

# REFLEXIONES EN TORNO A LA PUESTA EN VALOR PATRIMONIAL DE LOS MERCADOS POPULARES URBANOS COMO ESTRATEGIA DE INCLUSIÓN SOCIAL

## PONENTE

Carlos Martín Carbonell Higuera

Doctor en Antropología Social y Etnología  
École des Hautes Études en Sciences Sociales

Profesional en Finanzas y Relaciones Internacionales  
Universidad Externado de Colombia

Docente Maestría en Estudios Culturales  
Universidad Nacional de Colombia

# LA CUESTIÓN DEL VALOR EN RELACIÓN CON EL CAPITAL CULTURAL

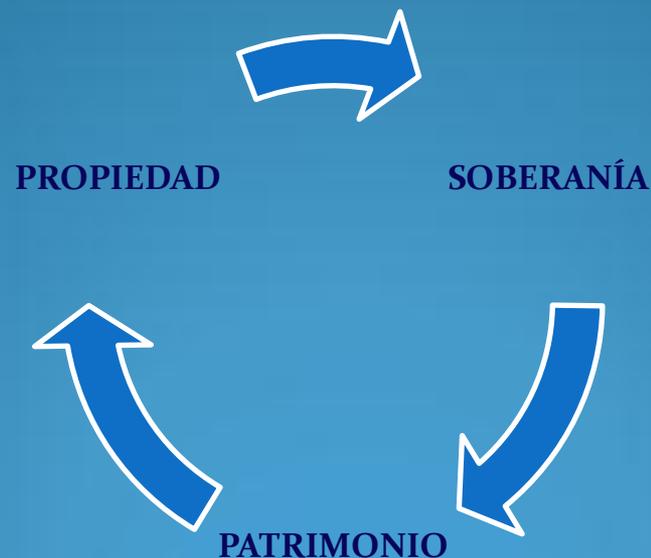
PATRIMONIO = CULTURA + MODERNIDAD

1) El patrimonio como estrategia de integración de la naturaleza y la cultura a los circuitos de producción, distribución y consumo del capitalismo global

# LA CUESTIÓN DEL VALOR EN RELACIÓN CON EL CAPITAL CULTURAL

## 2) Relación PATRIMONIO - PROPIEDAD - SOBERANÍA

El valor cultural del bien privado (propiedad) y  
del bien público (soberanía)



# LA CUESTIÓN DEL VALOR EN RELACIÓN CON EL CAPITAL CULTURAL

Valor y plusvalía (Marx)

Valor de uso y valor de cambio

Valor representacional (Benjamin)

Fetichismo de la mercancía: el fenómeno de desarraigo de las relaciones económicas respecto de los actores sociales. Valor representacional y virtualidad.

La cultura como capital, o la creación de capital cultural (Bourdieu, La distinción)

El capital cultural en el campo social global

# LA CUESTIÓN DEL VALOR EN RELACIÓN CON EL CAPITAL CULTURAL

PUESTA EN VALOR

=

VALORACIÓN + VALORIZACIÓN

- 1) Asignación de un valor (De las dinámicas socioculturales a la configuración de un bien cultural)
- 2) Puesta en circulación del bien en el mercado de valores del campo cultural global (El bien cultural como generador de plusvalía)

# LA CUESTIÓN DEL VALOR COMO PROBLEMA MORAL

Valor (Nietzsche, La genealogía de la moral)

La arbitrariedad del valor y del significado

El valor moral como valor representacional

La trampa fetichista (El valor representacional es convertido en valor económico, elemento ajeno a la dinámica sociocultural de la cual surge)

La transvaloración de los valores

# LA CUESTIÓN DE LA PROPIEDAD DEL VALOR

## PROPIEDAD - APROPIACIÓN - EXPROPIACIÓN

El Estado y los agentes hegemónicos se apropian y expropian el valor cultural de las comunidades subalternas en el marco de los procesos de desarraigo propiciados por los procesos de puesta en valor patrimonial

Esto reduce las posibilidades de apropiación identitaria de las comunidades y limita el derecho y usufructo de la propiedad sobre los bienes culturales y el territorio donde éstas se establecen

# EL VALOR Y LA VALORACIÓN PATRIMONIAL COMO ESTRATEGIAS DE JERARQUIZACIÓN Y DISTINCIÓN SOCIOCULTURAL

La asignación de un valor moral a la cultura y la definición de su valoración sitúan al bien cultural así configurado en el campo social del capital cultural global, integrándose a los mecanismos y dispositivos de distinción sociocultural que establecen diferenciaciones y jerarquías entre los bienes culturales, conforme a los distintos planos territoriales de pertinencia y significación de las dinámicas socioculturales y patrimoniales.

# PUESTA EN VALOR PATRIMONIAL Y EXCLUSIÓN SOCIOCULTURAL

La exclusión como hecho social holístico

La exclusión como fenómeno multidimensional

La puesta en valor patrimonial como dispositivo de exclusión sociocultural

Diferenciación sociocultural y desigualdad

Patrimonialización y exclusión identitaria

# PUESTA EN VALOR PATRIMONIAL Y SEGREGACIÓN SOCIOESPACIAL

Los procesos de patrimonialización tienen efectos sobre el territorio en el que los grupos humanos han configurado históricamente las dinámicas socioculturales e identitarias susceptibles de obtener un reconocimiento patrimonial

La relación entre valor patrimonial y  
valor del suelo urbano

Gentrificación patrimonial y  
segregación socioespacial

# PUESTA EN VALOR PATRIMONIAL Y SEGREGACIÓN SOCIOESPACIAL

Patrimonio y bienes privados

(Patrimonio - Propiedad)

Patrimonio y lugares públicos

(Patrimonio - Soberanía)

La creciente privatización de lo público y sus efectos en cuanto a la distribución de los beneficios derivados de los procesos de puesta en valor patrimonial en territorios y comunidades locales

## PLANTEAMIENTO CENTRAL

Las prácticas mercantiles de las culturas populares urbanas constituyen una fuente de valor patrimonial susceptible de ser apropiada por las comunidades que en ellas participan, debido a los beneficios potenciales derivados de su reconocimiento social y su consiguiente integración a las dinámicas del sector del ocio y el turismo.

Sin embargo, los criterios del valor y la valoración patrimonial actualmente legitimados, así como las prioridades y los intereses del Estado y los agentes hegemónicos, crean barreras al ingreso y restringen un mejor posicionamiento de estos bienes culturales en el campo social global de circulación del capital cultural.

# GALERÍAS ANTONIO NARIÑO (BOGOTÁ, D.C.)

Construido por Jorge Gaitán Cortés (1964)



FUENTE: “Adiós a 35 años de ventas”, en *El Espectador*, Bogotá, Febrero 21 de 1999, pág. 3-E. Foto de Archivo.

# GALERÍAS ANTONIO NARIÑO (BOGOTÁ, D.C.)



JAVIER BOHÓRQUEZ

FUENTE: “San Victorino se va para siempre”, en *El Espectador*, Bogotá, Agosto 7 de 1999, pág. 2-C. Foto: Javier Bohórquez.

# GALERÍAS ANTONIO NARIÑO (BOGOTÁ, D.C.)

1999

## Panorámica del 'despeje' en San Victorino



**LOS BORDES DE LO QUE ANTIQUAMENTE** era la plazoleta Antonio Nariño, en San Victorino, comenzaron a verse de nuevo, luego de otra operación de la Alcaldía para recuperar el espacio

público. Los 250 vendedores afectados por la medida dicen que es injusto porque pagaban arriendo. Las autoridades aseguran que la recuperación permitirá mejorar la seguridad. /1E

Miguel Menéndez / EL TIEMPO

**FUENTE:** Menéndez, Miguel, "Panorámica del 'despeje' en San Victorino", en *El Tiempo*, Bogotá, Febrero 15 de 1999.

# PLAZOLETA ANTONIO NARIÑO



# GALERÍAS ANTONIO NARIÑO (BOGOTÁ, D.C.) VISTA INTERIOR



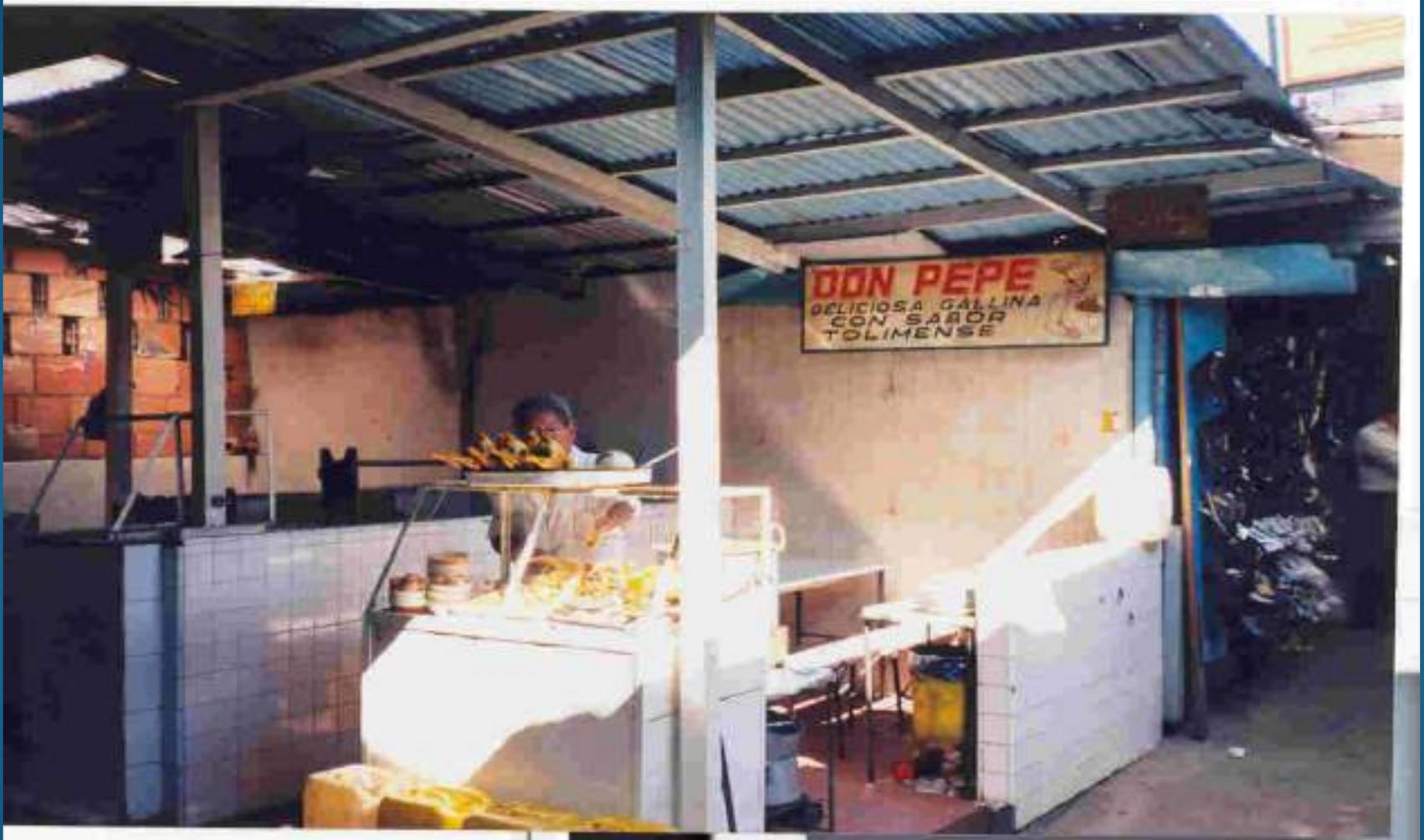
# GALERÍAS ANTONIO NARIÑO (BOGOTÁ, D.C.) VISTA INTERIOR



# GALERÍAS ANTONIO NARIÑO (BOGOTÁ, D.C.) VISTA INTERIOR



# GALERÍAS ANTONIO NARIÑO (BOGOTÁ, D.C.) VISTA INTERIOR



# GALERÍAS ANTONIO NARIÑO (BOGOTÁ, D.C.)

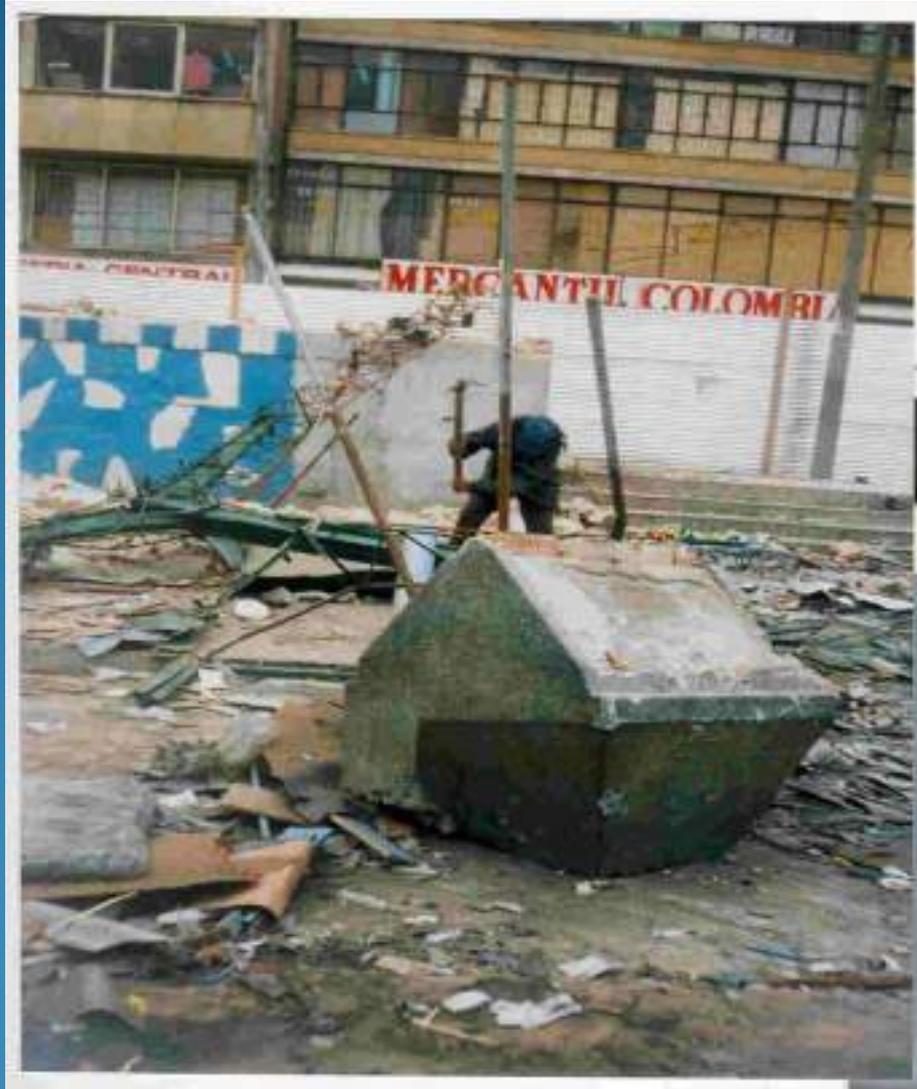
## IDENTIDAD NACIONAL DEL SIGLO XX

- Migraciones provenientes de todo el país (Cundinamarca, Tolima, Boyacá, Santander, Antioquia, Eje Cafetero)
- Venta de productos manufacturados hechos en Colombia
- Recreación de la cultura popular nacional (Leyendas y narrativas rurales y subalternas, música popular (vallenato, guasca, carrilera), gastronomía popular (gallina criolla, fritanga, tamal, corrientazo), juegos (parqués, ajedrez, rana, minitejo, tragamonedas), formas de socialización (“echar pola”, “tomar tinto”))
- Primer centro comercial de Bogotá y el país (1964)

# GALERÍAS ANTONIO NARIÑO (BOGOTÁ, D.C.) VISTA INTERIOR



# GALERÍAS ANTONIO NARIÑO (BOGOTÁ, D.C.)



# TOLDOS DE SAN PELAYO



**FUENTE:** Toldos de San Pelayo (Página de Facebook). **En::**  
<https://www.facebook.com/toldos.desanpelayo?sk=photos>.

# TOLDOS DE SAN PELAYO



**FUENTE:** Toldos de San Pelayo (Página de Facebook). **En::**  
<https://www.facebook.com/toldos.desanpelayo?sk=photos>.

# TOLDOS DE SAN PELAYO



# PLAZA DE PALOQUEMAO



FUENTE: <http://www.bogota.gov.co/portel/libreria/jpg/Plaza400.jpg>

# PLAZA DE PALOQUEMAO



FUENTE: [http://1.bp.blogspot.com/\\_OCFtvRM6qPo/TMYR5mauxiI/AAAAAAAAA1c/lzPSTGOo-CM/s800/paloquemao.jpg](http://1.bp.blogspot.com/_OCFtvRM6qPo/TMYR5mauxiI/AAAAAAAAA1c/lzPSTGOo-CM/s800/paloquemao.jpg)

# PLAZA DE PALOQUEMAO



FUENTE: [http://4.bp.blogspot.com/-AWx28kJOtqM/TdmrQcgFAYI/AAAAAAAAAB0/x9CgKUOzjJc/s1600/IMG\\_0322.JPG](http://4.bp.blogspot.com/-AWx28kJOtqM/TdmrQcgFAYI/AAAAAAAAAB0/x9CgKUOzjJc/s1600/IMG_0322.JPG)

# LAS COMPOSICIONES COMO ELEMENTO ESTÉTICO DE LOS MERCADOS



FUENTE: [http://2.bp.blogspot.com/-TnMBPFRH8ac/T62q9mDA8TI/AAAAAAAAAGs/\\_9RMGoySMdY/s1600/PALO\\_QUEMAO-6052102%2B012.JPG](http://2.bp.blogspot.com/-TnMBPFRH8ac/T62q9mDA8TI/AAAAAAAAAGs/_9RMGoySMdY/s1600/PALO_QUEMAO-6052102%2B012.JPG)

# COMPOSICIONES EN PLAZAS DE MERCADO



**FUENTE:**

[http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/sites/default/files/imagecache/Noticia\\_600x400/foto\\_grandes\\_400x300\\_noticia/2012/03/06/ibague-5-1.jpg](http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/sites/default/files/imagecache/Noticia_600x400/foto_grandes_400x300_noticia/2012/03/06/ibague-5-1.jpg)

# COMPOSICIONES EN SUPERMERCADOS



FUENTE: <http://www.google.com.co/imgres?q=supermercados&start>

# COMPOSICIONES EN SUPERMERCADOS



FUENTE: <http://www.brainsins.com/es/wp-content/uploads/2012/03/supermercado1.jpg>

# COMPOSICIONES EN SUPERMERCADOS



FUENTE:[http://www.planetajoy.com/upload/image/600x6001243285061\\_supermercados\\_2\\_baja.jpg](http://www.planetajoy.com/upload/image/600x6001243285061_supermercados_2_baja.jpg)

# COMPOSICIONES EN VITRINAS



# COMPOSICIONES EN VITRINAS



# PLAZA DE MERCADO DEL RESTREPO



FUENTE: [http://1.bp.blogspot.com/-gRQEHXo3Co8/T7J5tC8UTSI/AAAAAAAAAF5c/V6UTsNBlxig/s1600/IMG\\_5650%2B\(1\).jpg](http://1.bp.blogspot.com/-gRQEHXo3Co8/T7J5tC8UTSI/AAAAAAAAAF5c/V6UTsNBlxig/s1600/IMG_5650%2B(1).jpg)

# PLAZA DE MERCADO DEL RESTREPO



FUENTE: [http://3.bp.blogspot.com/\\_-SIsJyJGs44/S-DLImoa-BI/AAAAAAAAAEI/aP5ZivxLQ1s/s1600/PLAZA%2BDEL%2BRESTREPO%2B\(24\).JPG](http://3.bp.blogspot.com/_-SIsJyJGs44/S-DLImoa-BI/AAAAAAAAAEI/aP5ZivxLQ1s/s1600/PLAZA%2BDEL%2BRESTREPO%2B(24).JPG)

# PLAZA DE MERCADO RESTREPO - PROYECTO DE MODERNIZACIÓN



FUENTE:

[http://www.agenciadenoticias.unal.edu.co/uploads/pics/AgenciaUN\\_o613\\_1\\_11.jpg](http://www.agenciadenoticias.unal.edu.co/uploads/pics/AgenciaUN_o613_1_11.jpg)

# PLAZA DE MERCADO LAS CRUCES



FUENTE: <http://internacional.pixelclubservers.com/sites/default/files/images/Las%20Cruces.jpg>

# MERCADOS POPULARES, PUEBLOS Y ZONAS RURALES



FUENTE: [http://expresodelcentro.files.wordpress.com/2010/04/plaza\\_de\\_mercado\\_girardot-imagen.jpg](http://expresodelcentro.files.wordpress.com/2010/04/plaza_de_mercado_girardot-imagen.jpg)

# EL PROYECTO DE LAS PLAZAS DE MERCADO COMO PROYECTO DE MODERNIZACIÓN DE LA CULTURA POPULAR

“La modernización también incluye implementar el código de barras en los productos y corresponsales no bancarios para el pago de servicios públicos, entre otros. Los comerciantes podrán utilizar este sistema para el pago del derecho de uso administrativo y aprovechamiento económico de la plaza. Para reducir los precios de los alimentos en las plazas de mercado, el IPES y la Secretaría de Desarrollo Económico realizarán un convenio con los productores campesinos y Corabastos que permita la venta directa de productos a los comerciantes de las plazas y su asociación para comprar a gran escala; eliminando así los intermediarios, mejorando la calidad de los alimentos y fortaleciendo la soberanía y seguridad alimentaria”.

# EL PROYECTO DE LAS PLAZAS DE MERCADO COMO PROYECTO DE MODERNIZACIÓN DE LA CULTURA POPULAR

Las 19 Plazas Distritales de Mercado serán establecimientos turísticos, culturales y deportivos, integrados a las diferentes rutas turísticas de la ciudad, a partir de su especialidad, y la oferta de lectura con bibliotecas, que les permita ser más competitivas, recuperar el patrimonio gastronómico del país y aumentar la generación de ingresos de los comerciantes. “Las plazas de mercado no son espacios aprovechados por el Distrito. Con la nueva intervención, vamos a ampliar el horario de atención en cada plaza y explotar sus atractivos turísticos; por ejemplo, la Plaza Samper Mendoza se especializa en la comercialización de hierbas esotéricas, aromáticas y medicinales; la de Concordia por ser la única en Colombia con teatro propio y así cada una de estas”

(Jorge Eliécer Racero, Director General del IPES)



# CASOS LATINOAMERICANOS (TEPITO - México, D.F.)



**FUENTE:**

<http://api.ning.com/files/FbjC47dZKWHA7iwyIJlsPLw4UHDiMpOchU6ojiR>

# CASOS LATINOAMERICANOS (TEPITO - México, D.F.)



**FUENTE:**

<http://www.google.com.co/imgres?hl=es&sa=X&biw=1366&bih=535&tbn=isch&prmd=imrnc&thrid=siUeooeFI>

# CASOS LATINOAMERICANOS (TEPITO)



# CASOS LATINOAMERICANOS (TEPITO)



# CASOS LATINOAMERICANOS (TEPITO)



# CASOS LATINOAMERICANOS (TEPITO)



# CASOS LATINOAMERICANOS (TEPITO)



# CASOS LATINOAMERICANOS (TEPITO)



# CASOS LATINOAMERICANOS (TEPITO)



# CASOS LATINOAMERICANOS (TEPITO)



# CASOS LATINOAMERICANOS (TEPITO)



**FUENTE:**

[http://3.bp.blogspot.com/\\_G4eICyMj6cI/R9eGITQoACI/AAAAAAAAACE/IpiEEmI9jTM/S1600-R/cabecera.jpg](http://3.bp.blogspot.com/_G4eICyMj6cI/R9eGITQoACI/AAAAAAAAACE/IpiEEmI9jTM/S1600-R/cabecera.jpg)

# CASOS LATINOAMERICANOS (TEPITO)



FUENTE:

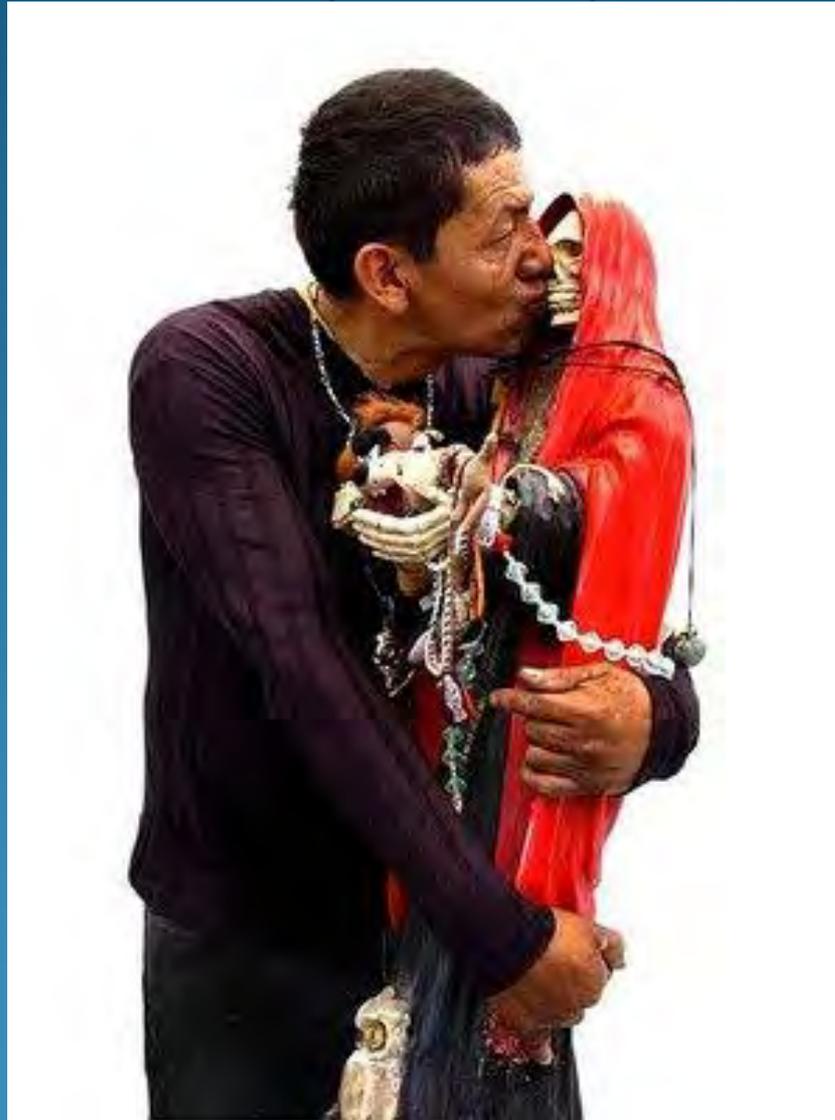
[http://www.google.com.co/imgres?hl=es&sa=X&biw=1366&bih=535&tbm=isch&prmd=imvns&tbnid=NQEqTgYvpye\\_RM:&imgrefurl=http://es.blin](http://www.google.com.co/imgres?hl=es&sa=X&biw=1366&bih=535&tbm=isch&prmd=imvns&tbnid=NQEqTgYvpye_RM:&imgrefurl=http://es.blin)

# CASOS LATINOAMERICANOS (TEPITO)



FUENTE: MATA ROSAS, Francisco. *Tepito, el barrio bravo*. CD. Galería de Arte José María Velasco.

# CASOS LATINOAMERICANOS (TEPITO)



**FUENTE:** MATA ROSAS, Francisco. *Tepito, el barrio bravo*. CD. Galería de Arte José María Velasco.

# CASOS LATINOAMERICANOS (TEPITO)



FUENTE: [http://1.bp.blogspot.com/-QVlilqbxqas/TYzaZ92XupI/AAAAAAAAABEQ/6CfiF3zPIWo/s1600/IMG\\_1175.jpg](http://1.bp.blogspot.com/-QVlilqbxqas/TYzaZ92XupI/AAAAAAAAABEQ/6CfiF3zPIWo/s1600/IMG_1175.jpg)

# CASOS LATINOAMERICANOS (TEPITO)



# CASOS LATINOAMERICANOS (TEPITO)



# CASOS NORTEAMERICANOS (Pike Place Market - Seattle)



# CASOS NORTEAMERICANOS (Pike Place Market - Seattle)



# CASOS NORTEAMERICANOS (Pike Place Market - Seattle)



# CASOS NORTEAMERICANOS (Pike Place Market - Seattle)



# CASOS EUROPEOS

## (Pasajes - París)



# CASOS EUROPEOS (Marché d'Aligre - París)



# CASOS EUROPEOS (Mercato Centrale - Florencia)



# CASOS EUROPEOS (Mercato Centrale - Florencia)



# CASOS EUROPEOS (Mercato Centrale - Florencia)



# CASOS EUROPEOS (Mercato di Rialto - Venecia)



FUENTE: <http://www.flickr.com/photos/zanetti/4856056491/>

# CASOS EUROPEOS (Mercato di Rialto - Venecia)



# CASOS EUROPEOS (Mercato di Rialto - Venecia)



# CASOS EUROPEOS

## (Puestos de venta callejeros - Venecia)



# CASOS EUROPEOS

## (Puestos de venta callejeros - Venecia)



# CASOS EUROPEOS

## (Puestos de venta callejeros - Venecia)



# CASOS EUROPEOS

## (Vendedores ambulantes - Venecia)



# CASOS EUROPEOS

## (Vendedores ambulantes - Venecia)



# CASOS EUROPEOS (Mercado Central - Atenas)



# CASOS EUROPEOS (Mercado Central - Atenas)



# CASOS EUROPEOS (Mercado Central - Atenas)



# CASOS EUROPEOS (Mercado Central - Atenas)



# CASOS EUROPEOS (Mercado Central - Atenas)



# CASOS EUROPEOS (Mercado Central - Atenas)



# CASOS EUROPEOS (Mercado Central - Atenas)



# MERCADOS PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD (El espacio cultural de Jemma El-Fna - Marrakech)



FOTO: Ahmed Ben Ismail

# MERCADOS PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD (El espacio cultural de Jemma El-Fna - Marrakech)



FOTO: UNESCO - Jane Wright

# SOUQ WAQIF (Doha)



FOTO: Tomás Carbonell Higuera

# SOUQ WAQIF (Doha)



FOTO: Tomás Carbonell Higuera

# SOUQ WAQIF (Doha)



FOTO: Tomás Carbonell Higuera