

mercados y contextos urbanos a nivel continental, conduce a la identificación y registro fotográfico de comunidades, territorios y lugares migrantes, los cuales se ven reflejados en la apertura de nuevos espacios comerciales, dentro de sus sociedades receptoras.



Figura 12. Mercado de Mariscos, Ciudad de Panamá, Panamá. **Fuente:** Elaboración propia, 2014.

A partir de la definición y análisis de estos procesos y fenómenos socioculturales, en relación con el estudio de mercados populares y algunos territorios o lugares migrantes en el contexto continental, se plantean diversas reflexiones o enfoques, los cuales se van haciendo cada vez más puntuales y específicos, abordando diferentes aspectos como las relaciones que se establecen entre los consumidores y los productos utilitarios de carácter artesanal (Ángel-Bravo, 2021b), la utilización de hojas y fibras naturales en la creación de artefactos decorativos y utilitarios (Ángel-Bravo, 2021b, 2022c), la herencia alimentaria, el sincretismo triétnico de creencias, que involucra manifestaciones de la religiosidad, la medicina natural, la magia y la superstición, la influencia de los procesos migratorios y diásporas, entre otros abordajes, en relación con estos escenarios, llevando el ejercicio investigativo y reflexivo a lugares cada vez más específicos, dando lugar a nueva producción creativa y de nuevo conocimiento.

Conclusiones

Las plazas de mercado o mercados populares, en contextos rurales y urbanos, a nivel continental, se convierten en un espacio de encuentro para la comunidad, dentro de los cuales se lleva a cabo un intercambio de saberes y una preservación de expresiones diversas, de carácter tradicional, popular y folklórico. La observación y análisis de un conjunto de

mercados y puestos de frutas en el contexto colombiano, permite reconocer una serie de factores unificadores y diferenciales, respecto a los productos, biodiversidad, costumbres y creencias, en relación con las distintas regiones y territorios explorados.

La documentación y análisis de mercados populares en el contexto continental, permite reconocer la importancia cultural de estos espacios de carácter comercial e identificar unos fenómenos de carácter sociocultural, los cuales se materializan gracias a los objetos, productos, prácticas y expresiones que encuentran en estos lugares, un espacio de desarrollo y preservación. Factores como la biodiversidad, la tradición oral, la transmisión e intercambio de saberes entre las sociedades rurales y urbanas, los movimientos migratorios, el mestizaje, la creolización, el sincretismo de creencias y la hibridación cultural, entre otros, influyen dentro de la oferta de productos y servicios, al igual que en las distintas prácticas que en estos espacios se desarrollan (**figura 13**).



Figura 13. Cocina tradicional mexicana en Los Ángeles. *Grand Central Market*, Los Ángeles, California. **Fuente:** Elaboración propia, 2012.

La búsqueda y exploración de espacios comerciales y de preservación cultural, en contextos urbanos, conduce a la identificación, registro y análisis de comunidades y territorios migrantes, definidos como aquellos espacios físicos o geográficos en los cuales, un grupo o movilización de población migrante se establece para constituir allí su residencia, generar intercambio comercial y desarrollo de otras actividades, asociadas con su cultura y sus creencias, dando origen a unos núcleos o guetos, en los cuales se conforman redes de apoyo entre ciudadanos para la preservación de sus saberes y costumbres, especialmente dentro de la producción artesanal (**figuras 6, 7 y 8**), la religiosidad (**figuras 4 y 5**) y la herencia alimentaria (**figuras 13 y 14**). Adicionalmente, el intercambio cultural entre estos grupos migrantes y la sociedad que los acoge, conduce a un proceso de hibridación cultural, que trae consigo un diálogo de saberes y una reconstrucción de identidades culturales, en constante evolución.



Figura 14. Cocina tradicional mexicana en Los Ángeles. *Grand Central Market*, Los Ángeles, California. **Fuente:** Elaboración propia, 2012.

La exploración de plazas de mercado o mercados populares, como de diversos territorios y lugares migrantes, ha de conducir a nuevos abordajes y reflexiones, cada vez más específicas y puntuales, frente a las distintas prácticas, expresiones, creencias y otros procesos socioculturales que en estos escenarios convergen, dando lugar a nuevas exploraciones desde la fotografía y nuevos productos escritos, para el desarrollo de nuevos planteamientos teóricos, dentro de este amplio universo.

Referencias bibliográficas

- Abadía-Morales, G. (1983). *Compendio General del Folklore Colombiano* (4 ed.). Banco Popular.
- Ángel-Bravo, R. (2016). Galerías y plazas de mercado como espacio de conservación cultural y producción audiovisual. *Nexus*, 20, 246-267. <https://doi.org/10.25100/nc.v0i20.1843>
- Ángel-Bravo, R. (2018). La galería o plaza de mercado como expresión de diversidad y espacio de conservación cultural en el continente americano. *Seminario Internacional de Investigación en Diseño*, 10(10), 75-85. <https://www.taller11gid.com/memorias-sid>
- Ángel-Bravo, R. (2020). La plaza de mercado como escenario para la identificación de diversos fenómenos socioculturales e interculturales en el continente americano. *Apuntes: Revista de Estudios sobre Patrimonio Cultural*, 33. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.apu33.pmei>

- Ángel-Bravo, R. (2021a). Mestizaje, creolización, sincretismo e hibridación cultural, a través de los mercados populares en América. *Revista de Ciencias Sociales RCS*, 27(2), 322-337. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i2.35921>
- Ángel-Bravo, R. (2021b). The Banana Leaf Approach: An Appreciation of Utilitarian Handcrafted Artifacts in the American Context. *Sociedad y Economía*, (42). <https://doi.org/10.25100/sye.v0i42.10248>
- Ángel-Bravo, R. (2021c). The marketplace as a context for cultural hybridization, syncretism and creolization in the American continent. *Revista Guillermo de Ockham*, 19(1), 55-77. <https://doi.org/10.21500/22563202.4620>
- Ángel-Bravo, R. (2022a). El pan como símbolo: Aproximación taxonómica a los objetos y productos en el mercado popular, como representación del *folklore* y los saberes populares. En J. Martínez-Garcés (Ed.), *Avances en investigación científica* (pp. 47-61). Corporación Universitaria Autónoma de Nariño. <https://doi.org/10.47666/avances.inv.3>
- Ángel-Bravo, R. (2022b). Estudios culturales y folklóricos, nuevas fronteras y enfoques temáticos para la investigación en diseño. En J. Martínez-Garcés (Ed.), *Avances en investigación científica* (pp. 239-251). Corporación Universitaria Autónoma de Nariño. <https://doi.org/10.47666/avances.inv.3>
- Ángel-Bravo, R. (2022c). La trilogía del envuelto: Las hojas de las plantas como recurso utilitario en el contexto alimentario, más allá de la estética y la funcionalidad - Una revisión bibliográfica. En F. C. Londoño-López, A. Gómez-Alzate, C. Jurado-Grisales (Eds.), *Interespecies - Interacciones emergentes en diseño, arte y ciencia* (pp. 340-348). Universidad de Caldas. <https://festivaldelaimagen.com/wp-content/uploads/2022/03/Memorias-FII-2021.pdf>
- Calvache-Cabrera, D., Borchers, P. A. Dueñas-Lasso, J. V. (2022). El desarrollo de productos sostenibles como escenario para la investigación-creación. En C.A. Lopera-Quiroz (ed.), *Diseño sostenible: Creación, materialidad y experiencia* (pp. 8-43). <https://pascualbravo.edu.co/wp-content/uploads/2022/03/disenosostenible.pdf>
- Castiblanco-Roldán, A. (2011). Las plazas de mercado como lugares de memoria en la ciudad: anclajes, pervivencias y luchas. *Ciudad paz-ando*, 4(2), 123-132. <https://doi.org/10.14483/2422278X.7325>
- Coronado, C. (2010). Plazas de Mercado: Una Tradición Continua. *Apuntes de Arquitectura*. <http://apuntesdearquitecturadigital.blogspot.com/2010/12/plazas-de-mercado-una-tradicion.html>
- Díaz-Piedrahita, S. (1981). *Las hojas de las plantas como envoltura de alimentos*. CIEC.
- Díaz-Piedrahita, S. (2012). *Las hojas de las plantas como envoltura de alimentos*. Ministerio de Cultura.
- Eames, C. e Eames, R. (1952). *Parade* (Cortometraje).
- Eames, C. e Eames, R. (1953). *Bread* (Cortometraje). <https://www.youtube.com/watch?v=k-bX5bo12JU>
- Eames, C. e Eames, R. (1957a). *Day of the Dead* (Cortometraje). <https://www.youtube.com/watch?v=YJZf-2fLpGM&t=185s>
- Eames, C. e Eames, R. (1957b). *Toccata for Toy Trains* (Cortometraje). <https://www.youtube.com/watch?v=oorg2q0D8hs>

- Eames, C. e Eames, R. (1969). *Tops (Cortometraje)*. <https://www.youtube.com/watch?v=UJ-VFMymEiE&t=219s>
- Eames, C. e Eames, R. (1971). *Clown Face (Cortometraje)*.
- Eames, C. e Eames, R. (1972). *Banana Leaf (Cortometraje inédito)*. <https://www.imdb.com/title/tt0286481/>
- Espinoza-Freire, E. E., y Ley-Leyva, N. V. (2020). Educación intercultural en el Ecuador: Una revisión sistemática. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(2), 275-288. <http://dx.doi.org/10.17163/alt.v14n1.2019.06>
- García-Canclini, N. (2002). Entrevista con Néstor García Canclini I. *La iniciativa de comunicación*. <http://www.comminit.com/la/node/67260>
- Koenig, G. (2015). *Charles & Ray Eames*. Taschen.
- Landeta, D. (2014). Recorriendo los mercados de Quito. *Diario El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/tendencias/recorriendo-mercados-quito.html>
- Marzal-Felici, J. (2004). Propuesta de modelo de análisis de la imagen fotográfica. *Uji*. <http://www.analisisfotografia.uji.es/root/analisis/metod/metod.htm>
- Marzal-Felici, J. (2007). *Cómo se lee una fotografía: interpretaciones de la mirada*. Cátedra.
- Marzal-Felici, J. (2020). Propuesta de modelo de análisis de la fotografía. *Uji*. <http://www.analisisfotografia.uji.es/root/analisis/metod/metod.htm>
- Ocampo-López, J. (1981). *El folclor y los bailes típicos colombianos*. Biblioteca de escritores caldenses.
- Ocaña-Calvachy, C. S. (2019). *El aporte de los saberes ancestrales a la educación superior colombiana – estudio sobre el departamento de Nariño con la comunidad afro* [Proyecto de grado de especialización]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/24329>
- Santibáñez, R. (2012). *Tacos, tortas, and tamales: Flavors from the griddles, pots, and streetside kitchens of Mexico*. John Wiley & Sons, Inc.
- Villegas, L. (1988). *Arte Factos: Elementos de la vida cotidiana del Viejo Caldas*. Villegas.

Abstract: Also known as galleries, market squares or central markets, popular markets on the American continent have served as a setting for the commercial exchange of various products and services, which include prepared foods, utilitarian elements, and some other decorative artisanal items. , medicinal plants and other products that may be related to superstition, religion and spirituality. Beyond their commercial function, these places become a meeting point for communities, becoming a space for the preservation of traditional and ancestral knowledge, which remains current through orality. Finally, the popular market allows us to recognize interculturality, give visibility to migratory processes, triethnic mixing, creolization, syncretism of beliefs and cultural hybridization, translated into a reconfiguration of identities. For this reason, this research and creation project has allowed us to recognize the social, cultural and heritage value of these places, identifying in them a series of intercultural processes that are materialized in the products, objects and practices that come together there. In this way, this article delves

into the complex expressions that arise from popular markets in the context of migrant communities.

Keywords: Customs and traditions - folklore - cultural identity - migration - oral tradition.

Resumo: Também conhecidos como galerias, praças de mercado ou mercados centrais, os mercados populares do continente americano têm servido de cenário para a troca comercial de diversos produtos e serviços, que incluem alimentos preparados, elementos utilitários e alguns outros itens decorativos artesanais. e outros produtos que possam estar relacionados com superstição, religião e espiritualidade. Para além da sua função comercial, estes locais tornam-se ponto de encontro de comunidades, tornando-se um espaço de preservação de conhecimentos tradicionais e ancestrais, que se mantêm atuais através da oralidade. Por fim, o mercado popular permite reconhecer a interculturalidade, dar visibilidade aos processos migratórios, à mistura triétnica, à criouliização, ao sincretismo de crenças e à hibridação cultural, traduzidos numa reconfiguração de identidades. Por isso, este projeto de investigação e criação permitiu-nos reconhecer o valor social, cultural e patrimonial destes locais, identificando neles uma série de processos interculturais que se materializam nos produtos, objetos e práticas que ali se reúnem. Desta forma, este artigo investiga as complexas expressões que surgem dos mercados populares no contexto das comunidades migrantes.

Palavras-chave: Costumes e tradições - folclore - identidade cultural - migração - tradição oral.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por su autor]
