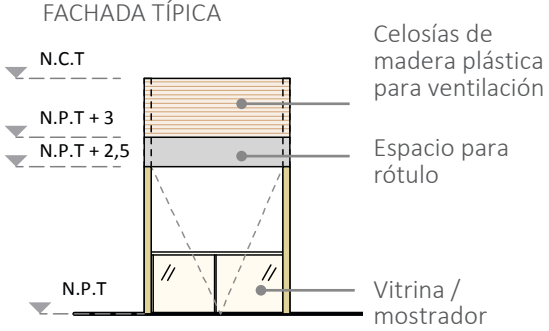


Para los locales con servicio al exterior se plantea el uso de vitrinas-mostrador y aprovechamiento de paredes para exhibición.

PLANTA TÍPICA



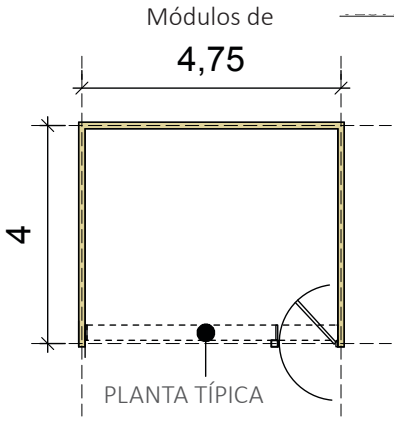
FACHADA TÍPICA

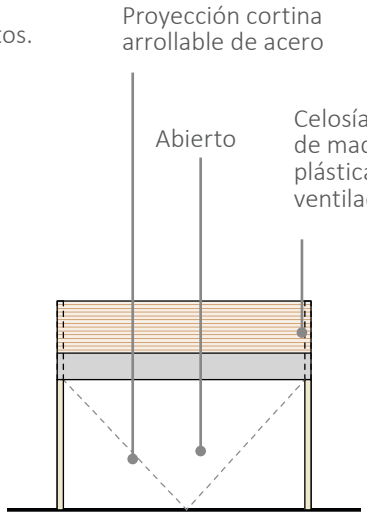




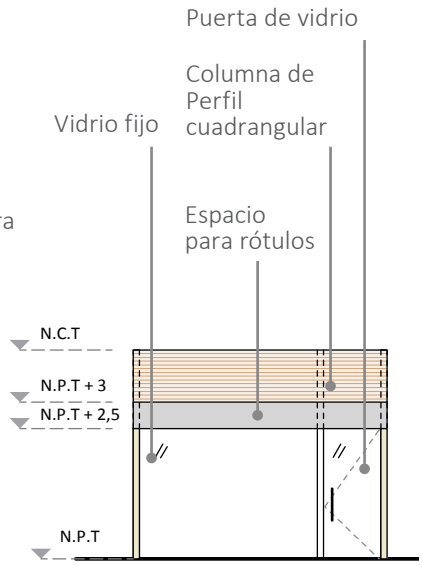
Tiendas con servicio al cliente en el interior

Son los locales de mayor área. Se puede optar por fachada abierta o cerrada, dando prioridad a construir locales abiertos a menos que el uso necesariamente requiera de cerramientos. Fotografía de ejemplo en página anterior.





FACHADAS TÍPICA ABIERTA



FACHADAS TÍPICA CERRADA

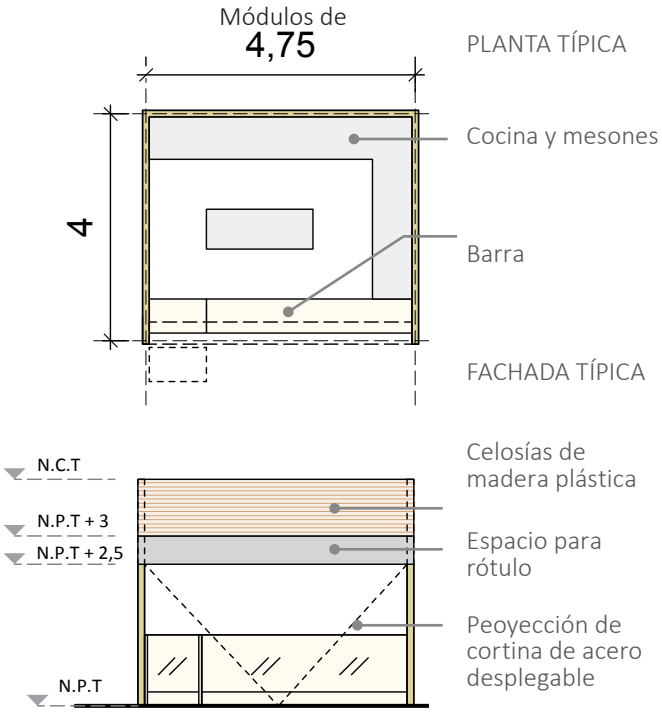


Ejemplo de mesas de expendios de alimentos preparados del 1 nivel. Se pretende que la atención se de principalmente en espacios abiertos con vista al exterior y que integren vegetación.

Expendios de alimentos preparados / 1 nivel

Los locales serán primordialmente para servicio, sin embargo pueden incluir zonas de mesas si fuera necesario. Se ubican en zonas visibles para funcionar como comercio ancla. Foto muestra idea de barra con vitrinas, pueden también tener bancas.

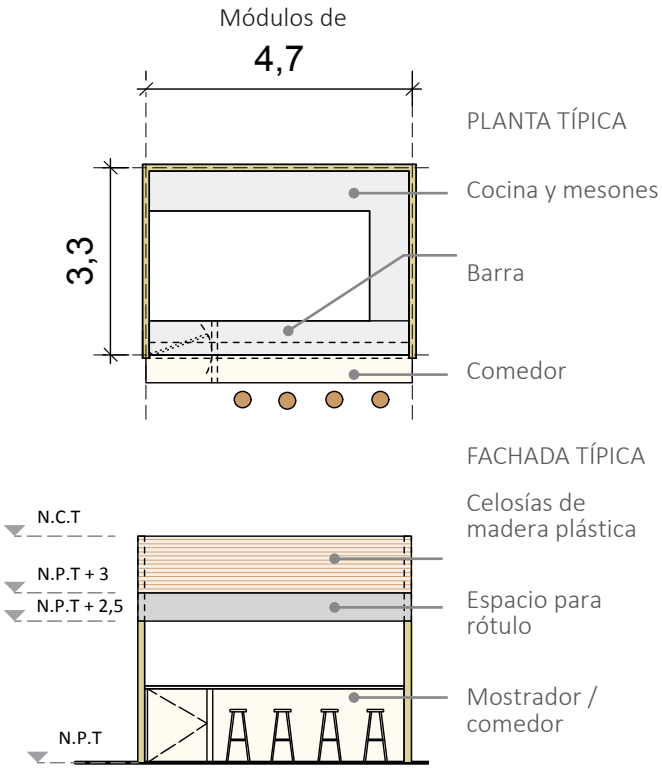




Expendios de alimentos preparados / 2 nivel



Los locales serán primordialmente para servicio, pero cuentan con zona de barra abierta a la zona de mesas general. La idea es el consumo de proximidad, es decir larelación directa entre cocineros y consumidores.



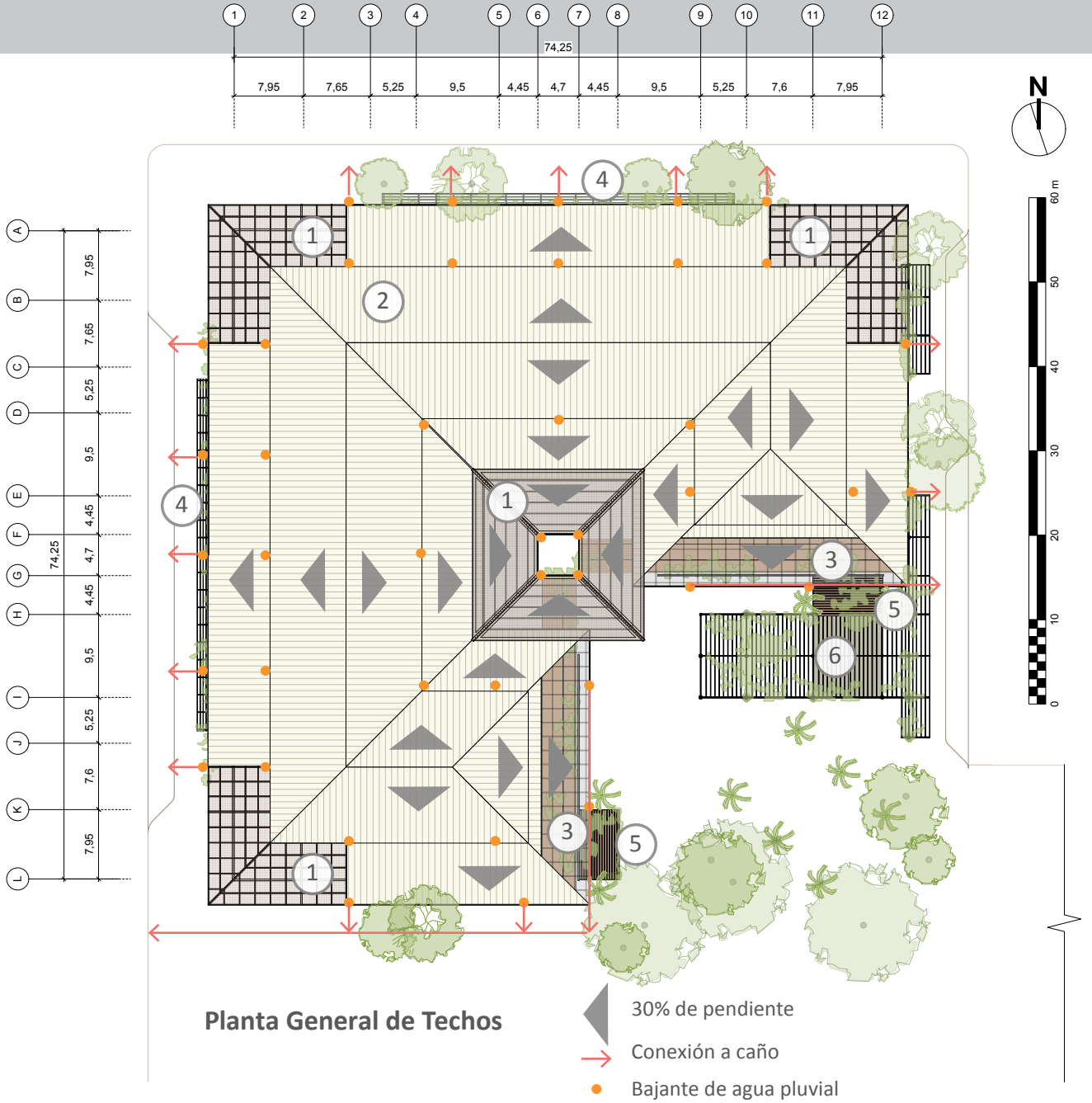
5. Anteproyecto Arquitectónico

5.5. PLANTA DE TECHOS

A continuación se exponen las cubiertas del proyecto por medio de dos plantas: una completa y una sin el monitor, lo que permite observar el vacío sobre el pasillo general que une el Anillo Párket con el edificio 1941.

El proyecto se compone de una gran cubierta general con un monitor en su cresta, 4 sectores de cubiertas de vidrio fotoltáico: los 3 vestíbulos y la cubierta del patio central; dos sectores con techo de vidrio y cielo de pérgolas; y una zona de cubierta textil optativa en la plaza.

El monitor buscar brindar iluminación natural cenital indirecta, ventilación y el recate de la tipología de las cubiertas de la arquitectura tradicional limonense. Las cubiertas de vidrio fotovoltáico prentenden tamizar la luz, cubrir de la lluvia y mostrar a los usuarios las celdas solares, mientras que las de vidrio con pérgolas petrenden cubrir de la lluvia, y tamizar la luz con vegetación para dar sensación de frescura.



Planta General de Techos

1 Cubierta de vidrio fotovoltáico

2 Cubierta aislante de Total Spam TS18

Material pretende ayudar al confort térmico al aislar el calor por radiación, y conservar el lenguaje de cubierta metálica propio de los mercado anteriores.

3 Cubierta de vidrio temperado color humo

Por debajo lleva pérgola de madera plástica y vgetación colgante.

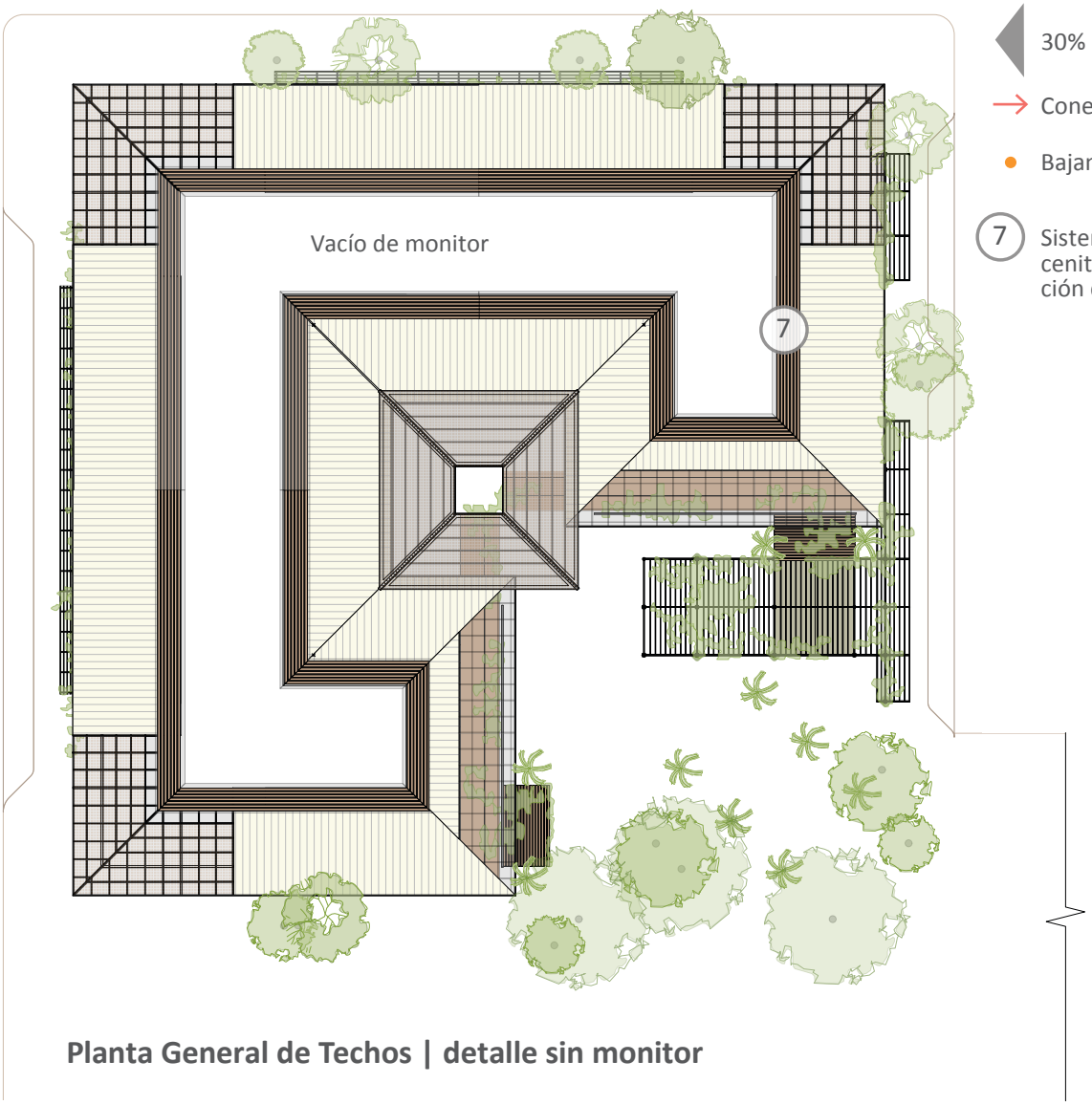
4 Aleros de vidrio con pergolado de madera encima para primer nivel

5 Pérgolas de madera

6 Cubiertas textiles desplegables



Pretenden ser cubiertas que se puedan desplegar o plegar a conveniencia de las actividades que se realicen en la plaza. Ejemplo de sistema con cubierta textil extendida.



30% de pendiente

Conexión a caño

Bajante de agua pluvial

7 Sistema de iluminación cenital natural y ventilación de cielos

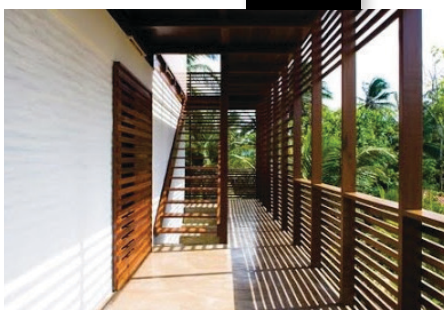
Planta General de Techos | detalle sin monitor

5. Anteproyecto Arquitectónico

5.6. SECCIONES

A continuación se exponen dos secciones del conjunto general de la propuesta arquitectónica con el fin de ilustrar la espacialidad buscada y las intenciones particulares en el uso de los materiales propuestos.

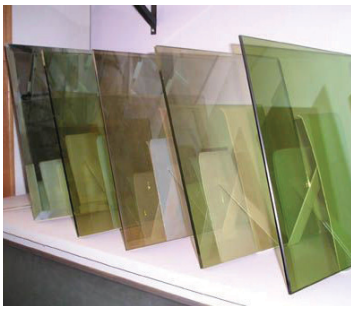
Para el caso se utilizan las letras A, B y C como manera de cruzar las intenciones, representadas gráfica y textualemnte, con los cortes presentados. La letra A indica en general la integración de la vegetación en las vistas, la B señala la intención de utilizar materiales que aludan a los propios de la arquitectura limonense, principalmente la madera, el acero y el concreto; finalmente la letra C señala el uso de pasillos perimetrales con vista al exterior y el uso de cerramientos que permitan el paso de la ventilación y tamicen la luz que ingresa.



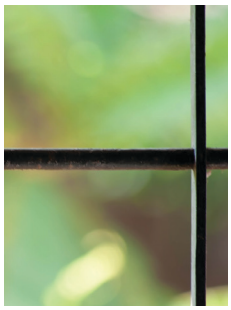
A
B
C

Casa de campo en región tropical

Se plantea el uso de celosías de madera como barandas exteriores y como cerramiento parcial o completo de los recintos, así como el planteamiento de balcones hacia el exterior con el fin de permitir la tradicional vista al exterior y la ventilación.



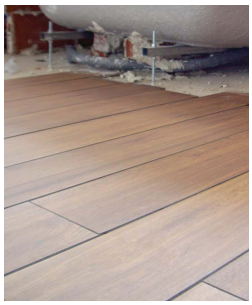
vidrio temperado verde-bosque



A

Luz teñida por vegetación

Se propone el uso de vidrio temperado con ligero color verde bosque con el fin de recrear de cierta forma el color de la luz proveniente del reflejo en la vegetación, aspecto que rememora el carácter de parque y a la vez refresca la vista.



Cerámica tipo madera



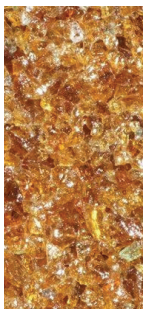
B

Concreto permeable

Para los pisos nuevos de los locales del Anillo Párket así como los balcones y las terrazas se plantea el uso de cerámica con apariencia de madera, como una forma de rememorar,con materiales actuales, los pisos de la arquitectura tradicional limonense.
Para el resto de acabados de pisos exteriores se propone el uso de losas de concreto antideslizante y concreto permeable con el fin de aludir al uso de concreto en los mercados anteriores, pero ahora con materiales de última generación.



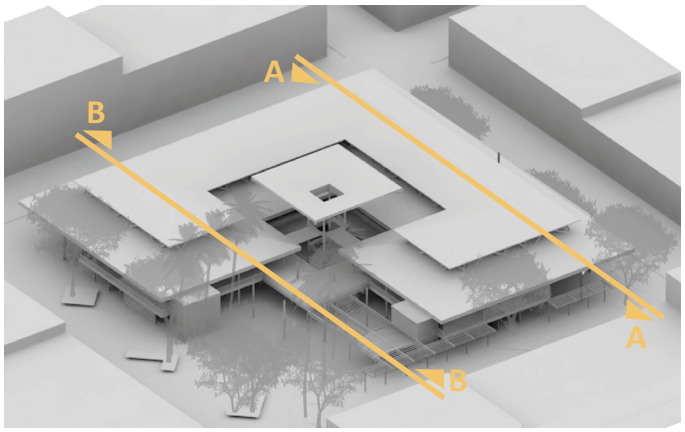
Construcción de acero recubierto con Antii contrasta con vegetación.



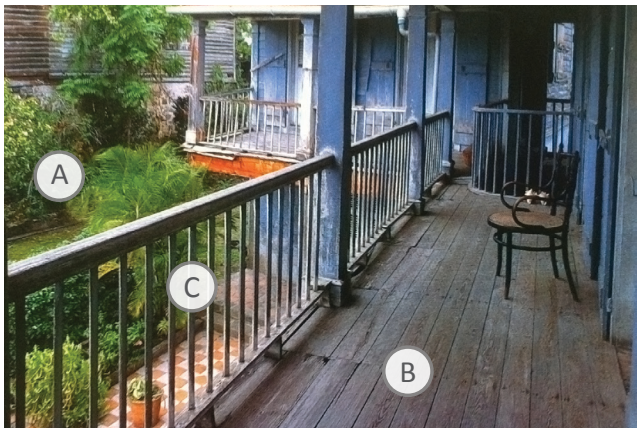
A
B

Detalle de Antii

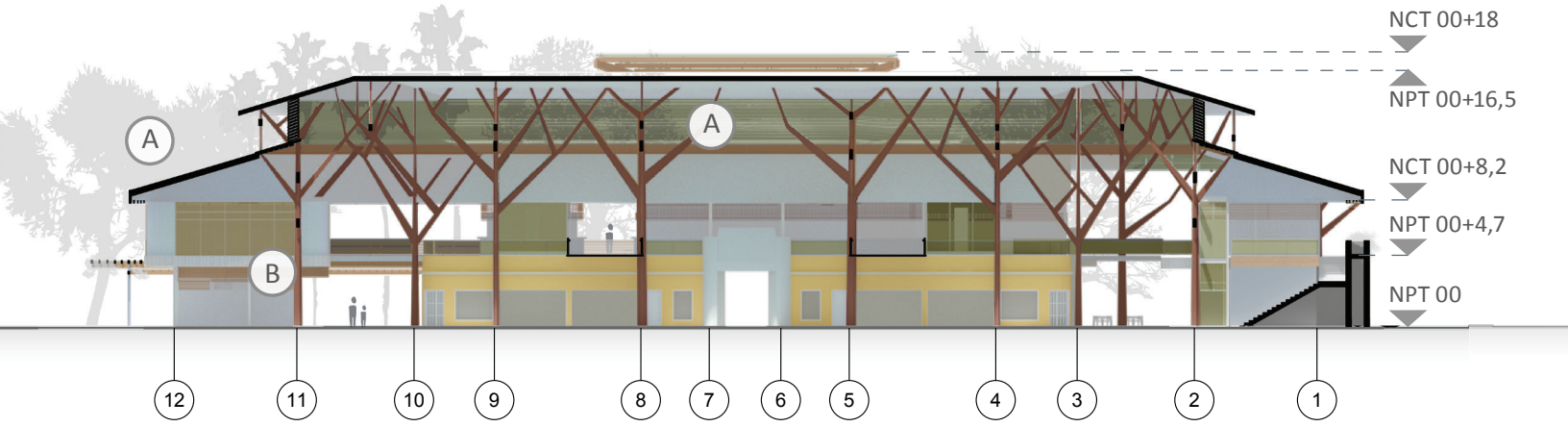
Las arcadas arborescentes se plantean en acero con recubrimiento Antii, el cual consiste en partículas de acero oxidadas encapsuladas en una resina. Este acabado es muy eficiente para el tratamiento de metales en zonas marinas, evitando la carrosión y requiriendo muy poco mantenimiento.
Por otro lado con el color y la textura se busca rememorar la corteza de los árboles, contrastar con el verde de la vegetación existente y recrear el óxido de las estructuras portuarias.
El resto de estructura principal se plantea en acero recubierto de pintura cerámica intumicente como aislate térmico e hídrico.



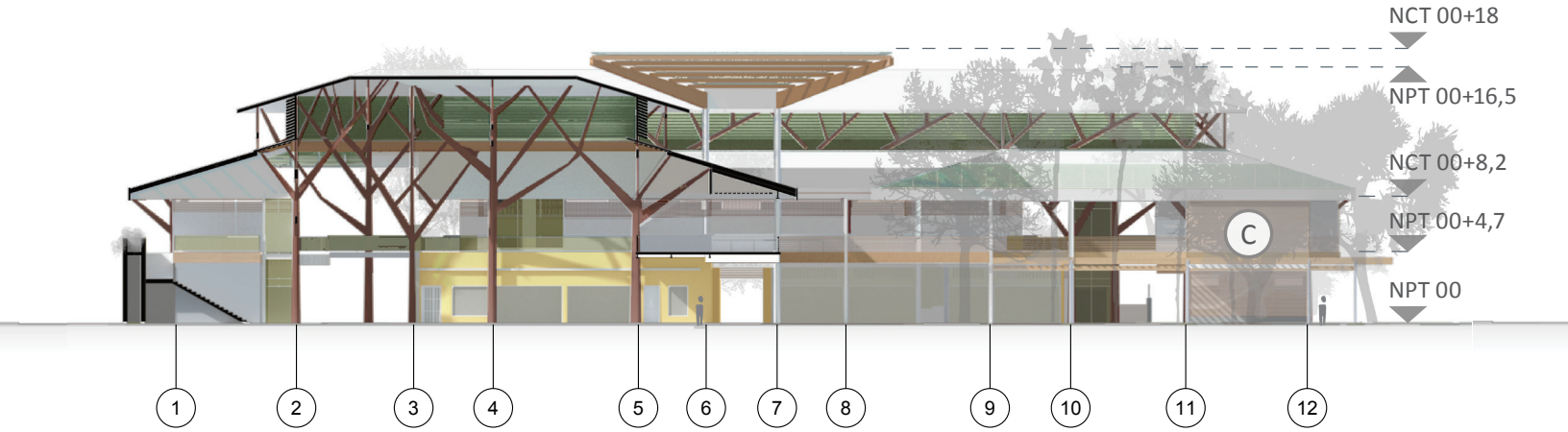
Perspectiva Sureste | indicación de cortes



Casa caribeña que expresa características de la arquitectura tradicional de la zona.



Sección A



Sección B

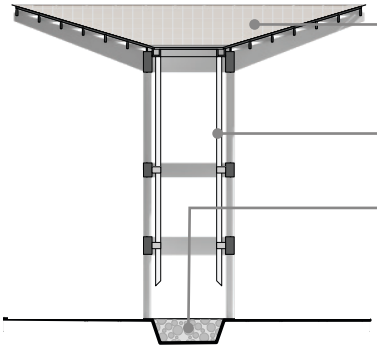
5. Anteproyecto Arquitectónico

5.7. PROPUESTA ELECTROMECÁNICA GENERAL

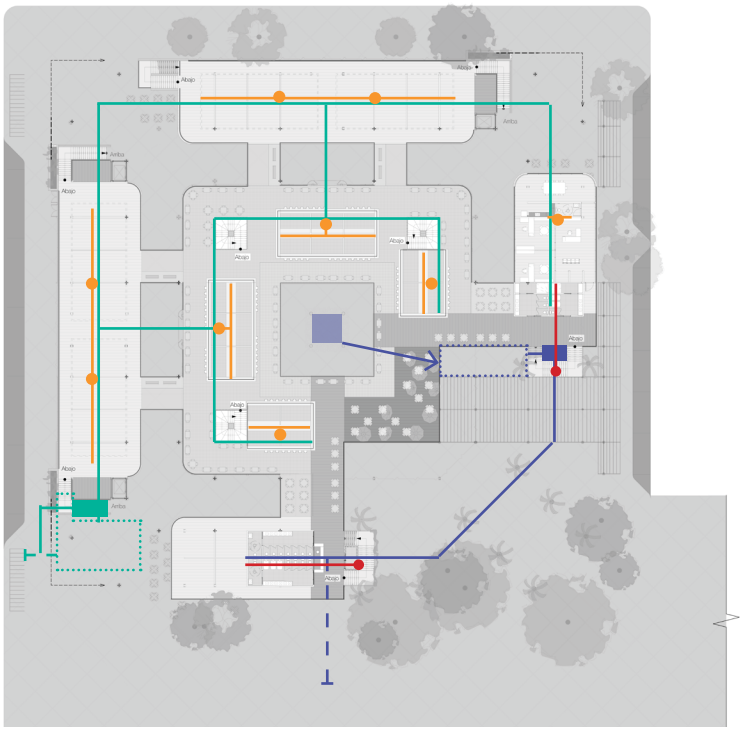
A continuación se presentan una serie de diagramas generales conceptuales de los principales sistemas electromecánicos de la propuesta, aprovechando las condiciones del edificio en ese ámbito como lo son el patio recolector de agua pluvial, los sectores de celdas solares y los cuartos de servicio electromecánicos.

Se busca que el uso de las celdas solares y el patio recolector sean visibles al público en lugares de reunión masiva como los vestíbulos y patio central, como una forma de provocar inquitud y discusión sobre el aprovechamiento de las energías limpias.

Se debe hacer la acotación de que un proyecto de estas dimensiones demanda por ley el diseño e inspección de profesionales especialistas en ingeniería electromecánica, quienes finalmente son los que tienen la capacidad técnica de recomendar lo necesario para llegar a propuestas aún más eficientes.



Detalle de Cubierta del Patio Central

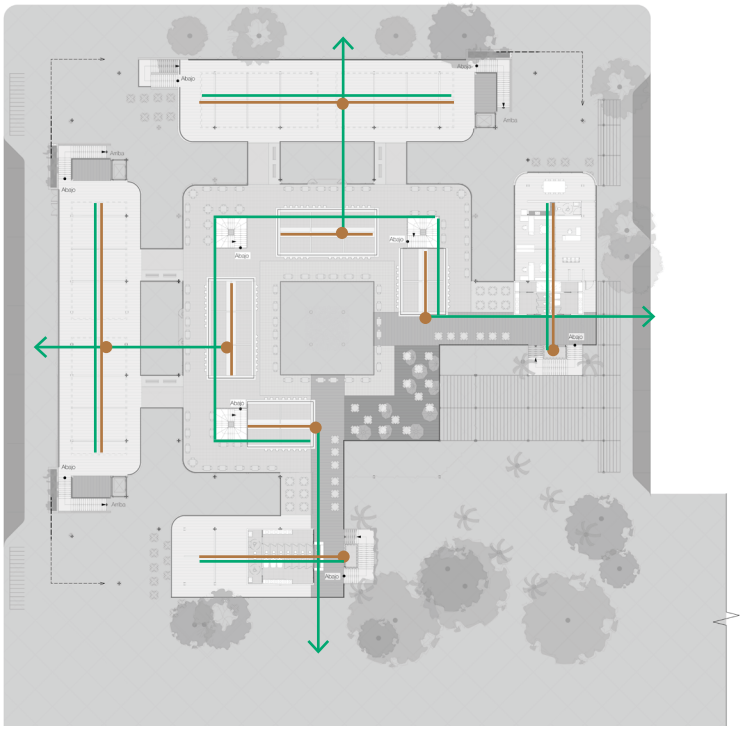


Sistema de alimentación de Agua Pluvial

- Pila recolectora de agua pluvial
- Alimentación de agua pluvial
- Tanque de agua pluvial
- Tubería agua pluvial 1 nivel
- Cuarto de Bombas
- Toma de agua potable de la red pública / para alimentación en proceso constructivo y época sin lluvias.
- Tubería agua pluvial 2 nivel
- Sube agua pluvial

Sistema de alimentación de Agua Potable

- Toma de agua potable de la red pública
- Tubería agua potable 1 nivel
- Tanque de agua potable
- Cuarto de Bombas
- Tubería agua potable 2 nivel
- Sube agua potable



Desagûe aguas negras

Tubería desagüe aguas negras 1 nivel

Tubería desagüe aguas negras 2 nivel

Baja tubería desagüe aguas negras 2 nivel

Desagüe hacia red de cloacas

Nota: Tener en cuenta que en los locales que venden productos alimenticios se deben colocar trampas de grasa en los desagües de aguas grises antes de conectarse a la tubería de desagüe general.

Alimentación eléctrica

Cubierta de módulos fotovoltáicos de vidrio

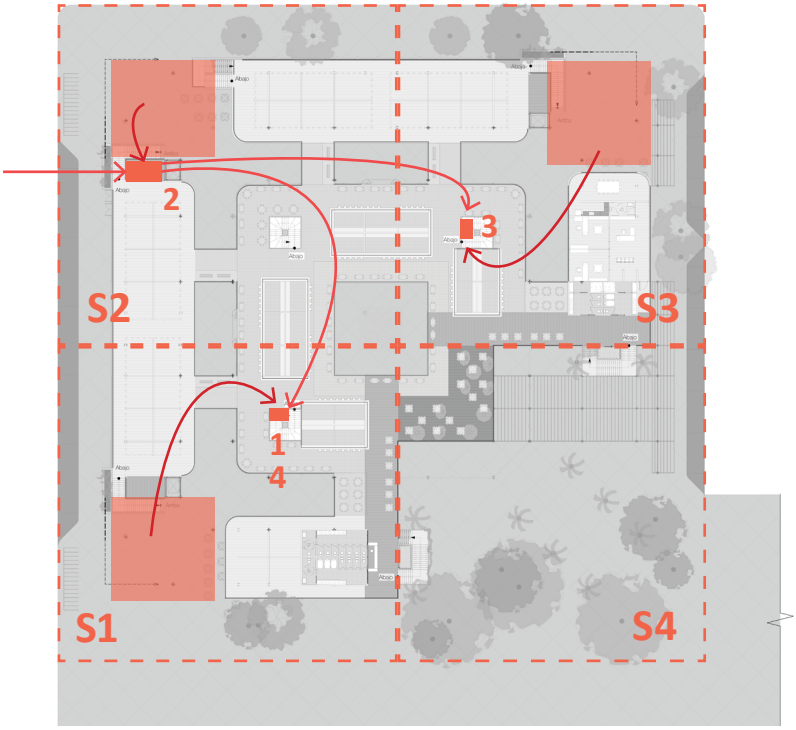
Acometida

Cuarto eléctrico principal (Acometida/ transformadores / tablero principal y secundario

Cuartos eléctricos secundarios bajo escaleras (tableros secundarios y terciarios / medidores locales)

1-2-3-4 Tableros secundarios en cuartos eléctricos cercanos a la indicación

S1-S2-S3-S4 Sectores alimentados por tableros secundarios respectivos



Nota: Se presenta una propuesta general de alimentación eléctrica, sin embargo el concepto final que se elija depende del sistema de administración eléctrica que elijan la administración y los inquilinos.



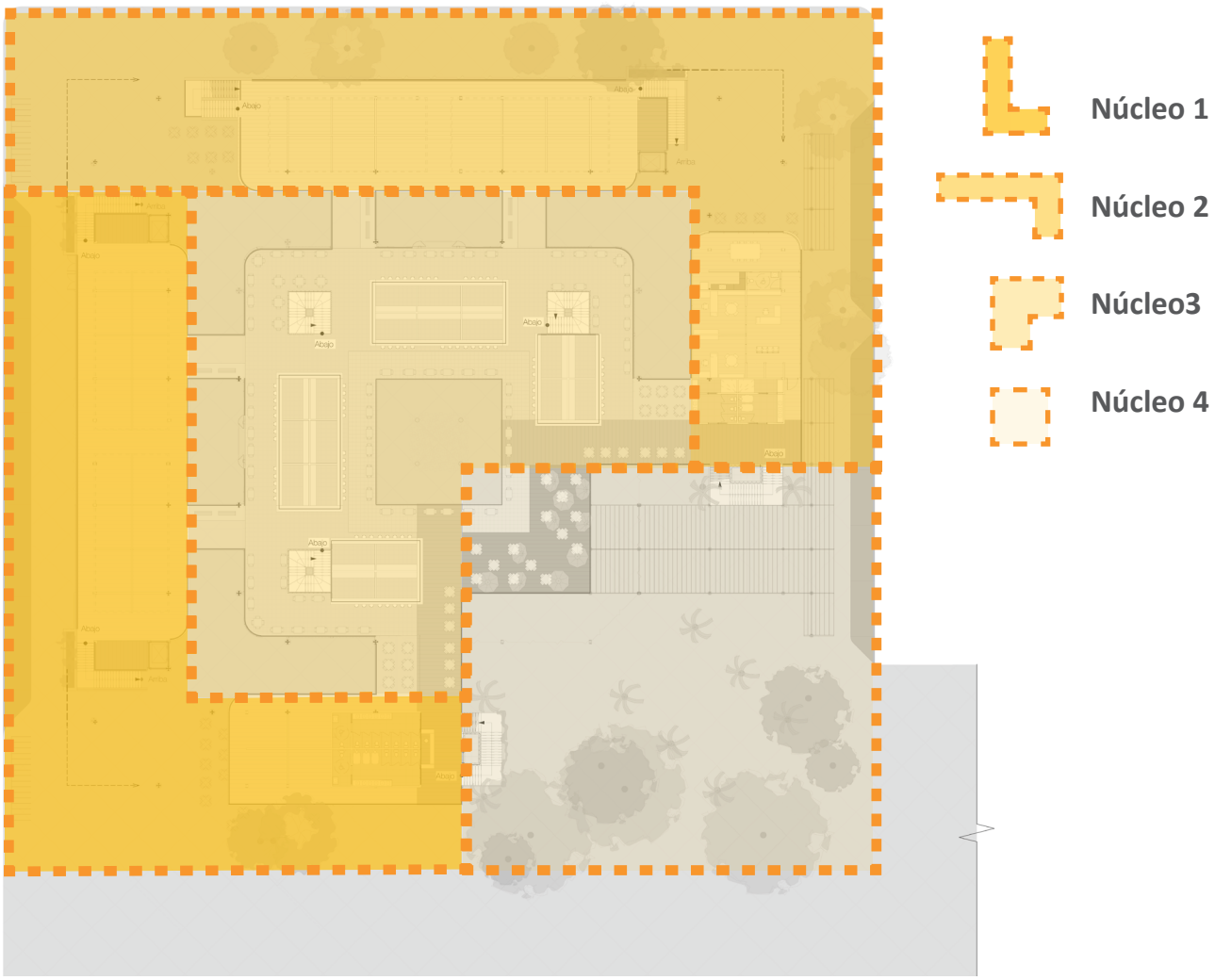
Bajo cubierta de vidrio fotovoltáico. Este sistema permite además de la producción de electricidad, la impermeabilización de los espacios y el tamizaje de la luz solar.

5. Anteproyecto Arquitectónico

5.8. ETAPAS CONSTRUCTIVAS

La construcción de la propuesta arquitectónica se plantea en etapas como manera de afectar lo menos posible las actividades que se realizan el Mercado. Además se propone el usos de un sistema constructivo de marcos rígidos de acero con entrepisos de metal deck, con el fin de minimizar los tiempos de construcción, afectación del espacio en funcionaiento y poder prefabricar las piezas en taller. Idealmente la construcción debería llevarse a cabo en ciclo continuo, es decir, durante día y noche, con el fin de colaborar con la terminación de las obras en el menor tiempo posible.

En general para cada núcleo se plantea primero construir las cimentaciones y las bases de las columnas, con el Mercado en funcionamiento. Seguidamente instalar las columnas previamente fabricadas en taller, mediante pernos, por ser una de las maneras más rápidas y limpias de fijar este tipo de elementos a los soportes. En ese momento proceder al traslado temporal de los inquilinos a una zona cercana donde puedan continuar sus actividades comerciales entretanto. Continuar con la construcción de la cubierta y el entrepiso, completando de primero el segundo piso y finalmente el primer nivel, con la idea de asignar los locales nuevos a los inquilinos trasladados, apenas se tengan listos.



Planta General de Núcleos Constructivos

Primera Etapa

Construcción de Núcleo 1 y demolición de locales perimetrales.

La primera etapa corresponde al núcleo donde actualmente existe menor densidad de locales y de árboles. Esta primera construcción constituye un núcleo funcional, electromecánico y estructural independiente, para que pueda entrar en operación en cuanto esté terminado.

Segunda Etapa

Construcción de Núcleo 2 y demolición de locales perimetrales.

La segunda etapa corresponde a la construcción del otro núcleo similar al primero, estructuralmente independiente, aunque funcional y eléctricamente servido por el núcleo 1. Este núcleo está pensado igualmente para entrar en operación en cuanto esté listo.

Tercera Etapa

Demolición Anillo Maxwell, restauración del edificio de 1941 y Construcción del núcleo 3

Aquí se pretende la demolición de la parte del Anillo Maxwell comprendida dentro del núcleo 3, la restauración pertinente y la construcción del faltante del edificio nuevo, la cual se servirá funcional y eléctricamente de los núcleos anteriores.

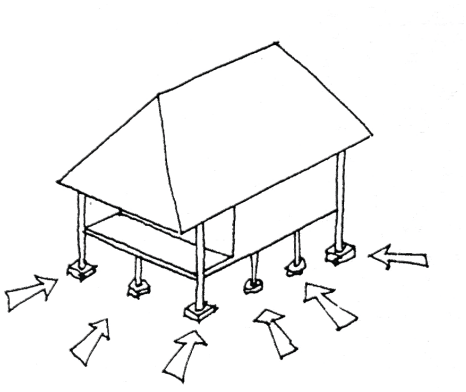
Cuarta Etapa

Demolición del restante Anillo Maxwell y sector sureste del edificio de 1941; y Construcción del núcleo 4

Esta etapa completa las demoliciones faltantes, abre finalmente el edificio al bulevard y termina de constituir el espacio público planteado.

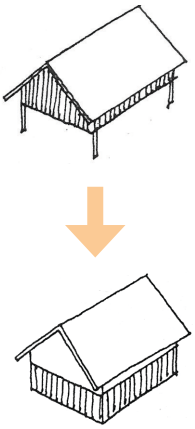


Rotura de pisos para colocación de cimentaciones dentro edificios existentes



Sistema de cimentación de placas aisladas o pilotes

Se plantea inicialmente la utilización de un sistema de cimentación como placas aisladas o pilotes con el fin de evitar grandes áreas de rotura de pisos existentes y mayores incomodidades a la hora de construir en una edificación habitada.



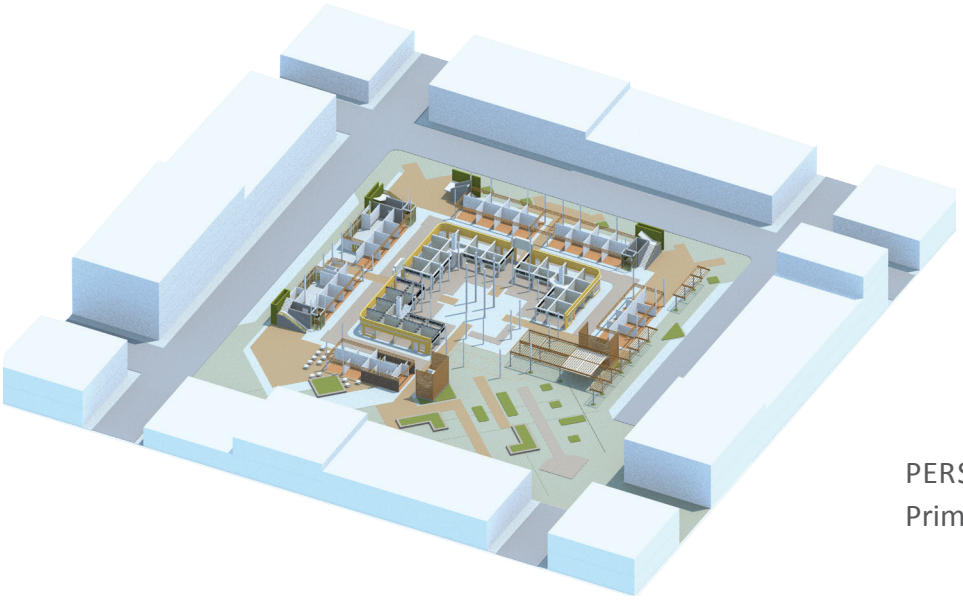
La recomendación de terminar los segundos pisos de primero busca techar lo más pronto para evitar inconvenientes con las lluvias y para dejar funcionales los locales que se pueda en el primer piso el mayor tiempo posible.

5. Anteproyecto Arquitectónico

5.9. VISTAS

Seguidamente se exponen algunas vistas del proyecto con el fin de terminar de ilustrar la espacialidad buscada

Primeramente se muestran cuatro perspectivas aéreas que presentan la constitución general del proyecto por niveles
Después se expone una serie de vistas independientes de espacios que sirven para ilustrar la generalidad de las intenciones buscadas.



PERSPECTIVA ÁEREA SURESTE
Primer nivel sin vegetación

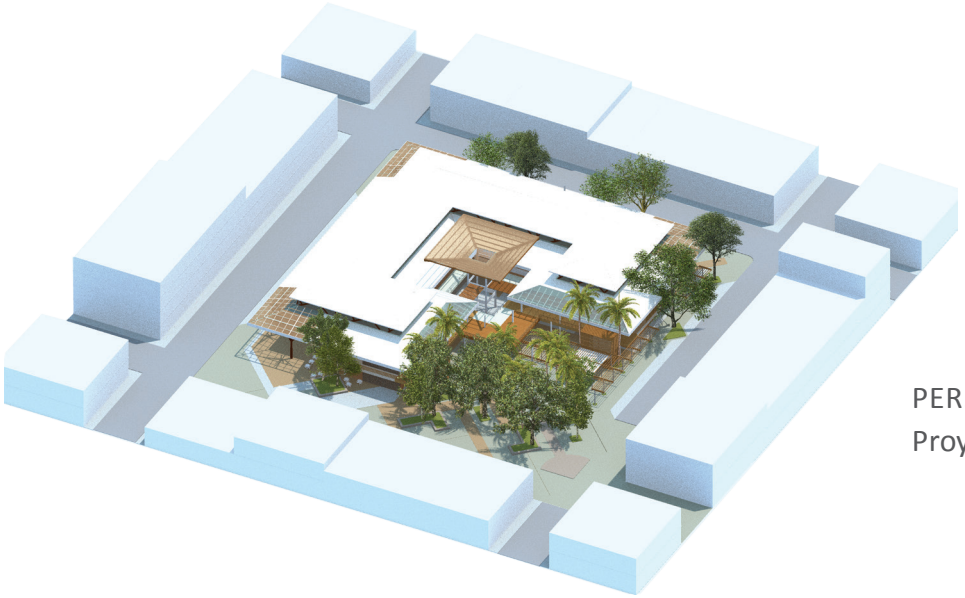


PERSPECTIVA ÁEREA SURESTE
Segundo nivel con vegetación



PERSPECTIVA ÁEREA SURESTE

Cubierta general sin monitor y sin cubierta del patio central



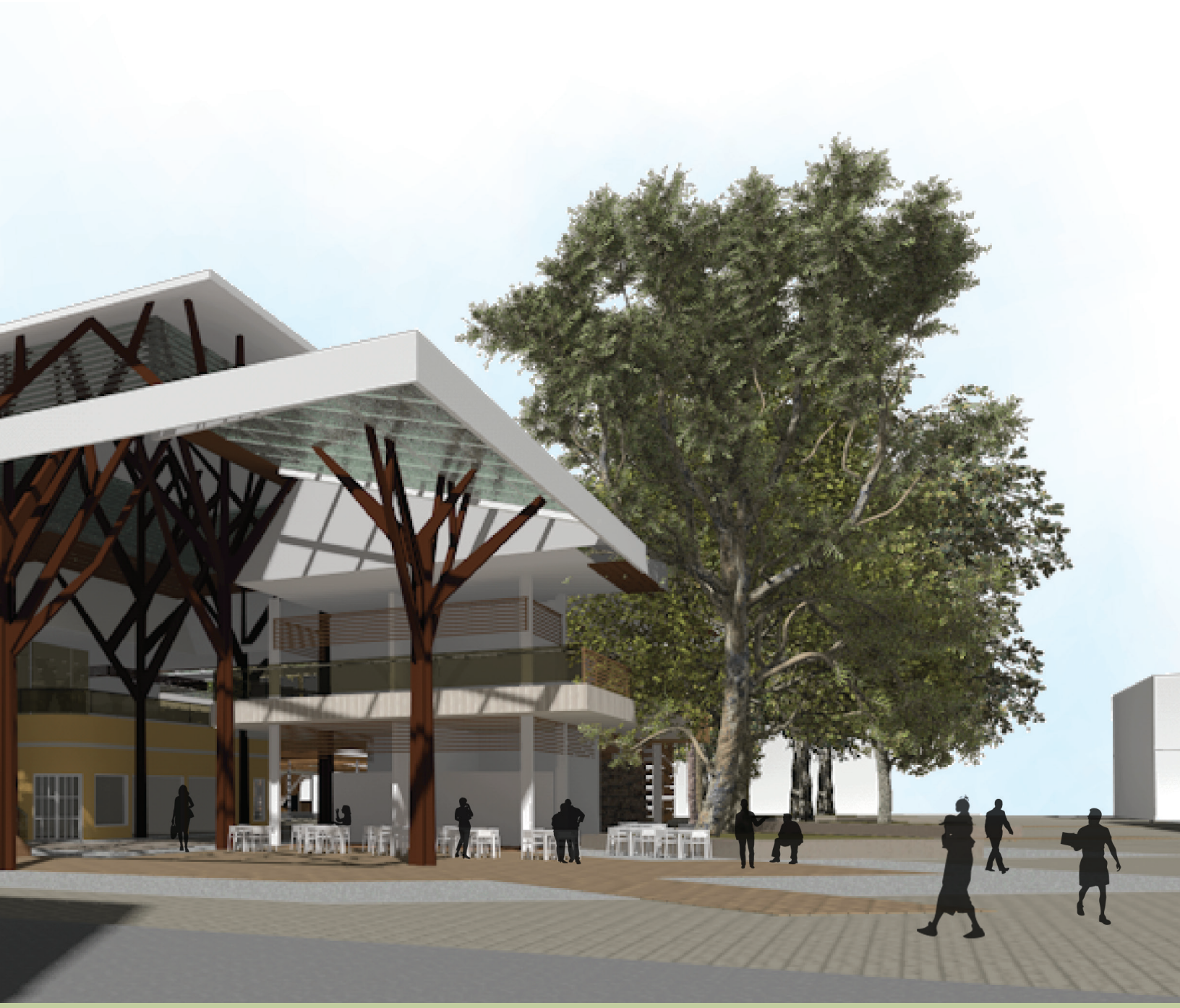
PERSPECTIVA ÁEREA SURESTE

Proyecto completo

ACCESO SUROESTE | Diagonal a la entrada del Edificio de Correos



Se aprecian la apertura del vestíbulo de acceso a su contexto, los pasillos abalconados al exterior, las zonas de ventas de alimentos preparados abiertas al espacio público, la insinuación de la presencia del Edificio de 1941, y la integraciín de las arcadas arborescentes a la vegetación existente.



ACCESO NORESTE | Diagonal a la entrada del Supermercado Masxmenos



Vista exhibe las características de la perspectiva anterior, y además muestra los paseos peatonales al norte y al este. El este dedicado al paso cubierto de peatones y la estadía temporal de taxistas y usuarios; y el norte como zona abierta de venta de productos vegetales, con protección de la lluvia por medio de alero de vidrio con pérgolas vegetadas.



PLAZA-PARQUE | Vista aérea desde el este



Vista muestra el espacio público que articula el bulevard peatonal y el edificio del Mercado, así como los balcones del segundo nivel, la terreza abierta y la pérgola que puede albergar actividades culturales, ferias, o puestos de temporada.



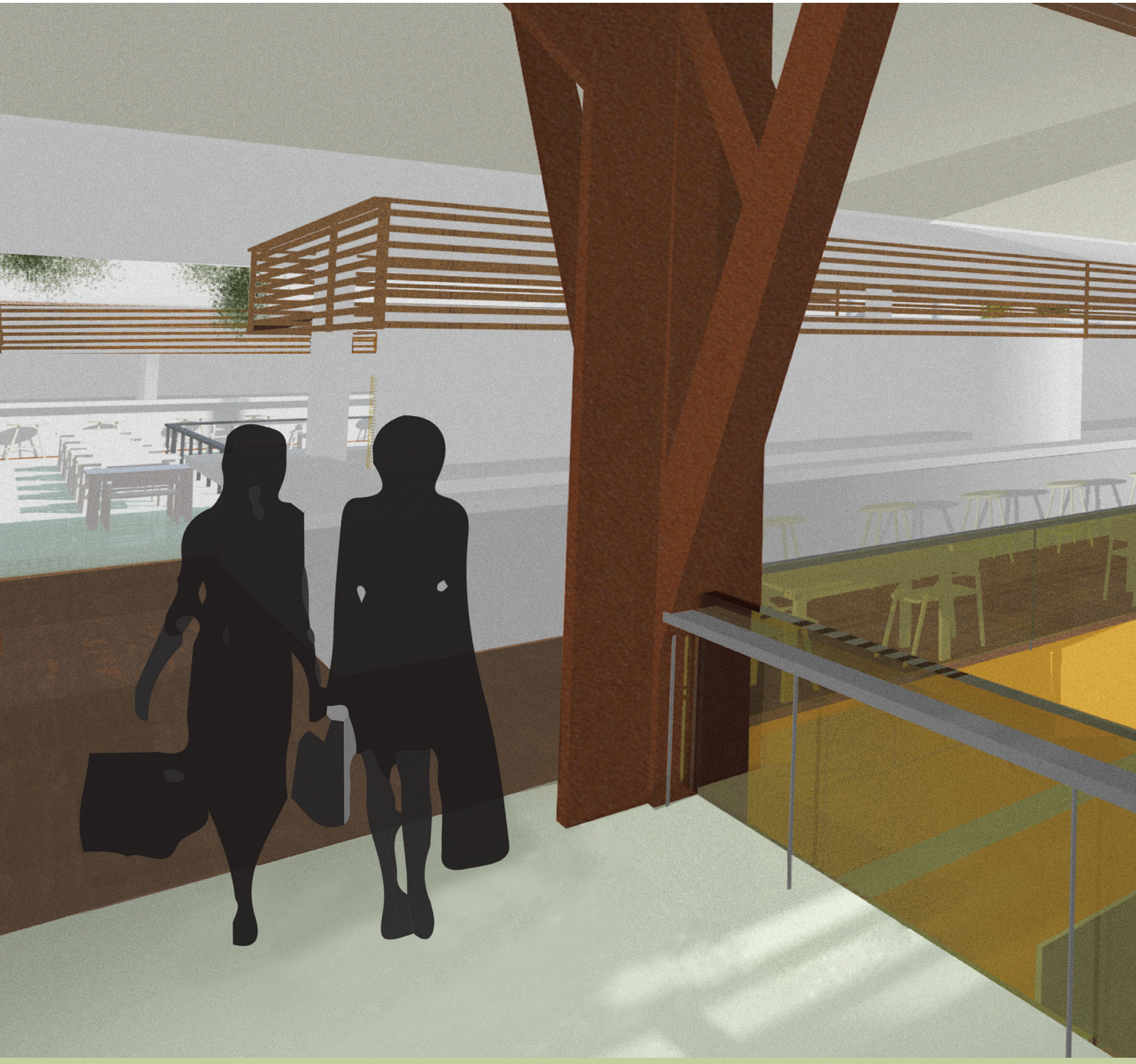
BALCONES DE COMIDAS | Espacios de estar y consumo de alimentos con vista a la plaza.



Espacio busca integrar visualmente el espacio público y la vegetación con el edificio, evocando los antiguos corredores de las viviendas tradicionales limonenses. Se puede apreciar la intención de cubierta transparente con cielo de pérgolas vegetadas con el fin de introducir la sensación de parque al edificio.



INTERIOR | Integración del Anillo Párket con el Edificio 1941



El espacio busca consolidar el concepto del Párket de Limón en una nueva unidad arquitectónica que se vale del tejido histórico, las construcciones culturales existentes, y del capital subjetivo de relaciones sociales y afectivas en torno a lo que ha sido el Mercado de los limonenses desde 1870.



5. Anteproyecto Arquitectónico

5.10. PÁRKET APP

Como complemento de las intenciones de rescate de los valores culturales patrimoniales, se plantea la posibilidad de crear un aplicación que permita desde cualquier smarthphone, tableta o computadora, el acceso a un museo virtual interactivo del Mercado conectado a las redes sociales; de manera que esta utilidad se convierta en una herramienta no sólo para dar a conocer la historia del edificio, como elemento promotor de la identidad comunal, sino que además promueva el enriquecimiento documental y principalmente vivencial alrededor del Mercado como elemento vivo e histórico generador de nuevas oportunidades, historias, tradiciones y sueños.

El Mercado ofrecería Wi-Fi gratis en su cuadra, como un servicio de extensión a la comunidad, y como plataforma para conectarse a esta nueva aplicación que mediante de las redes sociales pretende la apropiación del espacio material y virtual, por parte de los limonenses, incluso los que no estén cerca de la ciudad.

La Párket App permitiría realizar recorridos virtuales por los edificios anteriores y la visualización de fotografías antiguas.

En sitio, la aplicación podría georeferenciar el modelo visualizado y utilizar la cámara, de manera que desplazando el dispositivo se puedan ir viendo en pantalla cómo eran antiguamente los espacios a los que apunta el obturador en tiempo real.



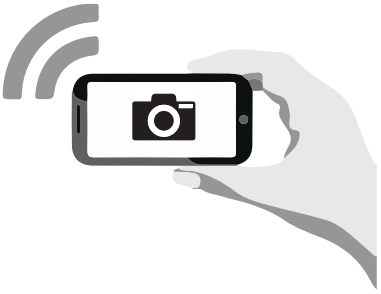
La aplicación pretende desplegar información sobre el Mercado y a la vez nutrirse de la que la gente quiera subir como documentos históricos, comentarios, historias, arte, música, o todo auquello que conecten con el Mercado y que éste les inspire.



Comunicación de actividades a la comunidad y chat con encargados.



Códigos QR en superficies del edificio con links a información relativa en museo virtual.



Alimentación de la base de datos con fotografías o videos relativas al Mercado tomadas por usuarios.

La conexión a plataformas como Facebook pueden fortalecer el poder de interacción entre usuarios y el enriquecimiento de la información a través de comentarios o links que la gente deje sobre los posts que se suban.



La aplicación podría contar con planos históricos donde la gente podría navegar, dejar comentarios o adjuntar archivos, como el caso de Google Earth, que permite georeferenciar fotos u otros datos que otros usuarios pueden ver y comentar.



Conclusiones del Capítulo 4

SÍNTESIS GRÁFICA DE LOS ANÁLISIS REALIZADOS

CONCLUSIONES

Después de realizado el trabajo se puede estimar como el abordaje crítico de la condición patrimonial de un edificio, basada en la identificación objetiva de sus valores culturales patrimoniales, admite una intervención más flexible, en el sentido de que permite focalizarse en rescatar lo que se considera verdaderamente importante, y no trata el edificio como un elemento difícilmente modificable que solo puede aspirar a medrosas adaptaciones, con el grave gasto que esto significaría, pues dichas reformas no necesariamente solucionarían los problemas actuales, si se entiende la edificación como un tejido vivo donde no solo importa la materia que lo constituye, sino las actividades que ahí se realizan y lo que simboliza para la sociedad a la que pertenece, en este caso, los limonenses.

Esta propuesta se constituye como un ejemplo donde el patrimonio se vuelve instrumento para el desarrollo sostenible de una comunidad, entendiendo que el desarrollo no solo debe ir en el sentido económico, sino también en el ecológico, en términos además de hábitat, y en el social; aspectos que pocas veces se toman en cuenta en un generalizado y mal entendido concepto de crecimiento donde pareciera que el único capital que importara es el monetario.

Así pues, la cultura y la historia se convierten en un instrumento: un rico capital generador de nuevas posibilidades de enriquecimiento humano; apartando el fetichismo de las representaciones que solo castra las posibilidades de creación y acción de las personas a partir de sus más próximos y propios referentes culturales.

RECOMENDACIONES

Tras llevar a cabo este proyecto y explorar las dificultades del abordaje de la condición patrimonial de un edifico en nuestro país, se recomienda estudiar y analizar la conveniencia de la actual ley de patrimonio y su reglamento; pues las condiciones que exponen evidencian una confusa comprensión del concepto de patrimonio cultural y las dimensiones que este puede abarcar, quizá producto de la época en que estos fueron redactados.

Estas actuales normativas, además de que permiten que casi cualquier edificación antigua pueda ser declarada patrimonio-arquitectónico, con todas las restricciones legales que esto significa, no reconocen con claridad la existencia de bienes intangibles tanto como tangibles, y son castrantes a la hora de querer realizar propuestas en edificios cuya materialidad no necesariamente es la depositaria de los valores que los señalan como patrimonio. Estas directrices legales se erigen así como promotoras, inconscientes por excelencia, del fetichismo coleccionista.

Por otra parte se recomienda que a la hora de realizar las investigaciones pertinentes para declarar de interés histórico arquitectónico un edificio, estas se realicen con un grado de exigencia al menos suficiente para garantizar la salvaguarda de lo que realmente interesa. Estas declaratorias deberían indicar claramente cuales son los valores que se busca rescatar en cada caso particular y materialmente cual es su sustrato. Por demás, debería haber un proceso a posteriori, cuando se piensen hacer intervenciones en dichos edificios, que evalúen el estado y la vigencia de estos bienes tangibles o intangibles, pues de lo contrario es muy costoso ser objetivo en el “rescate” y en el aprovechamiento de este capital cultural.

Finalmente, es menester de esta investigación señalarle enfáticamente a la Municipalidad de Limón en este caso, al Centro de Patrimonio y las autoridades correspondientes, que hace falta entender al patrimonio, y en este ámbito a los edificios, como objetos vivos y dinámicos que constituyen más que cosas que hay que cuidar, sino que son un capital material, y significan un capital cultural también. Ahí si: BIENES que pueden usarse como instrumento para el desarrollo integral de las personas.

COLOFÓN

Al final... lo que le da sentido a este, o cualquier otro edificio, es la gente... La gente que lo necesita, lo valora, lo anhela... que lo vive... y lo revive...

Esta apropiación humana de los edificios es el principal insumo de la arquitectura viva: aquella que entiende que las necesidades humanas van más allá de lo fisiológico...

...aquella que sabe que de nada vale atribuirle unas al cuerpo y otras al espíritu, pues hambre, frío y miedo están en iguales condiciones para la conciencia humana que la necesidad de paz, dignidad, espacio, orden y color...

...aquella arquitectura necesaria para recuperar y gestar anhelos... fantasías...

...aquella que aproveche el capital subjetivo de relaciones sociales y afectivas, así como los bienes culturales heredados...

Por esto no mostré al final un render de mi propuesta, porque por ridículo que parezca, quiero recordarle a los arquitectos que diseñamos para la gente: ¡ ESA GENTE ! ...

No para banqueros codiciosos... ni para coleccionistas asustados...




y ricos copos con dos
ches y con una
ches y sin
eches

Bibliografía

Aguado, J. C., & María, P. (1991). Ideología Identidad y cultura: tres elementos básicos en la comprensión de la reproducción cultural. *Boletín de Atropología Americana* (23).

Amenábar, A. (22 de febrero de 2012). *Diario La Extra.* Obtenido de Lunes cerrarán Mercado de Limón: http://www.diarioextra.com/2012/febrero/22/nacionales03.php

Angulo, E. (24 de setiembre de 2004). Deterioro en Mercado de Limón. *Al Día* , pág. 13.

Angulo, R. (2007). Restauración del Edificio Nacional de Barranquilla. *Escala: arquitectura latinoamericana , 44*, 39-45.

Arheim, R. (2001). *La forma visual de la Arquitectura* (segunda ed.). Barcelona: GG Reprints.

Arias, J. (mayo de 1997). Denuncia, ante la Defensoría de los habitantes, de problemas por las reparaciones del Mercado. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #2 del Mercado Municipal, año 1997, 232.

ARQ. (2004). Mercado de Santa Caterina. *ARQ* (58), 56-63.

Ascanio, G. (1 de diciembre de 2009). *El Eucalipto y la cura de enfermedades*. (G. B. Venezuela, Productor) Recuperado el 18 de diciembre de 2013, de Instituto NAcional de Investigaciones Agrícolas: http://www.inia.gov.ve/index.php/2013-02-21-19-27-37/ciencia-del-pueblo/146-el-eucalipto-y-la-cura-de-enfermedades

Asociación de Desarrollo para la Ecología. (4 de febrero de 2013). Oficio AEL-0024-2012. Solicitud de pronta ejecución de la orden de desalojo del Mercado Municipal de Limón por no solución de su condición de inhabitabilidad, para Guiselle Lucas Directora del Área Rectora de Salud Limón. Limón, Costa Rica: BIPU, Archivo, sin numerar.

Asociación de Inquilinos del Mercado Municipal de Limón. (abril de 2004). Carta a la Municipalidad de Limón y al Administrador del Mercado. Limón, Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #4 del Mercado Municipal, año 2002, 538.

Asociación de Inquilinos del Mercado Municipal de Limón. (junio de 2006). Carta a Concejo Municipal sobre situación del Mercado Municipal de Limón. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #4 del Mercado Municipal, año 2006, 638-640.

Asociación de Inquilinos del Mercado Municipal de Limón. (junio de 2009). Carta a Centro de Patrimonio respecto a remodelaciones necesarias en el edificio del Mercado. Parqueos, protección ante el clina y pisos antideslizantes. Limón, Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #5 del Mercado Municipal, año 2009, 688.

Aubert, D. d. (9 de noviembre de 2013). Instrumento 1.2 sobre la historia del Mercado Municipal de Limón. (M. J. Rivera, Entrevistador)

Aubert, G. (noviembre de 2001). Carta a Jefe de Oficina de Patrimonio sobre remodelación de local. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #3 del Mercado Municipal, año 2001, 428-430.

Aubert, G. (octubre de 2004). Carta de inquilina al Centro de Patrimonio. Limón, Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #4 del Mercado Municipal, año 2004, 585.

Barrantes, V. (Compositor). (2005). The Limón What used to be. [V. Barrantes, Intérprete] De *Calypsos Limonenses*. San José, San José, Costa Rica.

Barrera, F. (11 de junio de 2011). *Plataforma Arquitectura*. Recuperado el 12 de agosto de 2014, de Mercado La Barceloneta / MiAS Arquitectes: http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/02-92537/mercado-la-barceloneta-mias-arquitectes

Barruel, A., & Boury, J. (25 de mayo de 1874). Proposición de Antonino de Barruel y Julio de Barruel, para construir un mercado en la ciudad de Limón. San José, Costa Rica: ANCR, Fomento,000753, sin foliar.

Bonfil, G. (1991). *Pensar nuestra cultura.* México: Alianza Editorial.

Brenes, A. (diciembre de 2001). Acta de inspección ocular y manifestaciones del Señor: Antonio Brenes Serrano. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #3 del Mercado Municipal, año 2001, 461-462.

Cámara de comercio, turismo e industria de Limón. (1 de agosto de 1997). Carta al Ministro de Cultura denunciando permisos de construcción por parte de la Municipalidad en zona verde del Mercado. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #2 del Mercado Municipal, año 1997, 263.

Cámara de comercio, turismo e industria de Limón. (julio de 2008). Solicitud de copia de archivos del Mercado a Centro de Patrimonio para proyecto. Limón, Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #5 del Mercado Municipal, año 2008, 667.

Canales, D. (29 de julio de 2013). Limón Ciudad...Cuento, Lento o Muerto. *La República* .

Carrillo, X. (setiembre de 2010). Carta sobre solucitud de instalación de local provisional en inmediaciones del Mercado Municipal. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #5 del Mercado Municipal, año 2010, 738.

Castillo, L. (2012). Proyecto de GRaduación para optar por el título de licenciatura en Arquitectura: Propuesta de Rehabilitación del Mercado Central. Diagnóstico y Recomendaciones. San José, Costa Rica: Escuela de Arquitectura de la Universidad de Costa Rica.

Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural. (setiembre de 2010). Resolución de Permiso CPC 2475-2010 respecto a instalación de un chinamo para la temporada navideña en el Mercado. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #5 del Mercado Municipal, año 2010, 745-746.

Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural. (31 de julio de 1996). Oficio DPH-918-96. Apertura de Expediente para el decreto de interés histórico-arquitectónico del Mercado Municipal de Limón dirigido a Comisión Nacional de Patrimonio Histórico Arquitectónico. 3-6. San José, Costa Rica: ULFA, Archivo Histórico del Mercado Municipal de Limón.

Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural. (18 de junio de 1999). Oficio DPH-0881-99. Acogida de proyecto para bordillo de zona verde este. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #3 del Mercado Municipal, año 1999, 404.

Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural. (abril de 2008). Oficio CPC-958-2008. Sobre situación del Mercado Municipal de Limón del Centro de Patrimonio. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #5 del Mercado Municipal, año 2008, 659-662.

Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural. (noviembre de 2008). Oficio CPC-3343-2008.Oficio Sobre solucitud de instalación de local provisional en inmediaciones del Mercado Municipal. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #5 del Mercado Municipal, año 2008, 675.

Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural. (setiembre de 2010). Oficio CPC-2157-2010 sobre permisos solicitados por administradora del Mercado para mejoras necesarias. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #5 del Mercado Municipal, año 2010, 749-750.

Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural. (enero de 2004). Oficio CPC-0090-4 del Ministerio de Cultura. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #4 del Mercado Municipal, año 2004, 566.

Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural. (noviembre de 2005). Oficio CPC.2767-2005. Respecto a negación de permiso de construcción de locales en el Mercado. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #4 del Mercado Municipal, año 2005, 616.

Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural. (1995-1996). Juego de planos de Revitalización realizada por Centro de Patrimonio del Ministerio de Cultura. Limón, Costa Rica.

Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural. (1996). España dona 45 millones de colones para recuperar Mercado. Costa Rica: ULFA, Archivo Histórico del Mercado Municipal de Limón, 10.

Cerdas, A. L. (2010). Historia y Patrimonio Cultural: Propuesta para su recuperación desde la comunidad. En C. d. Cultural, *Patrimonio Cultural: Diversidad en nuestra creación y herencia.* San José: Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica. Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural.

Chang Vargas, G. (2010). Patrimonio Cultural: Bienes Materiales e intangibles que nos identifican. En C. d. Cultural, *Patrimonio Cultural: Diversidad en Nuestra Creación y Herencia* (págs. 11-40). San José, Costa Rica: Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica. Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural.

Comité Ad-Hoc Hispano Costarricense. (febrero de 1997). Oficio FAEC-0042-97 al Ministerio de Cultura. . Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #2 del Mercado Municipal, año 1997, 223.

Comité Nacional de ICOMOS Australia. (1979). Carta para la Conservación de Lugares de Valor Cultural "Carta de Burra". Burra: Recuperada de: http://www.ventanaalpatrimonio.cl/wp-content/uploads/2011/11/Cartas-Internacionales-sobre-patrimonio-Cultural.pdf el 15 de setiembre del 2013.

Conferencia Internacional sobre Conservación "Cracovia 2000". (2000). Carta de Cracovia 2000. Principios para la Conservación y Restauración del Patrimonio Construído. Cracovia: Recuperada de: http://ipce.mcu.es/pdfs/2000_Carta_Cracovia.pdfe.mcu.es/pdfs/2000_Carta_Cracovia.pdf el 15 de setiembre del 2013.

Cruz, C., Dueñas, J., & Rivera, X. (2012). Historia de la Restauración Arquitectónica. Teorías del Restauro. San Salvador, El Salvador: Universidad de El Salvador, Facultad de Ingeniería y Arquitectura, Escuela de Arquitectura.

Cruz, F. (9 de noviembre de 2013). Instrumento 1.2 Entrevista sobre la historia del Mercado Municipal de Limón. (M. Jiménez, Entrevistador)

Departamento de Ingeniería de la Municipalidad de Limón. (14 de febrero de 2012). Oficio DIM-0019-2012. Exposición de Plan de Gestión Reconstructiva, Remodelación y Ampliación del Mercado Municipal de Limón al Alcalde. Limón, Costa Rica: AMUL, Archivo del Mercado Municipal de Limón, sin numerar.

Departamento de Regulación de la Salud Limón, M. d. (15 de diciembre de 2011). Oficio HA-ARS-L-05037-2011. Notificación de Inhabitabilidad con orden de Desalojo para el Mercado Municipal de Limón a la Municipalidad del Cantón Central de Limón, propietaria registral del inmueble. Limón, Costa Rica: AMUL Mercado Municipal de Limón, sin numerar.

Departamento de Regulación de la Salud Limón, M. d. (9 de diciembre de 2011). Oficio HA-ARS-L-03730-2011. Declaratoria de Inhabitabilidad para el Mercado Municipal de Limón con notificación a la Municipalidad del Cantón Central de Limón, propietaria registral del inmueble. Limón, Costa Rica: AMUL, Archivo del Mercado Municipal de Limón, sin numerar.

Dupré, N. (2007). Sala Bndes cinemateca brasileira. *Escala: arquitectura latinoamericana , 44*, 46-50.

Escobar, A. (2013). *escobarandrea*. Recuperado el 10 de agosto de 2014, de Mercado de Santa Caterina: http://escobarandrea.wordpress.com/visitas/mercado-santa-caterina/

Espinoza, L. (2001). Proyecto de Graduación para optar por el grado de Licenciatura en Arquitectura: Escenario de la Memoria: Una propuesta de conservación para el Bazar San Luis. Cartago, Costa Rica: Escuela de Arquitectura de la Universidad de Costa Rica.

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. (2004). *Informe de Consultoría Limón Ciudad Puerto.* informe de Consultoría.

Fernández Rota y Monter, J. A. (2008). *Ciudad e historia: la temporalidad de un espacio construído y vivido.* Madrid: Akal.

Ganier, J. E. (1998). La Conservación y Restauración de Edificios Históricos. *Habitar* (25).

García, J., & Adalid, A. (junio de 1997). Carta de inquilinos del Mercado dirigida a Ministerio de Cultura. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #2 del Mercado Municipal, año 1997, 240-241.

Gobierno de costa Rica. (1870-1875 aprox.). Contrato para la concesión del Mercado de Limón a Señores Barruel. San José, Costa Rica: ANCR, Gobernación, 004665, 19.

Gobierno de Costa Rica. (1875). *Informe del Ministro de Gobernación al Congreso.* San José: Tipografía Nacional.

Gobierno de Costa Rica. (1892-1893). *Informe relativo al proyecto de un Mercado en Limón.* Limón.

Gobierno de Costa Rica. (1893). Correspondencia. Carta de la Secretaría de Fomento al Gobernador de Limón. San José, Costa Rica: ANCR, Gobernación, 029807,13.

Gobierno de Costa Rica. (1893). Correspondencia. Carta del Gobernador de Limón al Secretario de Estado remitiendo copia del contrato para la construcción del Mercado de la ciudad de Limón. Limón, Costa Rica: ANCR, Fomento, 004595, 6-7.

Gobierno de Costa Rica. (1893). Correspondencia. Carta del Gobernador de Limón al Secretario de Estado con copia de propuestas para la construcción del Mercado de la ciudad de Limón. Limón, Costa Rica: ANCR, Fomento, 004595, 3-5.

Gobierno de Costa Rica. (1893). Correspondencia. Propuestas para la construcción del Mercado de Limón. Limón, Costa Rica: ANCR, Gobernación, 040917. caja no. 1915, sin foliar.

Gobierno de Costa Rica. (1906). Reglamento para el Mercado de la Ciudad de Limón 1906. *Colección de Leyes y Decretos. Segundo Semestre de 1906.* República de Costa Rica: Tipografía Nacional.

Gobierno de Costa Rica. (1911). Reglamento General del Mercado de Limón 1911. República de Costa Rica: BINA, H 340.8 C837c C.R., 468-472.

Gobierno de Costa Rica. (1938). Plano mercado de Limón. Sección por la puerta principal. Director General: Efinger. Costa Rica: ANCR, 01, 019908.

Gobierno de Costa Rica. (1938). Plano mercado municipal de Limón. Tramos. Ingeniero: F. Góngora. Costa Rica: ANCR, 01, 018798.

Gobierno de Costa Rica. (1938). Plano mercado municipal de Limón. Fachada Principal. Ingeniero: F. Góngora. Costa Rica: ANCR, 01, 018801.

Gobierno de Costa Rica. (1938). Plano mercado municipal de Limón. Detalles. Costa Rica: ANCR, 01, 018800.

Gobierno de Costa Rica. (22 de setiembre de 1998). Decreto de interés Histórico-Arquitectónico del edificio donde se encuentra el Mercado Municipal de Limón. Costa Rica: ULFA, Archivo Histórico del Mercado Municipal de Limón, 12.

Gobierno de Costa Rica. (22-24 de 10-11 de 1909). Contrato celebrado entre la Municipalidad de Limón y Alfonso Iglesias Tinoco para reformar la

techumbre del mercado de aquella ciudad. ANCR, Gobernacionaciones, 002300, 1-9.

Gobierno de Costa Rica. (9 de octubre de 1896). Correspondencia. Carta del Gobernador Balvanero Vargas al Secretario de Estado con copia de planos y descripción del Mercado. Limón, Costa Rica: ANCR, Fomento, 004664, 5-6.

Gobierno de Costa Rica. (agosto de 1893). Correspondencia. Carta del Gobernador de Limón al Secretario de Estado rindiendo informe sobre avance de construcción del Mercado de la ciudad de Limón. Limón, Costa Rica: ANCR, Fomento, 010406, sin foliar.

Gobierno de Costa Rica. (junio de 1939). Decreto para terminar la construcción del mercado de abastos de Limón. Costa Rica: ANCR, Congreso, 018983.

Gobierno de Costa Rica. (mayo de 1893). Correspondencia. Carta del Gobernador de Limón al Secretario de Estado rindiendo explicaciones sobre condiciones del contrato para la construcción del Mercado de la ciudad de Limón. Limón, Costa Rica: ANCR, Fomento,004595, 10-11.

Gobierno de Costa Rica. (octubre de 1937). Plano del mercado de Limón. Planta. Diseño: José María Barrantes. Director General: Efinger. Costa Rica: ANCR, 01, 019907.

Gobierno de Costa Rica. (octubre de 1937). Plano mercado de Limón. Fachada principal. Diseño: José María Barrantes. Director General: Efinger. Costa Rica: ANCR, 01, 019909.

Gobierno de Costa Rica. (s.r.). *Informe de Consultoría. Propuesta de Revitalización del Centro Histórico de Limón y áreas conexas para su desarrollo como polo turístico que mejore la calidad de vida de sus habitantes.* BIAR, 711.472.861 S456-L, 67-70, 125-130.

Gómez, L. (2010). Reconstrucción: Qué, cómo, cuándo, dónde y por qué. *Actas de la X Congreso Internacional de Rehabilitación del Patrimonio Arquitectónico y Edificación.* Chile.

Gómez, M. D. (2010). Los Valores en el Patrimonio Arquitectónico. *ACTAS DEL X CONGRESO INTERNACIONAL CICOP 2010 - REHABILITACIÓN DEL PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO Y EDIFICACIÓN.* Chile.

González, F., & Zeledón, E. (1999). *Crónicas y Relatos para la Historia de Puerto Limón.* San José: Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural.

Guidi, F. (1988). Evolución de los criterios de intervención en el patrimonio. *Summarios (Ejemplar dedicado a: PRESERVACIÓN: más allá del discurso)* (123), 14-18.

Hernández Cordero, A. (mayo de 2014). *Gentrificación comercial y mercados públicos: El Mercado de Santa Caterina Barelona.* Recuperado el 10 de agosto de 2014, de Contested Cities: http://contested-cities.net/working-papers/2014/gentrificacion-comercial-y-mercados-publicos-el-mercado-de-santa-caterina-barcelona/

Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación.* México D.F.: Mc Graw Hill.

Hernández, J. (2008). Movimiento Patrimonialista y Construcción de la Ciudad. En J. Fernández de Rota y Monter, *Ciudad e historia: La temporalidad de un Espacio Construido y vivido.* Madrid, España: Ediciones Akal S.A.

Herrera, F. (2010). Patrimonio Urbano-arquitectónico ¿Factor de Producción o producto? Reflexiones para la generación de modelos en el marco de las nuevas perspectivas y dimensiones del patrimonio. *Actas de la X Congreso Internacional de Rehabilitación del Patrimonio Arquitectónico y Edificación.* Chile.

Insituto de Fomento y Asesoría Municipal. (noviembre de 1992). Planta de Conjunto

Existente.Remodelación IFAM. Costa Rica: ULFA, Archivo digital del Mercado Municipal de Limón, 19.

Instituo Costaricense de Electricidad. (noviembre de 2001). Oficio ING-474-2002 al Ministerio de Cultura . Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #3 del Mercado Municipal, año 2001, 435-439.

Instituto de Fomento y Asesoría Municipal. (noviembre de 1992). Planta de Conjunto Remodelación IFAM Propuesta. Juego de planos. Costa Rica: ULFA, Archivo Digital del Mercado Municipal de Limón.

Instituto de Mercados de Barcelona. (2014). *Mercat de Santa Caterina.* Recuperado el 10 de agosto de 2014, de http://www.mercatsantacaterina.com/presentacion.html

Instituto de Mercados de Barcelona. (2014). *www.mercatdelabarceloneta.com*. Recuperado el 12 de agosto de 2014, de Mercat de la Barceloneta: http://www.mercatdelabarceloneta.com/

Instituto Meteorológico Nacional. (2010). *Instituto Meteorológico Nacional.* Recuperado el 14 de marzo de 2014, de Climatología del Aeropuerto Internacional de Limón: http://www.imn.ac.cr/informacion_aero/clima_limon.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2013). *Instituto Nacional de Estadística y Censos.* Obtenido de Indicadores cantonales. Censoas Nacionales de Población y Vivienda 2000 y 2011: http://www.estadonacion.or.cr/images/stories/biblioteca_virtual/otras_publicaciones/Indicadores-Cantonales-FINAL-LIMON.pdf

Jiménez, D. (9 de noviembre de 2013). Instrumento 1.2 sobre la Historia del MErcado Municipal de Limón. (M. Jiménez, Entrevistador)

Jiménez, F. (2005). Fotografía panorámica de la entrada noroeste del Mercado Municipal en Limón centro. Limón, Costa Rica: ANCR, fotografía, 098808.

Johanna, H. (2007). Tesis para optar por el grado de licenciatura en Arquitectura: Centro de Cultura de Heredia. Puesta en valor de la Antigua Cárcel. San José, Costa Rica: Escuela de Arquitectura de la Universidad de Costa Rica.

Kalissi, K. (13 de agosto de 2011). Entrevista a dueña de soda cercana al Mercado Municipal de Limón, sobre su percepción de la situación arquitectónica actual de ese edificio. (M. Jiménez Rivera, Recopilador) Limón, Costa Rica: APE.

Limón, D. d. (14 de febrero de 2012). Oficio DIM-0019-2012. Exposición de Plan de Gestión Reconstructiva, Remodelación y Ampliación del Mercado Municipal de Limón al Alcalde. Limón, Costa Rica: AMUL, Archivo del Mercado Municipal de Limón, sin numerar.

Lineros, R. (2008). Carmona. Sociedad y Patrimonio. En J. A. Fernández, *Ciudad e Historia: la temporalidad de un espacio construído y vivido.*

Lington, R. (9 de noviembre de 2013). Instrumento 1.2 sobre la historia del Mercado Municipal de Limòn. (M. J. Rivera, Entrevistador)

López, R. (1984). Proyecto de Graduación para optar por el grado de Licenciatura en Arquitectura: Paisaje urbano e identidad: una alternativa para Limón Centro. San José, Costa Rica: Escuela de Arquitectura de la Universidad de Costa Rica.

López, R. (1984). *Tesis para optar por el título de licenciatura en arquitectura: Paisaje urbano e identidad: una alternativa para Limòn Centro.* San José.

Lourés, M. L. (2001). Del Concepto de "Monumento Histórico" al de "Patrimonio Cultural". *Revista de Ciencias Sociales , IV* (94), 141-150.

Lynch, W. (12 de agosto de 2011). Entrevista a la administradora del Mercado Municipal de Limón sobre su percepción de la situación

arquitectónica de dicho edificio. (M. Jiménez Rivera, Recopilador) Limón, Costa Rica: APE.

Lynch, W. (junio de 2010). Carta de Administradora del Mercado Municipal a Centro de Patrimonio solicitando permisos para mejoras. Limón, Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #5 del Mercado Municipal, año 2010, 719.

Martínez, F. (2007). Intervención integral Iglesia de la Compañia. *Escala: arquitectura latinoamericana , 44*, 32-38.

Martínez, P. (2010). Patrimonio Contemporáneo: Revitalización, Actualización, Renovación. *Actas de la X Congreso Internacional de Rehabilitación del Patrimonio Arquitectónico y Edificación.* Chile.

Máximo, S. (19 de mayo de 2014). *Verema*. Recuperado el 10 de agosto de 2014, de Mercado Santa Caterina: la alacena multicolor: http://www.verema.com/blog/blog-restaurantes/1198200-mercado-santa-caterina-alacena-multicolor

Mias Arquitectes. (2011). *El mercado de la Barceloneta.* Nueva York: ACTAR D USA.

Miàs, J. A. (2009). *El Mercado de la Barceloneta.* Barcelona: Consejo de ediciones y publicaciones del Ayuntamiento de Barcelona.

Ministerio de Cultura de Costa Rica. (1996). Licitación Mercado Municipal de Limón. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #1 del Mercado Municipal, año 1996, 97-131.

Ministerio de Cultura de Costa Rica. (1997). Carta informando sobre justificaciones de atraso de obras en Mercado Municipal a la Comisión Ad-Hoc Hispano Costarricense. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #2 del Mercado Municipal, año 1997, 324-329.

Ministerio de Cultura de Costa Rica. (agosto de 1996). Oficio DPH-982-96 para Lic. Francisco Ugarte Departamento Legal. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #1 del Mercado Municipal, año 1996, 72.

Ministerio de Cultura de Costa Rica. (agosto de 2001). Carta a Alcaldesa de Limón. Costa Rica: Archivo Administrativo #3 del Mercado Municipal, año 2001, 427.

Ministerio de Cultura de Costa Rica. (diciembre de 1995). Oficio DPH-1104-95 a Comisión Mixta de Cooperación Española. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #1 del Mercado Municipal, año 1995, sin foliar.

Ministerio de Cultura de Costa Rica. (diciembre de 1997). Informe de recepción de obra terminada del Mercado municipal. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #2 del Mercado Municipal, año 1997, 336-337.

Ministerio de Cultura de Costa Rica. (diciembre de 1997). Oficio DPH-1476-97. Informe de recepción de obra terminada del Mercado municipal a la Municipalidad de Limón. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #2 del Mercado Municipal, año 1997,338-340.

Ministerio de Cultura de Costa Rica. (enero de 1996). Especificaciones Técnicas Mercado Municipal de Limón. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #1 del Mercado Municipal, año 1996, 31.

Ministerio de Cultura de Costa Rica. (julio de 1996). Oficio DPH-S02-96 a Ileana González. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #1 del Mercado Municipal, año 1996, 72.

Ministerio de Cultura de Costa Rica. (junio de 1998). Oficio DPH-0883-98. Solicitud de estudio de las condiciones de ocupación (permisos o concesiones). Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #3 del Mercado Municipal, año 1998, 363.

Ministerio de Cultura de Costa Rica. (mayo de 1996). Oficio DPH-0554-96 a Comisión Ad-Hoc Cooperación Española. Costa Rica: ULFA, Archivo

Administrativo #1 del Mercado Municipal, año 1996, 54-55.

Ministerio de Cultura de Costa Rica. (noviembre de 1997). Carta informe de la situación de la remodelación del Mercado a la Comisión Ad-Hoc Hispano Costarricense. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #2 del Mercado Municipal, año 1997, 312-315.

Ministerio de Cultura de Costa Rica. (octubre de 1995). Oficio DPH.849-95 del Ministerio de Cultura al Comité de Cooperación Española. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #1 del Mercado Municipal, año 1995, sin foliar.

Ministerio de Cultura de Costa Rica. (octubre-noviembre de 1996). Licitación Privada del Ministerio de Cultura. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #1 del Mercado Municipal, año 1996, 31.

Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica. (2013). *Política nacional de derechos culturales*. Recuperado el 10 de setiembre de 2013, de http://politica.cultura.cr/introduccion/

Ministerio de Cultura y Juventud. (1997). Oficio sobre justificaciones de atraso en obras del Mercado Municipal, para la Comisión Ad-Hoc Hispano Costarricense. 324-329. San José, Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #2 del Mercado Municipal.

Ministerio de Salud de Costa Rica. (diciembre de 2011). Oficio HA-ARS-L-05037-2011. Inhabitabilidad con orden de desalojo para le Mercado Municipal de Limón. Limón, Costa Rica: AMUL, Archivo del Mercado Municipal, sin foliar.

Ministerio de Salud de Costa Rica. (diciembre de 2011). Oficio HA-ARS-L-03730-2011 orden sanitaria para el Mercado Municipal de Limón. Limón, Costa Rica: AMUL, Archivo del Mercado Municipal, 754.

Ministerio de Salud de Costa Rica. (marzo de 1997). Informe de Salud sobre distintos edificios en Limón. Limón, Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #3 del Mercado Municipal, año 1998, 355-356.

Ministerio de Salud de Costa Rica. (noviembre de 1994). Telegrama al Ing. Francisco Amen del Ministerio de Salud. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #1 del Mercado Municipal, año 1994, sin foliar.

Miralles, E., & Tagliabue, B. (2006). Rehabilitación del Mercado de Santa Caterina. *Habitar. Revista de Arquitectura y Diseño* (53), 24-29.

Mitchel, C. (Intérprete). Baby to sleep. [M. P. BINA, Dirección] Limón, Costa Rica.

Morales, T. (9 de noviembre de 2013). Instrumento 1.2 Entrevista sobre la historia del Mercado Municipal e Limón. (M. Jiménez, Entrevistador)

Morris, K. (17 de febrero de 2012). Posponen cierre del Merdao de Limón. *Municipal CR* , págs. http://www.municipalcr.com/index.php?option=com_content&view=arti...n-cierre-del-mercado-de-limon-170212&catid=2136:ano-2012-noticias.

Municipalidad de Limón . (diciembre de 1996). Carta al Ministerio de Cultura sobre tala de árboles del Mercado . Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #1 del Mercado Municipal, año 1996, 94-95.

Municipalidad de Limón. (1992). *Luchas y Esperanzas. 100 años de historia doble e Inconclusa del Cantón de Limón.* limón, Costa Rica: Uruk Editores S.A.

Municipalidad de Limón. (diciembre de 1997). Solicitud de inquilinos a Regidores Municipales para apertura de ventanas en costado oeste del Mercado. Limón, Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #2 del Mercado Municipal, año 1997, 341-342.

Municipalidad de Limón. (julio de 1997). Acuerdo Municipal para la declaratoria de interés comercial de las zonas verdes perimetrales al Mercado. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #2 del Mercado Municipal, año 1997, 261.

Municipalidad de Limón. (julio de 1997). Acuerdo Municipal para la construcción de 8 locales en la zona verde oeste del Mercado. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #2 del Mercado Municipal, año 1997, 251.

Municipalidad de Limón. (junio de 2000). Oficio SM-254-2000 sobre ampliación de local en Mercado. Limón, Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #3 del Mercado Municipal, año 2000, 415.

Municipalidad de Limón. (mayo de 2005). Oficio SM-305-2005. Respecto permiso de colocación de un kiosko movible en zona verde del Mercado. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #4 del Mercado Municipal, año 2005, 620.

Municipalidad de Limón. (octubre de 2001). Carta a inquilina sobre remodelación a local del Mercado. Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #3 del Mercado Municipal, año 2001, 440-450.

Murillo, C. (1994). Dimes y Diretes sobre el Patrimonio Cultural. *Herencia* , 63-69.

Pavel, C. (2012). *Plataforma Arquitectura*. Recuperado el 13 de agosto de 2014, de Mercado La Barceloneta / MiAS Arquitectes: http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/02-92537/mercado-la-barceloneta-mias-arquitectes#comment-1533495267

Peraldo, G., & Rojas, E. (1998). La deslizable historia del ferrocarril al Caribe de Costa Rica. *Anuario de Estudios Centroamericanos , 24* (002), 122.

Plataforma Arquitectura. (11 de junio de 2011). *Plataforma Arquitectura*. Recuperado el 12 de agosto de 2014, de Mercado La Barceloneta / MiAS Arquitectes: http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/02-92537/mercado-la-barceloneta-mias-arquitectes

Plataforma d'afectats i afectades en Defensa de la Barceloneta. (6 de julio de 2007). *Miles*. Recuperado el 12 de agosto de 2014, de La Barceloneta en el mercado: http://sindominio.net/miles/?q=node/250

Primer Congreso de Arquitectos y Técnicos de Monumentos Históricos. (1931). Carta de Atenas para la Restauración de Monumentos Históricos. Atenas: Recuperada de http://www.ventanaalpatrimonio.cl/wp-content/uploads/2011/11/Cartas-Internacionales-sobre-patrimonio-Cultural.pdf el 15 de setiembre del 2013.

Quirós, A. C., & Bozzoli, M. E. (2011). La conservación del patrimonio histórico-arquitectónico: ¿Un sueño Im-posible? *Herencia , 24*, 103-106.

Real Academia Española. (2013). *Real Academia Española*. Recuperado el 20 de diciembre de 2013, de Diccionario de la Lengua Española: http://lema.rae.es/drae/?val=chag%C3%BCite

Regente Forestal de la Municipalidad de Limón. (diciembre de 1996). Informe sobre tala de árboles del Mercado. Limón, Costa Rica: ULFA, Archivo Administrativo #1 del Mercado Municipal, año 1996, 148-150.

Reglamento a la Ley N° 7555 sobre el Patrimonio Histórico Arquitectónico de Costa Rica. (8 de marzo de 2007). *La Gaceta* (48).

Reunión sobre Conservación y Utilización de Monumentos y Lugares de Valor Histórico y Artístico. (1974). Normas de Quito. Informe Final. Quito: Recuperada de http://www.ventanaalpatrimonio.cl/wp-content/uploads/2011/11/Cartas-Internacionales-sobre-patrimonio-Cultural.pdf el 15 de setiembre del 2013.

Rodríguez, A. (4 de julio de 2014). Proyecto Limón Ciudad Puerto inicia proceso de cierre. *La NAción* , pág. nacionales.

Salazar, F. (21 de noviembre de 2012). *Mercado Limón. Video de usuario sobre el estado de las reparaciones que hizo la Municipalidad en dicho establecimiento.* Recuperado el 9 de setiembre

de 2013, de www.youtube.com: http://www.youtube.com/watch?v=bKFF9b73mKg

Salazar, J. (14 de 02 de 2012). *Salud ordena clausura del mercado municipal de Limón.* (L. Nación, Ed.) Recuperado el 15 de 12 de 2012, de www.nacion.com: http://www.nacion.com/2012-02-14/ElPais/Salud-ordena-clausura-del-mercado-municipal-de-Limon.aspx

Salazar, J. (14 de febrero de 2012). Salud ordenó la clausura del mercado municipal de Limón. . *La Nación* , págs. http://www.nacion.com/2012-02-14/ElPais/Salud-ordena-clausura-del-mercado-municipal-de-Limon.aspx.

Salazar, J. (15 de febrero de 2012). Salud ordena cerrar mercado de limón. . *La Nación* , págs. http://www.nacion.com/2012-02-15/ElPais/salud-ordena-cerrar--mercado-de-limon.aspx.

Salazar, J. (20 de febrero de 20012). Salud mantiene orden de clausura para mercado municipal de Limón. *La Nación* , págs. http://www.nacion.com/2012-02-20/ElPais/Salud-mantiene-orden-de-clausura-para-mercado-municipal-de-Limon.aspx.

Salazar, J. (21 de febrero de 2012). Mercado de Limón a punto de cerrar. *La Nación* , págs. http://www.nacion.com/2012-02-21/ElPais/bpbrevespais.aspx.

Salazar, J. (21 de febrero de 2012). Salud mantiene orden de cerrar mercado de Limón. . *Al Día* , pág. http://www.aldia.cr/ad_ee/2012/febrero/21/nacionales3080358.html.

Salazar, J. (24 de 02 de 2012). Sudor, Superación y desvelos forjados entre los tramos. *Al Día* , pág. 39.

Salazar, J. (24 de 02 de 2012). Sudor, Superación y desvelos forjados entre los tramos. *Al Día* , pág. 39.

Salazar, J. (24 de febrero de 2012). Salud levanta orden de cierre del mercado de Limón. *La Nación* , págs. http://www.nacion.com/2012-02-24/ElPais/salud-levanta-orden-de-cierre-de-mercado-de-limon-.aspx.

Salazar, J. (25 de febrero de 2012). Salud anula orden de cierre del mercado de Limón. *La Nación* , págs. http://www.nacion.com/2012-02-25/ElPais/salud-anula-orden-de-cierre-del--mercado-de-limon.aspx.

Sanou, O., & Quesada, F. (1998). Capítulo IV. Orden, progreso y civilización (1871.1914). Transformaciones urbanas y arquitectónicas . En E. Fonseca, & J. E. Garnier (Edits.), *Historia de la Arquitectura en Costa Rica* (págs. 270-287). San José, Costa Rica, Costa Rica: Fundación Museos del Banco Central de Costa Rica.

Schmidt, R. (14 de mayo de 2009). *www.arqred.mx*. Recuperado el 10 de agoato de 2014, de Mercat Santa Caterina, El recuento: http://www.arqred.mx/blog/2009/05/14/mercat-santa-caterina-el-recuento/

Segundo Congreso de Arquitectos y Técnicos de Monumentos Históricos. (1964). Carta internacional para la Conservación y Restauración de Monumentos y sitios “Carta de Venecia”. Venecia: Recuperada de: http://www.ventanaalpatrimonio.cl/wp-content/uploads/2011/11/Cartas-Internacionales-sobre-patrimonio-Cultural.pdf el 15 de setiembre del 2013.

Solano, L. F. (1990). Tesis para optar por el título de licenciatura en Arquitectura: Rescate de la Penitenciaría Central. San José, Costa Rica: Escuela de Arquitectura de la Universidad de Costa Rica.

Solís, A. (14 de febrero de 2012). *Radio Reloj.com.* Obtenido de Salud ordena cierre de Mercado de Limón: http://www.radioreloj.co.cr/noticia/salud-ordena-cierre-de-mercado-de-limon

Solís, A. (24 de febrero de 2012). Mercado de Limón se enfrenta a cierre definitivo el próximo Lunes. *Radio Monumental CR* , págs. http://www.monumental.co.cr/noticia/mercado-de-limon-se-enfrenta-cierre-definitivo-el-proximo-lunes.

Solórzano, J. (9 de diciembre de 1992). Conflicto en Limón por Mercado Municipal. *La Nación* , pág. 16A.

Sossa, A. (9 de noviembre de 2013). Instrumento 1.2 sobre la historia del Mercado de Limón. (M. J. Rivera, Entrevistador)

Sossa, A. (9 de noviembre de 2013). Instrumento 1.2. Entrevista sobre la historia del Mercado Municipal de Limón. (M. J. Rivera, Entrevistador)

Sossa, R. (13 de agosto de 2011). Entrevista a inquilina del Mercado Municipal de Limón sobre su percepción de la situación arquitectónica actual del edificio del Mercado. (M. Jiménez Rivera, Recopilador) Limón, Costa Rica: APE.

Teodolinda. (s.f.).

UNESCO. (1972). Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. . París: Recuperada de: http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf el 10 de setiembre del 2013.

UNESCO. (2003). Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial. París: Recupera de http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540s.pdf el 10 de setiembre del 2013.

Unión Internacional de Arquitectos. (2009). *Declaratoria Costa Rica 2009.* Recuperado el 15 de setiembre de 2013, de http://www.coarqcr.com/declaratoriauia.pdf el 15 de setiembre del 2013

Vargas, B. (18 de 11 de 1896). Carta del Gobernador Balvanero Vargas al Secretario de Estado. Limón, Costa Rica.

Vargas, s. (2005). Proyecto de Graduación para optar por el grado de Licentura en Arquitectura: Revitalización del Mercado Municipal de Limón. San José, Costa Rica: Escuela de Arquitectura de la Universidad Central.

Vicente, P. (28 de 03 de 2013). *www.dechile.net*. Recuperado el 28 de 03 de 2013, de http://etimologias.dechile.net/?fetiche

Vizcaíno, I. (23 de febrero de 2012). Filas Cortas. *La Nación* , págs. http://www.nacion.com/2012-02-23/ElPais/fcfilascortas.aspx.

Waisman, M. (1992). El patrimonio modesto. Reconocimiento y reutilización. *Cuadernos Escala* (20), 3-6.

Wikiarquitectura. (12 de julio de 2013). *Wikiarquitectura.com*. Recuperado el 10 de agosto de 2014, de Mercado Santa Caterina: http://es.wikiarquitectura.com/index.php/Mercado_Santa_Catarina

Yock, V. (2008). Proyecto de Graduación para optar por el grado de licenciatura en Arquitectura: Propuesta de reciclaje de las estructuras que conforman el antiguo Beneficio Miramontes declarado patrimonio histórico - arquitectónico a un nuevo uso. San José, Costa Rica: Escuela de Arquitectura del Instituto Tecnológico de Costa Rica.

Zamora, M. (25 de febrero de 2012). Ya no cerrarán el Mercado de Limón. *Municipal CR* , págs. http://www.municipalcr.com/index.php?option=com_content&view=arti...-cerraran-el-mercado-de-limon-250212&catid=2136:ano-2012-noticias.

Zelaya, A. (1942 aprox.). *Dos años de la Administración Calderón Guardia.* ULFA, Archivo Histórico del Mercado Municipal de Limón, 7-8.

SIMBOLOGÍA

AMUL	Archivo General de la Dirección de Ingeniería de la Municipalidad de Limón
ANCR	Archivo Nacional de Costa Rica
APE	Archivo Personal
BIAR	Biblioteca Teodorico Quirós. Escuela de Arquitectura de la Universidad de Costa Rica.
BICA	Biblioteca del Centro Académico en Barrio Amón del Instituto Tecnológico de Costa Rica
BINA	Biblioteca Nacional Miguel Obregón Lizano
BIPU	Biblioteca Pública de Limón Mayor Thomas Benjamin Lynch
ULFA	Unidad de Información Documental "Luis Ferrero Acosta del Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio del Ministerio de Cultura y Juventud, Costa Rica.

LISTA GENERAL DE REFERENCIAS

[1] (Departamento de Regulación de la Salud Limón, Oficio HA-ARS-L-03730-2011. Declaratoria de Inhabitabilidad para el Mercado Municipal de Limón con notificación a la Municipalidad del Cantón Central de Limón, propietaria registral del inmueble, 2011)

[2] (Departamento de Regulación de la Salud Limón, Oficio HA-ARS-L-03730-2011. Declaratoria de Inhabitabilidad para el Mercado Municipal de Limón con notificación a la Municipalidad del Cantón Central de Limón, propietaria registral del inmueble, 2011)

[3] (Angulo E. , 2004), (Salazar J. , Sudor, Superación y desvelos forjados entre los tramos, 2012)

[4] (Departamento de Regulación de la Salud Limón, Oficio HA-ARS-L-03730-2011. Declaratoria de Inhabitabilidad para el Mercado Municipal de Limón con notificación a la Municipalidad del Cantón Central de Limón, propietaria registral del inmueble, 2011), (Departamento de Regulación de la Salud Limón, Oficio HA-ARS-L-05037-2011. Notificación de Inhabitabilidad con orden de Desalojo para el Mercado Municipal de Limón a la Municipalidad del Cantón Central de Limón, propietaria registral del inmueble, 2011)

[5] (Departamento de Regulación de la Salud Limón, Oficio HA-ARS-L-05037-2011. Notificación de Inhabitabilidad con orden de Desalojo para el Mercado Municipal de Limón a la Municipalidad del Cantón Central de Limón, propietaria registral del inmueble, 2011)

[6] (Departamento de Regulación de la Salud Limón, Oficio HA-ARS-L-03730-2011. Declaratoria de Inhabitabilidad para el Mercado Municipal de Limón con notificación a la Municipalidad del Cantón Central de Limón, propietaria registral del inmueble, 2011), (Angulo E. , 2004), (Salazar F. , 2012) y ULFA, Archivo Administrativo del Mercado de Limón, folders 1-5. Este último permite ver a grandes rasgos las intervenciones formales e informales que ha sufrido el edificio desde su declaratoria de interés histórico-arquitectónico, y los procesos administrativos para ser llevadas a cabo. Existen intervenciones construidas no registradas por ser clandestinas.

[7] (Departamento de Ingeniería de la Municipalidad de Limón, 2012) , (Asociación de Desarrollo para la Ecología, 2013)

[8] (Salazar J. , Salud ordena clausura del mercado municipal de Limón, 2012), (Departamento de Ingeniería de la Municipalidad de Limón, 2012)

[9] (Salazar J. , Salud ordena clausura del mercado municipal de Limón, 2012), (Salazar J. , Sudor, Superación y desvelos forjados entre los tramos, 2012), (Angulo E. , 2004)

[10] (Sossa R. , 2011), (Salazar J. , Sudor, Superación y desvelos forjados entre los tramos, 2012)

[11] (Departamento de Regulación de la Salud Limón, Oficio HA-ARS-L-03730-2011. Declaratoria de Inhabitabilidad para el Mercado Municipal de Limón con notificación a la Municipalidad del Cantón Central de Limón, propietaria registral del inmueble, 2011)

[12] (Kalissi, 2011), (Salazar J. , Sudor, Superación y desvelos forjados entre los tramos, 2012)

[13] AMUL, Archivo General. Planos de la propuesta de nuevo espacio para vendedores ambulantes.

[14] (Sanou & Quesada, 1998, p. 281)

[15] (Barrantes, 2005), (Baby to sleep)

[16] (Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio

Cultural, 1996)

[17] (Salazar J. , Sudor, Superación y desvelos forjados entre los tramos, 2012), (Lynch, Entrevista a la administradora del Mercado Municipal de Limón sobre su percepción de la situación arquitectónica de dicho edificio, 2011), (Kalissi, 2011)

[18] (Quirós & Bozzoli, 2011, pp. 103-106)

[19] El origen etimológico admite que viene del portugués feitiço, equivalente al castellano hechizo (Vicente, 2013).

[20] (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, 2004)

[21] (Rodríguez, 2014)

[22] (Ministerio de Cultura y Juventud, 1997)

[23] (Primer Congreso de Arquitectos y Técnicos de Monumentos Históricos, 1931)

[24] (Segundo Congreso de Arquitectos y Técnicos de Monumentos Históricos, 1964)

[25] (UNESCO, 1972)

[26] (Reunión sobre Conservación y Utilización de Monumentos y Lugares de Valor Histórico y Artístico, 1974)

[27] (Comité Nacional de ICOMOS Australia, 1979)

[28] (UNESCO, 2003)

[29] (Reglamento a la Ley N° 7555 sobre el Patrimonio Histórico Arquitectónico de Costa Rica, 2007)

[30] (Conferencia Internacional sobre Conservación "Cracovia 2000", 2000)

[31] S001 (Municipalidad de Limón, 1992)

[32] 109 (González & Zeledón, 1999)

[33] 109 (González & Zeledón, 1999)

[34] (Sossa A. , Instrumento 1.2 sobre la historia del Mercado de Limón, 2013)

[35] 109 (González & Zeledón, 1999)

[36] 109 (González & Zeledón, 1999)

[37] 109 (González & Zeledón, 1999)

[38] 109 (González & Zeledón, 1999)

[39] 036 (Barruel & Boury, 1874)

[40] 036 (Barruel & Boury, 1874)

[41] 036 (Barruel & Boury, 1874)

[42] 036 (Barruel & Boury, 1874)

[43] 036 (Barruel & Boury, 1874)

[44] 036 (Barruel & Boury, 1874)

[45] 039 (Gobierno de costa Rica, 1870-1875 aprox.)

[46] 038 (Gobierno de Costa Rica, 1875)

[47] 039 (Gobierno de costa Rica, 1870-1875 aprox.)

[48] (Ascanio, 2009)

[49] 109 (González & Zeledón, 1999)

[50] 033 (Gobierno de Costa Rica, 1892-1893)

[51] 032 (Gobierno de Costa Rica, 1893)

[52] 034, 028, 031,s002 (Gobierno de Costa Rica, 1893) (Gobierno de Costa Rica, 1893) (Gobierno de Costa Rica, 1893) (Sanou & Quesada, 1998)

[53] 029 (Gobierno de Costa Rica, 1893)

[54] S002 (Sanou & Quesada, 1998)

[55] 035 (Gobierno de Costa Rica, 1893)

[56] 040 (Gobierno de Costa Rica, 1896)

[57] S002 (Sanou & Quesada, 1998)

[58] (Sossa A. , Instrumento 1.2. Entrevista sobre la historia

del Mercado Municipal de Limón, 2013)

[59] (Aubert D. d., 2013)

[60] (Lington, 2013)

[61] (Sossa A. , Instrumento 1.2. Entrevista sobre la historia del Mercado Municipal de Limón, 2013)

[62] 026 y 027 (Gobierno de Costa Rica, 1906) (Gobierno de Costa Rica, 1911)

[63] (Aubert D. d., 2013)

[64] (Peraldo & Rojas, 1998)

[65] 030 (Gobierno de Costa Rica, 1909)

[66] F18 (Jiménez F. , 2005)

[67] F6 (Municipalidad de Limón, 1992, p. 263)

[68] F11 y F12 (Gobierno de Costa Rica, 1937) (Gobierno de Costa Rica, 1937)

[69] F13, F14, F15,F16 (Gobierno de Costa Rica, 1938) (Gobierno de Costa Rica, 1938) (Gobierno de Costa Rica, 1938) (Gobierno de Costa Rica, 1938)

[70] F13 (Gobierno de Costa Rica, 1938)

[71] F14, F15,F16 (Gobierno de Costa Rica, 1938) (Gobierno de Costa Rica, 1938) (Gobierno de Costa Rica, 1938)

[72] S001, 042,004 (Municipalidad de Limón, 1992) (Gobierno de Costa Rica, 1939) (Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, 1996)

[73] 009, F7 (Gobierno de Costa Rica, s.r.) (Zelaya, 1942 aprox.)

[74] (Sossa A. , Instrumento 1.2. Entrevista sobre la historia del Mercado Municipal de Limón, 2013)

[75] (Sossa A. , Instrumento 1.2. Entrevista sobre la historia del Mercado Municipal de Limón, 2013) (Jiménez D. , 2013) (Cruz F. , 2013)

[76] F8, F9, F20, 009 (Municipalidad de Limón, 1992, pp. 101,103,109) (Gobierno de Costa Rica, s.r.)

[77] (Jiménez D. , 2013)

[78] (Sossa A. , Instrumento 1.2. Entrevista sobre la historia del Mercado Municipal de Limón, 2013)

[79] (Sossa A. , Instrumento 1.2. Entrevista sobre la historia del Mercado Municipal de Limón, 2013)

[80] 005 (Gobierno de Costa Rica, s.r.)

[81] F8, F9 (Municipalidad de Limón, 1992, pp. 103,109)

[82] (Aubert D. d., 2013)

[83] (Sossa A. , Instrumento 1.2. Entrevista sobre la historia del Mercado Municipal de Limón, 2013)

[84] (Sossa A. , Instrumento 1.2. Entrevista sobre la historia del Mercado Municipal de Limón, 2013)

[85] (Sossa A. , Instrumento 1.2. Entrevista sobre la historia del Mercado Municipal de Limón, 2013)

[86] (Jiménez D. , 2013)

[87] (Sossa A. , Instrumento 1.2. Entrevista sobre la historia del Mercado Municipal de Limón, 2013)

[88] 009 (Gobierno de Costa Rica, s.r.)

[89] (Sossa A. , Instrumento 1.2. Entrevista sobre la historia del Mercado Municipal de Limón, 2013)

[90] (Morales, 2013)

[91] (Sossa A. , Instrumento 1.2. Entrevista sobre la historia del Mercado Municipal de Limón, 2013)

[92] 006 (Lynch, Entrevista a la administradora del Mercado Municipal de Limón sobre su percepción de la situación arquitectónica de dicho edificio, 2011)

[93] F19,F24,F25 (Insituto de Fomento y Asesoría Municipal, 1992) (Instituto de Fomento y Asesoría Municipal, 1992) (Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, 1995-1996)

[94] F19, F24,F25 (Amenábar, 2012) (Instituto de Fomento y Asesoría Municipal, 1992) (Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, 1995-1996)

[95] F19, F24,F25 (Amenábar, 2012) (Instituto de Fomento y Asesoría Municipal, 1992) (Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, 1995-1996) (López, Tesis para optar por el título de licenciatura en arquitectura: Paisaje urbano e identidad: una alternativa para Limòn Centro, 1984)

[96] (Sossa A. , Instrumento 1.2. Entrevista sobre la historia del Mercado Municipal de Limón, 2013)

[97] F19, F24 (Amenábar, 2012) (Instituto de Fomento y Asesoría Municipal, 1992)

[98] F24 (Instituto de Fomento y Asesoría Municipal, 1992)

[99] 007 (Solórzano, 1992)

[100] F24 (Instituto de Fomento y Asesoría Municipal, 1992)

[101] 007 (Solórzano, 1992)

[102] (Sossa A. , Instrumento 1.2. Entrevista sobre la historia del Mercado Municipal de Limón, 2013)

[103] 043 (Ministerio de Salud de Costa Rica, 1994)

[104] 044 (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1995)

[105] 046 (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1995)

[106] 044 (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1995)

[107] S004, 044 (Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, 1996) (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1995)

[108] 047 (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1996)

[109] 050 (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1996)

[110] 048,054 (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1996) (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1996)

[111] 053 (Municipalidad de Limón , 1996)

[112] 055 (Regente Forestal de la Municipalidad de Limón, 1996)

[113] 048, 051, 050,063,064,065, (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1996) (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1996) (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1996) (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1997) (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1997) (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1997)

[114] 063 (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1997)

[115] 051,056 (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1996) (Comité Ad-Hoc Hispano Costarricense, 1997)

[116] 057, 058 (Arias, 1997) (García & Adalid, 1997)

[117] 068 (Ministerio de Salud de Costa Rica, 1997)

[118] 065, 066,063,067, 070 (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1997) (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1997) (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1997) (Municipalidad de Limón, 1997) (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1998)

[119] 070 (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1998)

[120] 068 (Ministerio de Salud de Costa Rica, 1997)

[121] 052 (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 1996)

[122] 059, 062 (Municipalidad de Limón, 1997) (Cámara de comercio, turismo e industria de Limón, 1997)

[123] 061, 062 (Municipalidad de Limón, 1997) (Cámara de comercio, turismo e industria de Limón, 1997)

[124] 008,010 (Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, 1996) (Gobierno de Costa Rica, 1998)

[125] (Municipalidad de Limón, 2000) (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 2001) (Aubert G. , Carta a Jefe de Oficina de Patrimonio sobre remodelación de local, 2001) (Instituo Costaricense de Electricidad, 2001) (Municipalidad de Limón, 2001) (Brenes, 2001) y varios documentos más en archivo ULFA, Archivo Administrativo #3 del Mercado Municipal, año 2001, pág. 466 a Archivo Administrativo #4 del Mercado Municipal, año 2007.

652_2.

[126] (Aubert G. , Carta a Jefe de Oficina de Patrimonio sobre remodelación de local, 2001) (Instituo Costaricense de Electricidad, 2001) (Municipalidad de Limón, 2001) (Brenes, 2001) y varios documentos en ULFA desde la pág. 466 del Archivo Administrativo #3 del Mercado Municipal, año 2001 a la pág. 750 del Archivo Administrativo #5 del Mercado Municipal, año 2010, relativos a solicitudes de permisos para realizar remodelaciones necesarias al edificio del Mercado.

[127] 095 (Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, 2008)

[128] 092 (Asociación de Inquilinos del Mercado Municipal de Limón, 2006)

[129] 104, 102 (Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, 2010) (Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, 2010)

[130] 090, 097, 101, 102 (Municipalidad de Limón, 2005) (Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, 2008) (Carrillo, 2010) (Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, 2010)

[131] 011, 085 (Angulo E. , 2004) (Aubert G. , Carta de inquilina al Centro de Patrimonio, 2004)

[132] 075 (Ministerio de Cultura de Costa Rica, 2001)

[133] 072 (Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, 1999)

[134] 089 (Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, 2005)

[135] 098 (Asociación de Inquilinos del Mercado Municipal de Limón, 2009)

[136] 096 (Cámara de comercio, turismo e industria de Limón, 2008)

[137] 100, 104 (Lynch, Carta de Administradora del Mercado Municipal a Centro de Patrimonio solicitando permisos para mejoras., 2010) (Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, 2010)

[138] (Ministerio de Salud de Costa Rica, 2011)

[139] 106, 107,012,014,013 (Ministerio de Salud de Costa Rica, 2011) (Ministerio de Salud de Costa Rica, 2011) (Solís, Radio Reloj.com, 2012) (Salazar J. , Salud ordena cerrar mercado de limón. , 2012) (Salazar J. , Salud ordenó la clausura del mercado municipal de Limón. , 2012)

[140] 012, 013, 014 (Solís, Radio Reloj.com, 2012) (Salazar J. , Salud ordenó la clausura del mercado municipal de Limón. , 2012) (Salazar J. , Salud ordena cerrar mercado de limón. , 2012)

[141] 015, 016, 019, 020, 021, 022, 018, 017 (Morris, 2012) (Salazar J. , Salud mantiene orden de clausura para mercado municipal de Limón., 20012) (Amenábar, 2012) (Vizcaíno, 2012) (Salazar J. , Sudor, Superación y desvelos forjados entre los tramos, 2012) (Solís, Mercado de Limón se enfrenta a cierre definitivo el próximo Lunes., 2012) (Salazar J. , Salud mantiene orden de cerrar mercado de Limón. , 2012) (Salazar J. , Mercado de Limón a punto de cerrar, 2012)

[142] 023, 024, 025 (Salazar J. , Salud levanta orden de cierre del mercado de Limón., 2012) (Salazar J. , Salud anula orden de cierre del mercado de Limón, 2012) (Zamora, 2012)

[143] 108 (Asociación de Desarrollo para la Ecología, 2013)

[144] (Morales, 2013) (Jiménez D. , 2013) (Sossa A. , Instrumento 1.2. Entrevista sobre la historia del Mercado Municipal de Limón, 2013)

[145] 083 (Asociación de Inquilinos del Mercado Municipal de Limón, 2004)

[146] 084 (Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, 2004)

[147] 083 (Asociación de Inquilinos del Mercado Municipal de Limón, 2004)

[148] (Sossa A. , Instrumento 1.2. Entrevista sobre la historia del Mercado Municipal de Limón, 2013) (Morales, 2013)



LA ESPERA Gabriel Padilla

