

PLANTAS MEDICINALES DESDE LA MEMORIA CULTURAL EN LAS  
PLAZAS DE MERCADO DE BOGOTÁ.



MEMORIA CULTURAL, UNA RECUPERACIÓN DESDE LOS VENDEDORES  
DE PLANTAS MEDICINALES EN LAS PLAZAS DE MERCADO DE BOGOTÁ

Cindy Paola Menjura Arias

Yinnet Alexandra Torres Cortes

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Sede Principal

Sede / Centro Tutorial Bogotá D.C. - Sede Principal

Programa Especialización en Comunicación Educativa

Noviembre de 2020

PLANTAS MEDICINALES DESDE LA MEMORIA CULTURAL EN LAS  
PLAZAS DE MERCADO DE BOGOTÁ.

MEMORIA CULTURAL, UNA RECUPERACIÓN DESDE LOS VENDEDORES  
DE PLANTAS MEDICINALES EN LAS PLAZAS DE MERCADO DE BOGOTÁ

Cindy Paola Menjura Arias

Yinnet Alexandra Torres Cortes

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en  
Comunicación Educativa

Asesor(a)

Patricia Lora León

Doctora en Ciencias Sociales

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Sede Principal

Sede / Centro Tutorial Bogotá D.C. - Sede Principal

Programa Especialización en Comunicación Educativa

Noviembre de 2020

## **Dedicatoria**

*Estudiante Paola Menjura*

*En memoria a mi padre, quien me guía desde el cielo, a mi madre quien me acompaña y me alienta día a día a continuar este camino y a mi hija quien es el motor de mi caminar.*

*Estudiante Yinnet Torres*

*A Martin, quien me brinda diariamente la fortaleza y seguridad de continuar con mi proyecto de vida, siendo la razón por la cual diariamente encuentro el sentido a cada acción realizada.*

## **Agradecimientos**

*Estudiante Paola Menjura*

*A mi familia, por el apoyo que día a día me brindaron en este proceso y a mis maestros de la Especialización en Comunicación Educativa que me aportaron nuevos conocimientos para mi vida personal y profesional.*

*Estudiante Yinnet Torres*

*A ti madre, tu bendición a diario me reconforta y me anima a continuar, a mi esposo y compañero de vida, a mi familia; por su afecto y motivación.*

## Contenido

Resumen.....	6
Abstract.....	7
Introducción.....	8
CAPÍTULO I.....	10
1.1 Planteamiento del problema.....	10
Objetivo general.....	23
Objetivos específicos.....	23
CAPITULO II.....	24
2.1 Estado del arte .....	24
2.2 Plazas de mercado y prácticas culturales.....	25
2.3 Plazas de mercado y plantas medicinales .....	28
2.4 Investigaciones sobre plazas de mercado en Bogotá.....	35
2.5 Narrativas de vendedores de plantas (Internacional).....	38
CAPITULO III.....	43
Referencias.....	47
Lista de Anexos.....	51

## **Resumen**

La presente investigación se centra en el interés de conocer e interpretar las narrativas de los vendedores de plantas medicinales que se comercializan en las plazas de mercado de la ciudad de Bogotá, como un ejercicio de recuperación de la memoria cultural., acerca de las tradiciones familiares, usos cotidianos y prácticas que se mantienen de generación en generación.

Se lleva a cabo una revisión documental de investigaciones nacionales e internacionales y autores que aportan a nuestro proyecto, indagando así y estableciendo la metodología, al igual que el tipo de herramientas investigativas que orientarán su desarrollo, la cual es histórico hermenéutico, planteada desde entrevistas estructuradas y semi estructuradas.

**Palabras clave:** Memoria cultural, medicina tradicional y popular, plazas de mercado, vendedores de plantas medicinales.

## **Abstract**

This research focuses on the interest of knowing and interpreting the narratives of the sellers of medicinal plants that are sold in the market places of the city of Bogotá, as an exercise in the recovery of cultural memory, about family traditions, daily uses and practices that are maintained from generation to generation.

A documentary review of national and international research and authors that contribute to our project is carried out, thus investigating and establishing the methodology, as well as the type of investigative tools that will guide its development, which is historical hermeneutic, raised from structured interviews and semi structured.

**Keywords:** Cultural memory, Traditional and popular medicine, Market squares, Sellers of medicinal plants.

## **Introducción**

El presente trabajo investigativo surge a partir del interés de recuperar, mantener y fortalecer los saberes tradicionales, las experiencias de vida, los aprendizajes y los conocimientos adquiridos en la academia, especialmente en la Especialización de Comunicación Educativa cuyo objetivo es el de dar respuesta a una pregunta inicial desde los intereses personales y profesionales en trabajo social y pedagogía infantil, basadas en el interés de identificar, mantener y fortalecer la memoria cultural frente al uso, prácticas y conocimientos a partir de la comercialización de plantas medicinales en las plazas de mercado ubicadas en la ciudad de Bogotá, ya que son el origen y el centro de un gran encuentro cultural en donde se comercializan todo tipo de plantas medicinales enriquecido y manteniendo la tradición cultural, generando espacios ampliamente reconocidos, un mundo abierto al interés colectivo, generando un significado propio en cada una de las personas que se acercan con curiosidad y/o necesidad de adquirir alguna planta medicinal que será empleada en la cura de diversas dolencias como método de sanación.

Para la realización de esta investigación se tuvo en cuenta las diferentes plazas de mercado ubicadas en la ciudad de Bogotá. Espacio donde se privilegia el diálogo ciudadano y el intercambio de conocimiento como principal herramienta y primer acercamiento para esta investigación por su significado en la construcción de conocimiento por medio de los saberes cotidianos, los diferentes modos de socialización entre los comerciantes y todas aquellas personas que lo conforman.

Las plazas de mercado ejercen el papel de escenarios de memoria, en el cual se mantienen prácticas, hábitos, y relaciones de intercambio, que no solo guardan relación con las plantas medicinales sino con todos los demás productos existentes en ellas.

Por lo anterior, se hace necesario reconocer y dar un sentido propio a esos saberes cotidianos populares que se han consolidado a lo largo de la historia, que cobran conocimiento y que ha trascendido de generación en generación, pero que cada día se está perdiendo y que vale la pena dar valor, ya que enmarcan un sinnúmero de historias no contadas, que a través del tiempo han sido un referente en la medicina en la cura de algunas enfermedades, el conocimiento tradicional en el uso de las plantas tradicionales se establece desde el pensamiento y desde lo experiencial en los seres humanos, desde el inicio de la civilización, aquella que ha permitido ampliar el horizonte, hacia una mirada diversificada rescatada por el respeto al conocimiento y la libertad de expresión en cuanto al uso, dando importancia a la narración a la concertación de sabedores que han tenido mayor acercamiento con la naturaleza y su relación con la salud, desde lo tradicional.

## CAPÍTULO I

### 1.1 Planteamiento del problema

La medicina tradicional basada en las plantas medicinales son la base organizacional de una sociedad antigua que se rehúsa a desaparecer, porque son muchos los factores que intervienen en la construcción de un tejido social adaptado y diseñado a partir de las necesidades del ser humano, de conseguir respuestas frente al tratamiento de enfermedades. Como respuesta a las dinámicas diarias los pobladores encontramos diferentes espacios que les permiten el desarrollo y la evolución de los territorios.

Para la presente investigación, focalizamos las plazas de mercado de la ciudad de Bogotá como espacios de crecimiento económico, emprendimiento, productividad, oportunidades laborales alternativas para la generación de ingresos y sobre todo accesibilidad a productos de la canasta familiar y de abastecimiento de elementos que no son necesariamente de primera necesidad, como por ejemplo las artesanías, pero que por ser un centro de comercio con gran potencia, genera la libertad de intercambio de bienes y servicios requeridos por los habitantes de la ciudad.

Por otro lado, teniendo en cuenta las palabras de Langeslag, (2018)

A raíz de los cambios climáticos por lo que se ha evidenciado cada vez más contaminación del aire, agua, suelos y los diferentes factores sociales actuales han hecho que las plantas se encuentren en amenaza, sin embargo, a pesar del acelerado crecimiento de la ciudad de Bogotá aún existe gran variedad de especies comercializadas especialmente en las plazas de mercado. Bogotá cuenta, con 20 plazas de mercado, una en cada localidad, pero en total entre públicas y

privadas existen 44 plazas de mercado, están manejadas y administradas por el instituto para la economía solidaria IPES. (p.9).

En consecuencia, por el paso de la contingencia sanitaria a causa del coronavirus covid-19 se evidenció aún más su utilidad e importancia, para la sociedad de hoy, ya que éstas abastecen a los capitalinos, el covid-19 impacto causando cambios drásticos en la sociedad, a nivel ambiental, en el mercado, pero esta epidemia permitió también reconocer el valor a las plazas de mercado tradicionales y populares en la búsqueda de satisfacer necesidades como principal fuente de subsistencia, estando a disponibilidad de la sociedad.

En el encuentro de Relatos Plazunos<sup>1</sup>: un recorrido virtual por la antigua plaza central de mercado de Bogotá realizado por el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural (IDPC). (2020). Mencionan que las plazas de mercado son espacios llamados y reconocidos según el país donde se encuentren. Es decir, las plazas de mercado son conocidas por distintos términos, por ejemplo, en Argentina se conoce como “abasto”, en la ciudad de México como “mercado”, en nuestro país Colombia como “mercado” o “plaza”. Por otro lado, en algún tiempo de la historia fue conocida como “galería”, en la ciudad de Medellín como “el minorista” y “el mayorista” o “Líchigo”.

De otra parte y de acuerdo con los planteamientos de Castiblanco (2012) las plazas de mercado son lugares de memoria donde se presentan oficios populares, usados también para fiestas, ferias y protestas, presentación pública de los gobernantes, la cual hoy en día se mantienen, estas diversas funciones.

---

<sup>1</sup> **Relatos Plazunos: Un recorrido virtual por la antigua plaza central de mercado de Bogotá** El Instituto Distrital de Patrimonio Cultural (IDPC) a través de su Programa de Recorridos, realizada el 11 de junio -2020 el recorrido virtual «Relatos Plazunos: Historia de la plaza central», una actividad para que toda la ciudadanía conozca la historia de la primera plaza de mercado cubierta de Colombia, como legado, en su momento, de una idea de ciudad.

Así mismo, menciona que estos espacios de mercado existen desde muchos años atrás y sirvieron como referente para el abastecimiento hasta los años 90, sin embargo, por la llegada de los centros comerciales las plazas de mercado tuvieron decaída y pérdida.

De acuerdo a lo indicado por el autor, es importante rescatar que las plazas de mercado representaban un espacio significativo para la sociedad, pero a causa de las nuevas dinámicas culturales a raíz de la globalización y el acelerado ritmo de crecimiento en la ciudad, en varios aspectos como lo es el crecimiento estructural y poblacional, las plazas de mercado han sufrido cambios físicos, en cuanto a su dinámica social y estructural, pero aún continúa siendo un escenario de abastecimiento de gran importancia, como fuente alimentaria para la vida cotidiana de los ciudadanos de hoy. Con lo anterior y teniendo en cuenta el desarrollo acelerado de las nuevas economías, las plazas de mercado fueron necesarias aislarlas creando paredes, organizarlas y normalizarlas, es decir buscando generar una administración y un control en las mismas.

Por otro lado, en cuanto al contexto y definición de las plazas de mercado referimos lo siguiente;

Las plazas de mercado son de gran importancia para la ciudad de Bogotá porque son el origen y centro de un gran encuentro cultural gastronómico, social, comercial, político y religioso. Las plazas de mercado de la ciudad reúne una extensa exhibición de frutas, verduras, carnes, hierbas, etc., vendida por campesinos de los municipios cercanos y de las personas que habitan la ciudad, que hacen en ella vivir una experiencia muy bonita ir a visitar, por su oferta y variedad de productos. Son una de las principales formas de abastecimiento de los distintos tipos de alimentos y de diferentes productos que en ella se encuentran (Secretaría de Cultura Recreación y Deporte, 2020).

Con relación a lo mencionado, reconocemos que diariamente se evidencia que existe un alto flujo de visitantes en las plazas de mercado, que alberga gran cantidad de productos para las necesidades y particularidades de las personas.

Adicionalmente, las plazas de mercado son espacios de gran importancia en la sociedad, en la actualidad, por ejemplo, éstas, están destinadas para la prestación de servicio al público, ofreciendo productos básicos principalmente de origen agropecuario, para la canasta familiar, satisfaciendo las necesidades básicas de las familias que acuden en este escenario comercial. Hoy en día se encuentran en la lucha por permanecer entre los nuevos mercados de mayor superficie como lo son los centros comerciales. Sin embargo, para los nuevos tiempos sigue siendo un escenario de gran valor, subsistiendo y reflejando identidades colectivas. Por tanto, en estos espacios se desarrollan diferentes actividades en un ritmo acelerado entre la oferta y la demanda en las personas que se encuentran allí, a su vez se refleja una interacción de saberes.

De esta manera, nosotras reconocemos que aparte de los incontables productos que se comercializan en estos espacios de grandiosa y diversa riqueza, tanto en alimentos, objetos, elementos de uso diario, y de primera necesidad, también ofrece gran variedad de conocimiento, que vale la pena identificar empoderándonos en estos espacios como territorio en donde convergen las miradas, las formas de vida y las particularidades de una población que día a día interviene en un proceso global, económico, social y cultural.

En consecuencia, las plazas de mercado son espacios públicos abiertos que permiten interactuar, y construir diálogo con el saber, a partir de la dinámica comercial, por tanto, se construyen relaciones interculturales, se tejen experiencias, se intercambian saberes, más allá de ser un lugar con una apariencia arquitectónica cuya estructura ha sido destinada para la práctica comercial, es un encuentro social, que permite el intercambio de costumbres y de pensamientos.

En tanto, las plazas de mercado son espacios de intercambio cultural, en ellas se establecen relaciones sociales basadas en la multiplicidad de conocimientos y significados desde una identidad entendida según, “la definición que hacemos de nosotros mismos, como un producto culturalmente mediado” (Guithart y Saubich, 2013, p.202). En este sentido desde la relación de lo subjetivo permeado por las experiencias, relaciones, imaginarios, percepciones y prácticas de las personas que allí interactúan, se construye un entorno con valor histórico y sentido de pertenencia, por cada uno de los actores que hacen posible su funcionamiento, entre los cuales encontramos los grandes mayoristas y minoristas hasta pequeños emprendedores en ventas informales, de la misma manera, una gran afluencia de habitantes de los sectores aledaños que acuden a estos espacios en busca de intercambio de diversos productos y saberes, en donde se brinda reconocimiento a la memoria cultural y a todo lo que lleva implícito.

De ese modo, como objeto de la presente investigación desde la posibilidad de identificar diferentes actores, escenarios, grupos colectivos de interés a partir del uso, prácticas y conocimientos de las plantas, rescatamos las herencias tradicionales por medio de la oralidad presente en las plazas de mercado de Bogotá a partir de los vendedores y un sin número de personas que acuden a estos espacios para encontrar en las plantas posibilidades para sanarse comprendiendo sus propiedades y el significado de las mismas a partir de los recuerdos, experiencias, testimonios, que recobran valor de aquello que converge en el mundo de las plantas, diverso y enriquecido, desde la necesidad de rescatar y apropiarnos de las raíces propias de la historia, generando espacios de diálogo y construyendo una mirada amplia de significados, así mismo, rescatando las posibilidades de explorar en el conocimiento que no es necesariamente lineal y estático, sino que todavía existe mucho por aprender, construir y considerar desde un

acercamiento a las enseñanzas transmitidas desde la oralidad y que han sido referentes de generaciones que aún persisten en la lucha por su reconocimiento y su pervivir.

De acuerdo, a los planteamientos de Santos (2011):

La diversidad del mundo es infinita. Existen diferentes maneras de pensar, de sentir –de sentir pensando, de pensar sintiendo–, de actuar; diferentes relaciones entre seres humanos y no humanos, con la naturaleza, o lo que llamamos naturaleza; diferentes concepciones del tiempo, diferentes formas de mirar el pasado, el presente y el futuro; diferentes formas de organizar la vida colectiva y la provisión de bienes, de recursos, desde un punto de vista económico. (p.35).

De acuerdo a lo anterior, reconocemos la importancia de desarrollar un ejercicio de recordar, ya que, desde la memoria cultural como base, sentido y fuerza, nos permite evocar, y a su vez transmitir los significados, y la apropiación del entorno, en un proceso que probablemente motive a defender y revivir el pasado, desde prácticas narrativas y saberes simbólicos que eviten el olvido e inviten a que puedan seguir siendo vigentes.

En palabras de Héller (2001): “la memoria cultural es la construcción y la afirmación de la identidad” (p.6). De allí que; esta investigación pretende afirmar el valor de la memoria y transitar por la cultura e identidad de un grupo social y sobre todo para objetivo de la misma: rescatar la memoria cultural en los vendedores de plantas medicinales en las plazas de mercado de Bogotá en el uso, conocimiento y prácticas.

Por ende, es importante reconocer el valor de objetivar y concertar desde la memoria cultural como “un proceso mediante el cual un grupo social determinado construye, conserva y transmite las representaciones acerca del pasado mediante un proceso de selección” (Pérez, 2010, p. 10). Es decir, es precisamente desde ese proceso de selección por el cual nos encaminamos a esa dimensión significativa como afirmación de la identidad, por medio de diferentes tipos de

lenguaje. En tanto, centradas en crónicas, documentos, lugares representativos, relatos y experiencias de los vendedores de plantas medicinales en las plazas de mercado de Bogotá.

Por lo anterior, se hace necesario hablar de memoria cultural ya que está incorporada a la práctica repetida asociada en los lugares donde se construye identidad en tanto un grupo de personas conserva y cultiva una identidad común.

Según los planteamientos de Héller (2001):

Está conformada por objetivaciones que proveen significados de una manera concentrada, significados compartidos por un grupo de personas que los dan por asumidos. Éstos pueden ser textos, tales como pergaminos sagrados, crónicas históricas, poesía lírica o épica También pueden ser monumentos, tales como edificios o estatuas, abundantes en signos materiales, señales, símbolos y alegorías igual que depósitos de experiencia. (p.5).

Así mismo, es importante mencionar los planteamientos de Santos (2011) sobre la epistemología del Sur como: “el reclamo de nuevos procesos de producción y de valoración de conocimientos válidos, científicos y no científicos, y de nuevas relaciones entre diferentes tipos de conocimientos” (p.35). A partir de la colonización se han acogido referentes de vida en las sociedades de manera estandarizada, en donde las naciones centran sus formas de actuar y concebir el mundo desde una teoría euro centrista, en donde la jerarquización, las clasificaciones y la invisibilización, de posibles otras formas de vida y relación entre seres humanos se dejan a un lado, generando división entre los habitantes de un mismo territorio.

Una de las consecuencias, que observamos desde los hechos propios de la colonización, es que aún continúan vigentes, causando efectos divisorios en las sociedades, en donde podemos concebir el capitalismo como un modelo económico, válido e impulsado por los países considerados grandes potencias, según la historia, que han manejado mayor poder y prestigio,

visto desde una nueva postura y desde un modelo epistemológico del sur, esto ha generado categorización social, exclusión de las diversas culturas, de otra parte, hemos sido orientados por tendencias y modelos a seguir, seremos nosotros las personas que hacemos parte importante y con voz propia, quienes empoderamos nuestra forma de pensar, sentir, experimentar y sobre todo expresar y relacionarnos con nuestro entorno, pero ¿en qué medida nos hacemos partícipes de éste?, estamos inmersos en un contexto limitante, por ello resulta nuestro interés al reconocer el término de interculturalidad como un derrotero ideal, propio de quienes han sufrido el olvido y han dejado de ser válidos en un mundo que al parecer podría llegar a ser superficial, olvidando su historia, raíces y concibiendo el capital como eje y punto central en el desarrollo social.

Por esta razón, desde las premisas de Walsh (2018):

La interculturalidad, aún no existe. Es algo por construir. Va mucho más allá del respeto, la tolerancia y el reconocimiento de la diversidad; señala y alienta, más bien, un proceso y proyecto social político dirigido a la construcción de sociedades, relaciones y condiciones de vidas nuevas y distintas. Aquí me refiero no sólo a las condiciones económicas sino también a ellas que tienen que ver con la cosmología de la vida en general, incluyendo los conocimientos y saberes, la memoria ancestral, y la relación con la madre naturaleza y la espiritualidad, entre otras. Por sí, parte del problema de las relaciones y condiciones históricas y actuales, de la dominación, exclusión, desigualdad e inequidad como también de la conflictividad que estas relaciones y condiciones engendran, es decir la «colonialidad». (p.140).

Con esto queremos decir, que somos partícipes de transformaciones y de la posibilidad de escuchar, compartir e interpretar significados diversos de la vida, equilibrando una balanza de conocimiento en donde la segregación, superioridad ni inferioridad sean características, entendiendo que, “la perspectiva única del conocimiento, es la que descarta la existencia y

viabilidad de otras racionalidades epistémicas y otros conocimientos que no sean los de los hombres blancos europeos o europeizados.” (Walsh, 2008, p. 60).

Con lo anterior concluimos, que todo aquello que experimentamos durante el transcurso de nuestra vida hace parte de aquella subjetividad que a su vez permite la construcción de una interacción humana, basada en las relaciones propias de intercambio de ideas, pensamientos e identidades. Reconociendo que: “la identidad es precisamente la definición que hacemos de nosotros mismos, como un producto culturalmente mediado. Es decir, una cosa que no ocurre exclusivamente «dentro de» nuestras cabezas sino sobre todo «fuera» de ellas –ocurre a partir de ellas” (Guithart y Saubich 2013, p. 202), de esta manera, creamos nuestra identidad subjetiva permeado por aquello que afecta directa o indirectamente nuestra existencia, así orientamos, nuestro objetivo, y es precisamente el de reconocer el valor de aquellos relatos orales y la interacción humana desde una cotidianidad, que ha permitido abrir las puertas a un universo de conocimiento desde un tejido social que se configura en la medida en que generamos un significado a estas manifestaciones humanas.

De ese modo, es necesario el acercamiento en los vendedores a través de los usos, conocimientos y prácticas relacionadas con las plantas medicinales, ya que nos permite con los actores directos, encontrar significados propios que refuerzan el sentido de apropiación con su entorno, en donde la representación de su mundo se manifiesta mediante la contextualización acerca de las experiencias, imaginarios, percepciones, vivencias como un universo simbólico, que permite interactuar entre las culturas y tener la posibilidad de desarrollarse en un mismo espacio y equilibrar el valor de los conocimientos tanto subjetivos como colectivos, ya que a partir de la evolución y la transformación en los seres humanos, y su entorno el mundo ya no es lineal, es diversificado, nuestra experiencia se encuentra tejida en relaciones múltiples, y no son

más, valiosas o significativas en relación a otras, sino desde un empoderamiento para revivir y defender orígenes que eviten el olvido de saberes manteniendo viva su práctica, reconociendo la importancia de las narraciones y voces de los actores.

Teniendo en cuenta, los planteamientos Domínguez y Herrera, (2013):

La investigación narrativa centra su atención en la interpretación y comprensión profunda de experiencias y significados que están presentes en las historias que se cuentan, a través de ellas las personas dan forma a su realidad y al mundo en que se vive. Tienen la cualidad de ser personales y sociales en la medida en que sirven para configurar la presencia en el mundo; también las identidades y la organización temporal de la experiencia se configuran narrativamente. (p.636).

Por consiguiente, el ejercicio de narrar, nos permite reconocer y entender la identidad propia de los grupos sociales por medio de un sinnúmero de posibilidades y significados, que se establecen culturalmente, en la cual se abre la puerta al pasado que ha sido importante y ha marcado la historia de quienes la expresan, mediante la evocación de recuerdos que de alguna manera han marcado su existencia.

En efecto, según Arias y Alvarado (2011):

Narrar, implica poner lo vivido en palabras, en tanto ideas y emociones; resignificar las experiencias, llenar de sentido la propia historia al re-nombrar y re-crear una serie de acontecimientos, que más que responder a un orden cronológico y objetivo, responden a un entramado lógico y subjetivo, que da cuenta de la configuración particular y compleja frente a los hechos vividos” (p.172).

Así pues, el escuchar y tener la oportunidad de llevar a cabo una conexión mediante la voz de los vendedores de plantas medicinales brinda la oportunidad de identificar, de redescubrir y

reordenar nuestra relación con el entorno desde los usos, conocimientos y prácticas acerca de las plantas medicinales.

En el ejercicio de evocar experiencias y construcciones a lo largo de su historia, partiendo de un acercamiento propio desde saberes transmitidos de generación en generación con relación a las plantas medicinales rescatando sus voces mediante el cual este grupo focalizado construye, conserva y transmite las representaciones acerca del pasado como tradiciones, que en muchas ocasiones se han dejado de lado, y no porque no tengan el mismo valor de conocimientos científicos modernos, sino, porque nos encontramos inmersos en un mundo que está muy orientado a términos como: tecnología, evolución, transformación, tendencia, desde un modelo económico, político, social, entre otros, establecido, único y lineal que muchas veces no nos permite ampliar nuestro horizonte y nuestra visión, además de volver a percibir y/o apreciar esas enseñanzas que nos posibilita nuestro pasado que de alguna manera deja huella y sin lugar a duda fueron, son y seguirán siendo un punto de partida para comprender la creación humana y sus significados compartidos.

Por consiguiente, nuestro mayor interés es descubrir y sentirnos inmersas en este fantástico mundo de saberes partiendo desde el diálogo con los actores presentes, a partir del trabajo cotidiano como espacio de interacción e iniciando por conocer los saberes propios desde las historias de vida, del mismo modo por medio del ejercicio de observación sobre los modos de compartir y transmitir conocimiento, es así que nuestro trabajo investigativo, como columna vertebral es a partir de estos escenarios que recobra historia en los sujetos colectivos, brindando una oportunidad para mantener saberes que al día de hoy se han perdido, por el agitado acelerado del tiempo y las nuevas tecnologías e industrias.

Del mismo modo, consideramos como base de nuestra investigación, identificar conocimientos, significados, enseñanzas, usos y prácticas sobre las plantas medicinales reconociendo la importancia y necesidad de la memoria cultural en los vendedores de plantas medicinales a partir de una conexión territorial, las rutas de la producción y comercialización de las plantas, historia o trayectoria personal de cada uno de ellos, generando así todo tipo de recuerdos, los cuales configuran una identidad que pretende, que no se quede en el olvido todo aquello que ha sido parte de la trayectoria y las representaciones del pasado, que han sido compartidas desde una cotidianidad en las plazas de mercado de Bogotá, desde el interactuar diario, lo que lleva a cada uno de los actores a reforzar el sentido de apropiación, defender y revivir retomando prácticas como la narrativa en la construcción de relatos culturales y saberes simbólicos, que de alguna manera han quedado en el pasado y se invisibilizan, por esta razón se busca llevar a cabo un proceso intercultural.

La presente investigación es un aporte al subcampo de lo cultural y lo político en la vida diversa, desde el enfoque epistemológico de la decolonialidad, ya que este, nos permitirá identificar y construir nuevos sentidos a partir de la experiencia generada, dando valor al pasado, construyendo el futuro aprendiendo a desaprender, para volver a aprender de otro modo, reescribir la historia para dar valor a lo que se ha olvidado, desde los saberes de los vendedores de las plantas medicinales en las plazas de mercado de la ciudad de Bogotá.

Así mismo, la presente investigación se ubica en el subcampo de lo cultural y lo político en la vida diversa específicamente dentro de los núcleos problemáticos, denominado este como: trayectoria de las creencias y prácticas cotidianas, en cuanto se trata de evidenciar los saberes presentes en el uso, conocimientos y prácticas relacionadas con las plantas medicinales, que ofrecen los vendedores de las plazas de mercado de la ciudad de Bogotá a través de las narrativas

como parte de la construcción de la memoria cultural como re-existencia dando valor a las acciones populares de los sujetos colectivos cobrando así una vital y renovada importancia.

Lo anterior se analizará, comprendiendo que, según Muñoz, (2012):

La cultura representa pues, una clave indispensable para descifrar la dinámica social. La energía y los recursos materiales condicionan la acción, pero la cultura la controla y orienta. Por eso mismo constituye una pieza esencial para la comprensión de los determinantes de los comportamientos y de las prácticas sociales. Por sus funciones de elaboración del sentido común, de construcción de la identidad social y por las anticipaciones y expectativas que genera, la cultura está en la misma raíz de las prácticas sociales. (p. 13).

Dicho de otra manera, “la cultura como un instrumento por excelencia mediante el cual los seres humanos construyen la interpretación de la realidad que los rodea, y con la que establecen mecanismos colectivos de adaptación” (Martínez, 2015, p. 3).

Con lo anterior y desde la mirada cultural en los vendedores de las plazas de mercado nos permite recuperar conocimiento a partir de las experiencias, reconocer su contexto, su comportamiento social, historia, visualizar mediante las narrativas la importancia de los diferentes saberes que se desarrollan allí dentro de las dinámicas del sujeto colectivo, y descubrir las formas de vida cotidiana, a partir de la memoria cultural y colectiva, en este sentido, se hace evidente la necesidad de apostar a la memoria cultural con la finalidad de rescatar y construir un nuevo mundo de saberes mediante la venta de las plantas medicinales.

Es importante tener en cuenta este grupo de personas que conservan y cultivan una memoria cultural, que está compuesta por diferentes significados compartidos, es así que la memoria cultural nos permitirá reconocer esos conocimientos que se mantiene relacionados con el pasado y que se hacen visibles en el presente, dejando un legado en el reconocimiento y la importancia de

estas creencias, por lo que nuestra intención como investigadoras desde la Especialización en Comunicación Educativa es pretender que no se olviden las prácticas y por medio de la memoria cultural se mantenga viva la identidad de un pueblo, en este caso desde las ventas de plantas medicinales en las plazas de mercado de Bogotá.

En este contexto, surgió entonces el interrogante investigativo:

¿Cómo se configura la memoria cultural sobre los usos, conocimientos y prácticas relacionadas con las plantas medicinales a partir de las narrativas de los vendedores de las plazas de mercado de la ciudad de Bogotá?

### **Objetivo general**

1. Identificar cómo se configura la memoria cultural sobre los usos, conocimientos y prácticas relacionadas con las plantas medicinales a partir de las narrativas de los vendedores de las plazas de mercado de la ciudad de Bogotá

### **Objetivos específicos**

1. Indagar en las narrativas de los vendedores acerca de los usos cotidianos que se les da a las plantas medicinales en las plazas de mercado de Bogotá

2. Identificar la relación entre tradiciones familiares y conocimientos de las plantas medicinales en las narrativas de los vendedores de las plazas de mercado de Bogotá.

3. Conocer las prácticas que, de generación en generación, se mantienen en relación con las plantas medicinales, a través de las narrativas de los vendedores de las plazas de mercado de Bogotá.

## CAPITULO II

### 2.1 Estado del arte

Para efectos de la presente investigación, se realizó una revisión bibliográfica de documentos académicos, cuyo tema de investigación coinciden con el tema de nuestro interés, arrojando como resultado una búsqueda de 25 documentos clasificados según sus características comunes en cuatro categorías referentes a; plazas de mercado y prácticas culturales, plazas de mercado y plantas medicinales, investigaciones sobre plazas de mercado de Bogotá, e investigaciones plazas de mercado a nivel internacional, vendedores, memoria cultural frente a estas categorías de análisis mencionadas.

En este sentido los documentos consultados, se ubican en las siguientes áreas de conocimiento donde se destaca las ciencias humanas y sociales ocupando un 48% enseguida arquitectura, historia, salud, ciencias y ciencias ambientales con un 8% y un último lugar comunicación, economía, mercadeo con un 4%. A su vez en la búsqueda se evidenció que existen investigaciones internacionales dentro del periodo del año 2011 y 2019 bajo la metodología cualitativa, haciendo uso de herramientas como: la etnografía, entrevistas semiestructuradas y en algunos casos análisis documental, la gran mayoría de los documentos académicos consultados se ubican en Colombia dentro del periodo 1981 y 2019 utilizando el mismo método investigativo.

Una vez realizada la consulta académica y con la finalidad de facilitar la descripción de los hallazgos. Se clasificaron los artículos académicos en cuatro categorías, en primer lugar, se expondrán los documentos bajo la categoría de plazas de mercado y prácticas culturales en donde se destacan temas de investigación como; caracterizaciones estéticas de las plazas de mercado, saberes mediado por el diálogo como un proceso simbólico, relaciones interculturales, memoria cultural, prácticas culturales, paisajes culturales. La segunda categoría hace referencia a las plazas de mercado y plantas medicinales, en esta categoría se resaltarán los siguientes temas; plantas medicinales comercializadas en las plazas de mercado, usos tradicionales, demanda y preparación de las plantas medicinales, tratamiento ofrecidos desde los saberes populares. La tercera categoría se relaciona con las investigaciones encontradas sobre plazas de mercado de Bogotá en esta categoría se enfatizará sobre mercado que se constituye como fuente primaria del abastecimiento familiar, plazas de mercado públicas ubicadas en diferentes localidades de la ciudad, y una última categoría está relacionada con narrativas de vendedores de plantas, (Internacional) teniendo como referencia la comercialización de plantas, actividades cotidianas de los vendedores, puestos de venta de las plantas medicinales en los mercados tradicionales.

## **2.2 Plazas de mercado y prácticas culturales**

Desde esta categoría denominada plazas de mercado y prácticas culturales, se realiza la clasificación de cuatro documentos, una tesis, dos artículos científicos y una revista entre un espacio de tiempo de 1981 a 2016, con características similares como centro de estudio de cada una, y es precisamente ese espacio de las plazas de mercado en diferentes ciudades y pueblos de Colombia, reconocidas más que espacios de intercambio de productos, desde un ejercicio de

comercialización, sino espacios que pueden ayudar a comprender y evidenciar las culturas que en cada pueblo o ciudad habitan, sus costumbres, sus productos y sus tradiciones; en donde se identifican coincidencias y particularidades, todas desde un sentido de la importancia de la identidad que se genera en el interactuar cotidiano de las personas que hacen parte de este contexto de las plazas de mercado.

Si bien es cierto, en estos documentos coincide el tipo de metodología utilizada para el desarrollo de los objetivos y son de carácter etnográfico, haciendo uso de entrevistas estructuradas y semi estructuradas, bajo esta perspectiva, Castiblanco (2012) realiza una revisión histórica desde la globalización reconociendo los cambios que ha tenido, en cuanto a las instalaciones físicas, las dinámicas cotidianas y el valor cultural, en los últimos tiempos de las plazas de mercado. Adicionalmente, las describe como escenarios donde recobra el valor de la memoria en los cuales diariamente las personas conviven con formas simbólicas y conocimientos que permiten relaciones un poco más sociales no solo desde un sentido económico y humano.

Por otra parte, los dos artículos científicos mencionan la importancia de la comunicación de los vendedores de las plazas, la forma de compartir sus conocimientos transmitidos de generación en generación, desde las experiencias a través del diálogo constante, en un territorio en donde converge la diversidad de pensamientos, dinámicas de vida, prácticas cotidianas, imaginarios, percepciones, experiencias y propiamente los aspectos que generan una identidad, en la medida que se reconoce que hacen parte de un grupo social y que además existe la posibilidad de convivir simultáneamente en un mismo espacio y tener características diversas, a su vez defendiendo y mostrando el sentido de apropiación de las tradiciones y costumbres desde su historia.

En tanto, Bravo (2016) desarrolla una muestra visual, desde fotografías espontáneas de plazas de mercado de diferentes ciudades de Colombia y algunas de plazas de Panamá y Los Ángeles California, en donde se realiza una galería fotográfica con las particularidades de cada lugar, desde la organización y las adecuaciones locativas de las mismas como parte de la identidad, éste último concepto de gran valor e importante como referencia para nuestro interés en el presente documento, ya que reconocemos la identidad como la construcción de características subjetivas permeado por nuestro contexto, todo lo que nos afecta alrededor nuestro que permite fortalecer nuestra conexión con la cotidianidad, las personas que hacen parte de nuestra historia y la existencia de diversidad en las formas de vida.

En otro de los documentos referenciados en esta categoría, Patarroyo y Valbuena, (2016) afirman:

El problema de investigación se guía por intereses de carácter social enmarcados en la historicidad e interacción de la subjetividad, buscando identificar las tensiones existentes entre las prácticas de socialización propias y los marcos institucionales, a los que la cotidianidad da un matiz propio en diversos escenarios. Por tanto, se buscó inicialmente analizar la producción de subjetividad y saberes propios en un proceso dialógico, con los actores presentes en la plaza de mercado (p.82).

De esta manera, la cotidianidad cobra importancia en la interacción cultural en las plazas de mercado, un escenario pertinente para reconocer otras formas de conocimiento, de construcción de las particularidades y la diversidad compartida en un mismo espacio.

A su vez, Barbero (1981) reconoce que:

La plaza termina siendo un conjunto de puestos, de ahí que sea adentro de cada puesto el que se hace interesante observar. El espacio del puesto es un espacio expresivo. Cada vendedor hace allí

su vida, trabaja, come, reza, ama, gran parte de su vida. Y la expresa en la disposición que le da al puesto, en su decoración, en las formas de comunicación que establece (p.8).

De ahí que, una de nuestras habilidades será el reconocer el valor de todo aquello que se encuentra inmerso en el territorio de los vendedores de plantas, también como sus espacios en donde se materializa todo su bagaje histórico.

Los documentos relacionados anteriormente hacen parte de la producción académica relacionada con la estructura del presente proyecto investigativo, en la medida que encierra generalidades importantes como lo son: la memoria cultural, las voces de los vendedores de plantas medicinales de las plazas de mercado, al recordar y evocar experiencias del pasado desde los usos, conocimientos y prácticas de las plantas medicinales lo que lleva a los actores directos a encontrarse con los significados propios permeados por el entorno, cada uno desde una mirada global desde el sentido de las plazas de mercado como espacios representativos en la sociedad.

### **2.3 Plazas de mercado y plantas medicinales**

En esta categoría es importante resaltar que, de las consultas realizadas en los documentos académicos, fue una de las que más se destacó en cuanto al número de investigaciones entre los años 2011 y 2019 ya que se evidenció gran información sobre las plantas medicinales, sin embargo, nuestro interés es identificar la importancia de las plantas medicinales como elemento simbólico en los vendedores ubicados en las plazas de mercado. De los aportes académicos y los diferentes artículos encontramos que los seres humanos generalmente acuden a las plazas de mercado en busca de remedios para la cura de heridas y enfermedades, nosotras sentimos la necesidad de recuperar algo de ese conocimiento popular ya que evidenciamos disminución por

el interés de conocer sobre los beneficios que ofrecen estas plantas. Colombia es un país privilegiado pues tiene una gran diversidad, el segundo en el ámbito mundial con 36.207 especies de plantas, se estima que de estas plantas por lo menos 6.000 poseen propiedades medicinales, pero al día de hoy se encuentran en amenaza por los cambios climáticos, sin embargo, en la ciudad de Bogotá especialmente en las plazas de mercado se encuentra gran variedad de estas especies. Cabe resaltar que en la ciudad de Bogotá existen “20 plazas de mercado, una en cada localidad, pero en total entre públicas y privadas existen 44 plazas de mercado, están manejadas y administradas por el instituto para la economía solidaria IPES” (Langeslag, 2018, p.9).

De este modo las plantas medicinales nos servirán como referente para rescatar la memoria cultural presente en las plazas de mercado, la autora Rodríguez (2017) en su investigación, destaca la memoria biocultural de los campesinos con relación al uso y manejo tradicional de las plantas medicinales como aporte en la construcción de una propuesta la enseñanza de la vida y lo vivo con contextos rurales. Este estudio se llevó a cabo en el municipio de Sutatenza Boyacá, y el objetivo trazado por la investigadora fue “valorar la memoria biocultural de los campesinos del municipio en relación con el uso de las plantas”. Dicho estudio se desarrolló bajo el enfoque “pedagógico de los saberes campesinos” y por método investigativo la hermenéutica. La cual permitió identificar saberes potenciales sobre este importante recurso.

Por otro lado, Langeslag (2018) traza como objetivo central: “contrastar el conocimiento popular y el conocimiento científico sobre las plantas medicinales para tratamiento de cáncer que se comercializan en plazas de mercado de Bogotá”. (pg.11). Con esta investigación el autor logró identificar conocimiento popular y para su investigación se apoyó en 10 plazas de mercado de

Bogotá entrevistando a personas que comercializa las plantas encontrando 39 especies de plantas medicinales.

De igual forma, Giraldo, Bernal, Morales, Pardo, Leopoldo, y Gamba (2015), describen el uso tradicional de 26 plantas medicinales en 8 plazas de mercado de Bogotá bajo el método descriptivo y participativo, la comunidad de estudio fueron informantes vendedores, conocedores de plantas medicinales, donde encontraron que la mayoría de las personas entrevistadas adquirieron los conocimientos tradicionales por autoaprendizaje, por enseñanzas de los padres o por enseñanzas de los abuelos, en cuanto al nivel educativo se encuentra la gran mayoría en, básica primaria.

Por su parte, Baracaldo (2019) en su investigación traza como objetivo: “analizar las prácticas culturales que se han construido a partir de la compra y venta de plantas medicinales en las plazas de mercado del veinte de julio”. La autora utilizó el método etnográfico, con el apoyo de la técnica de observación participante, método interpretativo, entrevistas semi estructuradas, fichero informante, diario de campo. La investigación referida anteriormente permitió evidenciar la importancia de los saberes populares, aludiendo a los actores que componen la plaza de mercado, donde reflejan poder, renta y conocimiento con relación a las plantas medicinales que se ponen evidencia cuando se realiza la compra y venta de estos productos y la afectividad de los tratamientos ofrecidos por los vendedores.

Desde la posición de Rodríguez y Hernández (2017), bajo el estudio descriptivo participativo de algunos vendedores de plantas medicinales principalmente en la plaza Samper Mendoza, en donde encontraron que existen 122 plantas para tratar enfermedades infecciosas, ocupando un lugar importante en el sistema de salud sobre todo en las comunidades locales, ya que son utilizadas con más frecuencia en la población rural, de igual forma el conocimiento y su uso son

importantes para muchas culturas, y este saber propicio el surgimiento de los yerbateros, en cambio en el área urbana se conoce como cabeza medica de la medicina tradicional.

Asimismo, y tal como lo dice Mesa, (2005) las personas acuden con frecuencia a las plazas de mercado en busca de plantas medicinales a través de nombres comunes, dominio de los vendedores, y que muchas veces son vendidas de manera inadecuada con indicaciones que pueden traer consecuencias para la salud, es así mediante la información taxonómica y cultural con el propósito de promover su correcto empleo, la autora aplico entrevistas semi estructuradas en siete plazas de la ciudad, tuvo en cuenta los usos, tradiciones, origen, demanda y preparación, en 26 plantas, finalmente como estrategia propone la conservación y uso adecuado de las mismas.

Del mismo modo, el autor Pérez (1.934) menciona:

Que existe pócimas caseras tan eficaces como las drogas patentadas para el remedio de ciertos males, el tratamiento con la medicina comprada suele ser demasiado costoso, y es muy difícil que los preparados del comercio no dejen en uno o en otro órgano lesiones y daños que, acentuados con el uso prolongado, constituyen una dolencia como la que se trataba de curar y a veces peor. (p.908).

Es por eso que el autor le da valor a la aplicación de yerbas especialmente en los casos crónicos y en los hospitales de caridad. Como hipótesis de investigación, admite, que hay una yerba para cada mal, y que toda yerba es medicinal.

De otra parte, Moncada y Ordoñez, (2018) en su investigación, mediante entrevistas cualitativas para conocer el fenómeno de motivaciones, significado y prácticas de las ventas informales y como estas pueden beneficiar tanto a vendedores como a compradores. Esta investigación nos permitió conocer un panorama en cuanto a las dificultades y oportunidades que

se dan en las ventas y una caracterización de las personas que desempeñan esta labor, la gran mayoría de las personas son adultas vulnerables y sin garantías para desempeñar su trabajo, es importante conocer el papel que juegan en medio de la informalidad para darle valor y un sentir de reconocimiento a su conocimiento e importancia a este trabajo que beneficia a una gran población que acuden a estas ventas informales.

En el artículo del autor, Valderrama, y Linares (2016) de acuerdo con lo que menciona, sobre las plantas medicinales refiriendo “sus benéficos y bondades, siendo este el mercado principal centro de consumo” (p.145). su investigación se centró en proteger la salud ya que los vendedores de estos productos la mayoría no conocen las propiedades que contienen, y son los encargados de formular el uso de estas plantas para las dolencias de la comunidad, en ocasiones pueden causar daños en la salud de los compradores, ayudando a aclarar este desorden de salud pública que se da principalmente en las plazas de mercado, mediante las encuestas semiestructuradas aplicadas en 7 plazas de mercado de Bogotá, el autor realizó inventario de los frutos y semillas relacionadas con el uso medicinal. Ya que menciona que “la mayoría de estas plantas no cuentan con estudios científicos que comprueben su eficiencia y seguridad” (p.145). Sin embargo, encontró aproximadamente 54 especies, pertenecientes a 29 familias, con 80 nombres comunes, en su artículo concluye que es necesario hacer una revisión exhaustiva taxonómica, etnobotánica de las propiedades terapéuticas, con el fin de mejorar la calidad de vida de los usuarios.

Finalmente se presenta el estudio desarrollado por Vásquez, et al (2013) En su investigación, hacen un abordaje general de plantas y sus diferentes tipologías, pero nuestro interés se enfoca en conocer sobre los conocedores de plantas medicinales, con lo anterior mencionado, rescatamos las ideas por los autores sobre “todos los seres vivos tienen importancia para estar en el mundo,

cada ser tiene una energía, un poder, una norma que está cumpliendo para tener esa vida sobre la tierra”. (p,173). Por lo tanto, el sentido de las plantas medicinales, provienen del entendimiento de las energías que se manifiestan de manera similar en la tierra, el árbol y la persona y desde esta visión se desarrolla el “sentido de la tierra”. El conocimiento sobre las plantas medicinales es una herencia que viene del mundo espiritual específicamente de Macuachí, quien transmitió su saber al primer humano upichía (matapí) llamado Camari, ser que tuvo la facultad de conocer los nombres de las plantas; luego su hijo aprendió de él y desde ese momento se viene transmitiendo su saber de generación en generación.

Con este breve recorrido por conocer estudios realizados sobre las plantas medicinales se evidencia que hoy en día es indiscutible ya sea desde un uso tradicional o como parte fundamental en la elaboración de medicamentos y ha crecido el interés por adelantar estudios, presentar recomendación, fijar políticas, bajo la supervisión del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA).

A partir de lo afirmado por los autores consultados, consideramos que el uso de las plantas medicinales resulta muy variado y tan diverso como las mismas culturas.

#### **2.4 Investigaciones sobre plazas de mercado en Bogotá**

En esta categoría encontramos documentos académicos y artículos dentro de los cuales oscilan entre los años 2006 y 2018 las referencias son investigaciones realizadas en el interior del país haciendo referencia al contexto histórico y arquitectónico de las plazas de mercado de Bogotá, los paisajes culturales, costumbres, tradiciones, teniendo en cuenta las palabras de García, (2016) refiriendo las plazas de mercado “no solo se describen las paredes que la componen si no de allí se puede rescatar esencias no tangible de las plaza viéndolas como paisajes en movimiento” (p.3) en su investigación titulada “Paisajes en movimiento” con el

objetivo de analizar el caso de la plaza de mercado de la concepción a través del concepto de paisaje cultural, en el desarrollo de esta investigación el autor dividió los sujetos que con frecuencia visitan la plaza por espacios entre 1 a 3 tres horas con el fin de adquirir productos denominados “sujetos visitantes”, y otros que permanecen a diario en la plaza desde la madrugada, y duran la mayor parte del día, con el fin de vender estos alimentos y productos es decir “sujetos habitantes”, a partir de esta división describe los paisajes culturales a partir de la experiencia, identidad y aquellos valores que no son visibles físicamente, pero sí están presentes de manera cotidiana. Para nosotras es importante tener en cuenta esas personas que conforman este espacio de encuentro cultural por lo que consideramos necesario abordar sobre los actores por lo que esta investigación nos permitió conocer y abordar sobre esas prácticas que se desarrollan en el interior de las plazas de mercado.

De otro modo, Fajardo, Hernández, González, y Torres, (2018) se enfocaron en estudiar los trabajadores informales en las plazas de mercado, en primer lugar, los autores, referencian las plazas de mercado como:

Establecimientos comerciales y de encuentro de la ciudad donde se abastece y ofertan productos agrícolas, cárnicos, de abarrotes, flores, hierbas, y productos misceláneos. Tienen la misión de garantizar el suministro de productos básicos de consumo entendidos domestico a la comunidad. (p. 152).

Adicionalmente, en el desarrollo de sus actividades, las plazas de mercado son generadoras de residuos orgánicos de origen vegetal y animal, de alimentos, empaques, papeles y residuos inorgánicos vertimientos y emisiones. De otra parte, los trabajadores del sector informal de las plazas de mercado son personas que realizan actividades mal remuneradas, cumplen jornadas extenuantes y muchas veces en condiciones que pueden afectar su salud y seguridad. En los

estudios realizados, resaltaron los siguientes datos en las personas entrevistadas, en su mayoría son personas mayores, el nivel educativo se ubica en la básica primaria, lo que valoran más del trabajo es la independencia, y la mayoría se encuentra en régimen subsidiado, realizan largas jornadas laborales, finalmente se evidencia la desprotección, en condiciones que afectan su salud y seguridad.

Teniendo en cuenta las palabras de Hermida, y Arrieta, (2014). En el concepto sobre plazas de mercado definen:

La plaza de mercado como un núcleo principal de la vida urbana, de las pequeñas y grandes asentamientos urbanos, se consolida como el espacio de encuentro entre sus habitantes y como centro de resguardo de la memoria cultural agrícola y alimentaria. Es el centro geoestratégico que más agrupa tradiciones locales y regionales, que fortalece la identidad y la pertenencia en una ciudad que se debate entre la pluralidad y la exclusión. Es un centro con los más profundos arraigos del sentir popular y al mismo tiempo un lugar en el que interactúan la ciencia y la tecnología con la sabiduría tradicional, fomenta prácticas culturales (no explícitas) que incrementan el sentido de pertenencia de los comerciantes, vecinos y usuarios e impulsan el sostenimiento de las líneas nutricionales y de seguridad alimentaria a un precio justo. (Pg.4)

Del mismo modo, realizan un estudio sobre generación de residuos de las plazas de mercado y su problemática ambiental, donde argumentan que:

Los residuos sólidos generados son en su gran mayoría de origen orgánico, de ejemplo menciona Corabastos como mercado mayorista genera diariamente entre 80 a 100 toneladas de residuos al relleno sanitario de Doña Juana, lo que representa el 1.4% del total de residuos dispuestos diariamente en el vertedero” (Hermida, y Arrieta, 2014, p. 7).

En consecuencia, el objetivo de afianzar su valor patrimonial, su influencia en la dinámica socioeconómica y su permanencia en el contexto bogotano. En cuanto a la evolución de mercado en Europa se resalta que:

La plaza de mercado se ha 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, 2011, Pg. 26)

Fueron un medio de control económico y político y a partir de la distribución y procesos de compra y venta, se afianzaron e implementaron el origen de locales comerciales a raíz del aumento poblacional, configurando un espacio de interacción de servicios y convivencia entre los habitantes de diferentes clases económicas, desde allí los comercios se desarrollan rápidamente a raíz de las edificaciones el mercado se inicia a implementar sobre la vía pública.

Igualmente resaltan que, en Bogotá principalmente el mercado semanal se realizaba (hoy en la Plaza de Bolívar) donde se situaba la economía de la época colonial como epicentro comercial. El día de mercado era el más agitado, principalmente las mujeres venían a pie de distintos lugares cargadas con las cosas que vendían en el siglo en vista de la gran influencia de gente, los conflictos en la movilidad se reubico el mercado en las salidas de las ciudades afinales del siglo XIX.

Finalmente destacan que las plazas de mercado fueron un complemento integrador de actividades que están consolidadas en la memoria colectiva como un espacio de intercambio

comercial, pero que están siendo desplazadas por los cambios de la actividad urbana y el manejo espacial que la planeación en cada época le ha brindado a la ciudad.

Por lo anterior, es importante rescatar que:

En la década de los 30's a finales de los 50's, ya abordando la ciudad Bogotana, se incrementó la actividad semanal a diaria, a partir de los años 60's, "se consolida la administración de los servicios urbanos a partir de la creación de la Empresa Distrital de Servicios Públicos (EDIS), la cual desarrollo un planeamiento para la ciudad por medio de una gestión administrativa de las 18 plazas de mercado minorista que contaba la ciudad de Bogotá", (Edison, 2006, p. 142).

A partir de la edificación de la plaza de mercado con una imagen espacial estandarizada y manejada bajo un enfoque logístico en el almacenaje y distribución de alimentos por medio de la construcción de una central de abastos: "Corabastos", ubicada en el sector occidental con el objeto de reactivar el proceso de crecimiento en ese sector de la ciudad". (Escala, 1960) como resultado de lo mencionado anteriormente configuro a la imagen de Bogotá como la gran capital del país.

Del mismo modo, en la investigación realizada por Vispe, (2017), rescatamos lo mencionado sobre el concepto de plazas de mercado "Las plazas nacen de la función de abastecimiento de los pueblos, pero esta función se redimensiona cargándose de simbolismo paulatinamente, y convirtiéndose en espacios de interacción ciudadana con una fuerte identidad." (p. 20).

Adicionalmente, en otros conceptos según el autor, refiriendo las plazas de mercado es importante mencionar que, fueron indispensables para el desarrollo de la ciudad, convirtiéndose éstas en una estructura fundamental, espacio de interacción ciudadana caracterizándose por espacios públicos, que permiten construir relaciones sociales como ámbitos de convivencia y no solo comercialización de productos, sino, un espacio donde se establecen vínculos sociales. Por

otro lado, referencia las plazas de mercado urbano, como un lugar, donde se concentra una intensa actividad estableciéndose como referencia, dentro del barrio, además de su valor físico.

Continuando con los planteamientos de Vispe (2017) con relación a las plazas de mercado desde nuestra perspectiva, reconocemos que estos son lugares de encuentro cultural, donde se puede analizar a la gente y observar las dinámicas sociales, además, interpretar historias y escuchar relatos, coincidiendo con el interés y la importancia de reconocer los saberes y las tradiciones que se tejen en estos espacios, a partir de las narrativas de los vendedores y así mismo visibilizar lo intangible que hace parte de nuestro patrimonio nacional, pretendemos desarrollar nuestra investigación.

A su vez, las plazas de mercado posibilitan oportunidades laborales y ocupación informal en las tiendas de barrio, por último, algo importante que queremos mencionar es que las plazas de mercado son un reflejo de las relaciones entre el campo y la ciudad.

Con lo consiguiente, es importante mencionar que las plazas de mercado se caracterizan “por pervivir como anclaje del mundo rural donde se presenta una agrupación intencionada de uno oficios populares, que se debate en la lucha por permanecer ante nuevas prácticas de discurso del mercado y de la cultura” (Castiblanco, 2012, p.123).

Una vez realizado un barrido de las investigaciones encontradas sobre las plazas de mercado de Bogotá, podemos establecer el origen de las plazas, y como están se han venido configurando a raíz a de los nuevos mercados, a su vez se asumen como estructuras del pasado y en parte han quedado estancadas ante las grandes superficies de los diferentes sectores económicos.

## **2.5 Narrativas de vendedores de plantas (Internacional)**

Llevado a cabo el ejercicio de búsqueda en el presente documento y con el objetivo de identificar las investigaciones previas con relación a la memoria cultural acerca de los usos,

conocimientos y prácticas relacionadas con las plantas medicinales a partir de las narrativas de los vendedores de las plazas de mercado de Bogotá, se identifican cinco documentos: Un boletín antropológico, uno latinoamericano informativo, dos revistas científicas y un artículo científico, comprendido entre los años 2011 a 2019, dos coinciden su desarrollo en Venezuela en la ciudad de Mérida, una tercera, desarrollada en Argentina, México y Cuba, como espacios importancia económica pero de igual manera de convergencia cultural, en los cuales se reconoce que los conocimientos, acciones y prácticas son reconocidos de manera biológica o simbólica, de igual manera, se evidencia algunos relatos textuales de los vendedores de plantas, quienes se expresan desde la apropiación de sus saberes de una manera generacional familiar.

Bajo la anterior perspectiva, Sodja (2019) plantea que:

Se estarían conformando como puntos de encuentro cotidiano, donde se establecen conversaciones, discursos, modos de enseñanza – aprendizaje, que permiten, de modo variable, transmitir y compartir conocimientos, creando un modo de conservación y difusión de conocimiento cultural, ayudando a grupos e individuos a conservar, recuperar y algunas veces a crear una imagen de sí mismos, discursos particulares de identidad, que parecieran estar íntimamente relacionados a la población de la ciudad y en algunos casos a otros lugares del estado (p.576).

Con lo anterior, queremos reconocer que la relación que se encuentra en los documentos mencionados ha sido estrecha desde la finalidad planteada en la presente investigación, las plantas en como un elemento simbólico desde interacciones cotidianas en los puestos de ventas de las mismas, y algo importante que explícito en uno de los textos y es que referencia emociones emergentes durante el ejercicio investigativo, en sus herramientas metodológicas

utilizadas dentro del componente etnográfico lo cual nos lleva a reconocer un poco más la esencia de lo intercultural en el planteamiento del presente proyecto.

Así mismo, Martínez (2016) y Velásquez (2014) en sus investigaciones presentan un contexto que aunque un poco más estadístico, permiten reconocer los conocimientos acerca de las plantas medicinales en cuanto a sus usos, formas de comercialización y clasificación de las mismas, de tal forma, en sus documentos se visibiliza la participación y la importancia de las narraciones de los vendedores de las plantas, recuperando saberes populares, costumbres, hábitos, creencias, por medio de entrevistas abiertas y semi estructuradas, por esta razón las referenciamos como una manera acertada al objetivo propio de nuestro interés, ya que permiten un acercamiento a éste y a reconocer que en comparación a las investigaciones realizadas en Colombia, estas muestran un poco más del sentido del reconocimiento de la memoria cultural en los vendedores de plantas a partir de sus narrativas, lo cual fortalece el objetivo de la presente investigación, ya que escuchar las voces de quienes manifiestan sus conocimientos, experiencias, relaciones humanas, perspectivas, construcción de conocimiento a partir de lo que se reconoce en el mundo de las plantas es nuestro interés particular.

Bajo la anterior perspectiva, Sodja (2018):

Los vendedores: reconocidos desde siempre como verdaderos conocedores de plantas medicinales y enfermedades. Personas con las que había tenido contacto desde pequeña, observándose como ‘el señor o señora que vende las plantas’, toman ahora un nuevo nivel de importancia, reconociéndose como parte de una historia viva, que se conserva y se reproduce a través de su trabajo cotidiano y sus conocimientos, muchos de ellos aprendidos y practicados por generaciones, otros adquiridos a través de nuevas conversaciones y la influencia de los medios de comunicación; lo que hacía necesario tratar de comprenderlos con un mayor grado de

profundidad. Situación que condujo a observarlos más sutilmente como personajes, intentando comprender, por lo menos parte de su complejidad, la cual debería reflejarse en los textos, (p.562).

Desde esta perspectiva, nos acercamos un poco más a la intencionalidad de la presente investigación, durante la lectura del mismo, se evidencia la importancia, validez y hasta las percepciones de la persona que se encuentra desarrollando la investigación en cuanto a su rol en ese momento y lo que manifiesta cada una de las personas entrevistadas y observadas en su cotidianidad.

Por otra parte, Pirondo, et al. (2011) reconoce el uso de las plantas medicinales de una manera clasificatoria, en cuanto a la forma de comercialización, uso medicinal, formas de administración, no obstante, también referencia la importancia de las dinámicas que convergen en los espacios de las plazas de mercado, así como también los conocimientos y el intercambio cultural existente, reconociendo que según los resultados de su investigación a la participación de los vendedores de plantas.

Para finalizar, Sodja (2019) plantea que:

Las plantas medicinales y sus puestos de venta, se estarían conservando como un refugio cultural, un modo de conservar conocimientos tradicionales, sean biológicos o simbólicos, al mismo tiempo que permite satisfacer necesidades de diferente índole, a los distintos grupos tradicionales del estado, que de manera permanente o temporal hacen vida en la ciudad. (p. 574).

Es así que, concluimos reconociendo la pertinencia de cada uno de los documentos referenciados, lo que contribuye generar la base de nuestros planteamientos y el fortalecimiento de nuestro interés.

Después de hacer el barrido de veinticinco referencias, encontramos que son muy cercanas a nuestro proyecto de investigación, en lo que se refiere al interés de identificar como se configura la memoria cultural sobre los usos, conocimientos y prácticas relacionadas con las plantas medicinales a partir de las narrativas de los vendedores de las plazas de mercado de la ciudad de Bogotá.

Las referencias abordadas nos muestran que hay diferentes perspectivas y caminos direccionados en estas investigaciones, agrupadas desde características comunes, centros de interés y objetivos similares, a partir de contextos tales como: plazas de mercado, dentro de éstas; sus dinámicas, su estructura física y organizacional, su historia, la importancia dentro de las comunidades, otras de las investigaciones, centran sus objetivos a el estudio de las plantas medicinales, la identificación de usos, formas de comercialización, clasificación y tipos de plantas, de igual manera otras investigaciones que se encaminan a reconocer la importancia de lo cultural dentro de las plazas de mercado, de qué manera, desde un acercamiento a los actores principales, en este caso los vendedores de plantas se logra reconocer que las plazas son espacios en donde converge gran riqueza en manifestaciones humanas, desde un tejido de intercambio de saberes, desde una posibilidad de reconocimiento en otras formas de construir conocimiento.

Los estudios revisados se acercan a nuestro interés particular, sin embargo evidenciamos que la categoría correspondiente a la de narrativas de vendedores (Internacional), realizan una aproximación mucho más importante en cuanto a la participación y voces de los vendedores de plantas en las plazas de mercado, por tanto, nuestra investigación se enmarca dentro de una metodología cualitativa y dentro del espacio de nuestro país, posibilitando y aportando al camino de la interculturalidad, a la necesidad de brindar importancia a aquellos conocimientos y

construcciones sociales que no necesariamente están inmersos y concebidos dentro de una estructura académica, sino que tienen en cuenta, generan otros tipos de conocimiento.

En tanto que, en las investigaciones llevadas a cabo en Colombia, una parte de estas, se proyectan a un acercamiento de grupos focales escolares a un espacio de etnobotánica y estudio de las plantas, en diferentes municipios y pueblos de Colombia, de igual manera se resalta también, que algunas investigaciones se focalizan en el espacio específico de las plazas de mercado de Bogotá, objeto de nuestro estudio, lo cual amplía un panorama que fortalece nuestra labor de investigadoras.

Para finalizar, una de las características que se evidencian en los documentos identificados, es que la metodología implementada en su mayoría son etnografías, entrevistas estructuradas y semi estructuradas.

### **CAPITULO III**

La presente investigación fue realizada en un primer momento bajo el método de revisión sistemática de literatura, basados en la revisión de documentos académicos en primer lugar se identificó el tema de mayor interés a investigar , una vez estructurada la pregunta problema, se realizó una búsqueda de lo que se ha investigado o que tanto se sabe sobre lo propuesto, con lo anterior se procedió a efectuar una consulta bibliográfica teniendo en cuenta palabras claves relacionadas con nuestro tema de interés, donde se encontró múltiple información, en según momento, se realizó una clasificación de documentos que apuntaron a brindarnos respuestas, como resultado se encontraron alrededor de 34 documentos y se seleccionaron finalmente 25, los cuales estaban más cerca de la temática. Las fechas de publicación de los documentos seleccionados están en el intervalo de tiempo estudiado entre los años de 1981 y 2019 la mayoría

corresponden a investigaciones realizadas en Colombia, sin embargo, se encontró información internacional. En un último momento, y una vez seleccionados los documentos de mayor importancia se identificaron las tendencias de investigación realizando una clasificación, una de las cosas que identificamos es que no existe mayor información sobre los vendedores de plantas medicinales en la ciudad de Bogotá, en esta tendencia, se encontró información a nivel internacional, a nivel nacional, resalta información de plantas medicinales y plazas de mercado. Con lo anteriormente mencionado, se realizó finalmente, un análisis descriptivo de los hallazgos, de igual forma plantear una investigación observacional, con el objetivo de responder nuestra pregunta problema.

De otra parte, la investigación se ubica en el enfoque histórico hermenéutico, aplicando la herramienta observación directa de campo, como instrumento de análisis participante, nos permitirá conocer la conducta desde las experiencias individuales desde vivencias en el ambiente cotidiano, su contexto, su historia y así identificar los usos, prácticas y conocimientos con relación a las plantas medicinales que se ofertan en las plazas de mercado en la ciudad de Bogotá, adicionalmente con el apoyo de la entrevista, el diálogo, registraremos todo la información suministrada por los actores sociales en este caso los vendedores de plantas medicinales, con el objetivo de recopilar la mayor información posible y de eso modo realizar un análisis cualitativo, a su vez y teniendo en cuenta las narrativas poniendo en alusión nuestro tema de interés, rescatamos la memoria cultural que existe en el grupo interés de estudio y mediante los relatos, de eso modo entenderemos la importancia desde los saberes que se desarrollan en las plazas de mercado dentro de las dinámicas del sujeto colectivo.

Teniendo en cuenta el objetivo de la presente investigación el cual es identificar la memoria cultural existente en las narrativas de los vendedores de las plantas medicinales, en los usos,

conocimiento y prácticas, en las plazas de mercado de Bogotá nos enfocamos en un modelo de investigación histórico – hermenéutico, la cual posibilita llevar a cabo una interacción con los actores primordiales; los vendedores de las plantas medicinales, desde la memoria cultural, reconociendo sus narrativas desde una manera imparcial, sin limitantes, libre, al permitir describir desde referentes propios y todos los aspectos que edifican las experiencias desde una trayectoria histórica, en miras de analizar, interpretar y sistematizar las narrativas individuales y colectivas.

En este sentido, según Ortiz (2015):

Las ciencias histórico hermenéuticas buscan rescatar el fenómeno de la relación entre sujetos a partir de la comprensión de los procesos comunicativos, mediados por la apropiación de la tradición y la historia; su interés se fundamenta en la construcción y reconstrucción de identidades socioculturales (interés práctico) desde esa comprensión estructural, y en un proceso posterior poder seguir procesos de transformación. (p.17).

De esta manera, al identificar que no podemos generalizar y centrarnos en una única realidad, nos posicionamos desde un sentido de investigadoras en busca de comprender y reflexionar acerca de la diversidad cultural en tanto al tema que nos atañe, y de acuerdo a esto, poder generar una visión mucho más amplia de lo intercultural, la convergencia de la diferencia en un mismo espacio, en un mismo territorio, pero desde el respeto y la validez de cada una de las formas de ver la vida, ya que como lo manifiesta Walsh (2008) la interculturalidad, no está, es un camino que recorrer.

Por consiguiente, aplicaremos principalmente observación participante y entrevistas, inicialmente para comprender el contexto de las plazas de mercado y su dinámica social, en

segundo lugar, la población objeto en las siguientes fases; participación, observación e interrogación, llevando a cabo notas de campo para sistematizar.

Ahora bien, nuestra metodología de análisis será el método cualitativo tratando de interpretar los usos, prácticas y conocimiento con relación a las plantas medicinales en los vendedores de las plazas de mercado desde lo individual a lo colectivo.

Recopilaremos toda la información basada en la observación de comportamientos naturales, los discursos, y las respuestas abiertas para la posterior interpretación.

Pérez (2002), describe esta metodología cualitativa:

Utiliza como datos las representaciones y los discursos obtenidos en condiciones rigurosamente diseñadas para llegar, mediante el análisis y la interpretación de las unidades de sentido (estructuras semánticas) identificadas en ellos, al origen y significación de las analogías (metonimias y metáforas) utilizadas para elaborarlas, lo que hace siguiendo el camino inverso al de su formación, es decir, al del proceso de la simbolización. (p.374).

De esta forma, los instrumentos metodológicos que se recogerán en la recolección de la información, necesarios para el desarrollo de los objetivos de la investigación, serán:

1. Diarios de campo: mediante la observación registraremos apuntes más relevantes.
2. Entrevistas mediante preguntas abiertas.

Finalmente, con lo anterior presentamos nuestra investigación y las herramientas que serán clave en la intervención y acercamiento al grupo social referenciado, en la necesidad de generar respuesta a nuestro interés particular.

## Referencias

- Arias, A. y Alvarado, S. (2011). Investigación narrativa: apuesta metodológica para la construcción social de conocimientos científicos. Universidad CES, Medellín, Colombia.
- Baracaldo, N. (2019). Narrando prácticas culturales: la compra y venta de plantas medicinales en la plaza de mercado del veinte de julio. (Trabajo de grado). Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá.
- Baquero, D. (2011). Las plazas de mercado como catalizadores urbanos, (Trabajo de grado) Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- Bogotanitos, Las plazas de mercado de Bogotá  
<https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/bogodatos/las-plazas-de-mercado-de-bogota>
- Castiblanco, A. (2012). Las plazas de mercado como lugares de memoria en la ciudad: anclajes, pervivencias y luchas, Ciudad Paz Ando Bogotá. Vol.4 núm. 2.pg 123-132.
- De Sousa, S. (2011) Utopía y praxis latinoamericana: Epistemologías del sur, Maracaibo-Venezuela.
- Domínguez, Elsy et al. (2013). La investigación narrativa en psicología: definición y funciones. Manizales – Colombia
- Fajardo, A., Hernández J., González, y Torres, M. (2018). Caracterización y Percepción del Riesgo en Vendedores Informales de las Plazas de Mercado de la Ciudad de Bogotá, D.C. Cienc Trab. Sep.-Dic; 20 [63]: 151-154).
- Giraldo, E., Bernal, M., Morales, A., Pardo, A y Gamba, M. (2015). Descripción del uso tradicional de plantas medicinales en mercados populares de Bogotá, D.C. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. NOVA. 2015; 13 (23): 73-80.
- Guirao, Goris., Silamani, J., y Adolf. (2015). Utilidad y tipos de revisión de literatura. Ene, 9(2)<https://dx.doi.org/10.4321/S1988-348X2015000200002>
- Guithart, A., y Saubich, F. (2013.) la práctica educativa desde la perspectiva de los fondos de conocimiento e identidad. Girona España.

- Héller, A. (2001). Memoria cultural, identidad y sociedad civil, Alemania.
- Hermida, H., Arrieta, G. (2014), Plazas de mercado en Bogotá, generadoras de residuos y desarrollo, Conama, congreso nacional del medio ambiente. Pg. 7.
- Martínez, H. (2015). De nuevo la vida: el poder de la no violencia y las transformaciones culturales Bogotá, Editorial Trillas de Colombia. Pg. 3.
- Mendoza, Jorge. (2005). Exordio a la memoria colectiva y el olvido social, en Athenea digital, No.8, pp.1-26.Disponible en <http://antalya.uab.es/athenea/num8/mendoza.pdf>
- Mesa, C. (2005). Fracciones de plantas medicinales vendidas en plazas de mercado de Bogotá, Colombia. Acta Biológica Colombiana, vol. 10, N°2 151.
- Moncada, G., Ordoñez, L, (2018). Prácticas de ventas informales en Bogotá: significado y motivaciones para vendedores y compradores. (Trabajo de grado). Universidad externada de Colombia, Bogotá.
- Muñoz, G. (2012). Genealogía del campo Educación-Comunicación-Cultura en Colombia. Universidad de la Salle Doctorado en Educación y sociedad, Bogotá.pg, 13
- Langeslag, N. (2018). Plantas medicinales en las plazas de mercado de Bogotá comercializadas para tratamiento de cáncer. Un contraste entre conocimiento popular y conocimiento científico. (Trabajo de grado). Universidad de ciencias aplicadas y ambientales U.D.C.A, Bogotá.
- Lucy, C., Rodríguez, M., Hernández P. (2017). Plantas medicinales que se comercializan en Bogotá (Colombia) para el tratamiento de enfermedades infecciosas. Boletín Latinoamericano y del Caribe de Plantas Medicinales y Aromáticas 16 (6): 529 - 546
- Ortiz, A. (2015). Enfoques y métodos de investigación en las ciencias sociales y humanas, ediciones de la U, Colombia Bogotá.
- Patarroyo, S. et al. (2016) Los saberes propios, una experiencia dialógica en las plazas de mercado; dialogando con el saber. Tesis de grado. Bogotá.
- Pérez, A. Cristina. (2002) Sobre la metodología Cualitativa, Revista Eps Salud Pública, Vol. 76, No 5, p-374.

- Pérez, E. (1934). Plantas medicinales más usadas en Bogotá. *Revista de medicina veterinaria*, 32- 908-911.
- Pérez, N. (2010). Análisis teórico de la noción de memoria cultural y su importancia para las identidades actuales, Universidad de las Tunas, Cuba.
- [Publicación en Facebook]. Recuperado de URL <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/cultura-recreacion-y-deporte/conoce-el-recorrido-relatos-plazunos-y-el-boletin-teusaca>.
- Recuperado de: Alcaldía mayor de Bogotá  
<https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/bogodatos/las-plazas-de-mercado-de-bogota>
- Rodríguez, Lizeth. (2017). Uso y manejo tradicional de las plantas medicinales, para valorar la memoria biocultural de las familias campesinas del municipio de Sutatenza Boyacá, como aporte a la enseñanza de la vida y lo vivo en contextos rurales. (Trabajo de grado). Universidad pedagógica nacional centro de Valle de Tenza, Boyacá.
- Sodja, I. (2018). El “yo” etnográfico y la etnografía urbana en los puestos de venta de plantas medicinales, Caso: Mercados tradicionales en la ciudad de Mérida, Venezuela. *Revista Venezolana de Sociología y antropología*.
- Sodja, I. (2019). Puestos de venta de plantas medicinales en la ciudad de Mérida: Espacios de historia, cotidianidad, convergencia y reclamo cultural. *Boletín antropológico*. España.
- Vásquez, C. A., Matapí, U., Meléndez, I., Pérez, M., García C., Rodríguez R., Martínez, G., y Restrepo, S. (2013). Plantas y territorio en los sistemas tradicionales de salud en Colombia; contribuciones de la biodiversidad al bienestar humano y la autonomía. Instituto de Investigaciones de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt. p.192.
- Valderrama, N., Linares E.(2016). Frutos y semillas medicinales vendidas en plazas de mercado de Bogotá, Colombia. *Acta Biológica colombiana*, Vol. 11 No.1, 145.
- Vispe, L. (2017). Las plazas de mercado como herramienta de regeneración urbana, (Trabajo de grado) Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Walsh, C. (2008). Interculturalidad, plurinacionalidad y decolonialidad: las insurgencias político- epistémicas de refundar el Estado. Ecuador.

William, G. (2016). Paisaje en movimiento: Metodología para la identificación de paisajes culturales en las plazas de mercado de Bogotá. Pontificia Universidad Javeriana – Bogotá.

## Lista de Anexos

Tabla 1

Matriz del estado del arte

TÍTULO DEL ANTECEDENTE	RESUMEN	CATEGORÍAS	RELACIÓN CON EL PROYECTO	CITA COMPLETA
<p>Galerías y Plazas de Mercado como espacio de conservación cultural Y producción audiovisual.</p>	<p>Expresiones musicales, movimientos artísticos, prácticas artesanales e incluso espacios perfectamente definidos, se convierten en núcleos de resistencia ante el inminente y a veces inevitable proceso de globalización en el cual tendemos a perder nuestra identidad propia para convertirnos en culturas híbridas y, eventualmente, en parte de una cultura homogénea y global. Se busca entonces, a partir de este proyecto, analizar las plazas de mercado, sus características estéticas, cromáticas y formales; así mismo, reconocer su importancia para la conservación de la identidad colombiana y latinoamericana como fuente de inspiración y espacio de producción gráfica y audiovisual. Las galerías, fruterías y mercados populares nos ofrecen un espacio de encuentro con nuestra propia identidad local, nacional y latinoamericana; pero más allá de estos espacios, cada ciudad nos ofrece estos oasis que permiten una mirada sobre quiénes somos y dónde nos encontramos.</p>	<p>Galería, mercado, plazas, folklore, identidad, tradición.</p>	<p>Plazas de Mercado</p>	<p>Rafael Ángel Bravo 2 Profesor Corporación Universitaria Autónoma de Nariño (Extensión Cali, Colombia)</p>

<p>Los saberes propios, una experiencia dialógica en las plazas de mercado; dialogando con el saber</p>	<p>El texto presenta un proceso investigativo basado en la ecología de saberes mediado por el diálogo como un proceso simbólico, en las plazas de mercado, comprendidas como espacios productores de subjetividades, construidas a partir de relaciones interculturales. Que, en tensión con los marcos institucionales actuales, generan subjetivaciones y otras dinámicas culturales en las prácticas sociales. Las plazas de mercado conservan en sus espacios y dinámicas sociales, aspectos simbólicos que resguardan riquezas culturales propias, los cuales se evidencian a partir de las experiencias de los sujetos presentes en estos espacios. Si bien es cierto, allí se intercambian saberes y costumbres propias, también es innegable que se han venido dando otras formas de interacción social que obedecen a otro orden en este caso al modelo neoliberal, el cual es transformado constantemente en vía de la generación de nuevas formas de producción de subjetividad. Ahora bien, la lectura de este proceso dialógico, simbólico y de socialización, será estudiado desde la ecología de saberes, en la cual, a partir del diálogo de saberes, pretende determinar y percibir las posibles transformaciones o configuraciones de subjetividad a partir del reconocimiento de los saberes propios.</p>	<p>Diálogo; símbolo; saber propio; subjetividades y socialización.</p>	<p>Dialogando con el saber experiencias plazas de mercado</p>	<p>Sara Raquel Patarroyo Granados y María Fernanda Valbuena Batanero (2016) Los saberes propios, una experiencia dialógica en las plazas de mercado; dialogando con el saber.</p>
<p>Prácticas de comunicación en la cultura popular: mercados, plazas, cementerios y espacios de ocio</p>	<p>«La hora del buen salvaje pasó hace tiempo, y los diversos populismos han mostrado suficientemente la trampa y el chantaje de que se alimentan, además de la negación profunda que ellos acaban haciendo de lo popular. Nuestro relato, y la lectura que de él proponemos, apuntan en otra dirección: la de poner al descubierto el empobrecimiento radical que en el plano de la comunicación cotidiana y vital trae consigo la mercantil modernización y funcionalización de la existencia social. Empobrecimiento al que estamos tan habituados ya, y que hemos interiorizado tan profundamente, que nos es imposible reconocer. Sólo la comunicación popular con su contraste escandaloso puede ayudarnos a verlo, a sentirlo.»</p>	<p>Cultura Popular Plazas de Mercado</p>	<p>Cultura Popular Plazas de Mercado</p>	<p>Jesús Martín-Barbero (en: Comunicación alternativa y cambio social, M. Simpson (comp.), UNAM, México, 1981)</p>

<p>Las plazas de mercado como lugares de memoria en la ciudad: anclajes, pervivencias y luchas</p>	<p>El artículo se propone entender la Plaza de Mercado como lugar de memoria partiendo de un análisis que involucra cómo los regímenes de verdad que se establecen desde la higiene y la salud pública determinaron la consolidación entre otros dispositivos como la cárcel, el leprocomio y el hospital: la plaza de mercado. Este último se caracteriza por pervivir como anclaje del mundo rural donde se presenta una agrupación intencionada de unos oficios populares, al igual que significa el principio de abastecimiento de las ciudades y el escenario de los debates y corrillos que permitieron consolidar audiencias a los procesos revolucionarios y sociales. Hoy este antiguo espacio, en principio de localización del comercio, escenario de los procesos revolucionarios, se debate en la lucha por permanecer ante nuevas prácticas y discursos del mercado y de la cultura como son las grandes superficies o hipermercados y centros comerciales.</p>	<p>Lugar de memoria, Higiene, Discurso, Luchas sociales</p>	<p>De la plaza mayor al tejido de plazas</p>	<p>Andrés Castiblanco Roldán Ciudad Pazando Bogotá, segundo semestre de 2011. Vol. 4, núm. 2: págs. -123-132file:///C:/Users/Paola%20Menjura/Downloads/7325-Texto%20del%20art%C3%ADculo-34070-1-10-20140902.pdf</p>
<p>Fracciones de plantas medicinales vendidas en plazas de mercado de Bogotá, Colombia</p>	<p>En Bogotá, Colombia, se acude masivamente a las plazas de mercado y se accede a las plantas medicinales a través de los nombres comunes, que son del dominio de los vendedores, y que, en muchos casos, no corresponden a la especie medicinal. Debido a que las plantas son vendidas como fracciones (cortezas, tallos, raíces, flores, hojas) es más difícil asegurar que la planta corresponde a una especie en particular, y tampoco hay certeza sobre la Fuente de extracción. El objetivo del presente trabajo fue estudiar las plantas medicinales comercializadas como fracciones en las plazas de mercado de Bogotá, a través de la recolección de información taxonómica y cultural, con el propósito de promover su correcto empleo y evitar riesgos en la salud de los consu- Acta Bio/6gicaCalombiana, Vol. 10 No.2, 2005 151 midores. Se realizaron entrevistas semi estructuradas en siete plazas de la ciudad, estableciéndose: usos tradicionales, origen, demanda y preparación de las plantas medicinales. Se determinaron 26 especies pertenecientes a 22 familias botánicas, para las que se hallaron Indicios de su valor cultural. Sólo tres especies se encuentran aprobadas por el INVIMA. EI 78,57% de las planta</p>	<p>Botànica</p>	<p>Estudio de plantas comercializadas en Bogotá.</p>	<p>Fracciones de plantas medicinales vendidas en plazas de mercado de Bogotá, Colombia. Laura Mesa Castellanos. Departamento de Biología, Facultad de Ciencias, Universidad Nacional de Colombia. Sede Bogotá.</p>

Plantas medicinales que se comercializan en Bogotá (Colombia) para el tratamiento de enfermedades infecciosas	En este estudio se utilizó el factor de consenso, el nivel de fidelidad y la variedad de uso en la identificación de plantas medicinales para el tratamiento de enfermedades infecciosas que son comercializadas en la plaza de mercado Samper Mendoza de Bogotá (Colombia). Para esto se realizó una encuesta a 61 herbolarios, la información obtenida fue organizada y analizada en el programa estadístico SPSS. Un total de 122 plantas para el tratamiento de enfermedades infecciosas, distribuidas en cuatro categorías (urogenitales, respiratorias, gastrointestinales y piel y ojos) presentaron valores de FIC entre 0.74 y 0.79, indicando un criterio de selección definido con información correctamente transferida y alta eficacia para el control de infecciones. El 74% (90/122) de las plantas presentaron un nivel de fidelidad del 100% y en el 11% (14/122) se evidenció una importancia relativa con valor de uso inferior a 0.115. Este trabajo muestra la utilidad de la etnomedicina en la selección de plantas medicinales y contribuye al conocimiento de especies vegetales colombianas útiles para estudios fitoquímicos orientados a identificar compuestos con potencial antibacterial para el control de enfermedades infecciosas de impacto en salud pública.	Usos de las plantas medicinales	Estudio de plantas medicinales comercializadas en plazas de mercado	Plantas medicinales que se comercializan en Bogotá (Colombia) para el tratamiento de enfermedades infecciosas
Plantas medicinales más usadas en Bogotá	Los puestos de yerbas en la plaza de mercado de Bogotá. Acostumbrados al uso de las drogas patentadas, creen muchos que los productos vegetales en estado natural han caído en desuso para el tratamiento de las enfermedades. No es así. El pueblo cura la mayor parte de sus dolencias con yerbas, y éstas son objeto de un comercio que merece estudio.	Plazas de Mercado, yerbas.	Plantas medicinales, Plazas de mercado de Bogotá	Enrique Pérez Arbeláez (Tomado del Suplemento al Boletín de Agricultura N- P»2, del ministerio de Industrias).
Narrando prácticas culturales: la compra y venta de plantas medicinales en la plaza de mercado del veinte de julio.	Prácticas culturales que se dan en la plaza de mercado del veinte de julio, en aquellos locales donde se venden plantas medicinales y productos naturales. Narrativa las relaciones de poder y de saber que se ponen en evidencia cuando se realiza la compra de estos productos, recalando así que no se trata solamente de una transacción económica, sino que su uso está ligado a prácticas culturales, a tradiciones transmitidas intergeneracionalmente y por su puesto a la efectividad de los tratamientos ofrecidos desde los saberes populares que conforman el amplio mercado terapéutico de las sociedades actuales.	Prácticas culturales, Estrategias, Mercado terapéutico, Curación, Plazas de mercado, Campo.	Prácticas culturales desde las ventas de las plantas medicinales	Nicole Carolina Huertas (2019). Narrando prácticas Culturales: la compra y venta de plantas medicinales en las plazas de mercado veinte de julio. Bogotá

<p>Metodología para la identificación de paisajes culturales en las plazas de mercado de Bogotá.</p>	<p>El reto que plantea esta investigación es comprender los distintos paisajes culturales presentes en las plazas de mercado de Bogotá, a través de la historia de la primera plaza de mercado cubierta de Bogotá y del país: La plaza de mercado de la Concepción. La reconstrucción de este paisaje cultural tiene un contexto físico: Bogotá, y un contexto temporal: la transición entre siglo XIX y Siglo XX (1.864-1.953). La propuesta de investigación se sustenta en la siguiente hipótesis: Los valores patrimoniales contenidos en el paisaje cultural de las plazas de mercado, no dependen de la existencia de la arquitectura que los alberga, sino de la permanencia de los ritos, costumbres, tradiciones que escapan a las formas espaciales, por lo que muchos de estos valores prevalecen hasta hoy como manifiestos de una cultura en las plazas de mercado bogotanas. Es por ello, que la identificación de los paisajes culturales manifestados en esta plaza de mercado, permitirá detectar los principales tipos de paisajes culturales actuales y sus valores patrimoniales, como testimonios del permanente encuentro entre las culturas del campo y de la ciudad.</p>	<p>Paisajes culturales, Plazas de mercado, Bogotá, Colombia</p>	<p>Plazas de Mercado</p>	<p>Arq. Mg. William García Ramírez Pontificia Javeriana - Bogotá william.garcia@javeriana.edu.co</p>
<p>Caracterización y Percepción del Riesgo en Vendedores Informales de las Plazas de Mercado de la Ciudad de Bogotá, D.C.</p>	<p>La informalidad laboral es uno de los mayores problemas de la sociedad colombiana, ésta ha sido estudiada desde diversas perspectivas como la segmentación, los tipos de empresas, pero poco se ha enfocado al comercio informal; dentro de este grupo de trabajadores informales están los de las plazas de mercado que son aquellos comerciantes en menor escala y sobre los cuales se enfocó el presente trabajo de investigación. Objetivo: Caracterizar y describir la percepción del riesgo de los trabajadores del sector informal de las plazas públicas de mercado de la ciudad de Bogotá D.C. Materiales y métodos: Estudio descriptivo transversal. Se aplicó una encuesta voluntaria y personal a 237 trabajadores informales que laboran en las plazas de mercado de la ciudad de Bogotá. Resultados: La mayoría de los trabajadores informales de las plazas de</p>	<p>Percepción, riesgo, salud, trabajadores.</p>	<p>Vendedores</p>	<p>Sr. Álvaro L. Fajardo Zapata e-mail: fajardo@areandina.edu.co, fajardo2004@gmail.com Recibido: 10 agosto de 2018 / Aceptado: 25 de noviembre de 2018</p>

	<p>mercado son personas mayores, realizan largas jornadas, muchas de ellas tienen niveles académicos precarios o no tienen estudio. La mayoría manifestó que percibe como seguro su puesto de trabajo, aunque una pequeña fracción manifestó que lo sentía poco seguro para trabajar.</p> <p>Conclusiones: En general este estudio encontró una población trabajadora muy desprotegida que tiene que laborar por largas jornadas y muchos de ellos no están cubiertos por la seguridad social. Este estudio no encontró asociación entre ninguna de las variables estudiadas.</p>			
Plazas de mercado en Bogotá, generadoras de residuos y desarrollo	<p>Este documento pretende abordar la gestión de los residuos sólidos ordinarios generados en algunas plazas de mercado de la ciudad de Bogotá (Colombia), asumiendo el objeto de estudio como un microsistema en el cual se teje el desarrollo local a partir de los procesos internos (interacciones) de la comunidad, en la tarea de solidificar estructuras sociales, económicas y ambientales con y para la ciudad. Se propone entonces un acercamiento de la academia con la comunidad local a partir de la integración del conocimiento popular con la técnica, a fin de establecer un mejor aprovechamiento de los recursos, en el marco de la normatividad vigente, con miras a la consolidación de un modelo de equidad social, pertinente y de formación integral, a través del cual se pueda responder de manera proactiva a las preocupaciones ambientales en el contexto local, regional y global.</p>	Residuos, desarrollo, gestión, políticas ambientales, sostenibilidad, Bogotá, plazas de mercado	Plazas de Mercado	Hernando Hermida Castillo (2014) congreso nacional del medio ambiente
Las plazas de mercado como catalizadores urbanos	<p>Este trabajo final de diseño urbano, se propone desarrollar una guía de diseño urbano para apoyar la solución de conflictos de uso y configuración espacial existente entre las plazas de mercado con su entorno inmediato en la ciudad de Bogotá; con el propósito de generar una articulación entre estos equipamientos con su contexto inmediato y una respuesta adecuada al usuario, afianzando su función utilitaria y simbólica a partir de su potencial como generadores de centralidad basados en el enfoque de catalizador urbano. Para ello se identifican los actuales problemas, oportunidades y potencialidades de las plazas de mercado en distintos entornos con sus dinámicas que enmarcan una escala de impacto urbano, para cualificar su potencial espacial y la puesta a prueba en un escenario real. Este ejercicio permite además evaluar</p>	plazas de mercado, catalizador urbano, centralidad, principios de diseño, guía de diseño urbano, lineamientos de diseño.	Plazas de Mercado	Diana Lizeth Baquero Duarte (2011) Universidad Nacional de Colombia Facultad de Artes, Escuela de Arquitectura Bogotá, Colombia

	la permanencia y función de estos equipamientos en el contexto bogotano y la aplicabilidad del concepto de catalizador urbanos en la interpretación y manejo de las plaza de mercado.			
Las plazas distritales de mercado en Bogotá	En Bogotá, el desarrollo comercial de las plazas de mercado constituye una oportunidad por la fuerte vigencia del mercado interno en la región central (la región Centro del país agrupa los departamentos de Tolima, Huila, Caquetá y Cundinamarca). El desarrollo de la conciencia ciudadana sobre la diversidad, el medio ambiente y el patrimonio cultural inmaterial de la gastronomía criolla, junto con los mercados campesinos, hacen pensar que las plazas pueden dar respuesta a las demandas institucionales de alimentos, contribuyendo con la seguridad alimentaria, reduciendo brechas económicas y precios, siendo un eje entre las demandas de sujetos y circuitos de la economía popular en los territorios de la ciudad. Por lo tanto, en este artículo se presenta un análisis económico, social y cultural de las plazas distritales de mercado de Bogotá, haciendo un énfasis en la localidad de Barrios Unidos. Además de un análisis y evaluación del proyecto 431 denominada “Fortalecimiento del sistema distrital de plazas de mercado”. También haciendo énfasis en la inseguridad alimentaria de dicha localidad y su relación con el desarrollo humano.	Plazas de mercado, inseguridad alimentaria, consumo de alimentos, localidad Barrios Unidos.	Comercio, plazas de Mercado	John Erik Gómez Moreno (2018) Las plazas distritales de mercado en Bogotá.
Las plazas de mercado como herramienta de regeneración urbana.	En el entorno de las plazas de mercado, la degradación es particularmente evidente, ya que su función abastecedora genera una intensa actividad que, si no se desarrolla de forma adecuada, puede provocar caos circulatorio, acumulación de residuos, concentración de venta ambulante y la consecuente inseguridad del sector. Si se analizan los proyectos de rehabilitación de las plazas de mercado de Bogotá, vemos cómo la intervención no ha trascendido a la escala urbana, limitándose a la recuperación arquitectónica 2. Este tipo de intervención desaprovecha un gran activo urbanístico y niega la posibilidad de introducir a las plazas de mercado en las dinámicas de la ciudad.	Plaza de Mercado.	Plazas de Mercado, Historia	Laura Vispe Montilla 2017 Pontificia Universidad Javeriana Facultad de Arquitectura y Diseño Maestría en Planificación Urbana y Regional Bogotá D.C. 2017

<p>Prácticas de ventas informales en Bogotá: significado y motivaciones para vendedores y compradores</p>	<p>El creciente número de vendedores ambulantes en Bogotá y su participación en la economía informal es una realidad. En diferentes zonas de la ciudad como calles, semáforos, parques y demás, se puede encontrar vendedores de productos o prestadores de algún servicio. Indistintamente de lo que representan para el espacio público y para las reglamentaciones gubernamentales, son personas que ofrecen un servicio a la comunidad. Por tanto, se vuelve esencial ver la informalidad desde la perspectiva de los vendedores y sus compradores. Así, para conocer las prácticas de ventas que se dan entre vendedores ambulantes y compradores, es necesario entender el significado de esta labor para los informales y qué motiva a los clientes a comprarles y hacerlos parte de sus actividades diarias. Los elementos que permiten complementar la presente investigación, son el análisis de los beneficios, las dificultades, la fidelidad y la lealtad que se presentan durante el proceso.</p>	<p>Vendedores, ventas informales, comercio, compradores</p>	<p>Vendedores</p>	<p>Carolina Moncada Gómez, Lina María Ordoñez Argote Universidad Externado De Colombia Bogotá, Colombia 2018.</p>
---	---	---	-------------------	---

<p>Descripción del uso tradicional de plantas medicinales en mercados populares de Bogotá, D.C.</p>	<p>Describir el uso tradicional de 26 plantas, identificando la droga vegetal, su preparación y administración, los fines medicinales para los que se recomiendan y posibles prácticas de uso inadecuado. Materiales y métodos. Se aplicaron 16 entrevistas semiestructuradas a vendedores de plantas medicinales en 8 plazas de mercado de la ciudad de Bogotá, D.C. Adicionalmente se realizó la identificación taxonómica de las plantas con mayor reporte por parte de los vendedores y su uso tradicional fue comparado con las indicaciones farmacológicas reportadas en el Vademecum Colombiano de Plantas Medicinales. Resultados. Las plantas de mayor citación entre los vendedores entrevistados fueron: “Cidrón”, “caléndula” y “mananilla”, seguidas por “cola de caballo” “ruda” y “albahaca” las cuales presentaron al menos tres reportes cada una. Se encontró que algunas de las plantas mencionadas por los vendedores no se reportan en el Vademecum Colombiano de Plantas Medicinales, entre ellas “paico”, “chitato”, “alfalfa”, “laurel” y “suelda consuelda”. Se detectó poco conocimiento por parte de los vendedores, sobre las posibles contraindicaciones o efectos adversos de las plantas medicinales lo que conlleva a prácticas inadecuadas en la comunidad. También se evidenció desconocimiento de la diferencia entre las formas de preparación infusión y decocción. Se identificaron plantas medicinales que pueden ser promisorias terapéuticamente por nuevos usos reportados, entre ellas “albahaca”, “caléndula”, “cedrón”, “cola de caballo” y “manzanilla”.</p>	<p>Plantas medicinales, etnobotánica, etnofarmacología, medicina tradicional, fitoterapia, mercados populares</p>	<p>Mercados populares usos de las plantas medicinales</p>	<p>Sara Emilia Giraldo Quintero, María Consuelo Bernal Lizarazú, Adriana Morales Robayo, Alesdy Zuled Pardo Lobo, Leopoldo Gamba Molano. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD Correspondencia: sara.giraldo@unad.edu.co Recibido: 13/03/2015 Aceptado: 22/05/2015 73 <a href="https://revistas.unicolmayor.edu.co/index.php/nova/article/view/289/552">https://revistas.unicolmayor.edu.co/index.php/nova/article/view/289/552</a></p>
<p>"Plantas y territorio en los sistemas tradicionales de salud en Colombia Contribuciones de la biodiversidad al bienestar humano y la autonomía"</p>	<p>" Trabajos relacionados con el uso de plantas para fines alimenticios y de salud se suman a una rica tradición investigativa que en el país ha sido desarrollada por entidades académicas y especialistas en diferentes contextos ecológicos y culturales."</p>	<p>"promover, coordinar y realizar investigación que contribuya al conocimiento, la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad como un factor de desarrollo y bienestar de la población colombiana"</p>	<p>Usos de las plantas</p>	<p>Vásquez, C. A.; Matapí, U.; Meléndez I.; Pérez, M.; García C.; Rodríguez R.; Martínez, G. y Restrepo S. 2013. Plantas y territorio en los sistemas tradicionales de salud en Colombia; contribuciones de la biodiversidad al bienestar humano y la autonomía. Instituto de Investigaciones de</p>

				Recursos Biológicos Alexander von Humboldt. 192p.
Frutos y semillas medicinales vendidas en plazas de mercado de Bogotá, Colombia	Uso de plantas para las dolencias de la comunidad dado su extenso conocimiento adquirido por medio de la experiencia o por legado familiar	Biología	Saberes populares medicinales	Valderrama-Rincón, N. M., & Castillo, É. L. L. (2006). Frutos y semillas medicinales vendidas en plazas de mercado de Bogotá, Colombia. Acta Biológica Colombiana, 11(1), 145-146.
Uso y manejo tradicional de las plantas medicinales, para valorar la memoria biocultural de las familias campesinas del municipio de Sutatenza Boyacá, como aporte a la enseñanza de la vida y lo vivo en contextos rurales	La investigación pretende reconocer el uso y manejo que los campesinos Sutatenza Nos poseen en relación con las plantas medicinales, para elaborar una propuesta pedagógica en busca de alcanzar una educación contextualizada acorde a las realidades de la población inmersa en la zona de estudio. El objetivo fundamental que se propone para el desarrollo de la investigación es rescatar la memoria biocultural de los campesinos Sutatenza Nos en relación con el uso y manejo tradicional de las plantas medicinales como aporte en la construcción de una propuesta para la enseñanza de la vida y lo vivo en contextos rurales.	Memoria biocultural, plantas medicinales	Rescatar la memoria biocultural de los campesinos Sutatenza Nos en relación con el uso y manejo tradicional de las plantas medicinales como aporte en la construcción de una propuesta para la enseñanza de la vida y lo vivo en contextos rurales.	<a href="http://hdl.handle.net/20.500.12209/9628">http://hdl.handle.net/20.500.12209/9628</a>
Plantas medicinales en las plazas de mercado de Bogotá comercializadas para tratamientos de cáncer. un contraste entre conocimiento popular y conocimiento científico	Recuperar algo de ese conocimiento popular y contrastarlo con el conocimiento generado a partir de la investigación científica y reportado en publicaciones especializadas. Se realizó un muestreo en 10 plazas de mercado ubicadas en diferentes localidades de la ciudad de Bogotá.	Saberes populares contraste con posición científica	Desarrollan una propuesta investigativa centrada en la tabulación de datos acerca de saberes medicinales en las plazas de mercado de Bogotá.	Langeslag Don, N. (2018). Plantas medicinales en las plazas de mercado de Bogotá comercializadas para el tratamiento de cáncer un contraste entre conocimiento popular y conocimiento científico (Bachelor's thesis).

<p>Puestos de venta de plantas medicinales en la ciudad de Mérida, espacios de historia, cotidianidad, convergencia y reclamos cultural. Venezuela</p>	<p>Al analizar algunos de los aspectos que evidencian los puestos de venta de plantas medicinales, en los mercados tradicionales, como espacios de significancia cultural en la ciudad de Mérida, surgen dos aspectos importantes: 1.- Sus eventos cotidianos, como elementos históricos, que los califica como espacios de enseñanza – aprendizaje y convergencia cultural. 2.- Se observa su importancia como espacios de negociación, resistencia y reclamo cultural, a través de dos procesos diferentes, actividades cotidianas de la ciudadanía y actividades puntuales de negociación política y jurídica con el Estado.</p>	<p>Memoria cultural, identidad, plantas medicinales.</p>	<p>Memoria cultural desde los vendedores de plantas en mercados populares.</p>	<p>Boletín Antropológico. Año 37. Julio - Diciembre 2019, N° 98. ISSN: 2542-3304 Universidad de Los Andes, Museo Arqueológico, Mérida, Venezuela. pp.565-584 Irama</p>
<p>El ‘yo’ etnográfico y la etnografía urbana en los puestos de venta de plantas medicinales. Caso: Mercados tradicionales de la ciudad de Mérida, Venezuela</p>	<p>Para el etnógrafo es cada vez más frecuente, realizar su trabajo dentro del contexto urbano, el cual, puede ser su propio contexto cultural, ubicándose a sí mismo como personaje participativo desde la dualidad ciudadano investigador, dentro de un proceso de textualización auto deconstructiva y analítica. El trabajo etnográfico analizado se realizó en los puestos de venta de plantas medicinales en los mercados de la ciudad de a 5 textualización etnográfica, como herramienta de análisis en cuanto a la posición del investigador reconoce la etnografía como un acto consciente, que obliga al investigador a un auto cuestionamiento continuo.</p>	<p>Plazas de mercado, plantas medicinales.</p>	<p>Reconocimiento de las plantas medicinales como conocimientos populares</p>	<p>FERMENTUM, Revista Venezolana de Sociología y Antropología, VOLUMEN 28, AÑO 2018, NÚMERO 82, MAYO AGOSTO. ISSN 07983069, Editada por el HUMANIC de la ULA, Mérida, Venezuela, www.saber.ula.ve/fermentum</p>
<p>Influencia de factores externos sobre la comercialización de plantas medicinales en un medio urbano: el caso de vendedores criollos e indígenas en Corrientes, Argentina</p>	<p>Se reconoce que estos mercados son espacios abiertos y dinámicos que generan un cuerpo de conocimiento, que involucra, además, prácticas y creencias que evolucionan por procesos adaptativos y se mantienen por transmisión cultural (Berkes &amp; Turner, 2006). De esta manera, estos sitios, presentan características propias de una determinada cultura o sociedad, ya que reproducen a pequeña escala la diversidad cultural y biológica de una región (Albuquerque et al., 2008). Tal es así que se los puede considerar como los promotores de permanencia y transmisión del conocimiento en los centros urbanos, evidenciando que la gente aún reconoce la importancia de estos conocimientos, tales como los vinculados a la medicina alternativa, muchas veces aprendido de sus padres o abuelos los que debieron migrar a la ciudad, integrándolos a los nuevos conocimientos aprendidos por otras fuentes de información (García &amp; Jiménez, 1986; Teng et al., 2004)</p>	<p>Plazas de mercado, plantas medicinales.</p>	<p>Memoria cultural desde los vendedores de plantas en mercados populares.</p>	<p>© 2011 Boletín Latinoamericano y del Caribe de Plantas Medicinales y Aromáticas 10 (6): 553 - 569 ISSN 0717 7917 www.blacpma.usach.cl</p>

Plantas medicinales de los mercados de izúcar de matamoros y acatlán de osorio, Puebla. México.	En México los mercados tradicionales son sitios que reflejan interacciones entre los hombres y las plantas, de tal forma que llegan a definir la identidad en la zona donde éstos se encuentran. El objetivo del presente estudio fue registrar la comercialización, uso, y procedencia de las plantas medicinales, así como la comparación entre los mercados de Izúcar de Matamoros y Acatlán de Osorio, en el estado de Puebla. Para cumplir con el objetivo planteado se realizaron seis visitas al mercado “Revolución” de Izúcar de Matamoros y 24 vistas al mercado “General Rafael Sánchez Taboada” de Acatlán de Osorio. Se realizaron entrevistas estructuradas donde se registraron: nombre común, uso de la planta, preparación, vía de administración, tipo de enfermedad que cura, costo por muestra, procedencia de las especies, tiempo en recolectarlas; si se adquiere indirectamente, cuánto paga por cada una y como aprendió el uso de las plantas medicinales. La colecta del material botánico se llevó a cabo mediante la adquisición de muestras en estado fresco y seco, para su posterior identificación.	Mercados tradicionales, placas de mercado.	Comercialización, uso de las plantas medicinales.	Plantas medicinales de los mercados de izúcar de matamoros y acatlán de osorio, Puebla medicinal Plants of the markets of izúcar de matamoros and acatlán de osorio, Puebla David Martínez-moreno 1; Gerardo Valdéz-eleuterio 1, francisco basurto-Peña 2, agustina rosa andrés-hernández 1, tobías rodríguez-Ramírez 1, y Ariana Figueroa-castillo 1 1 Escuela de Biología, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Edif. 112A, Ciudad Universitaria de Puebla, Puebla. CP 72570. 2 Jardín Botánico Exterior, Instituto de Biología, Universidad Nacional Autónoma de México, DF, Apartado Postal 70-614.
---	--	--	---	--

<p>Empleo de plantas para uso medicinal, Cuba.</p>	<p>El empleo de plantas para aliviar dolencias se considera una ciencia milenaria. En los últimos años muchos investigadores, científicos, técnicos y especialistas se han dedicado a profundizar en el tema. El objetivo de este trabajo es contribuir a la recuperación de la sabiduría popular respecto al uso de especies vegetales en la medicina, de manera que se pudiera conocer también las plantas más aprovechadas por un sector de la población. La investigación se realizó en Pinar del Río, La Habana y Matanzas mediante encuestas semi dirigidas a azar a expendedores y consumidores de plantas o partes de estas con fines medicinales. Se entrevistaron en total 69 individuos, de ellos 34 son vendedores, 30 consumidores y cinco suministradores de plantas presentes en los establecimientos. La técnica empleada permitió definir las especies arbóreas aprovechadas con estos propósitos y recoger información sobre otras plantas. De esta forma se precisaron 47 especies forestales o frutales y 79 arbustos, hierbas y plantas cultivadas en jardines o silvestres, de ellas <i>Bursera simaruba</i> (L.) Sarg. y <i>Psidium guajava</i> L fueron las más recomendadas. Asimismo, se presentan los nombres científicos, posible uso, partes y formas de empleo de las diez especies más representadas en el grupo de las plantas arbóreas y no arbóreas y otras características de los informantes.</p>	<p>Plantas medicinales, Saberes Culturales.</p>	<p>Reconocimiento de las voces de los vendedores de plantas medicinales.</p>	<p>Digna Velázquez Viera*, M. Antonia Guyat Dupuy, Katia Manzanares Ayala, Bárbara Aguirre Dorado, Fisma Gelabert Ayon, *Ingeniera Forestal, Grupo de Productos Forestales, Instituto de Investigaciones Agro- Forestal. Calle 174 No. 1723 e/ 17b y 17c. Siboney, Playa, La Habana, CP 11 600, email: digna@forestales.c o.cu, teléf.: 208 4046</p>
<p>De nuevo la vida: el poder de la noviolencia y las transformaciones culturales</p>	<p>Somos parte de una cultura aferrada a las seguridades, a lo estable; nos seduce todo lo que tenga que ver con echar raíces, con asegurar el futuro, con garantizar que nuestros pasos tengan un propósito; en resumen, hemos construido un mundo con la hegemonía de la fuerza de la conservación, desplazando, arrinconando, satanizando, ignorando, temiendo a todo lo que supongan expresiones de esa otra fuerza permanente de la vida: la del devenir y el cambio que, como es permanente y no podemos eludirla, la disfrazamos o adjetivamos negativamente.</p>	<p>Cultura</p>	<p>Cultura</p>	<p>Martínez,H,Carlos. (2015) De nuevo la vida: el poder de la noviolencia y las transformaciones culturales Bogotá, Editorial Trillas de Colombia. Pg. 3.</p>





