

El mercado popular como escenario de creación visual y preservación de identidades culturales

Rafael Ángel Bravo^(*)

Resumen: Denominados también como galerías, plazas de mercado o mercados centrales, los mercados populares en el continente americano han servido como escenario para el intercambio comercial de diversos productos y servicios, en donde se incluye desde alimentos preparados, elementos utilitarios, algunos otros decorativos de carácter artesanal, plantas medicinales y otros productos que pueden estar relacionados con la superstición, la religión y la espiritualidad. Más allá de su función comercial, estos lugares se convierten en un punto de encuentro para las comunidades convirtiéndose en un espacio para la preservación de saberes tradicionales y ancestrales, los cuales se mantienen vigentes a través de la oralidad. Finalmente, el mercado popular permite reconocer la interculturalidad, dar visibilidad a los procesos migratorios, el mestizaje triétnico, la creolización, el sincretismo de creencias y la hibridación cultural, traducidos en una reconfiguración de identidades. Por eso, este proyecto de investigación y creación ha permitido reconocer el valor social, cultural y patrimonial de estos lugares identificando en ellos una serie de procesos interculturales que se ven materializados en los productos, objetos y prácticas que allí confluyen. De esta manera el presente artículo ahonda en las expresiones complejas que surgen de los mercados populares en el contexto de las comunidades migrantes.

Palabras clave: Costumbres y tradiciones - folklore - identidad cultural - migración - tradición oral.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 54]

^(*) Diseñador Gráfico, Máster en Comunicación Empresarial y Corporativa. Docente investigador, director del Grupo de Investigación Visualizar, Corporación Universitaria Autónoma de Nariño. Docente investigador en áreas relacionadas con el diseño gráfico, la fotografía, estudios históricos y culturales, asociados al folklore y la cultura popular.

Introducción

Castiblanco-Roldán (2011) describe los mercados populares o plazas de mercado como “lugares de memoria” (p.123), entendiendo el mercado 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 1**). Igualmente, 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), siendo estos ubicados “... desde lo recóndito de la vereda hasta lo congestionado del barrio” (p.124).



Figura 1. Comercialización de diversos alimentos, insumos y otros productos. Mercado de El Potrerillo. San Juan de Pasto, Colombia. **Fuente:** Elaboración propia, 2023.

Además de su función como escenarios de intercambio comercial para la distribución o comercialización de productos y servicios, la plaza de mercado permite la preservación de unos saberes de carácter tradicional, preservados a través de la oralidad y los talleres o empresas familiares, siendo espacios que acogen “...una memoria técnica que permite que aunque desplazados de la plaza política y aun encerrada en edificios muy bien diseñados o simplemente acondicionados, sigan subsistiendo y caracterizando la cultura popular frente al capitalismo contemporáneo”, como lo explica Castiblanco-Roldán (2011, p.124). Dichos saberes, de carácter popular, tradicional y ancestral, son planteados por Foucault, como se cita en Ocaña-Calvachy (2019), como “saberes sometidos” (p.10), definidos como aquellos conocimientos tradicionales, “...descalificados como saberes no conceptuales, como saberes insuficientemente elaborados: saberes ingenuos, saberes jerárquicamente inferiores, saberes por debajo del nivel del conocimiento o de la cientificidad exigidos” (Foucault, como se cita en Ocaña-Calvachy, 2019, p.10), preservados y compartidos gra-

cias a los mercados populares, comunidades migrantes y otros núcleos de expresión cultural, incluyendo expresiones asociadas al *folklore* en sus distintas categorías, especialmente en relación con la artesanía (**figuras 2, 6, 7 y 8**), la medicina natural (**figura 3**), la herencia alimentaria (**figuras 13 y 14**), la magia, la superstición (**figura 12**) y la religiosidad (**figuras 4 y 5**), entre otras. Para Ocaña-Calvachy (2019), “...el rescate del conocimiento tradicional representa una parte del proceso de decolonialización necesario para el empoderamiento de las diferentes etnias invisibilizadas durante años por el canon académico” (p.1).



Figura 2. Utilización de fibras naturales en la producción artesanal de objetos utilitarios. Mercado de El Potrerillo. San Juan de Pasto, Colombia. **Fuente:** Elaboración propia, 2023.

En palabras de García-Canclini (2002), “...la globalización tiende a uniformar el mercado y a estandarizar patrones comunes...”. Frente a estos efectos homogeneizadores, que han de generar la globalización y la modernidad, autores como Díaz-Piedrahita (1981, 2002) y Villegas (1988) resaltan la importancia que tiene la preservación de estas expresiones populares, de carácter tradicional, en riesgo de desaparecer o ser afectadas. Frente a esto, Espinoza-Freire y Ley-Leyva (2020) señalan la necesidad de espacios y estrategias que faciliten la convivencia armónica de identidades y la conservación de la riqueza cultural, dentro de contextos multiculturales e interculturales. Los mercados populares, como la realización de proyectos alrededor de ellos, han de ayudar a la conservación de los diversos saberes, tradiciones y costumbres que dichos lugares albergan.

En palabras de Landeta (2014):

Un mercado es un lugar en el que las personas pueden adquirir víveres, comida preparada o cualquier tipo de insumo para el hogar. Hierbas para combatir el mal de ojo, para encontrar el amor o para curar cualquier tipo de enfermedad se encuentran con facilidad en estos lugares (**figura 3**).



Figura 3. Aloe y otras plantas medicinales. Mercado de Los Dos Puentes. San Juan de Pasto, Colombia. **Fuente:** Elaboración propia, 2023.

Como lo expone Landeta (2014), al igual que Coronado (2010) y Castiblanco-Roldán (2011), entre otros autores, la plaza de mercado es mucho más que un espacio para el intercambio comercial, siendo hoy un escenario para el encuentro de las comunidades, la preservación de sus identidades, saberes, espiritualidad, supersticiones y creencias religiosas (**figuras 4 y 5**). Este proyecto de investigación y creación busca exaltar y reconocer el valor cultural de estos espacios comerciales de carácter popular, identificando y analizando a través de ellos, diversos fenómenos y procesos socioculturales, asociados al mestizaje, la hibridación, el sincretismo, la creolización y los movimientos migratorios, los cuales conducen a una configuración y reconfiguración de saberes e identidades, dentro de estos escenarios.



Figura 4. Altares e imaginaria del catolicismo. Plaza de mercado. Manizales, Colombia. **Fuente:** Elaboración propia, 2023.