

# Saberes sometidos: Abordaje investigativo y creativo del mercado popular como resguardo para el patrimonio histórico y cultural

Rafael Ángel-Bravo <sup>(1)</sup>

---

**Resumen:** La plaza de mercado, al igual que los mercados populares, lugares migrantes y otros escenarios de carácter popular, albergan lo que Foucault (2001), define como “saberes sometidos” (p. 15), entendidos como aquellos saberes o conocimientos populares, tradicionales, folklóricos o ancestrales, “...descalificados como saberes no conceptuales, como saberes insuficientemente elaborados...” (Foucault, como se cita en Ocaña-Calvachy, 2019, p. 10). Este proyecto de investigación y creación, basado en la fotografía como herramienta artística y de recolección documental, busca inicialmente la exploración y exaltación de los mercados populares y puestos de frutas en el contexto colombiano, como escenarios para la preservación de saberes propios de la identidad y la tradición alimentaria. Con la exploración de algunos referentes internacionales, a nivel de Estados Unidos, Panamá y Ecuador, es posible identificar y analizar algunos fenómenos o procesos socioculturales, vinculados a la conquista y colonización del continente americano, el mestizaje, la creolización y el sincretismo triétnico de creencias. El desarrollo de este proyecto de investigación-creación, a través de sus distintas exploraciones, etapas y resultados, ha permitido desarrollar aproximaciones puntuales o específicas, frente a diversas expresiones, procesos, prácticas y fenómenos, presentes dentro de estos espacios y evidenciables por medio de la imagen fotográfica. El siguiente artículo presenta un compendio de los procesos metodológicos, resultados y reflexiones, alcanzados a lo largo del proceso.

**Palabras clave:** Costumbres y tradiciones - *Folklore* - Identidad cultural - Migración - Tradición oral

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 196-197]

---

<sup>(1)</sup> **Rafael Ángel-Bravo** es Diseñador Gráfico (Universidad del Valle, Colombia, 2005). Máster en Comunicación Empresarial y Corporativa (Escuela de Negocios Europea de Barcelona / Universidad Isabel I de Castilla, España, 2019). Certificación en Competencias para la Formulación y Dirección de Proyectos de Investigación (Universidad Politécnica de Madrid, España, 2020). Docente investigador, líder de procesos de investigación científica y director del grupo de investigación Visualizar (Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Colombia). Investigación en áreas relacionadas con el diseño gráfico, la fotografía y estudios asociados al *folklore* y la cultura popular. Artículos publicados en las revistas Calle14 (Universidad Distrital Francisco José de Caldas, 2015), Nexus (Universidad del Valle, 2016), UTCiencia (Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, 2018), Apuntes (Uni-

versidad Javeriana, 2020), Sociedad y Economía (Universidad del Valle, 2021), Revista de Ciencias Sociales (Universidad de Zulia, 2021), Guillermo de Ockham (Universidad San Buenaventura, 2021) y Reflexión Académica en Diseño & Comunicación (Universidad de Palermo, 2023). Conferencista y tallerista en el Primer Congreso Internacional de Diseño Gráfico (Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, 2018) y conferencista en el Congreso Internacional de Diseño Gráfico y Marketing Digital (Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador CIDE, Ecuador, 2021, 2022). Participación y/o publicación en eventos científicos en Colombia, Argentina, Cuba, Ecuador y Venezuela.

## Introducción

Las plazas de mercado se han desarrollado desde la creación de las ciudades y el intercambio de productos entre pueblos, como en el ágora era la zona de intercambio comercial y encuentro social de los griegos, los foros romanos eran el lugar donde se establecían los mercados como sectores para la toma de decisiones políticas; las plazas públicas y el mercado siempre estuvieron yuxtapuestas y por lo tanto, contribuyeron al desarrollo de la vida urbana a partir de su integración con el entorno (Baquero-Duarte, 2011, p. 8).

Las plazas de mercado, denominadas igualmente como galerías, mercados populares o mercados centrales, entre otras acepciones, al igual que los mercados campesinos, puestos de frutas, mercados artesanales, lugares migrantes y espacios afines, además de servir como escenarios de intercambio comercial, acogen expresiones de la religiosidad y la espiritualidad (*Ver Figura 1*), permitiendo igualmente, la preservación y transmisión de saberes o expresiones de carácter popular, tradicional, ancestral y folklórico (*Ver Figura 2*), incluyendo lo que Foucault (2001) plantea como “saberes sometidos” (p. 15):

...saberes sometidos son esos bloques de saberes históricos que estaban presentes y enmascarados dentro de los conjuntos funcionales y sistemáticos, y que la crítica pudo hacer reaparecer por medio, desde luego, de la erudición. ...una serie de saberes que estaban descalificados como saberes no conceptuales, como saberes insuficientemente elaborados: saberes ingenuos, saberes jerárquicamente inferiores, saberes por debajo del nivel del conocimiento o de la científicidad exigidos (Foucault, 2001, p. 21).



**Figura 1.**  
Iconografía religiosa  
y altares. Plaza de  
mercado, Manizales,  
Colombia (Fuente:  
Elaboración propia,  
2023).

A través del continente americano, los mercados populares, plazas de mercado, lugares migrantes y otros escenarios de memoria, han ayudado a la conservación y transmisión de saberes, prácticas, tradiciones y costumbres, recogiendo en ellos una gran diversidad de expresiones, de carácter popular, folklórico y patrimonial, las cuales se ven en peligro frente a los efectos homogeneizadores y uniformadores de la modernidad y de la globalización, las cuales tienden a imponer unos patrones comunes, como lo explica García-Canclini (2002).

Este proyecto de investigación-creación ha venido utilizando la fotografía como herramienta principal para el registro documental y la producción visual, abordando y registrando distintos fenómenos y procesos socioculturales, en relación con estos espacios, identificando y abordando problemáticas específicas frente a la preservación de saberes e identidades culturales, las relaciones que se establecen entre los consumidores y los productos, la hibridación, el mestizaje, la creolización y el sincretismo de creencias, los fenómenos migratorios a nivel global (*Ver Figura 3*) y prácticas diversas, asociadas a la artesanía, la herencia alimentaria, la adaptación de fibras o materias primas naturales en el desarrollo de soluciones utilitarias frente a las necesidades cotidianas (*Ver Figura 2*) y la presencia en estos lugares, de elementos asociados a la superstición, la magia, la espiritualidad y la religiosidad (*Ver Figura 1*), entre otras temáticas.



**Figura 2.**  
Producción y  
comercialización de  
artefactos utilitarios  
artesanales. Mercado  
de El Potrerillo.  
San Juan de Pasto,  
Colombia (Fuente:  
Elaboración propia,  
2023).

A través de su desarrollo y etapas, este proyecto ha permitido la conformación de un extenso archivo fotográfico y diversos productos de nuevo conocimiento, en relación con sus distintas aproximaciones, problemáticas y reflexiones específicas, como en la documentación y análisis de los procesos, instrumentos y referentes metodológicos incorporados a su desarrollo en cuanto a la investigación y la creación visual, propiciando una reflexión respecto a los estudios folklóricos y socioculturales como nuevos territorios de acción para el diseño y las artes visuales.

## Referentes conceptuales y teóricos

...los símbolos de cultura reciben esta atención en el nombre de la cultura, mientras estas cosas reales que hacen la cultura, la calidad de la sopa que se obtiene en el restaurante, o el pan, o lo que pisas, o esos miles de cosas que realmente representan la verdadera medida de la cultura, están siendo descuidadas (Eames e Eames, 2015, p. 249).

Para Eames e Eames (2015), el pan, alimento universal sobre el cual se desarrolla su cortometraje *Bread* (Eames e Eames, 1953), se convierte en un símbolo recurrente a través de su obra y sus planteamientos, para ser comprendido como un elemento nutritivo, como forma de arte y herramienta política (Atwood, 2020). Como lo afirman Eames e Eames (2015), “Existe cierta evidencia para indicar que se puede juzgar el estado de la cultura en un país por la calidad del pan y la sopa” (p. 226), por lo cual, este tipo de escenarios comerciales, estrechamente asociados a la herencia alimentaria de los territorios y los pueblos, son una ventana que permite acceder a las identidades que confluyen y se manifiestan, en cada contexto, con su diversidad cultural, sus saberes, tradiciones y costumbres (*Ver Figura 3*).



**Figura 3.**  
Restaurantes de comida tradicional china. *Chinatown*, Nueva York, EEUU (Fuente: Elaboración propia, 2022).

A través de comunicación personal, el actor y dramaturgo colombiano Germán Escallón, en relación con la diversidad de productos y sus vivencias dentro de estos espacios, relata:

Mi infancia transcurrió en el ombligo de la jungla de asfalto, a cien metros tenía el oasis rural, el coro desordenado de pregones de marchantas atrayendo hacia los vegetales, las carnes, los quesos, la sonrisa atenta del dueño del granero. Ni qué decir del aroma que se distinguía entre los olores y luego cautivaba los ojos apertentes, el del comedero exhibicionista de caldo, huevos, fritanga, sancocho, el bandejazo de granos y tubérculos frescos (Escallón, como se cita en Ángel-Bravo, 2018, p. 77).

Castiblanco-Roldán (2011) denomina los mercados populares o plazas de mercado como “lugares de memoria” (p. 123), describiendo este lugar como “...un ambiente social donde se propician relaciones de intercambio en el que hay una constante interacción entre compradores y vendedores, en los cuales existen operaciones asociadas a la circulación de las mercancías...” (p. 127) (Figura 4). De igual manera, el autor define estos lugares de memoria como “...construcciones materiales e inmateriales que se han quedado en los sentimientos y las mentalidades de los habitantes a través del tiempo” (p. 124), señalando su ubicación “...desde lo recóndito de la vereda hasta lo congestionado del barrio” (p. 124).



**Figura 4.**  
Comercialización  
de alimentos y  
productos utilitarios.  
Mercado de El  
Potrerillo. San Juan  
de Pasto, Colombia  
(Fuente: Elaboración  
propia, 2023).

En relación con las plazas de mercado, Coronado (2010) plantea la importancia de estos escenarios, describiendo su significado más allá de su utilidad como escenario de intercambio comercial, definiendo la plaza como un punto de encuentro para la comunidad, como un elemento fundamental de la cotidianidad en el contexto urbano:

La plaza, es un lugar característico en los pueblos y ciudades, está principalmente constituida, por su particular servicio a cientos de personas. Por su fuerza dentro de la estructura de una ciudad, es razonada como un salón urbano, es el albergue de varias oportunidades que se ven representadas en la vida cotidiana, una historia que divide este espacio urbano en el juego de un niño, la muestra de un artesano, o el paisaje de una comunidad (Coronado, 2010).

Martín-Barbero, como se cita Alarcón-Brochero (2020) establece un paralelo entre a plaza de mercado y los pequeños comercios populares, ventas callejeras y tiendas de barrio, considerando su función más allá del intercambio económico o comercial (*Ver Figura 5*): Vender o comprar en la plaza de mercado es algo más que una operación comercial. Aunque deformado por la prisa y la impersonalidad de las relaciones urbanas, el puesto de la plaza recuerda sin embargo esas tiendas de los pueblos en las que el tendero no solo vende cosas, sino que presta una buena cantidad de servicios a la comunidad. La tienda de pueblo es un lugar de verdadera comunicación, de encuentro, donde se dejan razones, recados, cartas, dinero, y donde la gente se da cita para hablar, para contarse la vida (p. 21).



**Figura 5.**  
Comercialización  
de alimentos y  
otros productos en  
pequeños comercios  
populares. Damasco,  
Colombia (Fuente:  
Elaboración propia,  
2016).

## Metodología

Ospina-Toro (2005) y Villa-Carmona (2013) plantean la necesidad de comprender el diseño visual y sus áreas afines, como disciplinas de naturaleza contextual, en las cuales, la comprensión del entorno, con sus costumbres, tradiciones, lenguajes y saberes, determinan los procesos de creación. Con base en esta comprensión del diseño y el contexto, es importante entender las rutas metodológicas en estas áreas de estudio, como estructuras variables, determinadas por las necesidades y condiciones particulares de cada abordaje y cada situación, como lo exponen Calvache-Cabrera *et al.* (2022):

Los procesos de investigación, al igual que ocurre en el contexto del diseño, se desarrollan bajo multiplicidad de variables que son condicionadas por el entorno social, cultural, técnico, productivo, ambiental, además de las capacidades propias del individuo. En virtud de lo anterior, es posible afirmar que los procesos de investigación en diseño no se rigen por un procedimiento único o universal capaz de adaptarse a todas las necesidades y condiciones (Calvache-Cabrera *et al.*, 2022, p. 11).

A nivel general, la estructura de este proyecto de investigación-creación se adhiere al modelo o método folklórico propuesto por Ocampo-López (1981). Esta estructura o ruta metodológica se desarrolla de la siguiente manera (Ocampo-López, como se cita en Ángel-Bravo, 2022b, p. 246):

- 1-Delimitación del problema a investigar:**
  - A-Selección y delimitación del tema.
  - B-Exploración del terreno.
  - C-Definición y recolección bibliográfica.
  - D-Formulación de hipótesis y planteamiento del problema.
- 2-Recopilación o documentación respecto al hecho folklórico.**

### 3-Clasificación o sistematización.

#### 4-Análisis e interpretación del hecho folklórico.

Parte este modelo de la definición de un hecho folklórico, frente al cual se desarrolla un ejercicio de documentación, apoyado en la revisión bibliográfica, para así pasar posteriormente a la organización, clasificación y sistematización del material recolectado, llevando finalmente a su análisis y a la redacción del estudio folklórico, materializado en el proceso de investigación-creación, a través de los diversos productos de nuevo conocimiento y obra artística. Siguiendo los planteamientos y condiciones propuestos por Abadía-Morales, como se cita en Ángel-Bravo (2020, p. 6), un hecho, manifestación o expresión, debe cumplir con las siguientes condiciones o características para ser considerado como folklórico:

**Tradicional:** Etimológicamente derivado del griego *Trado* que significa “yo entrego”, definiendo así a aquello que se entrega de una generación otra, principalmente a través de la tradición oral o palabra hablada.

**Típico:** Propio de un contexto específico, como una región, un pueblo, un país, etc.

**Empírico:** Aquello que se aprende por la experiencia directa o la práctica.

**Vivo o vigente:** La práctica en cuestión debe seguir en uso, lo que implica que, si una expresión particular desaparece o entra en desuso, pierde su carácter folklórico y pasa a ser parte de la historia, para convertirse en parte de los estudios antropológicos.

La organización, identificación, clasificación y análisis del material fotográfico recolectado a lo largo del proceso, se adhiere a los modelos o métodos propuestos por Marzal-Felici (2004, 2007, 2020), gracias a los cuales, es posible ordenar y utilizar un extenso archivo fotográfico recopilado en la exploración de diversos espacios, siendo almacenado, clasificado e identificado a partir del lugar y año de captura, para ser finalmente analizado con base en el contenido de la imagen y utilizado como soporte visual de los distintos productos desarrollados. Considerando que “...toda fotografía es un corte espacio-temporal, que revela una manera de focalizar y aspectualizar la acción representada...” y que “...la lectura de una imagen es un acto de interpretación...” (Marzal-Felici, 2020), el autor propone una estructura para la interpretación de la imagen, proponiendo cuatro niveles de aproximación (Marzal-Felici, como se cita en Ángel-Bravo, 2023a, p. 393):

- Nivel contextual
- Nivel morfológico (descripción del motivo / elementos morfológicos)
- Nivel compositivo (sistema compositivo / espacio / tiempo representación)
- Nivel enunciativo (articulación punto de vista / interpretación global)

Frente al componente creativo y de producción visual, se tiene como referente fundamental, el trabajo audiovisual, de corte documental, de los artistas, diseñadores y arquitectos Charles y Ray Eames, quienes a través de sus cortometrajes *Parade* (Eames e Eames, 1952),



*Bread* (Eames e Eames, 1953), *Day of the Dead* (Eames e Eames, 1957a), *Toccata for Toy Trains* (Eames e Eames, 1957b), *Tops* (Eames e Eames, 1969), *Clown Face* (Eames e Eames, 1971) y el inédito *Banana Leaf* (Eames e Eames, 1972), entre otros, exploran, documentan, describen, destacan y analizan expresiones diversas, de carácter tradicional y popular en contextos muy diversos, generando como resultado, "...atrevidas combinaciones de imágenes reales, montajes rápidos, animación y planos fijos, pensadas para atrapar la atención del espectador y difundir información" (Koenig, 2015, p. 69). Respecto al ejercicio de investigación-creación, en cuanto al uso de la fotografía como herramienta documental y artística, ha sido un referente fundamental el ejercicio fotográfico de Santibáñez (2012), quien explora, registra y expone una serie de espacios comerciales de carácter urbano y popular, propios de la gastronomía tradicional mexicana, exaltando una herencia alimentaria que se preserva en las calles de Ciudad de México, documentando las comidas, los espacios, la gráfica urbana popular y el proceso de preparación de los alimentos, haciendo parte de su obra a quienes preparan y a quienes consumen estos productos, en las cocinas tradicionales y callejeras.

Siendo un pionero en el estudio de los mercados populares, Díaz-Piedrahita (1981) se establece como un referente metodológico fundamental para este tipo de procesos, realizando un ejercicio investigativo en relación con la utilización de las hojas naturales de diversas plantas, para el almacenamiento, preparación, distribución y consumo de alimentos, dentro de la tradición alimentaria en Colombia (*Ángel-Bravo, 2022c*), haciendo uso del registro fotográfico como su principal herramienta documental, utilizando este recurso para recopilar y preservar expresiones propias del *folklore* demossófico, según las clasificaciones de Abadía-Morales (1983), que de otra manera sería imposible conservar por su carácter efímero y perecedero (Díaz-Piedrahita, 1981). Dentro de este proyecto, el autor recopila diversas prácticas y preparaciones en relación con el uso de las hojas naturales en dichos espacios comerciales, buscando así preservar estas expresiones tradicionales, amenazadas o desplazadas para dar lugar a nuevos materiales sintéticos y nuevas prácticas, propios de la modernidad, aportando, gracias a este ejercicio, "...elementos para la reconstrucción de ciertos elementos culturales, simbólicos o míticos que han desaparecido o tienden a desaparecer" (Díaz-Piedrahita, 2012, p. 15) (*Ver Figura 6*). En palabras del autor, el objetivo de su trabajo investigativo es:

...recopilar y presentar los datos antes de que la costumbre ancestral desaparezca, a medida que el uso de las hojas como envoltura es reemplazado por el de otros materiales de origen sintético que, si bien permiten agilizar la acción de envolver y la producción en mayor escala, le restan atractivo y calidad al comestible (Díaz-Piedrahita, 2012, p. 15).

El método de trabajo implementado por Díaz-Piedrahita (1981) en su actividad investigativa, se soporta sobre la importancia de la preservación de saberes tradicionales y ancestrales en contraposición a los efectos propios de la modernidad, como en la practicidad que ofrece la herramienta fotográfica en la documentación y la preservación en el tiempo, de algunas prácticas y productos efímeros y perecederos. Como parte de etapas posteriores en este proceso de investigación y creación, se lleva cabo un ejercicio de revisión biblio-

gráfica y creación visual en torno a estas prácticas propias de las cocinas tradicionales, con base en el trabajo de Díaz-Piedrahita (1981) y otros autores, los cuales, a través de los años han venido documentando, recopilando y poniendo en práctica el uso de las hojas naturales en la preparación de alimentos, siendo dicho recurso, un elemento esencial, aun presente y vigente, en el surtido propio de una gran mayoría de estos mercados (Ángel-Bravo, 2022c).



**Figura 6.**  
Hojas de achira,  
utilizadas como  
envoltorio en la  
preparación de  
alimentos. Mercado  
de El Potrerillo,  
San Juan de Pasto,  
Colombia (Fuente:  
Elaboración propia,  
2023).

Inspirado por el trabajo investigativo de Díaz-Piedrahita (1981), Gaviria-Arbeláez (2016, 2019, 2020), desarrolla un ejercicio investigativo aplicado al estudio de diversas expresiones dentro de las cocinas tradicionales colombianas, recogiendo, clasificando y poniendo en práctica distintas preparaciones gastronómicas, incluyendo la preparación de envueltos, dentro de la cual aborda igualmente, el uso de las hojas naturales en la cocción y consumo de alimentos (Ver Figura 6), una práctica que décadas atrás habría sido abordada y documentada por Eames e Eames (1972) en su cortometraje inédito *Banana Leaf*. Gaviria-Arbeláez, como se cita en Ángel-Bravo (2022b, 2022c), desarrolla su trabajo de investigación y creación a través de las siguientes fases o etapas (p. 247):

- 1-**Definición:** Realiza una definición de las técnicas o expresiones que se han de estudiar.
- 2-**Clasificación:** Ejercicio taxonómico en el cual el autor clasifica estas prácticas o expresiones, de acuerdo con su región de origen u otros parámetros.
- 3-**Descripción:** Descripción detallada de las preparaciones seleccionadas.
4. **Aplicación:** Aplicación del conocimiento adquirido, en la creación de preparaciones.
5. **Presentación:** Registro fotográfico, diagramación y presentación final de resultados, a través de sus productos editoriales.

La preservación de diversos saberes, tradiciones y costumbres de carácter popular, tradicional y folklórico, en contraposición a los efectos propios de la modernidad, plantea la necesidad de iniciativas y proyectos en investigación y creación, desde el diseño, las artes y otras disciplinas. La importancia de este tipo de acciones, en pro de la conservación de estos saberes sometidos, es señalada por Espinoza-Freire y Ley-Leyva (2020), al igual que otros referentes acá mencionados, incluyendo a Díaz-Piedrahita (1981), Pulos (1983), Villegas (1988), Castiblanco-Roldán (2011) y Gaviria-Arbeláez (2016, 2019, 2020), entre otros, quienes, desde su labor y sus diversas disciplinas, han emprendido acciones y abordajes, bajo este mismo propósito, utilizando en los mencionados casos, la fotografía como instrumento para la documentación, la conservación y la difusión.

## Desarrollo

El proceso de investigación-creación tiene como base o punto de partida algunos ejercicios de exploración fotográfica anteriores en la isla de San Andrés, y unos primeros registros realizados en la plaza de mercado o galería “La América”, en la ciudad de Medellín, complementados con la documentación de otros espacios comerciales en Damasco, La Ceja y Calarcá, todos ellos dentro del contexto colombiano (*Ver Figura 7*). Igualmente, la exploración, registro y estudio previo respecto a la gráfica urbana popular en el centro de la ciudad, en Santiago de Cali, por medio de la fotografía, conducen a la exploración de nuevos fenómenos y territorios, en este universo de lo popular y lo folklórico, como campo de investigación-creación en el diseño visual (Ángel-Bravo, 2004, 2006, 2007).

Dentro de esta primera fase, además de realizarse una recolección documental a través de la fotografía, se lleva a cabo una búsqueda inicial de referentes bibliográficos, no muy amplios para aquel entonces. Igualmente, se identifica una serie de referentes en creación audiovisual, en relación con la utilización de este tipo de escenarios para la realización de videos musicales y formatos argumentales para cine y televisión. Explorando y registrando en estas primeras exploraciones, algunos referentes internacionales, se da lugar a un ejercicio descriptivo, basado en textos cortos, respecto a cada uno de los lugares visitados, identificando factores comunes y factores diferenciadores o particulares (Ángel-Bravo, 2016).

### Plazas de mercado y puestos de frutas en el contexto colombiano

- Plaza de mercado La América - Medellín, Antioquia (2010, 2016).
- Tiendas y mercados - Damasco, Antioquia (2010, 2016) (*Ver Figura 5*).
- Galería - La Ceja, Antioquia (2010).
- Puestos de frutas - Calarcá, Quindío (2011).
- Galería Alameda - Santiago de Cali, Valle del Cauca (2011).
- Plaza de mercado - Manizales, Caldas (2011, 2012, 2018, 2022, 2023) (*Ver Figuras 1 y 7*).
- Plaza de Mercado Los Fundadores - Santa Rosa de Cabal, Risaralda (2011).
- Galería - La Cumbre, Valle del Cauca (2011, 2012).
- Galería - Dagua, Valle del Cauca (2011).

- Mercado campesino UMATA - Ginebra, Valle del Cauca (2011, 2015, 2019, 2022, 2023).
- Mercados, puestos de frutas y otros comercios populares - San Andrés Islas (2016, 2020, 2023, 2024).
- Plaza de mercado y mercados populares - Silvia, Cauca (2017, 2018).
- Mercado de Los Dos Puentes - San Juan de Pasto, Nariño (2018, 2023) (*Ver Figura 15*).
- Plaza de Mercado El Potrerillo - San Juan de Pasto, Nariño (2018, 2023) (*Ver Figuras 2, 4, 6, 11 y 12*).
- Mercado El Tejar - San Juan de Pasto, Nariño (2018).
- Plaza de mercado - Palmira, Valle del Cauca (2018).
- Plaza de mercado La Esmeralda - Popayán, Cauca (2018).
- Plaza de mercado provisional - Calima El Darién, Valle del Cauca (2023).



**Figura 7.**  
Puestos callejeros en la plaza de mercado. Manizales, Colombia (Fuente: Elaboración propia, 2012).

Con el registro de mercados en el contexto norteamericano, se plantea la importancia de los lugares y comunidades migrantes, como escenarios que, al igual que la plaza de mercado o el mercado central, ayudan a la preservación y difusión de estos saberes de carácter tradicional, los cuales son comunicados, enseñados y preservados a través de la experiencia directa y la oralidad, como en el legado de los talleres y espacios familiares (*Ver Figura 8*). Los comerciantes, en el contexto de las plazas de mercado, como lo explica Coronado (2010), “...heredaron la función y los conocimientos de sus mayores en temas de interés de la cultura alimentaria en sus procesos de producción, técnicas de preparación y rituales de consumo...”. Gracias a las comunidades migrantes, como a los lugares comerciales, religiosos y culturales allí establecidos, es posible la preservación de saberes y el encuentro de identidades, lo que se traduce en procesos interculturales y de hibridación, movilizándolo saberes y costumbres a través de las fronteras geográficas, motivando su intercambio y difusión, desarrollando finalmente un encuentro entre las culturas migrantes y las sociedades receptoras, manteniendo igualmente un vínculo con las sociedades o culturas de origen (*Ver Figura 8*).