

Las plazas de mercado como lugares de memoria en la ciudad: anclajes, pervivencias y luchas

Andrés Castiblanco Roldán

Doctorando en Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad Nacional de Colombia. Investigador del grupo L.E.C (Literatura, Educación y Comunicación). Profesor de la Facultad de Ciencias y Educación Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Bogotá. Miembro de la red de profesionales del Instituto Panamericano de Geografía e Historia IPGH. OEA.

Correo electrónico: geoandes@hotmail.com

Artículo recibido: 2011/11/24

Artículo aprobado: 2012/12/28

Resumen

El artículo se propone entender la Plaza de Mercado como lugar de memoria partiendo de un análisis que involucra cómo los regímenes de verdad que se establecen desde la higiene y la salud pública determinaron la consolidación entre otros dispositivos como la cárcel, el leprocomio y el hospital: la plaza de mercado.

Este último se caracteriza por pervivir como anclaje del mundo rural donde se presenta una agrupación intencionada de unos oficios populares, al igual que significa el principio de abastecimiento de las ciudades y el escenario de los debates y corrillos que permitieron consolidar audiencias a los procesos revolucionarios y sociales.

Hoy ese antiguo espacio, en principio de localización del comercio, escenario de los procesos revolucionarios, se debate en la lucha por permanecer ante nuevas prácticas y discursos del mercado y de la cultura como son las grandes superficies o hipermercados y centros comerciales.

Palabras claves:

Plaza de Mercado, Lugar de Memoria, Latinoamérica, Higiene, Discurso, Poder, Ciudad, Hipermercados, Luchas Sociales.



Introducción

Los lugares de memoria son construcciones materiales e inmateriales que se han quedado en los sentimientos y las mentalidades de los habitantes a través del tiempo. Estos han sido afirmados desde los símbolos nacionales como lo hace Pierre Nora o negados desde sus rituales y ritmos como lo realiza Marc Augé. Sin embargo, negados o no persisten en narrar un momento o toda una historia de cómo permanecen en las ciudades y pueblos, desde lo recóndito de la vereda hasta lo congestionado del barrio.

Frente a una historia de América Latina hoy, es interesante pensar en cómo sucedieron los hechos que permitieron gestar los movimientos de independencia en América Latina: desde la gresca por el florero de Llorente en Bogotá – Colombia, hasta los campanazos en la madrugada del grito de dolores en México. Pero más aun, analizar en que forma la inmediata vinculación del pueblo y su activa participación en los movimientos revolucionarios estuvo anclada a su presencia en la plaza pública, en la que fuese la plaza de armas, la plaza constitucional y final y necesariamente la plaza de mercado.

El trabajo de Miles Richardson (1982) *Being – in – the Market versus Being – in – the plaza: Material Culture and the construction the social reality in Spanish America*, plantea las relaciones que posicionan a los pobladores con respecto a la plaza como espacio de interacciones entre la estética simbólica de lo que representa la plaza histórica/arquitectónica, por decirlo así, y la plaza comercio/mercado, en donde se juega con el palimpsesto

de la dinámica espacial y se interroga sobre cómo se desarrollan este juego de símbolos y signos que transitan en la construcción de este espacio social.

Richardson se pregunta por las formas en que la gente transforma y apropia físicamente la plaza, teniendo en cuenta su función como espacio de mercado y escenario histórico republicano. Para poder responderse la cuestión, relaciona la genealogía de la plaza recordando que de centro de la cuadrícula hispánica, lugar de armas colonial, mercado y parque público, debía centrar su mirada a las relaciones que la gente establece con el lugar. Del mismo modo aunque en una mirada poco más urbanística Juan Carlos Pergolis se pregunta por la construcción, diseño y semiótica de las plazas de mercado de cara a una modernidad materializada en estilos y tendencias espaciales y por lo tanto sociales.

No obstante, el presente trabajo pretende superar estas escalas de análisis, que se han elaborado y retomar o formar una discusión, frente a las transformaciones del espacio habitado conforme a discursos y disposiciones legales amparadas en dispositivos y sistemas simbólicos dominantes. Con el fin de pensar la plaza de mercado como lugar de memoria: más que de aquella remembranza celebrante, de una memoria técnica que permite que aunque desplazados de la plaza política y aun encerrada en edificios muy bien diseñados o simplemente acondicionados, sigan subsistiendo y caracterizando la cultura popular frente al capitalismo contemporáneo.



Finalmente la pregunta que busca responder este breve texto es: ¿En qué forma la plaza de mercado es un dispositivo de doble agenciamiento social? La pregunta parte de entender cómo ese régimen de verdad que se establece desde la higiene y la salud pública por llamarle de algún modo, determinó la consolidación entre otros dispositivos como la cárcel, el leprocomio y el hospital; la plaza de mercado. Sin embargo, este último se caracteriza por un doble agenciamiento pues si bien se puede plantear en términos de agrupación intencionada de unos oficios populares, también significaba el principio de abastecimiento de las ciudades y ante todo un espacio para localizar y organizar a pobres y campesinos.

Higiene, y mercados: nuevas localizaciones de lo urbano

El discurso de la higiene bien puede interpretarse como un discurso instituyente de acciones y por lo tanto garante del régimen de verdad con el cual se buscó el control sobre el cuerpo social. Michel Foucault (2005) afirma que los rituales del habla, las sociedades de discurso, los grupos doctrinales y las adecuaciones sociales, terminan definiendo los procedimientos de sumisión del discurso:

...la mayoría de las veces unos se vinculan con otros y constituyen especies de grandes edificios que aseguran la distribución de los sujetos que hablan en los diferentes tipos de discursos y las adecuaciones de los discursos a ciertas categorías de sujetos. (p. 45)

En la misma línea argumentativa -que se relaciona con los modos de entender este proceso histórico en conceptos como *la vi-*

gilancia olfativa en Alain Corbin¹-, la apuesta de Foucault permite entender cómo el andamiaje del poder se desarrollo gracias a la interrelación de instancias científicas y de orden político a través de las cuales se regularon las ciudades y sus pobladores. El espacio público sería en últimas el destino de esta serie de enunciaciones, teniendo en cuenta como lo afirma Estela Restrepo que desde Hipócrates se pensaba que había una íntima relación del medio geográfico y las enfermedades, lo que llevó a pensar en la organización sanitaria de las calles y sitios de concurrencia general que lograra transformar “la atmosfera corrompida por elementos contumaces provenientes de circunstancias climáticas o topográficas o de pantanos y aguas estancadas” (Restrepo, 2011).

El mercado se clasificó desde el siglo XVIII como uno de los espacios más fétidos e insanos de las ciudades, junto a la cárcel y después de múltiples entierros, la iglesia (Aries, 2000). Se determinó así, que era un escenario peligroso para la salud:

...los mercados, marquetería olfativa construida en lo profundo del corazón del Paris nauseabundo... Sus depósitos subterráneos exhalan una gama de olores a vegetales podridos. En la superficie los efluvios del pescado asaltan al que pasa. La impregnación de sus mostradores aviva el fantasioso deseo de su destrucción. (Boudon, citado por Corbin, 2002, p. 66)

Es desde esta serie de reacciones al fenómeno del mercado en las calles que se recu-

1 Hacia el siglo XVIII la necesidad de detectar los miasmas que transportan el contagio de las pestes y su putrefacción llevo a los científicos a traducir un sistema de síntomas en el aire buscando: “detectar los gases y aires irrespirables; de discernir y describir virus, miasmas y venenos entonces inasibles” (Corbin, 2002, p. 23).



re a la adecuación de espacios especializados para su función. Hacia 1750 en Francia se pondría en marcha la cuestión urbana, como se le denominó a la materialización del concepto funcional de “Ciudad – Maquina” que incitó a un manejo del “aseo topográfico” sumado al “aseo social” (Corbin, 2002), lo que desembocaba en un movimiento de higienización de las calles y los sitios de concurrencia. Françoise Boudon en su *La salubrite du Grenier del abondance a la fin du sciecle*, expone como parte de la adecuación de los espacios en clave de higiene que:

El pavimento alegra la mirada, hace la circulación más fácil, facilita lavar con mucho agua. Pero pavimentar es primero, aislar de la suciedad del suelo o de la putricidad de las capas acuáticas. En los bodegones vecinos de los mercados el embaldosado se hace indispensable. (Boudon, citado por Corbin, 2002, p. 106)

Esta serie de cambios estructurales se acompañaron de consignas y discursos que determinaban el orden de las prácticas. En Vigarello (2006) encontramos por ejemplo que para el siglo XIX en Francia ya se habían creado comisiones de médicos que se encargaban de regular y legislar sobre las prácticas y los lugares insalubres. Como se establece desde Foucault, se presenta una judicialización de las costumbres sustentadas en códigos que regían tanto el cuerpo de los sujetos como el cuerpo de sus ciudades. Volviendo a Vigarello, se encuentra que por ejemplo hacia 1810 un decreto permite clasificar los establecimientos peligrosos: los de primera categoría, los insalubres debían instalarse afuera de las ciudades, los de segunda categoría deben acatar un control sobre olores y emanaciones y los de tercera expedir autorización para su funcionamiento, de tal manera que dicho con-

sejo tiene la autoridad sanitaria de señalar y sancionar (p. 256).

La cárcel, el cementerio y el matadero, salieron de la ciudad, pero la plaza no. ¿Qué pasó? Finalmente había que admitir, que si bien el mercado aunque estructurado en la construcción de plaza imponía un foco posible de deterioro higiénico, también se entendía que no había otro órgano operativo de comercio en la ciudad. Su papel como escenario de abastecimiento y distribución en diferente escala le implicó seguir operando en la centralidad de las ciudades.

Entonces era necesario crearle al mercado paredes para aislarlo, organizarlo y normalizarlo en la metrópoli. La plaza de mercado muta su concepción incidental, espontánea de ocupación de la superficie para estructurarse y organizarse en edificios diseñados y equipados con el fin de contener este foco de infecciones y aglomeraciones humanas a través de arquitecturas en galería y construcciones fabriles. A partir de estas características se dio ese doble agenciamiento, primero se presentó como un problema de higiene que llevó a su contención, pero de otro lado seguía siendo necesidad alimentaria para la vida cotidiana de los ciudadanos modernos.

Para el caso de Colombia el movimiento de “depuración social” de los pobres, indigentes e insalubres marchó de la mano del discurso contagionista que se reforzó en el siglo XIX con la aparición y proliferación del Cólera en Europa y de allí la incertidumbre en el trópico, tanto en un país como en el otro. En naciones como Chile se implementaron códigos de vagos y ociosos, que pugnaban directamente sobre quienes representaban peligro para el colectivo (Falcon, 2005; Calvo & Saa, 2002; Porrúa & Araya; Joffré, 1999; Llano & Campuzano). Pobres, vagabundos, ociosos, penados y enfermos crónicos que





obligaban a reforzar las instituciones hospitalarias y de reclusión, al mismo tiempo que se implementaban códigos de protección del espacio público.

Sin embargo, se puede distinguir que a pesar de los controles y continuos intentos por homogeneizar las costumbres, fue infructuoso el proceso con comunidades originarias y el campesinado y artesanado colombiano, en este caso bogotano.

El Mercado: su definición y sus metáforas

El concepto común de mercado habla de un ambiente social donde se propician relaciones de intercambio en el que hay una constante interacción entre compradores y vendedores, en los cuales existen operaciones asociadas a la circulación de las mercancías y la relación de aumento o disminución de precios y valores. Según la Real Academia Española, es primero un sitio público destinado permanentemente, o en días señalados, para vender, comprar o permutar bienes o servicios; segundo es el conjunto de actividades realizadas libremente por los agentes económicos sin intervención del poder público; también es el Conjunto de operaciones comerciales que afectan a un determinado

sector de bienes; o la plaza o país de especial importancia o significación en un orden comercial cualquiera. Y finalmente tratando de ver su concepto desde el consumo, el diccionario lo define como un conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio, llegando a su definición formulaica como Estado y evolución de la oferta y la demanda en un sector económico dado (R.A.E, 2001).

Podría pensarse que la visión cultural en estas definiciones usadas y consultadas está sumergida en los pliegues de dichas concepciones o que definitivamente estos esfuerzos generalizantes se quedan cortos ante la necesidad de contemplar las tendencias interpretativas del mercado en sus especificidades más humanas con respecto a los análisis comerciales y financieros en la globalidad del mercado que hoy se observa y vive².

No obstante, el presente texto se circunscribe en el horizonte urbano del mercado, la escala esencial de las relaciones que constituyen su realidad, el micromercado: el comercio

² En la Geografía hay varios trabajos sobre la cuestión financiera, pero hay estudios que conciben el concepto de *Mercados emergentes* para hacer referencia a las fluctuaciones comerciales que se originan al margen de las economías globales de mercado y que a pesar de ser periféricos captan la atención de inversores de todo el mundo (Sidaway & Pryket, 2000, pp 187 – 210).



de la calle, del supermercado, la tienda hasta llegar a las grandes superficies y centros comerciales, la interacción social en la cual fluyen finalmente todas las tendencias globales y nacionales de las conductas económicas. La escenificación de acciones y repertorios que se pueden mirar desde lo cultural para mirar sus mecanismos de interacción.

Sociológicamente se ha establecido la discusión frente a la teoría económica. John Lie (1997), permite entender que este concepto/campo ha carecido posiblemente de una perspectiva interdisciplinaria para definir algunos fenómenos asociados al universo conceptual que puede implicar hablar del mismo. Así como la referencia al espacio como entorno dinamizador o sujeto transformador, establece posibilidades de estudio, o de la misma forma la memoria como camino y lugar experimenta sentidos múltiples, en la visión de la presente propuesta es importante desbordar al mercado más allá de la perspectiva económica y funcional con que se ha tomado en la mayoría de estudios que le enfocan, salvo los que se ubican en el campo del consumo (Ewen, 1991), que ya pertenecen al campo sociológico donde hay una apuesta sobre los elementos simbólicos que se ponen en juego en este conjunto de relaciones (sobre estos trabajos se hará referencia más adelante).

En este sentido es importante pensar el mercado como un conjunto de relaciones y artefactos en circulación permanente, a pesar que Lie al introducir su texto describe la ambigüedad del concepto y las concepciones que ha tenido para economistas como Smith, quien lo definía como el hueco central en el corazón de la economía (Lie, 1997, p. 342), o la versión sociológica en Friedman cuando aduce que la característica central de la técnica del mercado es la de lograr la

coordinación/ armonía de la simple economía de intercambio, lo que en resumen para Lie era el mercado neoclásico despojado de las relaciones sociales, instituciones o tecnologías y carente de elementales preocupaciones sociológicas como la energía, las normas y las redes.

Desde la historia, Fernand Braudel expone algunos rasgos de los mercados y comercios urbanos que representan la variedad de relaciones y la identificación de las ciudades con sus comercios, cuando propone que:

...los mercados urbanos hacen tangible, en todas partes esta función de movimiento. Un viajero podría decir de Esmirna en 1963, que “no era más que un bazar y una feria” pero toda ciudad, cualquier ciudad era ante todo un mercado. (Braudel, 1984, p. 438)

Una metáfora que bien podría matizar una caracterización de las calles bogotanas, las cuales representan toda clase de representaciones urbanas plasmadas en fachadas, vitrinas, letreros y situaciones cotidianas.

De la plaza mayor al tejido de plazas

Desde la escuela se ha enseñado que el grito de independencia se dio en un viernes de mercado en la plaza mayor. La tienda de Llorente, un negocio en la esquina de la plaza agenció un espacio estratégico para dramatizar una reyerta que sirvió de pretexto para llamar la atención de los campesinos. El pueblo está en la plaza y se enardece. Al pasar la independencia el pueblo seguía en la plaza, pero no era tan emocionante como antes, los cronistas bogotanos recogidos en la pluma de los historiadores de Bogotá expresaron todo el disgusto estético – social que la plaza y su mercado brindaba a la ciudad.



Cuenta Alfredo Iriarte para no ir tan lejos que las autoridades capitalinas sufrían con los problemas de salubridad de algunos lugares de concurrencia colectiva: el tradicional mercado del viernes en la plaza se había transformado en un verdadero desagravio al orden republicano que se pretendía instaurar. Como medidas cautelares la municipalidad ordenó el traslado del mercado a las plazas de San Francisco y San Agustín respectivamente para solucionar el problema pero “los tozudos mercaderes, luego de poco tiempo, retornaban a su sitio predilecto para ensuciarlo y envilecerlo como siempre” (Iriarte, 1989a, p. 71).

Posteriormente Juan Manuel Arrubla, comerciante y conocido constructor de poco aprecio entre las elites pero necesariamente buen socio y contratista del Estado acuerda hacia 1861 con la municipalidad la construcción de una plaza especializada para tales efectos³ (Iriarte, 1989a). En otro texto, este mismo autor menciona la influencia de los *Regatones* como “intermediarios que actuaban con francos propósitos especulativos” (Iriarte, 1988b, p. 54) surgidos desde los primeros intercambios en tiempos de la colonia, este sector de la población granjeo la enemistad de quienes vendían sus productos antes de llegar a la plaza y podían constatar que lo que habían dado por bajo precio los intermediarios o regatones lo ofertaban en usura. Iriarte describe una jornada tradicional en los siguientes términos:

3 La construcción finalizó en 1864 y fue nombrada Plaza de la Concepción. Hay que recordar que este ciudadano fue el mismo gestor de las conocidas y ya desaparecidas Galerías Arrubla, construidas hacia 1846, las cuales se caracterizaban por su innovación y altura (tres niveles) en la ciudad colonial. Una tipología arquitectónica que tomo fuerza y perfil lo que más adelante se denominaría como estilo de Galería en varias plazas de mercado que guardan dicha estructura como la de Girardot - Cundinamarca (1948) y las de la Alameda y Siloe (1950) en Cali - Valle. Esta última salvada por su comunidad como patrimonio.

... el día de mercado en Santafé, el primer acto era la misa y luego empezaba el vértigo de las transacciones, compraventas y negocios de toda índole. Lógicamente el día de mercado era la jornada esplendida de las chicherías, cuyas ventas se multiplicaban hasta lo inverosímil con toda su fatal secuencia de riñas y atentados contra la seguridad y la salubridad de la urbe. (Iriarte 1988b, p. 54)

Discursos como los citados contribuyeron a estigmatizar y determinar la importancia de constituir formas de separación de unos grupos y de mantener un orden. Con el crecimiento de la ciudad y los nuevos barrios, el mercado campesino se traslada y transforma su periodicidad. Del concepto originario de día semanal de mercado se pasó al ritmo diario, debilitando la circulación del campesinado en función de las distancias y los medios, pues era más sencillo bajar al pueblo una vez a la semana que permanecer allí todos los días. Es posible que la presión de las medidas cautelares del Estado y la influencia de las Elites que tienen sus apuestas en el maquinismo ferroviario y el diseño de imponentes bodegas, transformara la geografía humana de las plazas de mercado.

Por otro lado, como propone Mario Barbosa (2005) el principio de siglo se caracterizó por la materialización de las intenciones de la élite sobre el control de lo popular y sus espacios:

Estas primeras décadas del siglo se caracterizaron por campañas moralizadoras impulsadas por la élite, bajo la influencia de las teorías social-darwinistas que, entre otros postulados, aceptaban la “inferioridad de la raza hispanoamericana”, en particular de los sectores pobres de estas sociedades. (p. 28)



Estas consignas determinaron lugares específicos alejados del centro y de las zonas residenciales para situar las plazas de mercado y el comercio circundante, como la plaza/Galería de las cruces (1928) o la plaza España, antigua plaza de maderas originada con la llegada del ferrocarril de la Sabana y desmembrada hacia los años 60 y 70 del siglo pasado, para reforzar a Corabastos y Paloquemao como los nuevos centros de abastos de Bogotá.

A modo de cierre: anclajes, memorias y compromisos

El punto de partida de varios estudios sobre esta cuestión apuntan a la globalización y la transnacionalización y sus consecuencias en los mercados internos de los países del tercer mundo, economías urbanas y territorialidades signadas por el mercado y lo masivo como horizonte donde se solapan la pobreza y el conflicto social (Roccietti, 2000; Lyons & Snoxell, 2005a y 2005b; Mooya & Cloete, 2007). Al interior de las dinámicas del mercado, las caracterizaciones de quienes interactúan y cómo configuran sus espacialidades tiene un importante acercamiento en trabajos que buscan entender las redes formadas en los mercados urbanos, intercambios y formas de sociabilidad (Spillman, 1999; Besnier, 2004), las que van desde las relaciones con una neo-ruralidad hasta la apropiación de un sistema - ciudad contemporáneo, así como la generación de nuevos tipos de relación en los espacios ocupados (Lins, 1999; Watson, 2009). Además de estas tendencias interpretativas, se ubican los acercamientos en el horizonte de la comunicación, la estética y sus intercambios simbólicos:

La comercialización y la producción no están separadas, sino bien cerca la de una de la otra. Y en esta economía (popular) las relaciones familiares son fundamentales y se hacen visibles directamente en el puesto mismo de trabajo: el vendedor no es el individuo sino la familia entera, el marido, la esposa y los hijos son los que cargan los productos, los organizan, los publicitan los reponen y venden. En el supermercado la relación constitutiva es otra, la inversa: un solo dueño –invisible- y todos los demás trabajadores asalariados. (Barbero, 1981, p. 3)

Barbero crítica el descuido intencional y totalizante de lo transnacional sobre la calidad de esta serie de relaciones que implican formación de identidades y comportamientos frente a lo urbano. Otra perspectiva interesante aterrizada sobre la imagen, se encuentra en la estética del consumo y la masificación en los mercados urbanos donde hay una mirada sobre la configuración de la marca y las implicaciones que tiene sobre la arquitectura y la organización del espacio metropolitano (Julier, 2005), articulando tanto los códigos de los intercambios entre actores como la imagen y la marca que agrupan y estructuran la materialidad de la calle y otros lugares.

Por último, pero no menos importante está la apuesta desde lo visual en la cultura material que expone Juan Sanín (2008a, 2008b), donde nos pone en contacto directo con los sistemas de objetos que teóricamente ha trabajado Baudrillard y nos propone para este caso, la necesidad de trabajar con la marca como imagen del consumo de una serie de objetos que están en el repertorio de los mercados populares y sobre cuyos intercambios ocurren relaciones que van desde la movilidad hasta la configuración de territorios.



La contribución de esta propuesta puede insertarse en el debate de la presencia de códigos y transferencias culturales, que permiten el fortalecimiento de un tejido social inmerso en las relaciones del mercado urbano y por lo tanto generador de espacios sociales que dinamizan su posicionamiento frente a las economías de gran escala, fruto de los procesos de inversión que trajo la globalización y la transnacionalización de la economía.

No se trata de tomar posturas antiestatales o paternalistas hacia manifestaciones que se han reducido al concepto de lo popular, lo subterráneo, lo informal, lo pobre/marginal, etc. Lo que se pretende dimensionar de forma interdisciplinaria son:

Las políticas públicas sobre los mercados informales, es decir, las regulaciones de las plazas y las medidas que se toman alrededor del control de precios entre las instituciones decisorias/dominantes y los acuerdos de las agremiaciones que se ven representadas en plazas y comercios callejeros.

El planteamiento expuesto expresa en buena parte los conflictos cotidianos de los comercios informales y las luchas por el espacio. Son otras violencias y otros escenarios donde la memoria tiene mucho por decir, desde la presencia de la herencia técnica que se plasma en los intercambios del comercio, hasta las tecnologías que entran en juego desde legitimidades estatales y posiciones de consumo, conviviendo con formas simbólicas que niegan los intercambios simplemente económicos asumiendo otras transferencias simbólicas.

En Colombia - Bogotá los escenarios de exclusión están situados fuera de la ciudad. La Penitenciaría Central del Estado de

Cundinamarca conocida como el Panóptico de Bogotá (Hoy Museo Nacional), se ubicó a las afueras de la ciudad sobre los terrenos que generosamente donaría la comunidad de San Diego para su construcción y que hacia 1872 con los planos de Tomas Reed sería la primera penitenciaría de Latinoamérica. El Cementerio Central de 1825 con planos del coronel Esquiaqui hacia el occidente de la ciudad, y la Plaza de mercado de la Concepción que se estructuró para retirar a los campesinos de la plaza de Bolívar⁴.

Con el crecimiento de la ciudad se incentivó la dispersión de las plazas de mercado, la especialización de las plazas centrales en oficios artesanales, el rol de las plazas satelitales como abastecedoras de productos agrícolas y el fortalecimiento con la llegada del ferrocarril de la Plaza de Maderas (conocida como Plaza España).

Finalmente la ampliación de otros medios de transporte, el deterioro del centro de la ciudad por causa de la violencia y los cambios habitacionales de la elite, junto al surgimiento de los barrios obreros, hizo necesaria la desactivación de lugares como el Matadero Distrital, el propio Panóptico que vería a los reos desplazarse a la nueva y lejana cárcel de la Picota hacia 1947 y la creación posterior de las centrales de abastos más grandes del siglo XX: Abastos y Paloquemao.

¿Podríamos finalmente pensar que la planeación naturalizó los discursos de aislamiento? Desde un principio; el deseo de organizar las ciudades, sus servicios, sus redes hospitalarias y de presidio, estuvo de

4 Hasta 1910, funcionaron en la Plaza de Bolívar las galerías Arrubla que fueron lo más parecido a los "San Andresitos" de hoy y no eran precisamente ejemplos de salubridad. Incendiadas, con su destrucción dieron paso al desplazamiento de las funciones comerciales a los barrios vecinos, fortaleciendo las operaciones de los pasajes de los cuales el pasaje Rivas aun subsiste.



la mano con subalternizar espacialmente al pobre, al campesino y al obrero alejándolos de los escenarios de poder político, encerrándolos en sus propias operaciones, pero a su vez usufructuando de su trabajo para el sostenimiento de todo el sistema social.

Fue el mercado históricamente un hervidero de ideas transformadoras, desde el medioevo hasta nuestro romántico siglo XIX,

pero como en muchas –sino en todas– las revoluciones el pueblo orchestra, pero no dirige. Quien decide organizar, determina a quien aísla y como lo aísla. Las leyes de higiene hoy son códigos y políticas de salud pública, la judicialización del otro distinto pasó de ser norma a ser una regla y los espacios se sirven de agenciar la ilusión del control y la realidad del caos.



Bibliografía

- Araya, A. (1999). Ociosos, vagabundos y malentrenidos en Chile colonial. Santiago: Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, Centro de Investigaciones.
- Aries, P. (2000). *Morir en Occidente. Desde la Edad Media hasta la actualidad*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editorial.
- Besnier, N. (2004). Cosumption and cosmopolitanism: practicing modernity at the second-hand market place in Nukui Alufa Tonga. *Anthropological Quarterly*, 77 (1), 7-45
- Calvo, I. & Granados, S. (2002). *La ciudad en cuarentena. Chicha: patología social y profilaxis*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Castiblanco, A. (2009). Ciudad y Memoria: los monumentos y la cultura popular de la Bogotá de fines del siglo XIX y principios del XX. *Revista Colombiana de Educación*, 57, 46 – 74.
- Corbin, A. (2002). *El perfume o el miasma. El olfato y lo imaginario social, siglos XVIII y XIX*. México: FCE.
- Diskin, M. & Scott, C. (1990). *Mercados de Oaxaca*. México: Instituto Nacional Indigenista, Colección presencias.
- Ewen, S. (1991). *Todas las imágenes del consumismo*. México: Grijalbo.
- Falcón, R. (Coord.) (2005). *Culturas de pobreza y resistencia. Estudios de marginados, proscritos y descontentos. México, 1804-1910*. México: El Colegio de México, Universidad de Querétaro.
- Foucault, M. (2005). *El orden del Discurso*. Barcelona: Tusquets.
- Iriarte, A. (1989a). Fundación Misión Colombia. *Historia de Bogotá Tomo I Siglo XIX*. Bogotá: Salvat – Villegas Editores.
- Iriarte, A. (1989b). Fundación Misión Colombia. *Breve historia de Bogotá*. Bogotá: Editorial Oveja Negra.
- Julier, G. (2005). Urban Designscapes and the Production of Aesthetic Consent. *Urban Studies*, 42 (5-6), 869-887.
- Lie, J. (1997). Sociology of Markets. *Annual Reviews of Sociology*, 23, 341 -370.
- Llano, M. & Campuzano, M. (1994). *La Chicha, una bebida fermentada a través de la historia*. Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología, CEREC, Colcultura.
- Lyons, M. & Snoxell, S. (2005a). Creating Urban Social Capital: Some Evidence from Informal Traders in Nairobi. *Urban Studies*, 42 (7), 1077-1097.
- Lyons, M. & Snoxell, S. (2005b). Sustainable Urban Livelihoods and Marketplace Social Capital: Crisis and Strategy in Petty Trade. *Urban Studies*, 42 (8), 1301-1320.
- Martín-Barbero, J. (1981). Prácticas de comunicación en la cultura popular: mercados, plazas, cementerios y lugares de ocio. En M. Simpson (Comp.), *Comunicación alternativa y cambio social*. México: UNAM.
- Merton, R. (1995). *Teoría y estructura sociales*. México: F.C.E.
- Mooya, M. & Cloete, C. (2007). Informal Urban Property Markets and Poverty Alleviation: A Conceptual Framework. *Urban Studies*, 44 (1), 147-165.
- Ramón, J. (1999). *La muralla y los callejones. Intervención urbana y proyecto político en Lima durante la segunda mitad del siglo XIX*. Lima: Sidea, PromPerú.
- Richardson, M. (1982). Being – in – the market Versus Being – in – the plaza: Material Culture and the construction of social reality in Spanish América. *American Ethnologist*, 9 (2), 421-436.
- Riocchetti, A.M. (2000). La cultura como verdad: pobreza latinoamericana. *Nómadas*, 12, 38 -49.
- Restrepo, E. (2011). *Notas sobre el discurso del anticontagionismo*. Bogotá: Centro de Estudios Social de la Universidad Nacional de Colombia, Paper.
- Sanín, J. (2008a). *Estéticas del consumo: configuraciones de la cultura material*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Sanín, J. (2008b). Hogar en tránsito: Apropiações domesticas de la vivienda de interés social (vis) y reconfiguraciones del sentido del hogar. *Antípoda*, 7, 31 – 62.
- Sidaway, D. & Pryket, M. (2000). The Strange geographies of emerging markets. *Transactions of the institute of british geographers, New Series*, 25 (2), 187-210.
- Spillman, L. (1999). Enriching Exchange: Cultural dimensions of Markets. *American Journal of Economics and Sociology*, 58 (4), 1047 – 1071.
- Vignarello, G. (2006). *Lo sano y lo malsano, historia de las prácticas de la salud desde la edad media hasta nuestros días*. Madrid: Abada Editores. Lecturas de Historia.

