

RESUMEN - PÓSTER

LAS PLAZAS DE MERCADO EN COLOMBIA: UNA HISTORIA DEL ENLACE SOCIOCULTURAL ENTRE EL CAMPO Y LA CIUDAD

DARÍO PÉREZ

Universidad Nacional de Colombia, daaperezgo@unal.edu.co

LILIANA AYALA

Universidad de los Andes, gl.ayala@uniandes.edu.co

Las plazas de mercado se han desarrollado en paralelo a la creación de los centros poblados. Desde su concepción, su principal función ha sido servir de centro de acopio de productos, especialmente agrícolas, y el intercambio de bienes naturales necesarios para suplir necesidades vitales, integrándose al entorno y generando dinámicas sociales. La permanencia de la plaza de mercado es diacrónica, fortalecida por el abasto como un enlace social y cultural entre el campo y la ciudad. Estos espacios se configuran como generadores y transformadores del espacio, a partir del incremento de la demanda en áreas urbanas crecientes.

Las plazas de mercado constituyen la mejor vitrina para la agrobiodiversidad local, en sus pasillos coloridos desfilan un sinnúmero de especies vegetales y animales que dan cuenta de los intereses, usos y prácticas tradicionales de las comunidades campesinas, en contraste con el intercambio comercial y los intereses propios de los clientes. En Colombia, las plazas de mercado no sólo abastecen, sino que son lugares centrales, escenario de las mayores actividades comerciales a escala local y fuente primaria, desde la colonia y hasta la actualidad, para el fortalecimiento de las economías campesinas y el compadrazgo.

Sin embargo, el crecimiento de las ciudades viene ligado al establecimiento de un modelo económico que promueve la invisibilización de la cultura campesina con la idea desarrollista de aumentar la producción de monocultivos, que sugieren la uniformidad de grandes extensiones de tierra que pertenecen a unos pocos y generan la reducción de la diversidad de las especies cultivadas. Esta presión ejercida por el modelo económico imperante, que desconoce la cultura campesina y favorece a grandes terratenientes e intermediarios que comercializan producciones tecnificadas en monocultivos, hace que se subvalore el papel clave de las plazas de mercado en las economías campesinas, y en la seguridad/soberanía alimentaria y, por el contrario, permite que se invisibilicen las dinámicas socioeconómicas de los actores participantes en las cadenas de suministro de los productos agrícolas locales.

En este estudio realizamos una documentación histórica con fuentes secundarias que registra el papel de las plazas de mercado como epicentros comerciales en los municipios de Colombia desde el siglo XIX. Como resultado evidenciamos que estos lugares, además de convertirse en estrategias de abastecimiento a escala local y regional, son las plataformas ideales para motivar las economías campesinas, establecer centralidades, visibilizar la agrobiodiversidad y fortalecer el crecimiento de la actividad comercial local. Es menester la valoración de las plazas de mercado como parte del patrimonio biocultural e identitario de nuestro país y su recuperación como escenarios para exhibir nuestra agrobiodiversidad, para fortalecer las economías campesinas y visibilizar el intercambio de saberes tradicionales.

PALABRAS CLAVE: Agrobiodiversidad, Economías campesinas, Patrimonio biocultural, Saberes tradicionales.