



**UNIVERSIDAD<sup>®</sup>  
DE ANTIOQUIA**

**La Revueltería, un recorrido por los ingredientes y paisajes del Valle de Aburrá**

Paula Villa Arteaga

Trabajo de Grado para optar al título de Periodista

Asesor de Trabajo de Grado

Javier Nicolás Bernal Restrepo, magíster en Turismo Sostenible

Universidad de Antioquia  
Facultad de Comunicaciones y Filología

Periodismo

Medellín

2023

<b>Cita</b>	(Villa Arteaga, 2023)
<b>Referencia</b>	Villa Arteaga, P. (2023) <i>La Revueltería, un recorrido por los ingredientes y paisajes del Valle de Aburrá</i> [Trabajo de Grado]. Universidad de Antioquia, Medellín.
<b>Estilo APA 7 (2020)</b>	



Pregrado Periodismo



Biblioteca Carlos Gaviria Díaz.

**Repositorio Institucional:** <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - [www.udea.edu.co](http://www.udea.edu.co)

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

### **Agradecimientos**

La realización de este proyecto fue posible gracias al apoyo de la facultad de Comunicaciones y Filología de la Universidad de Antioquia, la asesoría incondicional del profesor Javier Nicolás Bernal Restrepo y la colaboración de la Plaza de Mercado de La América, su Aula Ambiental, el Jardín Botánico de Medellín Joaquín Antonio Uribe y La Granja de Semillas de la Alcaldía de Medellín en San Cristóbal. Quiero darle un agradecimiento especial a mi familia, a Sara Isabel Ceballos y a David Lopera Naranjo, que fueron inspiración, luz y fuerza en el proceso de creación de este proyecto.

## Tabla de contenido

<b>Resumen</b>	<b>5</b>
<b>Abstract</b>	<b>6</b>
<b>Proyecto de Grado</b>	<b>7</b>
<b>1. Planteamiento del problema</b>	<b>7</b>
<b>2. Impactos esperados del proyecto</b>	<b>14</b>
<b>3. Usuarios del proyecto</b>	<b>15</b>
<b>4. Objetivos</b>	<b>15</b>
General	15
Específicos	16
<b>5. Marco Conceptual</b>	<b>17</b>
5.1 Plaza de mercado y cocina como espacios de mediación	17
5.1.1 La cocina como un sistema alimentario	26
5.2 Revuelto	28
5.3 Biodiversidad	29
5.4 Soberanía Alimentaria	34
5.5 Ensayo Fotográfico	36
5.6 Fanzine	37
5.7 Cartografía social	38
<b>6. Estado del Arte</b>	<b>40</b>
<b>7. Metodología</b>	<b>41</b>
Investigación Documental	42
Observación y conversaciones informales	42
Cartografía social	43
Entrevistas	43
<b>8. Resultado esperado</b>	<b>44</b>
<b>9. Estrategia de comunicaciones</b>	<b>44</b>
<b>10. Link de los productos finales</b>	<b>45</b>
<b>11. Bibliografía</b>	<b>45</b>

## Resumen

Colombia es el segundo país más biodiverso del mundo y uno de los mayores productores de alimentos de consumo interno de la región, pero también uno de los países con los índices más altos de inseguridad alimentaria y desigualdad de América Latina. Teniendo en cuenta que los lugares de mercado son muy importantes en la forma como nos relacionamos con la naturaleza y con los alimentos ¿cómo desde las plazas de mercado podemos contribuir a la preservación de su biodiversidad?

La Revueltería es un espacio creado para hablar sobre la preservación de biodiversidad a través de las historias de nuestros ingredientes y paisajes. En esta serie de capítulos se explora cómo se ha ido transformando la mirada sobre nuestra naturaleza, de una mirada colonizadora a la mirada del cuidado; se reflexiona sobre el papel de la biodiversidad en la cultura; se habla sobre las cartografías de la alimentación y sobre cómo todo lo que comemos es también parte de un paisaje que después de miles de años de evolución; se ahonda en el concepto de mediaciones sociales y ecológicas y cómo estas atraviesan todos los sistemas alimentarios; y se conversa sobre la importancia de las plazas de mercado en la preservación de la biodiversidad.

Los conceptos que se abordan en esta investigación están basados principalmente en el libro *Fogones antioqueños* del antropólogo y periodista Julián Estrada y el libro *Los Medios a las Mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, del teórico de la comunicación Jesús Martín-Barbero y *Biodiversidad*, del profesor Gustavo Wilches-Chaux.

**Palabras clave:** plazas de mercado, biodiversidad, mediaciones, fogón antioqueño, ingredientes.

### **Abstract**

Colombia is the second most biodiverse country in the world and one of the largest domestic food producers in the region, but also one of the countries with the highest rates of food insecurity and inequality in Latin America. Considering that market places are very important in the way we relate to nature and food how from the squares market can we contribute to the preservation of its biodiversity?

La Revueltería is a space created to talk about the preservation of biodiversity through the stories of our ingredients and landscapes. This series of chapters explores how the gaze on our nature has been transformed from a colonizing gaze to the gaze of care; reflects on the role of biodiversity in culture; talks about food cartographies and how everything we eat is also part of a landscape that after thousands of years of evolution; delves into the concept of social and ecological mediations and how these cross all food systems; and talks about the importance of market places in the preservation of biodiversity.

The concepts addressed in this research are based mainly on the book *Fogones antioqueños* by the anthropologist and journalist Julián Estrada and the book *Los Medios a las Mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, by the communication theorist Jesús Martín-Barber and *Biodiversidad*, by Professor Gustavo Wilches-Chaux.

**Key words:** market places, biodiversity, mediations, antioquian cuisine, ingredients.

## Proyecto de Grado

### 1. Planteamiento del problema

Para investigar las prácticas culturales y los sentidos simbólicos que las personas crean en torno a la naturaleza, es clave conocer la forma como los seres humanos se conciben a sí mismos desde lo espacial y lo temporal, en medio de unas formas del paisaje con unas características ecosistémicas particulares y únicas (Martín-Barbero, 1987; Montanari, 2004). Así pues, si se quiere comprender de qué manera las plazas de mercado, entendidas como espacios de mediaciones, son lugares clave para la preservación del uso de la biodiversidad en el contexto de los fogones antioqueños, es necesario establecer un punto de partida geo-referencial (Risler y Ares, 2013) que permita identificar unas condiciones específicas para la investigación a la luz de las comunicaciones.

El punto de referencia que se ha tomado para este proyecto es la Plaza de la América. Con una superficie aproximada de 4,589.12 m<sup>2</sup>, la Plaza se sitúa en la calle 45 con la Carrera 79A del barrio La América en el sector occidental de Medellín. Ubicada al norte de la cordillera central de los Andes, esta ciudad es el núcleo demográfico y político de la región metropolitana del Valle de Aburrá. Presenta una altitud media de 1.495 metros sobre el nivel del mar y en ella el Área Metropolitana ha identificado diferentes pisos térmicos tales como bosques andinos y pisos tropicales (húmedos y secos) (Departamento Administrativo de Planeación, 2004). Estas y otras características demográficas le permiten a esta zona albergar una diversidad excepcional de especies animales y vegetales. “De acuerdo con los registros recopilados, se tienen en el municipio 2.603 especies de plantas vasculares, 1.346 de insectos, 445 de aves, 76 de mamíferos, 44 de reptiles, 30 de anfibios y 44 de peces, lo que representa una parte muy significativa de la riqueza presente en Antioquia y de Colombia” (Alcaldía de Medellín, 2011)<sup>1</sup> (ocupando este último el segundo lugar entre los doce países con mayor diversidad biológica del mundo en todos los niveles -especies, tipos de vegetación y gama de ecosistemas-, después de Brasil). Colombia es uno de los 17 países que hacen parte del Grupo

---

<sup>1</sup> Se debe tener en cuenta que estas cifras están incompletas, debido a la gran cantidad de hábitats que han desaparecido frente a la urbanización y a la diversidad de especies biológicas que fueron catalogadas de 2011 a 2020 y que no figuran dentro de este informe.

de Países Mega-biodiversos según el Centro de Monitoreo de la Conservación del Ambiente, un organismo del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (Ministerio de Medio Ambiente, 2019; PNUMA, s.f; Rangel, 2005).<sup>2</sup> Del país actualmente se tiene un registro de 54.871 especies, dentro de las que se incluyen 7432 especies de vertebrados, 15.269 de invertebrados y 30.436 de plantas (FAO, 2015).

Esta diversidad de características geográficas, climáticas y biológicas que moldean los diferentes ecosistemas de Colombia ha posibilitado que el país pueda posicionarse como un productor de gran cantidad de especies vegetales durante todo el año y ha permitido también que en las plazas de mercado de las principales ciudades del país se comercialicen una amplia gama de productos que constituyen un universo de opciones poco comunes en otros lugares del mundo no catalogados como megadiversos (Ministerio de Salud y FAO, 2013). En esta línea, es importante tener en cuenta que los mercados populares se han convertido para el país no sólo en ejes esenciales para el desarrollo económico y cultural, sino también en un espacio fundamental en la configuración de ciudades modernas como Medellín.

En la Villa de Nuestra Señora de la Candelaria, hoy Medellín, las plazas de mercado fueron desde principios del siglo XIX un lugar importante en la constitución de ciudad, tanto en su papel infraestructural como en su consolidación como lugar político y cultural (Arbeláez, 2017). Así como con otras plazas de mercado del país, para aquella época y hasta mediados del siglo XX, el día en el que la plaza principal se transformaba en mercado se convirtió en una institución

Pues aparte de su importancia para los propósitos mercantiles era una ocasión de encuentro comunitario, un ámbito de intercambios culturales, un quiebre de

---

<sup>2</sup> “Esta parte del planeta se caracteriza –a diferencia de las llamadas «zonas templadas» que comienzan al norte y al sur del llamado trópico de Cáncer y trópico de Capricornio, respectivamente– por la enorme biodiversidad existente y que incluye manifestaciones que van desde la escala de los ecosistemas, de los cuales, de acuerdo con el Sistema de Información Ambiental de Colombia, en nuestro país existen «91 tipos de ecosistemas generales (marinos, acuáticos, terrestres e insulares) de los cuales 70 corresponden a ecosistemas naturales y 21 a transformados», hasta la escala de los microorganismos que existen en los suelos de todos esos ecosistemas, pasando por la enorme cantidad de especies de plantas y animales que el Instituto Humboldt calcula en cerca de 56.343, sin contar a los microorganismos” (Wilches, 2021: 37).



la rutina diaria, una oportunidad para el establecimiento de nuevas relaciones sociales, un sitio de trabajo para expendedores y cocineras y además una oportunidad de contacto con las autoridades y el universo de la política. Todo ello posibilitado por la distribución de los alimentos, que es una de las partes integrantes de cualquier cocina (Patiño, 2019: 118).

En Medellín la primera plaza de mercado de la que se tiene registro tuvo lugar a cielo abierto en la Plaza Mayor, hoy Parque Berrío, en el año 1826. Sin embargo, para principios del siglo XX, cuando la pequeña Villa empezó a crecer y el lugar donde se instalaba la plaza de mercado empezó a deteriorarse, la administración mandó a construir dos plazas de mercado cubiertas que empezaron a operar bajo la administración de particulares: la plaza de Flórez y la de Cisneros; esta última se convirtió en un centro de intercambio cultural muy importante con la llegada del Ferrocarril a la zona de Guayaquil y su conexión con “Otrabanda”. Tras varios conflictos de intereses esta plaza terminó consumida por las llamas y en 1968 la administración distribuyó los vendedores en cinco plazas satélite, una de ellas en el barrio La América.

El 26 de octubre de 1969 se inauguró en el sector Los Pinos la Plaza de Mercado de La América, que al principio era administrada por Empresas Varias a través de un administrador y un grupo operativo.

Este modelo, si bien es cierto que en un comienzo fue el recomendable, se volvió obsoleto con el tiempo quedando las plazas de mercado en entre dicho, por las pérdidas operacionales y el descuido de las instalaciones físicas con los consecuentes impactos ambientales y sociales. Con la aprobación de la Ley 142/94, las EEVMM quedaban impedidas para seguir ejerciendo la administración de las plazas de Mercados de la ciudad; esto ayudó a acelerar el proceso del cambio que ya se veía venir de la privatización de las mismas. En consecuencia, los comerciantes de la plaza La América se organizan como cooperativa, la cual queda constituida mediante Resolución No. 175 del 31 de enero de 1996. Fue así como en abril 7 de 1997, se firmó la Resolución No. 2936/97, por medio del cual la Cooperativa COPLAZA, recibe la

administración y manejo de la plaza de mercado la América. (Coplaza, s.f: s.p).

Hoy la Plaza cuenta con un aula ambiental y ecológica certificada por el Municipio de Medellín y con más de 110 opciones de locales comerciales que ofrecen productos y servicios de restaurante, abarrotes, salsamentarias, vivero, cafetería, licores, floristería, venta de artesanías, carnes, desechables, decoración, frutas y verduras, hierbas, especias, piñatería, entre otras opciones (Coplaza, s.f: s.p.).

Así pues, en medio de esta miscelánea de posibilidades, grupos humanos e interacciones sociales, la Plaza de la América (como sucede con otras plazas de mercado populares) se configura como un espacio abierto a la cotidianidad, al cambio y a las producciones de sentido (Martín-Barbero, 1987), transformándose en una forma particular de comunicación en sí misma (Bajtin, citado por Martín-Barbero, 1987: 75). Allí los alimentos, la oferta de productos y las formas de consumo son el resultado de procesos de transformación e interpretación del entorno natural que, al igual que en la cocina, hacen del mercado popular un espacio decisivo en la constitución de las identidades humanas (Montanari, 2004: 10). Así pues, el mercado popular se convierte en un espacio de mediación entre la naturaleza y el ser humano. Es por este motivo que se ha decidido abordar las plazas de mercado en relación con los usos de la biodiversidad en la cocina a la luz de la *Teoría de las Mediaciones* de Jesús Martín- Barbero.

En el libro de *Los Medios a las Mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía* (1987) se pueden identificar cinco categorías conceptuales a través de las cuales se puede abordar la *Teoría de las Mediaciones*: la cultura, las institucionalidades, la tecnicidad, la ritualidad y la sociabilidad. El aspecto cultural se refiere a “los conocimientos adquiridos, las capacidades cognitivas y los referentes individuales y colectivos que hacen particular a una cultura o una sociedad” (Ruíz, 2004: 67). Esta investigación se abordará bajo la mirada de esta última, teniendo en cuenta que se ha decidido concebir el mercado de la Plaza de la América como un lugar de producción de sentidos culturales.

Según lo anterior no hay que olvidar, sin embargo, que “el consumo no es sólo producción de sentidos, [sino también] lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos” (Martín-Barbero, 1987: 231) Así pues, y como se dirá más adelante, los ingredientes adquieren significantes y significados no sólo cuando son ofertados y adquiridos en el mercado, sino también [y muy especialmente] cuando se les da un uso en la cocina. Es por eso que para conocer cómo el mercado de la Plaza de la América es clave para la preservación de los usos de la biodiversidad es necesario acercarse a los usos populares de esos ingredientes en las cocinas tradicionales antioqueñas. Para ello, en esta investigación se utilizará como referente el libro *Fogón antioqueño*, de Julián Estrada Ochoa (2017), en el que el autor hace un recorrido histórico y antropológico por los diferentes procesos de mediaciones sociales, económicas, ambientales y políticas que han hecho de la cocina regional un espacio diverso en transformación.

Como ya se dijo, la plaza de mercado de América ofrece una variedad muy diversa de productos. Sin embargo, en este punto es importante aclarar que esta investigación sólo se enfocará en los lugares de la plaza en los que se venden ingredientes de origen vegetal, pues según Estrada, históricamente en la base de las cocinas tradicionales antioqueñas predominaban los alimentos como el maíz, la yuca dulce y el fríjol carcha, entre frutas y otros tipos de plantas (Estrada, 2017) que hoy tienen una significativa carga simbólica y ecológica en la región.

Sin embargo, seguirle el rastro a las especies vegetales que han hecho tradicionalmente parte de la comida regional se ha vuelto una tarea difícil debido a la privatización del campo, la adquisición de patentes de semillas por privados, la expansión de los monocultivos, el empleo cada vez más generalizado de semillas modificadas genéticamente, el incremento del uso de los pesticidas y fungicidas en el cultivo de los alimentos y el aumento de su precio.

A todo esto se le añade la pérdida a penas natural de ingredientes, técnicas y conocimientos tradicionales de las cocinas locales y adaptación de unos nuevos como consecuencia de innumerables procesos de mediaciones históricas en lo político, económico, social y ambiental a diferentes escalas de lo local, regional, nacional e internacional. Migraciones, conflictos, procesos de mestizaje, de intercambio comercial, de comunicaciones, de

sincretización religiosa, de urbanización, revoluciones culturales y científicas y procesos de industrialización, como el que el investigador Federico García Barrientos llama la Revolución Burguesa en Antioquia de 1900 a 1930, han marcado profundamente una y otra vez a lo largo de la historia las formas de consumo en todas las clases sociales antioqueñas y el sentido de aquello que se considera *tradicional* o *propio* en el mercado popular y en la mesa (García, 2014: 167-228).

No se pueden desconocer por lo tanto los efectos positivos de estas transformaciones históricas, pero es importante reconocer que estas y las realidades anteriormente han provocado grandes pérdidas en la biodiversidad de los alimentos a nivel mundial y regional. Pérdidas que se ven reflejadas en dietas cada vez más plagadas de alimentos sobreprocesados. Esta situación ha generado una preocupación en todo el mundo por las amenazas a la seguridad alimentaria (Ceccon, 2008; FAO, 2015).

De acuerdo con datos reportados en 2015 en la publicación SOFI (Estado de la Inseguridad Alimentaria en el Mundo) de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, Colombia cuenta con 4,4 millones de personas subalimentadas. Esto significa que la seguridad alimentaria de 8,8% de la población está en riesgo (FAO, 2015). ¿Cómo puede esto estar ocurriendo en el segundo país con más biodiversidad en el mundo y uno de los mayores productores de alimentos de consumo interno de la región? Según Eliane Ceccon

Hoy sabemos que el aumento en la producción de alimentos per se no asegura su distribución global y equitativa y que, además, el problema del hambre tiene vertientes adicionales de mayor complejidad asociadas a la economía real del mercado, tales como la intermediación en la distribución y en la comercialización; o la falta de poder adquisitivo de una gran proporción de la población mundial que les impide el acceso libre al mercado de alimentos, entre otros (Ceccon, 2008: 21).

Así pues, al Colombia ser uno de los países con los niveles de desigualdad más altos de la región, con un coeficiente de Gini<sup>3</sup> de 0,5226 para el total nacional (Banco Mundial, CEPAL, 2016: en Sánchez, 2017) la seguridad alimentaria (que se traduce en el hambre, los bajos niveles de salud y la falta de oportunidades) constituye un problema no sólo humanitario, sino también de orden ambiental, político y económico, ya que una de sus mayores causas no radican tanto en la escasez de alimentos, sino en la imposibilidad de acceder a ellos (FAO, 2015).

Sin embargo, la garantía de una seguridad alimentaria no es de por sí un factor de cambio social cuando se promueve la dependencia a unas estructuras de poder asistencialistas que priorizan el suministro de cualquier clase de productos (a menudo los más baratos) antes que la educación en una alimentación sana y políticamente consciente que garantice soberanía sobre los bolsillos, la cocina, la mesa y los cuerpos de los ciudadanos y que aseguren además la conservación de la biodiversidad regional.

En esta investigación se quiere partir de una premisa clave: comer es un acto político y es diferente garantizar la *seguridad alimentaria* a cualquier costo a educar en la *soberanía alimentaria*, que aboga por una participación activa en los procesos de decisión sobre el territorio y el propio cuerpo: la toma de conciencia sobre el entorno natural cercano y el origen de los alimentos que se consumen, el reconocimiento de los saberes culturales heredados por los antepasados y sus representaciones simbólicas y culturales en el contexto comercial actual.

En este sentido este trabajo de grado parte de las siguientes preguntas: ¿de qué manera las plazas de mercado, entendidas como espacios de mediaciones, son lugares clave para la preservación del uso de la biodiversidad en el contexto de los fogones antioqueños del Valle de Aburrá? ¿Cuáles son los ingredientes vegetales del revuelto antioqueño que más se ofertan en la Plaza de Mercado de la América y por qué son ecológicamente relevantes? ¿Cuáles son los impactos ecológicos de la producción, distribución y oferta de estos ingredientes y sus usos en el territorio? ¿De qué manera la oferta de estos ingredientes y su inclusión en las

---

<sup>3</sup> El Coeficiente de Gini es un indicador ideado por el estadístico italiano Corrado Gini que se usa para medir el nivel de desigualdad existente entre los habitantes de una región.

prácticas culinarias de la región incide en la forma como se preserva la biodiversidad del Valle de Aburrá y sus alrededores de los paisajes antioqueños?

Hasta ahora en Medellín los referentes audiovisuales que se han encontrado en la ciudad que abordan específicamente el tema de las plazas de mercado desde las cocinas o la biodiversidad utilizan elementos narrativos que recurren a lugares comunes de los lenguajes audiovisuales y periodísticos que resultan ser poco atractivos para el espectador a nivel técnico y estético. Como los planos repetitivos, los planos generales de los puestos de mercado, los planos bustos para las entrevistas, los encuadres fotográficos de los productos o un storytelling lineal que se vale usualmente de la entrevista y de la voz en off para narrar una historia sin fondo o sin un enfoque crítico sustancial.

Así pues, el proyecto es pertinente porque pretende aportar conceptualmente a la apertura de una discusión que no se ha dado en la ciudad sobre cómo las plazas de mercado pueden contribuir a la preservación de los usos de la biodiversidad en el contexto de los fogones antioqueños del Valle de Aburrá, además de proporcionar una mirada desde la Teoría de las Mediaciones (Martín-Barbero, 1982) sobre cómo la plaza de mercado popular es una forma de comunicación en sí misma y un lugar de producción de sentidos.

## **2. Impactos esperados del proyecto**

Este proyecto pretende ser un llamado a una transformación urgente en las formas de consumo local, pues cada plaza y “cada plato es instrumento de memoria del pasado, de lo sagrado. La mesa es un lugar pedagógico y la cocina un lugar de reelaboración de la historia” (Leveau y Schnapper en Patiño, 2019: 17). Así pues, se pretende generar un interés en los consumidores y sobre todo en los vendedores de las plazas de mercado, que les permita hacerse más conscientes de las cargas simbólicas y los imaginarios culturales sobre los alimentos que ofertan, compran y consumen y la manera como estas construcciones de sentido se relacionan íntimamente con su relación personal con el entorno natural.

De esta manera, se quiere constituir un punto de partida para el estudio de las plazas de mercado como un elemento clave en la conservación de la biodiversidad y como un referente también para los estudios de la cocina desde las comunicaciones. Además, se espera que esta investigación pueda aportar a la construcción de nuevas narrativas periodísticas y audiovisuales entorno al espacio de la plaza de mercado y comprender las formas de creación de sentido en torno a la naturaleza a partir de los procesos de comunicación entre la plaza y la cocina.

### **3. Usuarios del proyecto**

Potenciales usuarios del producto en el entorno periodístico: el periódico Alma Máter de la Universidad de Antioquia, el medio de comunicación universitario De la Urbe, el medio de comunicación universitario Corre la Cinta, el medio de comunicación La Cola de la Rata, el periódico Universo Centro, periódico Comfama, periódico Vivir en el Poblado, periódico Gente, radio Universidad de Antioquia. Posibles usuarios interesados en los temas de soberanía alimentaria: la Cooperativa Coplaza, Corporación Región, Corporación Penca de Sábila, grupo de Facebook Antropología de la alimentación (Más allá de la comensalidad), Fundación Salva Terra, Revista Soberanía Alimentaria.

### **4. Objetivos**

#### **General**

Narrar de qué manera las plazas de mercado, entendidas como un espacio de mediaciones, son lugares clave para la preservación del uso de la biodiversidad a través de los ingredientes del fogón antioqueño del Valle de Aburrá.

## Específicos

1. **Identificar ingredientes clave de origen vegetal que hagan parte del fogón antioqueño del Valle de Aburrá de Julián Estrada, que sean ecológicamente relevantes y se oferten en la Plaza de Mercado de la América.**

*Metodología:*

1. Hacer una matriz con los **ingredientes clave** de origen vegetal que hagan parte del fogón antioqueño del Valle de Aburrá de Julián Estrada y con los ingredientes clave que se reconocen en las entrevistas con actores clave de la plaza.

2. **Ecológicamente relevantes:** Nativo/no nativo, esté presente en la agricultura antioqueña, ¿han caído en desuso?¿por qué?

**Argumentar ¿Por qué no se van a investigar el uso de las carnes en el fogón antioqueño?**

Porque el consumo de algunas especies animales silvestres del territorio es ilegal. Mirar *Rostros de la Fauna*, Brigitte Baptiste.

2. **Evaluar la biodiversidad de los ingredientes previamente identificados comercializados en la plaza de mercado de La América por medio de un análisis espacial a través de una cartografía social.**

3. **Propiciar un espacio de reflexión en los vendedores de alimentos de la plaza de mercado de La América sobre su papel de mediadores en la preservación de la biodiversidad del territorio.**

*Metodología: Talleres*

Desarrollar 3 sesiones de talleres enfocadas a la reflexión sobre la plaza de mercado como espacio de mediación y el papel que juegan las personas que hacen parte del mercado en la preservación de la biodiversidad del territorio.



**4. Crear un producto periodístico crossmedial que integre elementos de la cartografía social y el ensayo fotográfico.**

*Metodología:*

1. Hipótesis “Evidenciar cómo la plaza de mercado es un espacio de mediaciones clave en la preservación de la biodiversidad”
2. Crear un fanzine como estrategia comunicativa para hacer llegar la investigación a los actores del mercado.
3. Con el fin de realizar el producto crossmedial se utilizará Photoshop, Audition y Genially.

**5. Marco Conceptual**

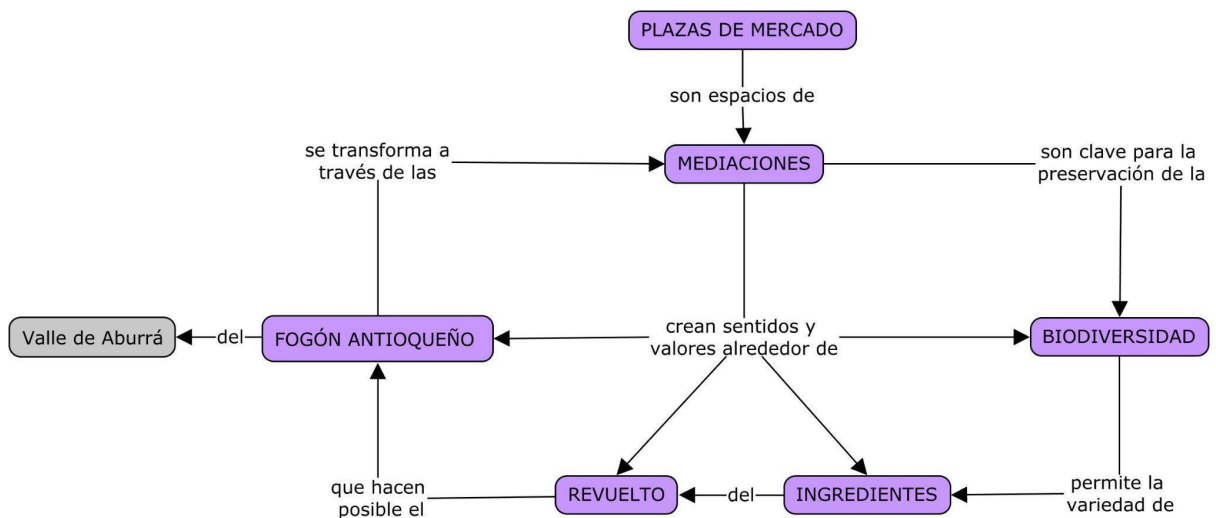


Imagen 1

**5.1 Plaza de mercado y cocina como espacios de mediación**

*“La comida y sus transformaciones revelan historias complejas que conectan actos cotidianos con conflictos socioambientales. Un plato condensa relaciones de poder, sistemas*

*socioecológicos y formaciones culturales, entre otros elementos, y los traduce en experiencias encarnadas”*

*Pablo Guerra (2020: 8)*

Por denominación general, la *plaza de mercado* es un lugar público de intercambio de bienes y servicios, cargado de roles, actuaciones y sentidos culturales. Su existencia es tan antigua en el mundo como las formas de intercambio comercial, desde el trueque hasta la moneda. La palabra *plaza* viene del latín vulgar *plātēa*, que se traduce al castellano como calle amplia (Lewis y Short, 1879: s.p). La Gran Enciclopedia Espasa la define como “aquel donde se venden los artículos de consumo diarios y se tiene trato común con los vecinos, y donde se celebran las ferias, mercados y fiestas públicas (Espasa Calpe, 2005)”. Por otra parte, la palabra *mercado* tiene sus raíces en el latín *mercatus*, y este a su vez del verbo *mercari*, que significa comprar (Etimologías de Chile, s.f). La misma enciclopedia define el concepto de “mercado tradicional” como el sitio público de cualquier población donde se reúnen en días señalados los compradores y vendedores a fin de intercambiar, vender, comprar, permutar bienes, géneros o mercancías (Espasa Calpe, 2005). Bajo esta perspectiva, se ha decidido para esta investigación abordar el concepto de *plaza* como el espacio público y físico en el que se llevan a cabo las dinámicas propias de los *mercados tradicionales*.

Ya en el siglo XVIII se empieza a vislumbrar la urgencia de un mercado en el entonces poblado de Nuestra Señora de la Candelaria, hoy Medellín. De esto da fe la carta que escribió el procurador general don Nicolás Jaramillo, al gobernador Silvestre el 27 de septiembre de 1784, solicitando una “autorización para establecer un mercado público en la plaza principal” (Bravo en Arbeláez, 2017: 258). Los primeros destellos de este mercado no se verán consolidados sino hasta 1826, año en que la Villa fue declarada capital de la provincia de Antioquia. A partir de entonces, el poblado aceleró su crecimiento alrededor de su plaza principal: la Plaza Mayor, en la que se encontraba la iglesia, las casas de las familias de la élite, las oficinas de gobierno y algunos locales comerciales. Fue allí, al aire libre, enmarcada en un incipiente conglomerado urbanístico, en el corazón mismo de lo que habría de ser la ciudad de Medellín, donde empezó a crecer de forma orgánica y pausada la primera plaza de mercado de Medellín de la que se tiene registro (Arbeláez, 2017).

Casi un siglo duró allí el mercado público en la Plaza Mayor. Sin embargo, a medida que la actividad mercantil aumentaba y la población de la Villa crecía, el mercado se fue deteriorando, los espacios se redujeron y las condiciones sanitarias empeoraron. Ante esta situación, las élites y los grandes empresarios obligaron al distrito a construir un mercado cubierto que funcionara bajo un sistema de concesiones a particulares (Molina en Arbeláez, 1987). Desde entonces, la Placita de Flórez (1891) y especialmente la Plaza de Cisneros (1894), ubicada en Guayaquil, constituyeron un importante centro para el desarrollo económico e infraestructural de Medellín. A Guayaquil llegó años después el Ferrocarril y el tranvía que comunicaba la plaza de Cisneros con el barrio La América, lo que popularizó el intercambio comercial entre “Otrabanda” y el centro de la ciudad, haciendo emerger nuevos comercios y lugares de convergencia en la zona occidental del río Medellín.

Para 1968, tras el incendio de la plaza de mercado de Cisneros y su posterior deterioro, esta comunicación previa entre ambas laderas del Río sería clave para ubicar los puntos de las nuevas plazas de mercado en donde se pretendía, desde la Administración, reubicar los comerciantes damnificados quienes, ante la falta de soluciones de la oficialidad, no tuvieron más opciones que quedarse vendiendo sus productos en un sector de Guayaquil que empezó a ser conocido como El Pedrero. Este Plan creado por Empresas Varias, administradora de la antigua plaza, consistía en construir varias plazas satélites, como las de los barrios de La América en el sector Los Pinos, Belén, Guayabal y Castilla que, junto con la Plaza de Flórez, que pudieran acoger a todos los vendedores del sector de Guayaquil (Arbeláez, 2017).

Hoy la plaza de mercado de la América se configura como un espacio abierto a la cotidianidad, al cambio y a las creaciones de sentido (Martín-Barbero, 1987). Allí se conjugan sabores, olores, texturas, colores en un universo inagotable de significantes y significados. En palabras de Mijail Bajtin, la plaza de mercado se convierte en un lenguaje, “un tipo particular de comunicación” que se realiza “por fuera de la mitología massmediática (...) sin canales ni medios oficialmente reconocidos y sin tecnología importada” (Bajtin citado por Martín-Barbero, 1981: 75). Una comunicación que se instala en el relato cotidiano de lo humano: en las formas de intercambio y significación, en los usos y en las relaciones espacio-temporales, diferentes a las que se dan en otros lugares comerciales, como el supermercado.

Inserta en las estructuras del paisaje de la ciudad, la plaza de mercado urbana tiene rasgos de la plaza de mercado campesina -de la que conserva aún hoy en día muchas de sus prácticas- y del supermercado -del que ha adquirido algunos aspectos de su organización- (Martín-Barbero, 1981). Cabe destacar para esta investigación que en las plazas de mercado latinoamericanas juegan un papel protagónico los alimentos. Allí “los valores esenciales del sistema alimenticio no se definen en términos de naturalidad, sino [que son] resultado y representación de procesos culturales que prevén la domesticación, la transformación y la reinterpretación de la naturaleza” (Montanari, 2004: 9). De esta forma, al igual que en la cocina, en el mercado popular la comida se configura como un ingrediente decisivo para la configuración de las identidades humanas y como uno de los elementos más eficaces para comunicarlas.

La *cocina*, a diferencia de la plaza, es un espacio que hace parte de la esfera privada. La palabra viene del latín *coquere*, que significa cocer, cocinar o madurar al calor (Etimologías de Chile, s.f). Desde su etimología la palabra indica la presencia de una fuente de calor, es decir, de un *fogón*: un lugar preparado para hacer fuego y guisar (Espasa Calpe, 2005). De hecho, la Real Academia Española define *cocina* como “pieza o sitio de la casa en el cual se guisa la comida” (RAE, 2021). Según esta definición se puede deducir que no hubo un espacio que podamos llamar *cocina* hasta la aparición de los primeros asentamientos humanos y con ellos, la constitución de un recinto cerrado, habitado por uno o varios individuos, en el que por lo general, estaba ubicado en un lugar central una hoguera u *hogar*: un sitio para el fuego (Espasa Calpe, 2005). Sin embargo, si bien se podría hablar de este como el origen de la *cocina*, entendida como un espacio vinculado directamente al *hogar* y a lo doméstico, los inicios de la actividad culinaria son mucho anteriores a los primeros asentamientos humanos.

*Cocinar*, es decir, transformar las estructuras químicas de los alimentos a través de la acción del fuego para hacerlos más digeribles (Pollan y Gibney, 2016), es una actividad que nace de una necesidad animal primaria: comer. Pero, así como todos los procesos evolutivos y naturales, desarrollar las técnicas y conocimientos básicos propios de la cocina llevó un largo periodo de tiempo, de cientos a millones de años. Así pues, el autodenominado *Homo sapiens sapiens* heredó los primeros conocimientos culinarios de su antepasado homínido, quien

después de bajar de las ramas de los árboles, aprendió a dominar el fuego como producto del azar, la observación y la experimentación. Muchísimo tiempo después, esta familiaridad estableció las condiciones objetivas para el descubrimiento de la cocina, y con ella, la palabra (Cordón, 1980).

Según el biólogo Faustino Cordón, la palabra es hija de la acción culinaria porque esta actividad y todo lo que ella implica (recolección, vigilancia, caza, y posteriormente la agricultura) no hubieran podido desarrollarse sin unas habilidades comunicativas que rebasaran la comunicación oral entre los homínidos, limitada a gritos “sustantivos” y “verbales” desvinculados unos de otros. Así pues, “al cocinar, los homínidos saltaron del medio animal al medio social propio del hombre (Cordón, 1980: 100)” no sólo porque el hombre sea el único animal que cocina, sino también porque a partir de entonces sus construcciones semánticas y sintácticas del habla y del pensamiento respecto a su entorno, experiencia y relaciones, empezaron a hacerse más complejas. Con esto no se pretende caer en un determinismo ambiental ni cultural, se considera que ambos aspectos: ambiente y cultura fueron fundamentales durante el proceso del desarrollo del lenguaje y el perfeccionamiento de los conocimientos y las técnicas de la cocina.

Teniendo en mente esto, la cocina y la plaza de mercado como espacios sociales atravesados por una serie de procesos comunicativos en evolución, son más que un compendio de productos. Según Roland Barthes estas son

Una referencia a las condiciones naturales, un hilo de tradiciones transmitidas de generación en generación, un sistema de comunicación entre seres humanos, un código de estratificación social y un cuerpo de imágenes, situaciones y comportamientos. En una palabra, como tanto se ha dicho y tan poco se ha comprendido, constituyen una de las dos claves de la cultura humana, al lado del lenguaje (Barthes en Patiño, 2019: 97).

En esta medida, la comida en las cocinas y las plazas resulta ser un componente esencial de la cultura y de lo popular. Lo popular entendido, en palabras de Jesús Martín-Barbero, como un *resto*: una “memoria de la experiencia sin discurso, que resiste al discurso y se deja decir

sólo en el relato” (Martín-Barbero, 1987: 94). El espacio de la creación colectiva, muda y cotidiana. A fin de cuentas, un *estilo*: un compendio de saberes, “un esquema de operaciones, una manera de caminar la ciudad, de habitar la casa, de ver la televisión, un estilo de intercambio social, de inventiva técnica, de resistencia moral” (Martín-Barbero, 1987: 94), una forma de percibir el entorno natural y el consumo. En el artículo *Prácticas de comunicación en la cultura popular: mercados, plazas, cementerios y espacios de ocio*, Martín-Barbero ya afirma que

En efecto, en las plazas de mercado (...) lo popular no es sólo un asunto de consumo, de “recepción”, sino de positiva emisión, o mejor, de producción. La plaza de mercado (...) [es] para las masas populares un espacio fundamental de actividad, de producción de discurso propio, de prácticas en las que estalla un cierto imaginario –el mercantil– y la memoria popular se hace sujeto constituido desde otro imaginario y otra lengua (Martín-Barbero, 1981: 3).

La oferta y la demanda, derivadas en el consumo, constituyen también, de esta manera, la experiencia de lo popular que atraviesa el mercado y la cocina. Consumo entendido bajo la mirada de Néstor García Canclini, como “el conjunto de los procesos sociales de apropiación de los productos” (García Canclini en Martín-Barbero 1987: 87). Este enfoque ya hace referencia a una mirada del consumo que va más allá de una actividad operativa de intercambio de bienes o servicios en la que vender o comprar en la plaza de mercado es algo más que una operación comercial. En esta misma línea, Martín-Barbero entiende el consumo como el espacio de reflexión de las prácticas cotidianas

En cuanto lugar de interiorización muda de la desigualdad social, desde la relación con el propio cuerpo hasta el uso del tiempo, el hábitat y la consciencia (...) de lo alcanzable y lo inalcanzable. Pero lugar también de la impugnación de esos límites y de expresión de los deseos, de subversión de códigos y movimientos de la pulsión y el goce (Martín-Barbero, 1987: 231).

El autor distingue dos tipos de economía que permanecen, según él, en una permanente convivencia conflictiva: la de la abstracción mercantil y la del intercambio simbólico. La

primera es aquella en la que “el sentido de un objeto se produce (...) a partir de su valor abstracto de mercancía, un valor “abstraído”, separado del trabajo y de su inscripción en la lógica de la equivalencia según la cual cada objeto puede ser intercambiado por cualquier otro” (Martín-Barbero, 1981: 3). Mientras tanto, la segunda es aquella en que “los objetos significan y valen por relación a los sujetos que los intercambian, aquella en que el objeto es un lugar de encuentro y de constitución de los sujetos; inscripción, por tanto, en otra lógica, la de la ambivalencia y el deseo” (Martín-Barbero, 1981: 3). En esta investigación se quiere abordar las relaciones de consumo en la plaza de mercado bajo la mirada de esta última, desde la del intercambio simbólico.

Al ser el mercado popular un vehículo para esta serie de procesos culturales de producción de sentido y de intercambio simbólico, este se convierte en un lugar de mediación. Walter Benjamin fue uno de los primeros teóricos en plantear la idea de las mediaciones como lugares de convergencia en los que existe un intercambio a través del lenguaje. Martín-Barbero, años más tarde, las definiría en su *Teoría de las Mediaciones* como " los lugares de donde provienen las contradicciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural" (Martín-Barbero citado por Ruíz, 2004: 64). Entendido de otro modo, en palabras de Eduardo Ruíz, es el lugar donde “los sujetos participan e interactúan comunicacionalmente desde una dimensión política y una perspectiva cultural, de acuerdo a las exigencias de las circunstancias” (Ruíz, 2004: 64).

Ruíz establece cinco categorías conceptuales que permiten entender las acciones mediáticas planteadas desde la *Teoría de las Mediaciones* de Martín-Barbero: las matrices culturales, las institucionalidades, la tecnicidad, la ritualidad y la sociabilidad. Las matrices culturales son “los conocimientos adquiridos, las capacidades cognitivas y los referentes individuales y colectivos que hacen particular a una cultura o una sociedad” (Ruíz, 2004: 65). En este proyecto el tema de investigación se abordará bajo la mirada de estas últimas, teniendo en cuenta que se ha decidido concebir el mercado de la Plaza de la América como un lugar de producción de sentidos culturales.

No hay que olvidar, sin embargo, que “el consumo no es sólo producción de sentidos, [sino también el] lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos” (Martín-Barbero, 1987: 231). Así pues, y como se ha dicho

más adelante, los alimentos adquieren significantes y significados no sólo cuando son ofertados y adquiridos en el mercado, sino también [y muy especialmente] cuando se les da un uso en la cocina. Es por eso que para conocer cómo el mercado de la Plaza de la América es clave para la conservación de la biodiversidad es necesario acercarse a los usos populares de esos alimentos en las cocinas tradicionales antioqueñas. Para ello, en esta investigación se utilizará como referente el libro *Fogón antioqueño* (2017) de Julián Estrada Ochoa.

Ya se ha dicho anteriormente, bajo la definición de *cocina*, que el *fogón* es un fuego cuyo propósito es expresamente transformar los alimentos a través de la aplicación de calor (Espasa Calpe, 2005; Pollan y Gibney, 2016). Sin embargo, para objeto de esta investigación y según el mismo sentido del que dota Estrada al término, *fogón* es sinónimo de la cocina de un territorio, es decir, de las prácticas culinarias, en este caso, de la región de Antioquia. Así pues, bajo la mirada del autor, el *fogón antioqueño* no es un repertorio de recetas, sino una serie de procesos históricos que han generado un ecosistema de prácticas culinarias, económicas y sociales. Prácticas que el autor ha estudiado desde el análisis antropológico, pero que bajo la *Teoría de las Mediaciones* representan también un campo de estudio para las comunicaciones, pues estas se consolidan igualmente como procesos sociales de conocimiento, re-conocimiento, intercambio y transformación en medio de la gran diversidad cultural y socioambiental de las plazas de mercado y cocinas regionales.

Cabe anotar que según Estrada no hay “nada más equivocado en términos gastronómicos que la tendencia a clasificar las cocinas regionales, y más aún las nacionales, bajo el prestigio de una única y exclusiva receta.” (Estrada, 2017: 86). Para el autor, la riqueza de la cocina antioqueña ha sido opacada y completamente desvirtuada por el ícono de la bandeja paisa. A través de su trabajo académico y de divulgación, invita a la comunidad académica a rescatar, a través de la investigación y la práctica culinaria, lo que él ha llamado el “auténtico recetario antioqueño”, el cual aun preservando un profundo origen rural y campesino, pueda ser susceptible de transformarse con el tiempo sin perder de vista sus raíces (Estrada, 2017: 87). En esta misma línea, bajo una perspectiva que pretende alejarse de los fundamentalismos tradicionalistas y los folclorismos culinarios, se pretende abordar el tema de esta investigación.



Pero ¿qué se entiende por *tradicional* o *propio*? Desde la época de la conquista hasta hoy existen en las cocinas antioqueñas una serie innumerable de intercambios en materia de conocimientos, utensilios, ingredientes y técnicas, y muchos de aquellos que hemos considerado *propios* realmente tienen un origen muy lejano (García, 2014: 175). Se debe tener en cuenta además que dentro del territorio antioqueño existe una inmensa variedad de tradiciones muy diferentes. El investigador Federico García Barrientos identifica como tradicionales o propios aquellos conocimientos y técnicas heredadas en el hogar, de origen campesino y rural con ingredientes cultivados, cosechados y manufacturados en la región (García, 2014). Una definición que se podría poner a consideración. Sin embargo, para no caer en el error común de encasillar *lo antioqueño* en una categoría con márgenes estrictos y hegemónicos como se ha hecho con *lo paisa*, y considerando la gran diversidad de culturas del territorio, en esta investigación no se empleará el término *tradicción* como categoría conceptual, pues el objetivo no es investigar las cocinas tradicionales propiamente, sino los ingredientes que hacen parte de los ecosistemas en los que se desarrollan esa variedad de saberes.

Para García una de las grandes transformaciones históricas de la cocina local ha sido fruto de la que el autor ha llamado La Revolución Burguesa en Antioquia, de 1900 a 1930. En este periodo cargado de nuevas matrices de mediaciones culturales y técnicas (Martín-Barbero citado por Ruíz, 2004: 65) el autor destaca el carácter leseferiano<sup>4</sup> del capitalismo antioqueño, que se presentó como un mercado de alto consumo de lujo y confort por parte de unas élites poderosas y establecidas de la burguesía urbana en Medellín, quienes posibilitaron, desde lo privado y lo público, un primer momento de bonanza industrial para la región (García, 2014: 11-13). Este periodo generó unos cambios significativos en todos los ámbitos de la sociedad; por supuesto, también para los mercados, las cocinas y los hábitos de consumo de todas las clases sociales antioqueñas. Entre esas transformaciones el autor plantea el distanciamiento de las cocinas de élite de Medellín del resto del territorio antioqueño, y en general, de las cocinas tradicionales, populares y rurales (García, 2020: 186):

---

<sup>4</sup> “Es una idea desarrollada por los economistas fisiócratas del siglo XVIII. Defendían la libertad de mercado, negaban al Estado la intervención en la economía; su “consigna” rezaba *laissez faire, laissez passer* (dejar hacer, dejar pasar), de ahí su nombre para los primeros años del siglo XX, cuando tuvo vigencia global desde las políticas de libre mercado establecidas por las potencias económicas del norte...hacia el sur” (García, 2014: 11).

En la medida de que se importan latas, utensilios y tecnologías de cocina de la industria alimenticia del norte, en los hogares de la burguesía de Medellín el paladar se aplana, el paisaje se unifica, el sabor de las tradiciones se disuelve. La cocina antioqueña tradicional, rural y campesina en los hogares burgueses es lentamente expulsada de la olla y de la mesa. En términos culturales y antropológicos, esas cocinas, ollas, mesas y paladares se aíslan de la “sociedad antioqueña”, marcando diferencias y límites a partir de la gastronomía. No podemos pensar que aquellas cocinas y paladares burgueses se desligan de manera radical y absoluta del medio, eso es imposible; de todas maneras se trata de una revolución en el sentido generoso de la palabra (...) (García, 2014: 193).

Con la industrialización, el acceso a electrodomésticos, productos novedosos al paladar, más baratos y en mayor cantidad, el autor también advierte nuevas transformaciones en las mesas de los sectores populares: “Las sirvientas (...), adquieren de las cocinas [burguesas], lenta e inexorablemente, conocimientos gastronómicos y trucos culinarios que pasan luego a las cocinas del “pueblo” como saberes incorporados, lo que a su vez modifica las cocinas populares o, al menos, las cocinas de origen de las muchachas del servicio” (García, 2014: 189). A eso se añade el acelerado crecimiento de la ciudad durante principios del siglo XX, el incremento de los ritmos laborales y, en consecuencia, la disminución del tiempo para la cocina, que irremediamente modificaron drásticamente las formas de manufactura y consumo en los mercados y mesas populares (García, 2014: 228).

### **5.1.1 La cocina como un sistema alimentario**

Según el sociólogo Claude Fischler (1995) la alimentación es “un fenómeno en el que se expresa el hombre biológico y el social de manera integrada (Fischler en Unigarro, 2015)” que no se reduce a los ingredientes ya las técnicas de la preparación de los alimentos sino que integra toda una cadena de actividades, desde su cosecha o producción hasta su consumo. En palabras de la investigadora Catalina Unigarro, “la alimentación es en su sentido amplio una representación de la cultura que revela una concepción particular del mundo, en el que dos universos, naturaleza y cultura, se implican (...) -es por eso que- las cocinas varían en función

de sus entornos particulares, gozan de una especificidad, por lo que no pueden ser estudiadas como experiencias universales (Unigarro, 2015:22)”. En este sentido,

“la cocina comprende un conjunto de prácticas de producción y obtención de alimentos, como aquellas referidas a su transformación y consumo, es decir, prácticas culturales agrícolas y culinarias, y los sistemas simbólicos asociados a ellas. Estos elementos permiten formular una consideración inicial referida a que el patrimonio alimentario de un país no está referido a la enunciación de “platos nacionales”, sino a un universo que implica al sistema alimentario en su amplitud: productos animales y vegetales, formas de obtención (siembra, recolección, crianza, caza, pesca), formas de preparación, espacios y tiempos de consumo, saberes y concepciones asociados a ellos, usos medicinales, tabúes, entre otros (Unigarro, 2015:22).

Desde una perspectiva biocultural -que contempla las implicaciones biológicas y sociales de las prácticas culturales-, Armelagos (2003) propone una organización de estos conocimientos y prácticas de la cocina como sistema alimentario en cuatro componentes:

i) los alimentos que se seleccionan del medio, ii) la forma de prepararlos, iii) las reglas sobre el comer y iv) el principio del sabor. Se trata de principios comunes a cualquier cocina pero que se expresan de manera distinta en cada contexto, por lo que como cualquier otro aspecto de la cultura, deben examinarse dentro de la estructura social en la que se reproducen. (Armelagos en Unigarro, 2015:23)

La selección de los ingredientes del medio a partir de la identificación de un patrimonio natural es esencial para dar inicio a los sistemas alimentarios. Las condiciones de acceso a los recursos naturales y los criterios de elección marcan desde el inicio un tipo de mediación. Pero esta etapa no sólo comprende la siembra, cosecha, recolección y distribución de los alimentos. También incluye el proceso de oferta y elección en el mercado o en las plazas. En esta investigación se pretende trabajar sobre esta primera etapa de los sistemas alimentarios, considerando esta como una parte fundamental para la generación de un cambio sustancial en las acciones por la conservación de la biodiversidad.

## 5.2 Revuelto

Revuelto es una palabra endógena del contexto popular antioqueño. En el *Diccionario de Antioqueñismos* del presbítero Julio César Jaramillo Restrepo, el revuelto es definido de la siguiente manera: “Palabra común en el mercado para llamar el conjunto de papas, yucas, plátanos y arracachas; sus expendios ya tomaron el nombre de revueltería; y cuando una persona conoce a otra decimos: ya le midió el revuelto”(Jaramillo, 2009: p. 137). Esta es la definición de la que parte esta investigación, pero cabe reevaluar los ingredientes, que según el autor, lo integran respecto a los resultados de esta investigación.

Cabe anotar que en el *Diccionario de Antioqueñismos* del presbítero Julio César Jaramillo Restrepo, la palabra revuelto (bajo la definición ya citada) aparece cinco veces. Específicamente en las definiciones de las palabras: *revuelto*, *bulto*, *descoger*, *ojiancha*, *sancocho*. En este punto llama la atención que la palabra *revuelto* no aparece bajo la definición de ninguna otra preparación además de la del sancocho, como si se tratase de un compilado de alimentos que sólo se mencionan a la hora de llevar a cabo esta preparación. En el diccionario el autor define sancocho de la siguiente forma:

“Tan esencial como el maíz, y desde luego el menú de casi todos los hogares una o más veces en la semana; está integrado por el revuelto, o sea papas, yucas, plátano maduro y verde, y como elemento fundamental la carne, adobado con aliño como cebolla, tomate y azafrán, para darle color. El modernismo le ha quitado su nota antioqueña y hoy se habla de sancocho de gallina, o sancocho de pescado, y sancochos con zanahoria, que desde luego no tienen carácter netamente antioqueño.”  
(Jaramillo, 2009: p.141)

En este apartado también Jaramillo hace referencia a varios ingredientes “principales” de su revuelto. Vale la pena repasar si los ingredientes del revuelto de Jaramillo son los mismos ingredientes del revuelto de esta investigación.

La palabra revuelto en general hace referencia a amasijo, revoltura, variedad, diversidad de ingredientes. Es por eso que en esta investigación está asociada con el concepto de biodiversidad.

### 5.3 Biodiversidad

*“No solo el río es irrepetible.  
Tampoco se repiten la lluvia,  
el fuego, el viento,  
las dunas del crepúsculo.  
No solo el río, sugirió el fulano.  
Por lo pronto nadie puede, mengana,  
contemplarse dos veces en tus ojos”.*

**Mario Benedetti**

***Variaciones sobre un tema de Heráclito***

Según la Enciclopedia Espasa *bio* es un prefijo, infijo y sufijo de origen griego que hace referencia a la vida (Espasa Calpe, 2005). Por otra parte, la palabra diversidad, viene de la raíz etimológica latina *diversitas*, que alude a lo diferente, múltiple y abundante (Etimologías de Chile, s.f). Así pues, *biodiversidad*, como palabra compuesta, hace referencia a “la estimación matemática de la abundancia relativa de las especies en el interior de un ecosistema” (Espasa Calpe, 2005). Actualmente también se la define como “toda variación de la base hereditaria en todos los niveles de organización, desde los genes en una población local o especie, hasta las especies que componen toda o una parte de una comunidad local, y finalmente en las mismas comunidades que componen la parte viviente de los múltiples ecosistemas del mundo” (Wilson en Núñez y otros, 2003).

La biodiversidad de los ecosistemas es uno de los parámetros ecológicos más importantes, ya que de ella depende la conservación del patrimonio genético de la naturaleza (Espasa Calpe,

2005). Los fundamentos del concepto biodiversidad en occidente tienen raíces en la filosofía presocrática, específicamente con el filósofo griego Heráclito de Éfeso, a quien se le atribuye un libro titulado *Sobre la naturaleza* (περὶ φύσεως), del que sólo se dispone de fragmentos y de cuya noticia la han dado otros autores como Aristóteles y Platón. Su teoría sobre la naturaleza plantea que el ciclo universal de la vida se basa en la premisa «*Panta rei*» (πάντα ρεῖ), todo fluye: “En los mismos ríos entramos y no entramos, [pues] somos y no somos [los mismos]”<sup>5</sup>; es decir, la vida es dinámica y está en constante cambio (Espasa Calpe, 2005).

Sin embargo, fue el pensamiento aristotélico y no el heraclíteo el que centurias después, durante la Edad Media, echó raíces en el discurso occidental; un discurso preponderantemente dualista, en el que “el alma (la abstracción, la memoria y las ideas) conoce a través del cuerpo (la percepción y los sentidos)” (Bernal y Bernal, 2019: 132). De esta forma, desde la perspectiva *escolástica* (eminentemente cristiana) adoptada por varios filósofos y teólogos medievales, el cuerpo quedó relegado a un segundo plano y la naturaleza adquirió un carácter instrumental, aduciendo que en el libro del Génesis Dios dio al hombre la naturaleza para ser usada y dominada (Bernal y Bernal, 2019: 132).

Es importante recordar que, al mismo tiempo, desde el siglo VII, grupos provenientes de Oriente y del Norte de África (árabes, sirios y bereberes) se instalaron en la Península Ibérica y establecieron comercio y alianzas con otros pueblos europeos (Fundación Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, s.f). Para entonces, ya los árabes poseían conocimientos avanzados en los estudios de la naturaleza y una mirada similar a la concepción heraclíteo de la vida. Estos saberes inevitablemente empezaron a influir, muy poco a poco, en el pensamiento de los filósofos naturalistas del continente hasta muchos años después de la ocupación musulmana.

Posteriormente, durante el Renacimiento, el pensamiento calvinista veía la naturaleza como medio de usufructo y de contemplación en función al uso humano, una de las bases para la ética protestante como ética del trabajo moderno (Bernal y Bernal, 2019: 132). Luego, con la llegada de Europa a América la mirada de occidente sobre la naturaleza no cambió mucho, pues esta se conceptuaba aún sólo como recurso generador de riqueza (Bernal y Bernal, 2019:

---

<sup>5</sup> Cleantes, Stoicorum Veterum Fragmenta, I, 519 Diels-Kranz, Die Fragmente der Vorsokratiker, 22 B12

132). A pesar de que para esta época no se dudaba de la inmutabilidad y del carácter estático de la naturaleza, a finales del siglo XVIII y principios del XIX naturalistas como José Celestino Mutis, Alexander von Humbold, Francisco José de Caldas e -influenciado por Carlos Linneo- Jean-Baptiste Lamarck propiciaron precedentes importantes para el estudio de la variabilidad de las formas de vida en la Tierra. Lamark, por ejemplo, desarrolló un planteamiento evolucionista que se volvió muy popular entre la comunidad científica. Este sugería que la diversidad que se observa en la naturaleza se debe a que los cambios en el ambiente generan transformaciones heredables en los organismos.

Sin embargo, fue el inglés Charles Darwin (1809-1882) el que sentó las bases teóricas para los estudios modernos de la evolución y de la biodiversidad (Encyclopedia Britannica, 1999). Gracias a su pasión por la geología, Darwin tenía una perspectiva temporal muy amplia de la naturaleza. Eso, su interés por los fósiles y el contacto con otros biólogos evolucionistas como Alfred Russel Wallace, propiciaron que en 1859 la publicación del libro *El origen de las especies por medio de la selección natural, o la preservación de las razas favorecidas en la lucha por la vida*. En esta obra el autor plantea, a diferencia de Lamark, que la diversidad que se observa en la naturaleza es producto de un proceso de *selección natural* en el que la *variabilidad* de las especies (ahora conocida como variabilidad genética) les permite (o no) adaptarse a las condiciones azarosas de su entorno (Gajardo, 2009; 12; Espasa Calpe, 2005). Este planteamiento generó una verdadera revolución conceptual, no sólo dentro del mundo académico, sino también dentro de la conservadora sociedad victoriana, en la que sólo la palabra *azar* era motivo de escándalo. Sin embargo, su éxito fue contundente. Fue la teoría darwiniana de la evolución la que abrió una puerta a los estudios ecológicos y genéticos basados en la complejidad y a la noción de la aleatoriedad de la vida en función de la diversidad, es decir, de la *biodiversidad*.

En la primera Convención de la Diversidad Biológica de 1992 el término biodiversidad fue reconocido oficialmente por más de noventa países, siendo definido como: “[...] la variabilidad de organismos vivos de todo origen comprendido, entre otros, los ecosistemas terrestres, acuáticos y los complejos ecológicos de los cuales hacen parte; ello comprende la diversidad en el seno de las especies y entre las especies, así como la de los ecosistemas” (CDB en Pérez, 2013: 137). Con la popularización del término dentro y fuera de los

escenarios científicos, con frecuencia este ha sido interpretado como “la riqueza, variedad, y variabilidad de los organismos” (Groombridge et al en Pérez, 2013: 137). Otra definición común de biodiversidad se refiere a “toda la vida sobre la Tierra en sus múltiples manifestaciones e interacciones y los procesos que intervienen en diferentes lugares y tiempos” (Takacs en Pérez, 2013: 137). Sin embargo, a pesar de el uso recurrente de la palabra y la interacción cotidiana de los seres humanos con la diversidad biológica, su significado

no ha creado imágenes suficientemente claras en los distintos sectores y grupos sociales; sus implicaciones no han sido comprendidas en toda su magnitud y su manejo es confuso, lo que ha limitado la participación social en la formulación de políticas públicas en la materia. Esto se debe, en parte, a que la biodiversidad es un concepto complejo, que trasciende los niveles de vida, desde los genes hasta las comunidades, así como todas las escalas de espacio y tiempo (Savard et al., 2000), lo que dificulta su enunciación y su consecuente interpretación en las estrategias educativas y de comunicación (Núñez y otros, 2003: 388).

Al ser la biodiversidad un concepto que tiene relación con la vida en todos sus frentes, es inevitable que se le asocie con las actividades humanas que incluyen la interacción directa con otras especies, como la cocina. Sin embargo, a menudo en el mundo académico cocina y naturaleza están separadas como consecuencia de la síntesis medieval *dualista* en la que el hombre está separado de la naturaleza y es, según *el orden natural*, superior a las demás especies sobre la Tierra. Así pues, cuando se habla de cocina,

la mayoría de las veces se la nombra como una actividad que tiene un origen [meramente] cultural o como un conjunto de saberes que dependen sólo de las disponibilidades ambientales de los grupos humanos y de sus necesidades biológicas. Sin embargo, esta división entre el determinismo ambiental (aquel que sitúa el origen de las prácticas culturales en los factores ambientales) y el culturalismo (que sostiene que son la cultura y el lenguaje los mediadores entre el ser humano y lo que lo rodea), provienen, según Descola y Pons (2012), de la división entre los



objetos de estudio de las ciencias humanas y las naturales a mitad del siglo XIX (Bernal y Bernal, 2019: 130).

En esta investigación se desea abordar el concepto de biodiversidad desde un enfoque ecosistémico, es decir, un enfoque en el cual entre las transformaciones de las prácticas culturales y los cambios en el entorno ambiental existe un condicionamiento mutuo (Milton en Ulloa, 2002: p.12). Bajo este enfoque, el término se entiende como la multiplicidad de maneras como se expresa la vida en la Tierra, que no sólo incluye la variedad de los organismos vivos, sino también la enorme diversidad de los seres humanos, saberes y culturas a las cuales pertenecemos (Wilches-Chaux, 2021). Una diversidad biológica que no es estática y que tampoco responde a unos cánones rígidos, sino que está en constante transformación, es intervenida e historizada.

Esta diversidad biológica y cultural se ve reflejada en lo que Jesús Martín-Barbero llama la “heterogeneidad complementaria” de las plazas de mercado, aún no homogeneizadas ni funcionalizadas del todo, aún no digeridas completamente por la maquinaria mercantil. Una diversidad que se manifiesta, según el autor, en las plazas de mercado como articuladoras de prácticas que en la cultura popular (a diferencia de la cultura burguesa (García, 2014)) están siempre juntas, revueltas, atravesadas unas por otras (Martín-Barbero, 1981: 6).

La plaza de mercado no es el recinto acotado por unas paredes, sino la muchedumbre y el ruido, los desperdicios amontonados o dispersos, todo lo que se siente, se ve, se huele desde mucho antes de entrar en ella. La plaza está en la calle, afectando el tráfico tanto de vehículos como de peatones: los andenes están llenos de gente que vocea loterías, que hace y vende fritanga, que vende afiches eróticos o estampas religiosas. Vista desde el entorno la plaza es desorden y barullo, abigarramiento y heterogeneidad, trabajo y a la vez no poco de fiesta (Martín-Barbero, 1981: 6).

En las plazas de mercado todo está en un solo lugar al mismo tiempo, a menudo sin un orden ni jerarquizaciones sociales definidas. Esta heterogeneidad y biodiversidad se ve reflejada en las prácticas de consumo y los productos que se ofertan allí, los grupos sociales que la

frecuentan, los tipos de relaciones humanas y de intercambios (no sólo comerciales) que se dan en su interior y los procesos sociales de transformación y resistencia, convirtiéndolas en guardianas de la biodiversidad.

#### **5.4 Soberanía Alimentaria**

Según la Declaración final del Foro Mundial sobre *Soberanía Alimentaria*, esta es

el derecho de los pueblos a definir sus propias políticas y estrategias sustentables de producción, distribución y consumo de alimentos que garanticen el derecho a la alimentación para toda la población, con base sobre la pequeña y mediana producción, respetando sus propias culturas y la diversidad de los modos campesinos, pesqueros e indígenas de producción agropecuaria, de comercialización y de gestión de los espacios rurales (Forum Mundial sobre soberanía alimentaria,2001: 4).

Este concepto fue desarrollado primero por La Vía Campesina (LVC) y llevado a debate público con ocasión del Foro, evento que ocurrió paralelo a la Cumbre Mundial de la Alimentación en 1996 organizada por la FAO. Desde entonces ha venido evolucionando a través de diferentes encuentros internacionales y distintas declaraciones oficiales de LVC.

Una de las definiciones que más se utiliza para definir el término es la de la Declaración de Nyeleni, que resultó del Foro Internacional por la Soberanía Alimentaria celebrado en Mali en 2007, según la cual, “La soberanía alimentaria es el derecho de los pueblos a alimentos nutritivos y culturalmente adecuados, accesibles, producidos de forma sostenible y ecológica, y su derecho a decidir su propio sistema alimentario y productivo [...]” (Friends of the Earth Europe, Nyeleni and European Coordination Via Campesina, 2019: s.p)

De acuerdo con *The Six Pillars of Food Sovereignty (Los Seis Pilares de la Soberanía Alimentaria)* desarrollada en Nyéléni en 2007, la soberanía alimentaria descansa sobre seis pilares (Gordillo, 2013):

- 1) Se centra en alimentos para los pueblos:** a) Pone la necesidad de alimentación de las personas en el centro de las políticas. b) Insiste en que la comida es algo más que una mercancía.
- 2. Pone en valor a los proveedores de alimentos:** a) Apoya modos de vida sostenibles. b) Respeta el trabajo de todos los proveedores de alimentos.
- 3. Localiza los sistemas alimentarios:** a) Reduce la distancia entre proveedores y consumidores de alimentos. b) Rechaza el dumping y la asistencia alimentaria inapropiada. c) Resiste la dependencia de corporaciones remotas e irresponsables.
- 4. Sitúa el control a nivel local:** a) Lugares de control están en manos de proveedores locales de alimentos. b) Reconoce la necesidad de habitar y compartir territorios. c) Rechaza la privatización de los recursos naturales.
- 5. Promueve el conocimiento y las habilidades:** a) Se basa en los conocimientos tradicionales. b) Utiliza la investigación para apoyar y transmitir este conocimiento a generaciones futuras. c) Rechaza las tecnologías que atentan contra los sistemas alimentarios locales.
- 6. Es compatible con la naturaleza:** a) Maximiza las contribuciones de los ecosistemas. b) mejora la capacidad de recuperación. c) Rechaza el uso intensivo de energías de monocultivo industrializado y demás métodos destructivos.

Sin embargo, más recientemente, desde la Coordinación Europea de LVC se ha dicho que más allá de un concepto estático, “la soberanía alimentaria se presenta como un proceso de construcción de movimientos sociales y una forma de empoderar a las personas para organizar sus sociedades de tal forma que trascienda la visión neoliberal de un mundo de productos básicos, mercados y actores económicos egoístas (Coordinación Europea de LVC, 2018)”.

En las palabras de LVC, es un proceso que se adapta a las personas y a los lugares, que aboga por la solidaridad sobre la competición y por la construcción de un mundo más justo “desde

abajo hacia arriba”. No es una fórmula o un conjunto de sencillas soluciones técnicas, sino un “proceso en acción”, “una propuesta para que la humanidad vuelva a pensar sobre cómo organizamos la producción, la distribución y el comercio alimentario y agrícola; cómo hacemos uso de la tierra y de los recursos acuícolas; y cómo interactuamos, intercambiamos y nos organizamos con los demás” (European Coordination Via Campesina, 2018: 2)

### **3.4.5 Crossmedia**

Según Miguel Ángel Osorio lo cross-medial hace parte de las nuevas narrativas que nacen a partir de “la combinación de distintos formatos, lenguajes y plataformas para ser consumidas por el público a través de diferentes dispositivos” (Osorio, 2016: 86). En esta medida, es importante dejar claro que este no es un formato (pues se nutre de formatos preexistentes) y tampoco un lenguaje, pues utiliza los que ya existen, tanto a nivel humano como a nivel de software, sino que es una forma de narrar una historia. Así pues, el término, más allá de referirse a un entorno informativo que se sirve de múltiples plataformas, dispositivos y formatos, es una “red tejida en torno a un universo narrativo donde la historia se extiende por medio de distintas plataformas” (Abellán en Osorio, 2016: 88-89). Una historia que puede estar compuesta de varios relatos que se relacionan entre sí, pero que en su individualidad tienen un sentido autónomo completo.

### **5.5 Ensayo Fotográfico**

Según el investigador Alejandro Vásquez Escalona el reconocimiento evidente del ensayo como género dentro del ámbito de la fotografía es relativamente reciente. Fue Eugene Smith quien propuso primero la denominación photo essay (foto ensayo). Esto ocurrió

“durante el desarrollo de su trabajo fotográfico sobre la población de la Bahía de Minimata, en Japón entre 1971 y 1975, villa de pescadores contaminados por el mercurio vertido por la empresa Chisso Corporation (Ledo, 1998). Smith ubica el photo essay desde un resumen de principios y maneras de abordar el trabajo

fotográfico: observación participante, trabajos de ciclo largo, libertad creativa, conciencia de la función activa del receptor, unión de emociones y reflexión” (Vásquez, 2011; p.302)

Según Smith con el ensayo fotográfico, el fotógrafo goza de una autonomía de creación muy amplia, pero debe haber entre las fotografías una profunda coherencia que rara vez ha de encontrarse en el reportaje gráfico (Hill y Cooper en Vásquez, 2011; p.303).

“Visto de esta manera, el ensayo fotográfico es una narración visual larga. Es la novela en la literatura expresada en fotografías. Un conjunto de más de diez (10) imágenes que estructuradas coherentemente exponen los pensamientos, reflexiones y hallazgos del fotógrafo sobre un asunto al que ha dedicado un tiempo en su investigación, donde ha arañado para encauzar un relato visual que enamore.

Smith conviene que el proceso de indagación en el ensayo está asociado a la observación participante. El fotógrafo no es el sujeto que revuelve la vida de unos seres y acontecimientos que serían su objeto de investigación. Al contrario, se esmera en la búsqueda del otro, en el encuentro en condiciones de similitud como posibilidades de autenticidad. Desde métodos de búsqueda, de análisis y comparación (...) (Ledo, 1998)” (Vásquez, 2011; p.303)

## 5.6 Fanzine

Es una palabra inglesa formada a partir de *fan* que significa entusiasta o admirador y *magazine*, que significa revista. El fanzine nació a finales de los años setenta en Estados Unidos y alcanzó una importante popularización en Europa a finales de los ochenta y principios de los noventa. Este surge como una “revista realizada por aficionados a un tema muy especializado, con medios generalmente precarios y distribución restringida fuera de los canales comerciales. Suelen tener tiradas pequeñas y periodicidad irregular” (Espasa Calpe, 2005).

El fanzine se inscribe como un medio de comunicación alternativo y popular, que emerge como una contra respuesta al sistema dominante. “Su interés está en dinamizar espacios, prácticas culturales y promover una actitud crítica en sus espectadores [y audiencias] (...) se plantea como una herramienta que visibiliza y brinda un espacio participativo en torno a la información que surge en la vida cotidiana, especialmente en sectores ignorados y relegados a los medios de comunicación masiva” (Roa y Álvarez, 2015: 11). Considerando el carácter popular y alternativo del fanzine y también que en los sectores populares de Medellín (como en los mercados y las plazas) los medios de comunicación impresos en papel aún siguen siendo importantes formas de transmisión de la información, en esta investigación el fanzine tiene el propósito de acercar los productos digitales de este proyecto a las personas que frecuentan el entorno popular de la Plaza de la América.

## 5.7 Cartografía social

*La línea del ecuador no atraviesa por la mitad  
el mapamundi que aprendimos en la escuela.  
[...] El mapamundi que nos enseñaron otorga dos  
tercios al norte y un tercio al sur. Europa es, en el  
mapa, más extensa que América Latina, aunque  
en realidad América Latina duplica la superficie  
de Europa [...]. El mapa miente. La geografía  
tradicional roba el espacio, como la economía  
imperial roba la riqueza, la historia oficial roba la  
memoria y la cultura formal roba la palabra.  
(Galeano, 1998: 323)*

Cartografía es una palabra compuesta, que se deriva de una mezcla entre el francés y el griego. *Carte* es una palabra francesa que significa mapa, mientras *grafía* viene del griego y significa escritura (Banco de la República, s.f). Según la enciclopedia Espasa Calpe, “la

cartografía es una ciencia que tiene por objeto la elaboración, edición y publicación de mapas que se construyen a partir de la observación directa o de testimonios documentales” (Espasa Calpe, 2005). Los orígenes de esta ciencia están en las ciencias exactas, naturales, geográficas y matemáticas, pero como herramienta comunicativa y crítica

la cartografía es un lenguaje de representación del espacio geográfico, una forma de abstracción de la realidad; este lenguaje se transmite a través de una forma particular de comunicación iconográfica, el mapa, lo que nos lleva a situarlo dentro de un proceso comunicativo; así como en el discurso hablado prima la voz de la palabra, en el mapa priman las imágenes, los signos y los símbolos. En este orden de ideas, podemos ubicar al mapa también dentro de un discurso iconográfico y situarlo como discurso nos lleva a comprender su carga política e incluso ideológica. Y es justo en el horizonte del lenguaje donde se da la lucha ideológica, en relación con la cual el geógrafo británico Brian Harley (2005) situaba al mapa como discurso ideológico, como retórica cartográfica. Para desentrañar el tema partamos del lenguaje de las palabras para luego hacer una analogía con el lenguaje iconográfico del mapa (Barragán, 2019: 142).

Así pues, cuando se hace referencia al mapeo o cartografía social, se habla de una representación ideológica georeferenciada. Generalmente los mapas “oficiales” son aceptados “como representaciones naturales e incuestionables pese a ser el resultado de las “miradas interesadas” que los poderes hegemónicos despliegan sobre los territorios” (Risler y Ares, 2013: 5). Sin embargo, en esta investigación se pretende abordar el mapa desde una posición crítica, con el objetivo de identificar nuevos relatos y representaciones no hegemónicas sobre la naturaleza, las plazas y los alimentos.

Cabe aclarar que la cartografía social, como una herramienta que permite tomar una muestra instantánea del momento en el cual se realizó la investigación, no responde, en su complejidad y problemáticas, a una realidad territorial íntegra. Es por eso que desde esta investigación se concibe el mapeo como una herramienta para la reflexión y el intercambio de saberes que pueda facilitar “el abordaje y la problematización de territorios sociales, subjetivos y geográficos” (Risler y Ares, 2013: 7) como la plaza de mercado de la América.

## 6. Estado del Arte

Estado del Arte		
Nombre del producto	Tipo	Descripción
Fogones Antioqueños: delicias para el oído	Podcast	Es saga de conversaciones de 40 capítulos sobre ingredientes, recetas y cocinas de crianza en el departamento de Antioquia. Este es un producto de la Emisora Cultural de la Universidad de Antioquia en asocio con el Instituto de Cultura y Patrimonio. El antropólogo y especialista en gastronomía colombiana Julián Estrada Ochoa, junto con el periodista culinario Lorenzo Villegas Rúa, presentan el programa radial que toma como punto de partida preguntas esenciales de la gastronomía regional. (Universidad de Antioquia, 2021)
Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas	Revista	Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas es una publicación española de información, debate y reflexión frente aquello que condiciona la vida rural, la agricultura y la alimentación. Es una revista con un enfoque crítico que pretende ayudar a construir nuevas realidades en consonancia con el medio ambiente y la dignidad de los pueblos.
Cocinando memorias (aún) vivas	Ensayo Fotográfico	Es un proyecto desarrollado por el fotógrafo Cristian Torres Holguín que busca llegar directamente a los territorios donde se originan y realizan estas recetas tradicionales, haciendo una búsqueda especial por aquellas preparaciones que por diversas razones (culturales, industriales, económicas, etc) están cayendo en el olvido y que por falta de práctica están en riesgo de desaparecer. Recetas que se encuentran agonizantes, pero aún permanecen vivas en las memorias colectivas de las comunidades. El objetivo de este ensayo es que se pueda generar un espacio para recordarlas y reflexionar sobre su valor en la historia de las comunidades al tiempo que se re-visibilizan y difunden (Torres, 2020).



## 7. Metodología

En esta investigación se empleará una metodología con un enfoque cualitativo. Este enfoque permite “comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (Hernández Sampieri y otros, 2014: 358). Según Roberto Hernández Sampieri y otros “este se selecciona cuando el propósito [al igual que el propósito de esta investigación] es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados (Hernández Sampieri y otros, 2014: 358)”.

Otra de las razones por las cuales este tipo de método se adapta al carácter de este trabajo es porque este es predominantemente “circular”. Es decir, en él es posible desarrollar nuevas preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos (Hernández Sampieri y otros, 2014: 358), lo que permite explorar diferentes niveles de profundización en temas afines a los de la investigación y ajustarla necesidades e intereses reales.

Cabe resaltar que en este proceso también se emplearán técnicas y formas de la etnografía, que será comprendida como un método de investigación social que trabaja con una amplia gama de fuentes de información, siendo la observación, la escucha activa y participación encubierta unos de sus herramientas más elementales y su flexibilidad teórica y práctica es una de las características más idóneas para este proyecto (Hammersley y Atkinson, 1994: 1).

Para llevar a cabo la investigación proyectada según el tipo de metodología cualitativa se van a emplear las siguientes técnicas:

## **Investigación Documental**

Se lleva a cabo sobre documentos, materiales, artefactos diversos -sonoros, visuales, audiovisuales, bibliográficos, epistolares, etc. que le sirven al investigador para conocer los antecedentes de una materia, tema o hecho específico, “así como las vivencias o situaciones que se producen en él y su funcionamiento cotidiano y anormal” (Hernández Sampieri y otros, 2014: 415). Estos pueden ser desarrollados por la comunidad científica o por las comunidades o individuos que son objeto de estudio y por lo general son en sí mismos un objeto de análisis esencial para la investigación. Para la realización de este proyecto se empleará material bibliográfico especializado -libros sobre historia, cocina, mediaciones, etc., material de archivo -crónicas, recetarios antiguos, actas, etc., entrevistas a expertos, documentales especializados, los episodios del programa radial *Fogones Antioqueños, delicias para el oído y el paladar* y material histórico -fotográfico y audiovisual- del archivo histórico de Antioquia sobre cocina antioqueña y plazas de mercado, específicamente sobre la plaza de mercado de la América. Técnica de registro: *Fichas de resumen, registro fotográfico, tablas comparativas*.

## **Observación y conversaciones informales**

La “observación investigativa”, en palabras de Hernández Sampieri y otros, “no se limita al sentido de la vista, sino a todos los sentidos” (Hernández Sampieri y otros, 2014: 399). Sus propósitos, bajo el método cualitativo, son principalmente: explorar y describir ambientes, comunidades, subculturas y los aspectos de la vida social y sus significados; comprender procesos, vinculaciones entre personas y sus situaciones, experiencias o circunstancias, los eventos que suceden al paso del tiempo y los patrones que se desarrollan; identificar problemas sociales y generar hipótesis para futuros estudios (Hernández Sampieri y otros, 2014: 399).

En esta investigación se hará uso del método de *observación participante*, en la que el investigador de forma consciente y sistemática, comparte las actividades, los intereses y la vida de un grupo de personas en su contexto cotidiano. El propósito de esta técnica “es obtener datos sobre la conducta mediante un contacto directo en situaciones donde la distorsión sea mínima” (Universidad de Jaén, 2010: 9). Pueden aplicarse dos tipos de observación participante: pasiva (o.p.p), en el que el observador interactúa poco o nada con los observados con el fin de modificar en la menor medida de lo posible el contexto; y activa (o.p.a), en la que el observador maximiza su contacto con los observados e integra su rol dentro de las actividades del contexto, con el riesgo de introducir cambios en la estructura social del grupo (Universidad de Jaén, 2010: 9). En esta investigación se utilizarán ambas técnicas de observación en la plaza de mercado y las cocinas. **Técnica de registro:** *Diario de campo*.

### **Cartografía social**

Bajo la mirada de los investigadores Julia Risler y Pablo Ares la cartografía o mapeo con un enfoque social-crítico es una representación ideológica georeferenciada del momento en el que se realizó el ejercicio. Más allá de las representaciones oficiales, esta pretende generar reflexiones críticas y problematizar “territorios sociales, subjetivos y geográficos” (Risler y Ares, 2013: 5-7). Esta técnica se aplicará a la investigación como una herramienta de observación y análisis de dos maneras: mediante el mapeo individual desde la subjetividad de la investigadora y mediante el mapeo colectivo, desde las subjetividades de las personas que venden y distribuyen sus productos en la plaza de mercado. **Técnica de registro:** *mapas, ilustraciones, fanzine*.

### **Entrevistas**

Es una reunión para conversar e intercambiar información entre quien está haciendo la investigación -entrevistador- y una o más personas que tienen relación con el tema en

cuestión -entrevistados-. Se debe tener en cuenta que no sólo es utilizada para la recolección de datos, sino también para informar, motivar, orientar, generar un acercamiento a un grupo o tema específico, etc. (Hernández Sampieri y otros, 2014: 403; Del Cid, Méndez y Sandoval, 2011: 101) En este proyecto se utilizará la modalidad de entrevista semiestructurada. Según Hernández Sampieri y otros este tipo de entrevistas “se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información” (Hernández Sampieri y otros, 2014: 403). Estas entrevistas se aplicarán a los vendedores y distribuidores de la plaza de mercado de la América, algunos compradores y a historiadores, antropólogos y expertos en el tema de fogones antioqueños y biodiversidad regional. **Técnica de registro:** *fichero de personas, tabla de registro de entrevistas, grabación en audio o vídeo bajo la autorización del entrevistado.*

## **8. Resultado esperado**

El resultado que se espera lograr es un producto crossmedial que integra un fanzine, con elementos de la cartografía social y un ensayo fotográfico en el que se habla de la plaza de mercado como lugar de mediaciones público, la cocina como lugar de mediaciones privado y sobre un conjunto de alimentos de origen vegetal cuya comercialización y uso puedan contribuir a la protección de la biodiversidad regional y a la reconstrucción o reconocimiento de las prácticas culinarias de los fogones antioqueños del Valle de Aburrá.

## **9. Estrategia de comunicaciones**

1. Entregar una copia del trabajo de grado a la biblioteca central de la Universidad de Antioquia.
2. Publicar un artículo sobre el trabajo de grado en el medio universitario DelaUrbe y si es posible, en otros medios de comunicación como la revista de divulgación científica de antropología, el periódico Alma Máter de la Universidad de Antioquia, el medio de

comunicación La Cola de la Rata, el periódico Universo Centro, periódico Comfama, periódico Vivir en el Poblado, periódico Gente.

3. Programar dos talleres en la Plaza de Mercado de la América en los que se hable sobre cómo los mercados y las cocinas pueden ser lugares de conservación de las especies vegetales locales que hacen parte de las cocinas locales.
4. Elaborar piezas gráficas con el código Qr del proyecto o el enlace a los contenidos digitales.

## 10. Link de los productos finales

**Micrositio:** <https://bit.ly/3rdoSrj>

**Canal de Youtube:** <https://youtube.com/@larevuelteriamedellin600>

## 11. Bibliografía

Alcaldía de Medellín (2011) *Propuesta para la gestión integral de la biodiversidad y los servicios ecosistémicos en Medellín*. Producida por el Parque Explora. Medellín, Colombia.

Recuperado de:

<https://www.medellin.gov.co/MapGIS/siamed/documentos/Digital/4600048433%20Libro%20Propuesta%20para%20la%20gestion%20integral%20de%20la%20biodiversidad%20y%20los%20servicios%20ecosistemicos.pdf>

Del Cid, Alma; Méndez, Rosemary y Sandoval, Franco (2011) *Investigación: Fundamentos y metodología. Segunda edición. Capítulo 6: Cómo obtener la información*. PEARSON EDUCACIÓN. México. ISBN: 978-607-442-705-9. Página 109-131.

Arbeláez, Jhon (2017). *Relatos desde la Plaza Minorista de Medellín*. Revista Virtual Universidad Católica del Norte, 51, 252-271. Medellín Colombia. Recuperado de: <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/855/1373>

Barragán, Andrea Natalia (2019) *Cartografía social: lenguaje creativo para la investigación cualitativa*. Universidad La Gran Colombia, Colombia. Sociedad y Economía, núm. 36, 2019 Facultad de Ciencias Sociales y Económicas- Universidad del Valle. Recuperado de: <http://orcid.org/0000-0002-2190-6210>

Bernal-Restrepo, Javier Nicolás y Bernal-Guevara, Francisco Javier (2019). *Contribuciones a la historia socio-ecológica de la culinaria de Isla Fuerte: la superación de la dualidad naturaleza-cultura a través del análisis de tres preparaciones tradicionales de la comida isleña*. En: Boletín de Antropología. Universidad de Antioquia, Medellín, vol. 34, N.º 58, pp. 129-157.

Ceccon, Eliane (2008) *La revolución verde tragedia en dos actos*. Ciencias, Vol. 1, Núm. 91, julio-septiembre pp. 21-29 Universidad Nacional Autónoma de México. México.

Coplaza (s.f) *Nuestra Historia: Bienvenidos a la Plaza De Mercado La América*. Página Web Plaza de Mercado de la América. Medellín, Colombia. Recuperado de la página oficial de la Plaza de la América: <https://www.plazalaamerica.com/>

Cordón, Faustino (1980) *Cocinar hizo al hombre*. Tusquets Editores. Barcelona, España.

Departamento Administrativo de Planeación (2004) *La Región y la Metrópoli*. Alcaldía de Medellín. Medellín, Colombia. Recuperado de: <https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/documents/ServiciosLinea/PlaneacionMunicipal/ObservatorioPoliticPublicas/resultadosSeguimiento/docs/pot/Documentos/regionYMetropoli.pdf>

Desmond, Adrian J. (1999) *Charles Darwin: British naturalist*. Encyclopedia Britannica. Londres, Inglaterra. Recuperado de: <https://www.britannica.com/biography/Charles-Darwin>

European Coordination Via Campesina (2018) ¡Soberanía alimentaria ya! Una guía para la soberanía alimentaria. Recuperado de La Vía Campesina:

<https://viacampesina.org/es/soberania-alimentaria-ya-una-guia-detallada/>

Etimologías de Chile (s.f) *Etimología de Mercado*. Recuperado de:

<http://etimologias.dechile.net/?mercado#:~:text=La%20palabra%20mercado%20viene%20de%20nos%20dio%20merced%20y%20mercenario.>

Espasa Calpe (2005) *Gran Enciclopedia Espasa*. Volúmenes III, IV, V, VIII, X, XIII, XVI. Espasa Calpe S.A. Bogotá, Colombia.

Fundación Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes (s.f) *La invasión árabe. Los árabes y el elemento árabe en español*. Recuperado de:

[http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/la-invasin-rabe-los-rabes-y-el-elemento-rabe-en-espaol-0/html/00b64db8-82b2-11df-acc7-002185ce6064\\_2.html#I\\_0\\_](http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/la-invasin-rabe-los-rabes-y-el-elemento-rabe-en-espaol-0/html/00b64db8-82b2-11df-acc7-002185ce6064_2.html#I_0_)

Hammersley, Martyn y Atkinson, Paul (1994) *Etnografía: métodos de investigación*. Capítulo I. Paidós. Barcelona, España.

Forum Mundial sobre soberanía alimentaria (2001) *Declaración final del Foro Mundial sobre Soberanía Alimentaria en La Habana*. La Habana, Cuba. Recuperado de:

[https://www.fuhem.es/media/ecosocial/file/Boletin%20ECOS/ECOS%20CDV/Bolet%C3%A1n%204/dec\\_final\\_foro.pdf](https://www.fuhem.es/media/ecosocial/file/Boletin%20ECOS/ECOS%20CDV/Bolet%C3%A1n%204/dec_final_foro.pdf)

Friends of the Earth Europe, Nyeleni and European Coordination Via Campesina (2019) *Soberanía alimentaria y agroecología*. Recuperado del Centro de conocimientos sobre agroecología de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura: <http://www.fao.org/agroecology/database/detail/es/c/1253726/>

Gajardo, Gonzalo (2009) Darwin: Genética y Biodiversidad. *Theoria*, vol. 18, núm. 1, 2009, pp. 9-17 Universidad del Bío Bío Chillán, Chile.

García, Federico (2014) *Lujo, confort y consumo: Medellín 1900-1930, la Revolución Burguesa en Antioquia*. Editorial Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia.

Gordillo, Gustavo (2013) *Seguridad y Soberanía Alimentaria (Documento base para la discusión)*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura: [www.fao.org/publications](http://www.fao.org/publications)

Estrada Ochoa, Julián (2017) *Fogón Antioqueño*. Ediciones Fondo de Cultura Económica SAS. Bogotá, Colombia.

FAO -Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura- (2015) *Colombia en una mirada*. Recuperado de: <http://www.fao.org/colombia/fao-en-colombia/colombia-en-una-mirada/es/#:~:text=De%20acuerdo%20a%20datos%20de,%2C8%25%20de%20la%20poblaci%C3%B3n>.

Hernández Sampieri y otros (2014) *Metodología de la Investigación*. Editorial McGraw Hill e Interamericana Editores S.A. México D.F, México.

La Vía Campesina (2017) *Declaración de Nyéléni*. Selingue, Malí. Recuperado de Nyéléni Forum 2007- Español: <https://nyeleni.org/spip.php?article291>

Lewis, Charlton; Short, Charles (1879) *A Latin Dictionary: plātēa*. Oxford University Press. Londres, Reino Unido. Recuperado de: <http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus%3Atext%3A1999.04.0059%3Aentry%3Dplatea1>

Martín-Barbero, Jesús (1981) *Prácticas de comunicación en la cultura popular: mercados, plazas, cementerios y espacios de ocio*. En *Comunicación alternativa y cambio social*, M. Simpson (comp.), UNAM, México. Pág. 1-20.

Martín-Barbero, Jesús (1987) *Los Medios a las Mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, España. Página



Ministerio de Salud y FAO (2013) *Perfil nacional de consumo frutas y verduras de Colombia. Gobierno Nacional de Colombia*. Recuperado de:  
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SNA/perfil-nacional-consumo-frutas-y-verduras-colombia-2013.pdf>

Ministerio de Medio Ambiente (2019) *Colombia, el segundo país más biodiverso del mundo, celebra el Día Mundial de la Biodiversidad*. Recuperado de:  
<https://www.minambiente.gov.co/index.php/noticias-minambiente/4317-colombia-el-segundo-pais-mas-biodiverso-del-mundo-celebra-el-dia-mundial-de-la-biodiversidad>

Ministerio de Ambiente (s.f) Seguridad Alimentaria y Nutricional. Recuperado de:  
<https://www.minambiente.gov.co/index.php/asuntos-ambientales-sectorial-y-urbana/sostenibilidad-sectores-productivos/seguridad-alimentaria-y-nutricional>

Montanari, Massimo (2004) *La comida como cultura*. Ediciones Trea, S.L. Asturias, España.

Núñez, Irama; González Gaudiano, Edgar; Barahona, Ana (2003) *La biodiversidad: historia y contexto de un concepto*. Interciencia, vol. 28, núm. 7, julio, pp. 387-393 Asociación Interciencia Caracas, Venezuela.

Ossorio, Miguel Ángel (2016) *Periodismo Multiplataforma: Transmedia y Crossmedia*. TecComStudies: Estudios de Tecnología y Comunicación. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España. Recuperado de:  
<http://www.teccomstudies.com/index.php?journal=teccomstudies&page=article&op=view&path%5B%5D=47&path%5B%5D=44>

Pérez-Mesa, María Rocío (2013). *Concepciones de biodiversidad: una mirada desde la diversidad cultural*. *magis, Revista Internacional de Investigación en Educación*. Universidad Pedagógica Nacional. 6 (12) Edición especial Enseñanza de las ciencias y diversidad cultural. p. 133-151. Bogotá, Colombia. Recuperado de:  
<http://repositorio.minedu.gob.pe/bitstream/handle/20.500.12799/2584/Concepciones%20de%20biodiversidad%20de%20una%20mirada%20desde%20la%20diversidad%20cultural.pdf>

[20biodiversidad%20una%20mirada%20desde%20la%20diversidad%20cultural.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

Rangel, J. Orlando (2005) *La biodiversidad de Colombia*. Facultad de Ciencias Humanas - Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, Colombia. Recuperado de:

[https://maescencursos.medellin.unal.edu.co/pluginfile.php/3412/mod\\_resource/content/7/Divrsidad%20Biologica/La%20biodiversidad%20de%20Colombia.pdf](https://maescencursos.medellin.unal.edu.co/pluginfile.php/3412/mod_resource/content/7/Divrsidad%20Biologica/La%20biodiversidad%20de%20Colombia.pdf)

Ruíz, Eduardo (2004) *Una propuesta metodológica para la investigación de las mediaciones*. Publicaciones Punto Cero. Cochabamba, Bolivia. Recuperado de:

[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100011](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100011)

Patiño, Germán (2019) *Fogón de negros: cocina y cultura en una región latinoamericana*. Fundación Germán Patiño. Cali, Colombia.

Pollan, Michael; Gibney, Alex (2016) *Cooked*. Serie documental. Netflix en cooperación con Jigsaw Productions. Estados Unidos.

PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente) (s.f) *Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente*. Organización de las Naciones Unidas. Recuperado de:

<https://www.un.org/ruleoflaw/es/un-and-the-rule-of-law/united-nations-environment-programme/>

Sánchez, Roberto Mauricio (2017) *Desigualdad del ingreso en Colombia, un estudio por departamentos*. Cuadernos de Economía, vol. 36, 72, pp. 139-178, 2017 Universidad

Nacional de Colombia. Cuadernos de Economía, 36(72), 139-178. doi:

10.15446/cuad.econ.v36n72.65880. Bogotá, Colombia. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/2821/282155503006/html/index.html#:~:text=La%20desigualdad%20al%20interior%20de%20los%20departamentos%20es%20contrastante%2C%20con,Mundial%2C%202016%3B%20CEPAL%2C%202016>

Red Cultural del Banco de la República (s.f) *Cartografía*. Recuperado de:

<https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Cartograf%C3%ADa#:~:text=El%20%C3%A9rmino%20cartograf%C3%ADa%20se%20refiere,y%20se%20refiere%20a%20escritura.>

Risler, Julia y Ares, Pablo (2013) *Manual de mapeo colectivo : recursos cartográficos críticos para procesos territoriales de creación colaborativa*. Buenos Aires : Tinta Limón. Buenos Aires, Argentina.

Roa Novoa, Yinna; Álvarez, Diego (2015) *Medios alternativos y populares de comunicación: Bronx fanzine como propuesta pedagógica de resistencia cultural*. Bogotá. Universidad Pedagógica Nacional, p. 75. Recuperado de:

<http://repository.pedagogica.edu.co/handle/20.500.12209/2299>

Ulloa, Astrid (2002) *Rostros culturales de la fauna: las relaciones entre los humanos y los animales en el contexto colombiano*. Instituto Colombiano de Antropología e Historia. Bogotá, Colombia. Recuperado de:

[https://www.researchgate.net/profile/Astrid-Ulloa/publication/305653695\\_Rostros\\_culturales\\_de\\_la\\_fauna\\_Las\\_relaciones\\_entre\\_los\\_humanos\\_y\\_los\\_animales\\_en\\_el\\_contexto\\_colombiano/links/5a1a9b30a6fdcc50adeb0fcb/Rostros-culturales-de-la-fauna-Las-relaciones-entre-los-humanos-y-los-animales-en-el-contexto-colombiano.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Astrid-Ulloa/publication/305653695_Rostros_culturales_de_la_fauna_Las_relaciones_entre_los_humanos_y_los_animales_en_el_contexto_colombiano/links/5a1a9b30a6fdcc50adeb0fcb/Rostros-culturales-de-la-fauna-Las-relaciones-entre-los-humanos-y-los-animales-en-el-contexto-colombiano.pdf)

Universidad de Jaén (2010) *Introducción a la Psicología. Tema 4. El método observacional*. Facultad de Psicología. Jaén, Andalucía. Recuperado de:

<http://www4.ujaen.es/~eramirez/IntPsi.htm>

Vásquez, Alejandro (2011) *El ensayo fotográfico, otra manera de narrar*. Vol. 8, N° 16, julio-diciembre 2011, Pp. 301 - 314 Universidad del Zulia ISSN 1690-7582

Wilches-Chaux, Gustavo (2021) *Biodiversidad y autorregulación de los ecosistemas*. En Biodiversidad, de la Comisión para el Esclarecimiento de la Verdad, la Convivencia y la No Repetición. Página 27-44. Bogotá, Colombia.