



MERCADOS TRADICIONALES ENTRE EL IMAGINARIO COLECTIVO Y LAS DINÁMICAS URBANAS CONTEMPORÁNEAS

INTEGRANTES DEL EQUIPO

Nombre	Cargo	Adscripción	colaboración
Dr. Mauricio Velasco Ávalos	Profesor de Tiempo Completo	Departamento de Arquitectura División de Arquitectura, Arte y Diseño (DAAD) Universidad de Guanajuato (UG)	Responsable
Linda Artunduaga Morales	Estudiante	Arquitectura Fundación Universitaria de Popayán, Colombia	Participante
Pablo Stiven Rodríguez Aroca	Estudiante	Arquitectura Fundación Universitaria de Popayán, Colombia	Participante

DESCRIPCIÓN GENERAL

Los mercados tradicionales se cuentan entre los espacios públicos en los que las sociedades se representan mejor. En las ciudades con zonas históricas bien identificadas los mercados suelen extender sus áreas de influencia con diferentes alcances, ignorando las delimitaciones estrictas e imponiendo ritmos de uso y aprovechamiento que escapan a las intenciones que acompañan a las intenciones oficiales. En términos de construcción de imagen, su importancia puede llegar hasta la periferia urbana, a través de su representación como lugar de intercambio comercial y de aprovisionamiento; en términos prácticos y funcionales ocasionan en el entorno inmediato una continuidad de actividad comercial que puede extenderse a calles y plazas aledañas, por una lógica de economía de proximidad, impactando en otros modos de entender la economía y el patrimonio cultural edificado.

PERFIL DEL EQUIPO DE TRABAJO

Se compone de un grupo de investigadores especialistas en temas urbanos, desde diversas perspectivas (patrimonio cultural, dinámicas económicas, arquitectura vernácula, dinámicas sociales), ello permitirá contrastar el modo de abordar el fenómeno y contribuirá a enriquecer el trabajo en cada aspecto. Se incluye también a una estudiante que participará principalmente como apoyo y que será formada en la investigación simultáneamente.



OBJETIVOS POR EJE

Investigación

Objetivo general

- El objetivo principal de esta investigación es la comprobación de que el mercado tradicional, entendido como un fenómeno complejo, al convertirse en un agente divergente de las políticas públicas y de la iniciativa privada sobre el sitio histórico, es al mismo tiempo una oportunidad para la conservación del patrimonio cultural local y un espejo de las transformaciones urbanas, lo que establece una disputa entre estas dos tendencias coexistentes.

Objetivos específicos

- Explicar la relación entre la construcción de la imagen del mercado del casco histórico como centro urbano y su delimitación física, bajo la consideración de que las delimitaciones formales de las zonas históricas pocas veces incluyen como criterios las dinámicas económicas y las actividades cotidianas, que son esencia de los mercados, y que permiten la vida a estos espacios públicos constituyendo además un indicador puntual de la mutación de los hábitos en las ciudades.
- Explicar la relación entre las funciones del mercado tradicional y las otras funciones urbanas (considerando función en términos contemporáneos como el resultado de las interrelaciones entre las actividades económicas, los imaginarios, las políticas y los reglamentos), a partir de la premisa de que el mercado es una construcción social muy dinámica y por lo mismo casi inasible, cuya influencia sobrepasa determinaciones oficiales.

Educación

En concordancia con los objetivos de los Veranos de Investigación, en relación con el cultivo de las vocaciones científicas, el proyecto se plantea como objetivo permitir que los estudiantes realicen un trabajo completo, sintético, de investigación, colaborando con el profesor en el cumplimiento de objetivos de un proyecto general, a fin de que se introduzcan en los procesos intelectuales y prácticos de investigación para estimular la disposición hacia el trabajo científico.

Comunicación y vinculación del conocimiento

Como objetivos en relación con la comunicación y la vinculación con el conocimiento se plantea, principalmente, ayudar a los estudiantes comprometidos directamente a alcanzar un estado mental propenso a la adquisición metódica del conocimiento. Mediante la práctica ordenada de un proceso de investigación se ejercitarán las habilidades de comunicación efectiva de las ideas, que permitirán al estudiante superar barreras en este rubro. Mediante la



práctica del trabajo en equipo y en la exposición de sus conocimientos y sus hallazgos discutirán científicamente con otros especialistas sobre el mismo tema u otros problemas desde otras disciplinas.

RESULTADOS ALCANZADOS O PRODUCTOS REALIZADOS

Educación

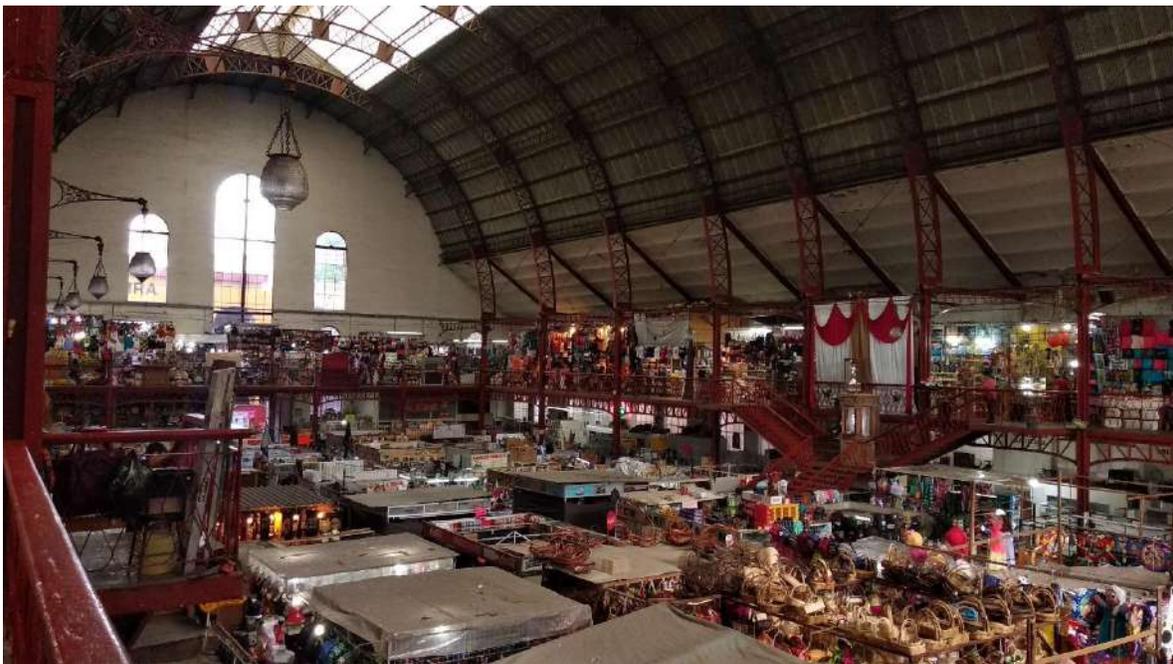
El proyecto permitió el desarrollo de la vocación científica, en concordancia con los objetivos de los Veranos de Investigación, abordando una comunidad en su espacio tradicional, logrando un trabajo sintético que pone en conocimiento de las dinámicas actuales de los Mercados Hidalgo y Embajadoras, siendo este trabajo la muestra del proceso científico que desde una metodología principalmente cualitativa logró a través de entrevistas, indagación, observación directa, registros cartográficos y fotográficos, realizar la lectura de su estado actual.

Investigación

Se comprobó que el mercado tradicional, entendido como un fenómeno complejo, actualmente funciona en torno al turismo, siendo las políticas públicas agentes importantes en la transformación de estos centros de intercambio comercial, cultural y social. El patrimonio se ve permeado por las dinámicas actuales coexistentes que según esta investigación, atomizan el mercado tradicional en otras plazas como El Baratillo, transformando los mercados Hidalgo y Embajadoras en pro del turista y no del local, de las mercancías genéricas y no tradicionales, perdiendo así su esencia popular.



Mercado Hidalgo



Mercado Hidalgo / Turístico

Los exteriores, es decir su entorno inmediato presentan el desbordamiento del Mercado, siendo el espacio público un lugar de comercio informal en torno al equipamiento. Entre tanto el interior responde a la venta de artesanías y productos para el turismo, algunos puestos de frutas y verduras, acompañados de puntos gastronómicos.



Mercado Embajadoras sobre vía pública

Por su parte Embajadoras nació como un “Tianguí” y se resiste a funcionar de otra manera, el mercado se desborda sobre la vía peatonal, el equipamiento se encuentra vacío y el flujo es poco entre semana, activándose por completo el día domingo cuando nuevamente un comercio de tiendas en el exterior re aparece para dar vida a esta zona.



Mercado Embajadoras sobre plaza exterior y vía pública (tipo Tianguis)



Mercado Embajadoras día domingo



La ausencia de estacionamiento propio y las políticas de movilidad que prohíben estacionarse en las inmediaciones del equipamiento, dificultan el acceso de los posibles clientes alterando el flujo económico del sector.

“La Presidencia Municipal de Guanajuato implementó un operativo especial en el exterior del Mercado Embajadoras para mantener en orden el comercio ambulante de la zona y asegurar que la circulación vehicular se mantenga fluida” Ayuntamiento Guanajuato Capital, 2008. “Pone en orden Mercado Embajadoras”



Mercado Embajadoras

Sector con amplia fluidez vial por la existencia de una glorieta entre el Mercado Embajadoras y el Jardín. Es un punto clave porque ahí confluyen varias vías importantes de la ciudad. La ausencia de estacionamiento y la necesidad de fluidez vial hacen difícil el acceso al Mercado.

Comunicación

Como objetivo el ejercicio metódico para el desarrollo del proyecto se cumplió gracias a la práctica ordenada en el proceso de investigación, donde cada investigador se enfocó en un objetivo específico que posteriormente compartió y discutió en grupo, dando un resultado interdisciplinar, gracias a la presencia de apoyos de otras profesiones como la arqueología y la antropología. Se transmite entonces en este informe de forma resumida los resultados discutidos que generan conclusiones como:



1. No existe un mercado tradicional para la población propia de Guanajuato ya que ambos mercados ofrecen un comercio genérico, turístico, global dejando de lado la esencia propia de un mercado tradicional que es el abastecimiento de los alimentos para la población.
2. Las políticas públicas influyen en el desarrollo, transformación o estancamiento de la economía en los mercados.
3. El exceso de función turística alteró las dinámicas tradicionales de los mercados.