

Publicación anticipada

Este texto ha sido aceptado para publicación en la Revista *Designia* de la Universidad de Boyacá, ya que completó el proceso de revisión de calidad y evaluación por pares; pero se encuentra preparación editorial, en corrección de estilo y diagramación. Por lo tanto, se encontrarán diferencias entre esta versión y la publicación final. Esta versión está disponible al público, se puede leer y descargar, pero se recomienda hacer referencia al pdf final para propósitos de citación.

Early view

This text has been accepted for publication in the Revista *Designia* of the University of Boyacá, since it completed the process of quality review and peer evaluation; but editorial preparation is found, in style correction and layout. Therefore, there will be differences between this version and the final publication. This version is publicly available, readable and downloadable, but it is recommended to reference the final pdf for citation purposes.

Valores patrimoniales y gastronomía en la plaza de mercado Leopoldo Rother, Girardot

Recibido: 22 de enero de 2024

Aceptado: 30 de abril de 2024

Silvana Serrano Galán

Administradora de empresas de la Universidad de Cundinamarca (2015)
Administradora Turística y Hotelera de la Universidad Piloto (2018) y Docente del programa Administración Turística y Hotelera de la Universidad Piloto de Colombia

Seccional del Alto Magdalena. Especialista en Gestión del Patrimonio Cultural
Universidad de Boyacá (2023).

silvanaserrano69@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-9561-1223>

Nidian Giovanna Alvarado Reyes

Administradora Turística y Hotelera y Magíster en Patrimonio Cultural de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Docente de la Universidad de Boyacá en la Especialización de Gestión del Patrimonio Cultural. Investigadora del Grupo PAME Patrimonio y Memoria de la Universidad de Boyacá. Coordinadora de proyectos en la Fundación Región Museo.

ngalvarado@uniboyaca.edu.co

<https://orcid.org/0000-0003-1065-1141>

Resumen

Este artículo analiza los valores patrimoniales que, en torno a la gastronomía, reúne la plaza de mercado Leopoldo Rother del municipio de Girardot en Cundinamarca, Colombia. Desde una mirada del patrimonio cultural inmaterial se entiende que las plazas de mercado, además de la diversidad de valores identitarios, guardan relaciones de intercambio como centros de diálogo y transmisión cultural. A partir de una investigación cualitativa realizada en el primer semestre de 2023, se hizo una revisión de fuentes históricas y posteriormente se aplicaron entrevistas a los actores de la plaza de mercado. Dentro de los resultados más significativos se encuentra que la gastronomía en la Plaza es percibida como un vehículo que permite la transmisión de memorias, prácticas, saberes y riquezas culturales importantes para la identidad de las comunidades que allí convergen. Estos valores patrimoniales de significado, de tradición y sociales atesorados en la Plaza, bien merecen ser salvaguardados y puestos en conocimiento de la comunidad sobre todo en clave de patrimonio cultural inmaterial debido a que esta no conoce a

profundidad el concepto de patrimonio o identidad, ni entiende la importancia de sus prácticas para construir la identidad de Girardot. La investigación es además una herramienta de difusión para ejercer prácticas de gestión que permitan fortalecer la apropiación social de la comunidad de la plaza con sus prácticas y saberes gastronómicos.

Palabras clave

Patrimonios culturales, gastronomía, valoración patrimonial, plazas de mercado, identidad, Girardot.

HERITAGE VALUES AND GASTRONOMY IN THE LEOPOLDO ROTHER MARKET SQUARE, GIRARDOT

Abstract

This article analyzes the heritage values that, around gastronomy, the Leopoldo Rother market square in the municipality of Girardot in Cundinamarca, Colombia brings together. From a perspective of intangible cultural heritage, it is understood that market squares, in addition to the diversity of identity values, maintain exchange relationships as centers of dialogue and cultural transmission. Based on a qualitative investigation carried out in the first half of 2023, a review of historical sources was carried out and interviews were subsequently applied to the actors in the marketplace. Among the most significant results is that gastronomy in the Plaza is perceived as a vehicle that allows the transmission of memories, practices, knowledge and cultural riches important for the identity of the communities that converge there. These heritage values of meaning, tradition and social treasured in the Plaza, well deserve to be safeguarded and made known to the community, especially in terms of intangible cultural heritage because it does not know in depth the concept of heritage or identity, nor understands the importance of their practices

in building Girardot's identity. Research is also a dissemination tool to exercise management practices that strengthen the social appropriation of the community of the square with its gastronomic practices and knowledge.

Keywords

Cultural heritage, gastronomy, heritage valuation, market squares, identity, Girardot.

Introducción

Girardot es un municipio ubicado en el departamento de Cundinamarca, Colombia y es uno de los territorios más importantes de la provincia del Alto Magdalena, debido a su reconocida actividad turística y ubicación geográfica que favorece un clima cálido. Además de la cercanía al río Magdalena, uno de los principales afluentes hídricos del país, y a ciudades capitales como Bogotá D.C, Ibagué y Neiva (Benavides, 2020). Girardot cuenta con un vasto acervo cultural que nace de su historia férrea y fluvial, manifestada hoy en día en numerosos bienes tangibles como el monumento al Boga, La Trilladora y el barco del capitán Rozo, ubicados a orillas del río, o la locomotora, la estación y las bodegas del tren ubicados en el centro de la ciudad (Serrano y Niño, 2023). Así mismo es rico en herencias patrimoniales intangibles, que van desde una variedad de conocimientos y saberes de la cocina tradicional como la receta de “la Viuda del Magdalena”, hasta la elaboración de artesanías con totumo que hace parte de los oficios más representativos de esta región del país (Bernal, 2015).

Girardot está ubicada a 134 kms del suroeste de Bogotá, que limita con municipios como Flandes, Coello, Melgar y Nilo, tal como muestra el siguiente mapa:

Figura 1.

Mapa de la ciudad de Girardot



Fuente: Google maps (2023)

La fundación de Girardot está enmarcada por dos variables importantes: la actividad fluvial, pues el municipio se fundó y desarrolló a orillas del río Magdalena y la actividad férrea, que giró en torno a la historia de Ferrocarriles de Cundinamarca, permitiendo que el municipio fuera el epicentro de un auge comercial, turístico y político reconocido como la “época dorada”, entre los años cincuenta y noventa (Serrano y Niño, 2023).

Asimismo, en el municipio de Girardot, también conocido como la ciudad de las Acacias, se encuentra la plaza de mercado Leopoldo Rother, nombrada así por su ingeniero constructor, y situada en el Parque Santander, espacio urbano fundador del municipio (Hernández y Mendoza, 2022). La plaza fue declarada como Bien de Interés Cultural mediante resolución 1932 del año 1993, debido a los valores estéticos, simbólicos e históricos que comprenden su construcción, su esbeltez y su innovadora arquitectura (Murcia, 2022). Actualmente se encuentran en estudio diferentes proyectos para dar respuesta a un Plan Especial de Manejo y Protección P.E.M.P aprobado por la resolución 1743 del 15 de septiembre de 2020 (Pautt, 2020). Lo que permite inferir el carácter patrimonial de ese espacio y de las prácticas culturales que resguarda en su interior.

Este artículo indaga por las prácticas culturales que tienen lugar en la Plaza de mercado Leopoldo Rother de Girardot, específicamente en lo que tiene que ver con la gastronomía. La gastronomía se reconoce como parte del patrimonio cultural (Mejía et al., 2013), esté a su vez y principalmente a partir del siglo XX, ha sido concebido como una construcción social (Prats, 1998; Ochoa et al., 2019) alejándose del mero concepto de monumento, arte o arquitectura (Peñalba, 2005; Galván, 2009, Villasante, 2019). Adicionalmente, al patrimonio cultural se le han atribuido una serie de valores que se transforman de acuerdo a los usos que la gente le da, frente a ello, Pérez y Díaz-Andreu (2021), asumen que tales valores han evolucionado y han sido transformados con el paso del tiempo pasando de “posiciones epistémicas más estáticas a otras más dinámicas” (p.1). En este estudio se comparte esta posición, aplicando los resultados de la investigación de Pérez y Díaz-Andreu (2021) en el ejercicio.

El patrimonio cultural se transforma en el tiempo no solo por la acción que sobre este ejercen elementos físicos, químicos y biológicos, sino también, y a veces más rápida y radicalmente, por transformaciones sociales y culturales que hacen que ese bien patrimonial pierda o adquiera nuevos valores, o bien se le otorgan nuevos significados y usos (Mejía et al., 2014, p. 57)

En el caso de la gastronomía, esta tiene un lugar relevante en la cultura de las sociedades, ya que no solamente es entendida como el arte de comer, sino que involucra la relación del ser humano con sus formas de alimentarse y el medio en el que dicha relación tiene lugar (Mejía et al., 2013). A la gastronomía como una forma intangible de la cultura suelen atribuírsele valores desde lo simbólico, esto quiere decir, aquellos que son atribuidos por las personas más desde lo que significa para su comunidad (Ballart, 2018). Así, la gastronomía no puede comprenderse solamente como un “conjunto de alimentos o platos típicos de una localidad, sino que se abarca un concepto mucho más amplio que incluye las costumbres

alimentarias, las tradiciones, los procesos, las personas y los estilos de vida que se definen alrededor de la misma” (Di Clemente et al., 2014, p.819).

De esa manera, el concepto de gastronomía permite un acercamiento a las formas de identidad creadas y delimitadas por los grupos sociales. Desde donde se piensan las estructuras sociales como fronteras que definen a ciertos actores en situaciones y contextos determinados (Giménez, 2016).

La plaza de mercado Leopoldo Rother posee características de lo que Bravo (2022) reconoce como un “escenario de expresión y conservación para diversas expresiones del folklore y el patrimonio cultural, a partir de la configuración o reconfiguración de identidades” (p.2). Este espacio configurado a partir de las identidades y las relaciones entre diversos sujetos, se convierte en un contenido y contenedor de significados culturales donde tienen lugar numerosos elementos de valor patrimonial. A pesar de ello, dichos significados no han sido identificados, gestionados y difundidos a la comunidad girardoteña ni a los trabajadores locales.

En ese sentido, este estudio resulta pertinente para establecer los valores culturales atribuidos a la plaza de mercado desde la gastronomía que allí tiene lugar, también es importante porque estos valores merecen ser difundidos para lograr una apropiación y salvaguarda de los mismos.

Para dar cumplimiento al objetivo establecido se adelantó una metodología cualitativa bajo técnicas etnográficas, enfatizando en la importancia de la participación de la comunidad, y las prácticas culturales, para entenderlas e interpretarlas en clave del patrimonio. Así mismo la investigación se dio en dos fases: primero, el conocimiento de la historia de la plaza de mercado Leopoldo Rother. Segundo, una caracterización de los valores atribuidos por vendedores y visitantes de la plaza haciendo énfasis en sus lógicas culturales. Los pasos seguidos por la investigación fueron:

- Análisis documental, el cual se realizó entre enero y febrero del año 2023, y se enfocó en aspectos como el comercio, la gastronomía, la tradición e historia de la plaza de mercado Leopoldo Rother
- Visita de observación etnográfica que se realizó en tres horarios diferentes del mes de mayo, que incluyeron toma fotografías, conversaciones con la gente para reconocer los principales aspectos culturales de la plaza.
- Entrevistas semiestructuradas que se realizaron a veinte vendedores, cocineros de restaurantes y puestos de comida de la plaza, y a turistas, estas fueron grabadas y transcritas. Para su realización se diseñó un cuestionario semiestructurado con diez preguntas abiertas acerca de: identidad, platos preparados (sus técnicas, ingredientes y materiales usados para la preparación), y percepciones sobre la plaza.

Leopoldo Rother, una plaza de mercado con historia y arquitectura

La historia de la plaza de mercado Leopoldo Rother inicia en el año 1913, en el entonces llamado Parque de la Constitución, ubicado a orillas del río Magdalena, y espacio fundador de la ciudad de Girardot. En ese año se construyó una primera edificación, a solicitud de los girardoteños, que requerían un lugar para compra de víveres en un sitio central de la ciudad. Para el 13 de septiembre de 1945¹, luego de un incendio en el pabellón de carnes, la plaza fue totalmente destruida, requiriendo la construcción de la actual y reconocida plaza para la cual se contó con una inversión de \$800.000.00 y de \$100.000.00 para el auxilio a damnificados por

¹ LEY 57 DE 1945 (diciembre 20). Por la cual se autoriza al Gobierno Nacional para la construcción de la plaza de mercado de Girardot y se auxilia a los damnificados por el incendio ocurrido en dicho municipio.

el incendio (Niño, 1953). Esta nueva edificación fue diseñada por el ingeniero alemán Leopoldo Rother², en 1946.

Las obras de Rother son reconocidas a nivel nacional por su esbeltez, elegancia, audacia, carácter tectónico, antropomorfismo, funcionalismo, economía, entre otras características, y la plaza de Girardot no es la excepción, la cual es reconocida por su carácter funcional que responde a los requerimientos de climatización, permitiendo el paso del aire a su interior.

El edificio está ubicado cerca del río Magdalena y consiste en una estructura de concreto, ligera y recursiva; no tiene muros de cierre y así aprovecha las brisas y logra una frescura que sorprende al entrar al edificio, después del sofocante calor del exterior. Su planta es un cuadrado con cuatro grandes escaleras en cada uno de los vértices, que ascienden al segundo nivel; éste presenta vacíos hacia el piso principal, lo que integra los espacios y los airean e iluminan (Niño, 1950, p.1).

La plaza contaba con múltiples servicios de incineración, bodegas, pabellón de carnes, matadero y alumbrado. En aspectos arquitectónicos la plaza de mercado fue una construcción sumamente novedosa para la época, en la que el ingeniero Rother, en medio de incontrolables altercados, sorprendió con técnicas y materiales que no se habían usado hasta el momento en el país.

La novedosa utilización de membranas de concreto interesaba mucho en aquellos años a los arquitectos del país; los cálculos de este tipo de formas

² “Leopoldo Friedrich Rother nació en Breslau, Alemania, en 1894; estudió arquitectura en esa ciudad y luego en Charlottenburg donde se graduó en 1925. El primer trabajo encargado a Leopoldo Rother en Colombia fue la elaboración del Plan Maestro de la nueva Ciudad Universitaria, que se iba a construir en Bogotá de acuerdo con los lineamientos propuestos por otro alemán. Las obras más conocidas de Rother datan del período comprendido entre 1938 y 1945. Ellos son las porterías, las casas para profesores, las facultades de Ingeniería y Química –en las que también trabajó el arquitecto italiano Bruno Violi–, el Laboratorio de Ensayo de Materiales, el Laboratorio Químico Nacional y la Imprenta” (Hans, 1984, p. 1).

se realizaban de modo experimental e intuitivo, y pronto se constituyó en un elemento generalizado del lenguaje racionalista y moderno (Niño, 1950, p.1)

Figura 2

Interior de la plaza de mercado Leopoldo Rother



Fuente: Revista credencial (2018)

La nueva plaza dio servicio al público el 28 de diciembre de 1952, sin que las obras de construcción se hubiesen terminado. Ya para el año 1953, se terminan las obras y la plaza contaba con puestos de comida, entre graneros, locales comerciales, puestos de bizcochos, de verduras, de frutas, de masas, de cacharros, de panes, de plátanos, entre otros.

Tabla 1

Locales de la plaza de mercado en 1953

67 graneros	17 puestos de bizcochos	56 puestos de verduras	65 puestos de frutas	33 puestos para masas
60 puestos para cacharro	51 locales comerciales	20 puestos para pan	75 puestos para plátano	Otros 62
Total: 488				

Fuente: Elaboración propia tomado de: Niño, J. (1953). *Gentes y hechos de Girardot*. Girardot: El Diario

Desde entonces, la plaza ha sido el principal punto de abastecimiento de víveres, elemento de cohesión social y referente gastronómico de Girardot, que requirió modificaciones sobre su estructura original debido a una deficiencia de espacio frente a la alta afluencia de visitantes en 1965 (Diario de Girardot, 1965), por tal motivo, se registra que se construyeron cerca de 14 locales y dos mezanines³ adicionales.

Las plazas de mercado, patrimonios in situ

El patrimonio cultural es un proceso vivo que nutre la identidad colectiva de los territorios y permite la transmisión de memorias y saberes entre generaciones a través del tiempo.

El patrimonio está presente en todos los aspectos de los bienes culturales. Y es la base de la identidad, la creatividad y la diversidad cultural. Es un patrimonio vivo, continuamente recreándose, que cobra vida a través de los seres humanos y de sus prácticas y formas de expresión (Arévalo, 2010, p. 1).

En las plazas de mercado se reúnen riquezas culturales y colectivas importantes para las comunidades. Estos espacios además de exponer la diversidad alimentaria de un territorio, atesoran elementos y valores de identidad invaluable de generaciones que necesitan ser debidamente gestionados, pues de no ser así se pueden perder o tergiversar. Adicionalmente y desde lo tangible, las plazas de mercado señalan un especial vínculo con las ciudades y los pueblos ya que las tramas urbanas casi siempre se encuentran vinculadas a estas. Lo que puede inferirse como patrimonios integrados que tienen lugar tanto desde lo tangible como desde lo intangible.

³ Según la RAE, mezanine significa: Piso situado entre la primera planta y la planta baja de un edificio.

De acuerdo con Mejía, et. al (2016), la plaza de mercado es un escenario sumamente particular y diferente a las demás plataformas de venta y comercialización de productos, en las cuales no se genera identidad cultural y, por el contrario, se manifiesta la estandarización y despersionalización de diversas prácticas especialmente en torno a la gastronomía. La plaza, al ser desde hace siglos un punto de centralidad entre pobladores, compradores y proveedores, se convierte en “un espacio para la construcción social, tanto individual como colectiva” (p. 81).

La construcción social del espacio que refiere Mejía, et. al, representa la forma en que la gente lo apropia y lo transforma físicamente. En la construcción social del espacio se tienen en cuenta su función y uso. En ocasiones, la plaza de mercado representa la genealogía de las ciudades, cuando se instituyeron las cuadrículas en damero, traídas por los españoles, primero fue plaza de armas y luego el espacio para mercado y parque público (Roldán, 2011). En esa medida, la construcción del espacio de la plaza de mercado se da en un doble agenciamiento. Por una parte, el espacio construido y dispuesto físicamente con edificios y calles para cumplir una función de disposición de los productos comercializables y organización de los comerciantes. Por otro lado, la construcción de un espacio social en donde nacen relacionamientos de familiaridad, asociatividad, intercambio y tradición.

En Colombia, las plazas de mercado son conocidas como centros de comercio donde las familias realizan sus compras de mercado los fines de semana, ya que campesinos y cultivadores vienen a ofrecer sus productos en estos días. Allí se abastecen de numerosos productos como verduras, frutas, quesos, artesanías o carnes, en espacios que pueden estar cubiertos o no (al aire libre o bajo techo, carpa). Los productos que se ofrecen en las plazas se caracterizan por su buena calidad, y por llegar directamente del campo al punto de venta. Según el blog Ultravioleta.com (2022), las plazas de mercado “conservan elementos autóctonos de cada región” (p.1) mientras que aportan a la generación de empleo de miles de

familias colombianas y se adaptan a las tendencias comerciales actuales sin perder su cultura gastronómica. Comprar en las plazas de mercado significa un compromiso con los estilos de vida saludables y con el apoyo a los campesinos y comerciantes, un motivo de orgullo en pro del agro.

Sin embargo, vale la pena el estudio de las plazas de mercado más allá del factor comercial per se. Las plazas de mercado representan lugares patrimoniales en términos de atribución de valores (Prats, 1998). Teniendo en cuenta que en las plazas de mercado “se configuran y se tejen vínculos sociales que sirven como punto de encuentro para el intercambio cultural y, a la vez, se refuerzan los sentimientos de identidad comunitaria” (Mejía, et. al, 2016, p. 79). Se considera que tales vínculos y sentimientos representan riquezas frágiles que aportan significados a la cultura de la ciudad que se pueden perder y deteriorar si no se gestionan. Las personas construyen valoraciones de este espacio de acuerdo a sus experiencias e interacciones. Lo dotan de singularidades de acuerdo a lo vivido allí. Desde su cotidianidad. Así mismo, estas significaciones son transmitidas y recreadas por las comunidades. Bravo (2020) afirma que, las plazas de mercado “se convierten en resguardos de conservación y resistencia cultural, donde se preservan expresiones del patrimonio material e inmaterial, contribuyendo a la protección de diversas expresiones de la tradición oral y la herencia alimentaria” (p. 1). Es precisamente el estudio del patrimonio cultural el que brinda un marco de referencia para determinar que las plazas de mercado poseen particularidades de tejido social, construcción de significado y tradición.

Valores patrimoniales atribuidos a la plaza de mercado Leopoldo Rother

Según el Plan Especial de Manejo y Protección (P.E.M.P) los valores atribuidos a la plaza de mercado Leopoldo Rother son de carácter estético, simbólico e histórico. Donde se tiene que los valores estéticos están enmarcados en la belleza de su arquitectura del movimiento moderno de Girardot, y características de esbeltez,

liviandad, eficiencia y correcta respuesta a su entorno, el cual representa un elemento identitario de la ciudad. Los valores simbólicos destacan la capacidad de este espacio para conformar comunidad en torno a las actividades que le son propias, pues en la plaza trabajan actores de toda la cadena de producción, distribución y consumo. De acuerdo con el Ministerio de Cultura (2020), la plaza “es un escenario de expresión de elementos identitarios de la región del Alto Magdalena, de la región del Tolima y del Huila” (p. 4), gracias a la venta de múltiples productos típicos de la región. Además, es un espacio que permite el intercambio cultural, los diálogos y el fomento del sentido de pertenencia. Los valores históricos tienen que ver con las primeras obras que se fundaron en Girardot, junto con la Plaza de la Constitución, la Iglesia de San Miguel y el conjunto de puertos sobre el río Magdalena. Asimismo, es una de las obras más representativas del ingeniero Leopoldo Rother.

Figura 3

Interior de la plaza actualmente



Fuente: Serrano, 2023

En ese orden, esta investigación destaca los valores simbólicos que tiene la plaza de mercado, a partir de la percepción colectiva de quienes la habitan y quienes la han construido, como un referente de gastronomía típica en Girardot. A partir del

estudio de Pérez y Díaz-Andreu (2021) se rescatan tres formas de valorar el patrimonio cultural desde su representación simbólica.

De acuerdo con las autoras mencionadas, desde el año 1903 con la postura del historiador de arte Alois Riegl hasta el año 2020, se ha abierto el debate frente a los valores atribuidos al patrimonio cultural, dando lugar a una mayor especificidad y prioridad a la participación de la sociedad y dejando atrás aspectos estáticos para darle importancia a las memorias y saberes (lo inmaterial y dinámico). Además, se puede evidenciar la diversidad de aspectos que se logran valorar en lo patrimonial, comenzando por lo histórico, pasando por lo social, estético, conmemorativo, instrumental, espiritual, hasta los valores de significado y tradición.

las visiones más arcaicas que consideran que el patrimonio en sí mismo, por su mera existencia, posee un carácter educacional o pedagógico también se van diluyendo hacia posturas que promueven la construcción de significados múltiples, en las que las acciones de difusión se enraízan en procesos participativos o de consulta (Pérez y Díaz-Andreu, 2021, p. 1).

De acuerdo a ello y como resultado de la visita a la plaza y las entrevistas aplicadas a sus actores (comerciantes, vendedores y visitantes) se identificaron valores relacionados principalmente con su gastronomía y a lo que Pérez y Díaz-Andreu (2021) llaman valores de tradición, valores de significado y valores sociales.

Valores de tradición en la plaza de mercado Leopoldo Rother

Ahora bien, respecto a la tradición, es preciso mencionar que el concepto ha sido ampliamente estudiado, básicamente definido como “una parte integral de los usos y costumbres, estos se mantienen para ser aprendidos por las nuevas generaciones, siendo una parte indispensable del legado cultural” (Marroquín, 2022, p.34)

Sin embargo, lejos de ser un concepto estático e inalterable, la tradición hoy en día se presenta como un proceso dinámico y en constante evolución, estrechamente ligado a la teoría del cambio cultural. Esta nueva perspectiva reconoce que la tradición es el resultado de la interacción entre la continuidad recreada y el cambio.

En este sentido, la tradición no solo se hereda del pasado, sino que se reinterpreta y reconfigura en el presente para dar respuesta a las necesidades y desafíos de las comunidades. Es un proceso activo de selección cultural, donde solo una parte del pasado se convierte en tradición, adaptándose y recreándose para mantener su vigencia.

En la tradición, el nexo de continuidad entre el pasado y el presente existe un aspecto permanente y otro susceptible al cambio. La tradición, además, resulta de un proceso de decantación cultural y de hibridación que deriva del pasado transformado y de su incorporación en el presente (Arévalo, 2010, p.5).

Esta visión dinámica de la tradición tiene importantes implicaciones para la comprensión del patrimonio cultural. El valor de la tradición no reside en su fidelidad a un pasado inalterable, sino en su capacidad para adaptarse y seguir siendo relevante en el presente.

Al indagar en la plaza de mercado Leopoldo Rother, muchos de los vendedores y cocineros de esta tienen una trayectoria de diez a cincuenta años trabajando allí. La mayoría de los negocios son de tradiciones familiares, es decir, se han heredado de abuelos a padres y de padres a hijos. Cada generación entrega las recetas, prácticas y saberes a sus hijos. “He estado aquí en la plaza toda la vida, mi mamá lleva cincuenta años, mi mamá me enseñó a mí y mi abuela a mi mamá” (Aroca, M, comunicación personal, 4 de mayo 2023). En este caso, la receta de postres y

bizcochos ha sido heredada por casi dos generaciones, y ha permitido que estas familias cuenten con un negocio para suplir sus necesidades.

La vendedora de frutas Luz Mary Chuquisa, comenta “este negocio está desde 1973, es decir, más de cincuenta años. Mi mamá, María Cecilia Oviedo, duró cuarenta y cinco años acá, ella compró el negocio, y yo lo seguí” (Chuquisa, L, M, comunicación personal, 4 de mayo 2023). La entrevistada recibió el negocio de sus padres, junto con múltiples recetas, prácticas y saberes, y ella los comparte con sus empleados, entendiendo la importancia de continuar con el legado de su familia.

Asimismo, se pudo conocer a Luis Albeiro Polanía, quien con su experiencia hace entender la importancia de la tradición familiar en la plaza de mercado Leopoldo Rother. Él dice “llevo toda una vida acá en la plaza, nací y me crié acá, más de cuarenta años. Tengo este restaurante hace treinta años. Mi mamá es la señora Amparo que lleva acá 45, yo seguí su camino, creando empresa, y con sus recetas” (Polanía, L, A, comunicación personal, 27 de abril 2023). Así como él, varios comerciantes recibieron sus puestos y recetas de sus padres y continúan con el legado familiar.

Figura 4

Entrevista Luis Albeiro Polanía



Fuente: propia

De modo que los puestos de comida y restaurantes tienen una larga trayectoria de atesorar prácticas, saberes y recetas gastronómicas, lo cual es identificado por la comunidad, pues quienes compran en la plaza asocian su visita a una familia, un sabor, el olor de un restaurante, o un puesto de mercado. Entre los restaurantes más nuevos se encuentran actores que llegaron hace cinco años a la plaza, ellos identifican el sentido de pertenencia que hay en este lugar y las historias que se atesoran allí “En la plaza existen historias de las personas que trabajaron acá, como en todo sitio, lo que uno recuerda de ellos, lo ideal es enseñar los conocimientos que uno tiene, si no se va a perder lo típico de un sitio (Aroca, M, comunicación personal, 12 de mayo 2023).

Por otra parte, por medio de las entrevistas se pudo conocer que el concepto de patrimonio cultural no es muy identificado por los actores de la plaza. Sin embargo, muchos sí asocian el hecho de que la plaza es un patrimonio, una tradición, un monumento, o algo que se debe cuidar. “Patrimonio es como la plaza, ¿no? Es un monumento que entre todos debemos cuidar” (Sánchez, E, comunicación personal, 27 de abril 2023). Gran parte de los entrevistados no sabían que era patrimonio cultural, pero sí expresaron su intención de cuidar la plaza debido a su importancia para la ciudad, como centro de acopio. “Patrimonio cultural es la plaza de mercado, identidad debe ser como la cultura que uno le presta a la gente y también la plaza como un monumento” (Hernández, M, comunicación personal, 4 de mayo 2023).

El patrimonio cultural inmaterial es una categoría reciente, adherida a la clasificación de patrimonio por la UNESCO en 2003, en la convención para su salvaguarda, entendiéndolo como las prácticas y expresiones de las comunidades que no resultan tangibles y que, por el contrario, se atesoran en la memoria y en los diálogos de los pobladores de los territorios “Una de las características de este tipo de patrimonio es la de no poder mantenerse en vida sin un sustento humano o un

portador de la tradición (un individuo, grupo de individuos o una comunidad)”(Mejía, et. al, 2016, p. 17). En tal sentido la gastronomía debe integrarse a la dinámica patrimonial de los territorios desde su capacidad para delimitar identidades y fomentar la protección y salvaguarda de la diversidad cultural.

La cultura, el patrimonio y la identidad evolucionan con el paso del tiempo, tal como lo plantea Molano (2007), como resultado del debate internacional que busca dar un concepto consensuado, estandarizado e integrador de estos. En tal sentido, la identidad cultural

encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior (p. 73).

Según la autora, la identidad de determinado grupo es atribuida a su patrimonio, que es la forma de narrar su origen, desarrollo, prácticas, costumbres y estilos de vida, es decir, su cultura. “El patrimonio es la identidad cultural de una comunidad y es uno de los ingredientes que puede generar desarrollo en un territorio” (Molano, 2007, p. 76). Tal como se mencionó anteriormente, el patrimonio no debe ser limitado únicamente a elementos tangibles, físicos o estáticos, sino que se debe considerar lo intangible, las memorias y saberes que generan identidad.

Valor de significado en la plaza de mercado Leopoldo Rother

De acuerdo con el planteamiento de Pérez y Díaz-Andreu (2021) el significado que se le otorga a un patrimonio logra ser un valor intrínseco y difícil de analizar actualmente en los territorios

La depreciación de los valores intrínsecos considerados en exclusividad ha dado lugar a que se haga hincapié en los aspectos más inmateriales

del patrimonio cultural, así como en su sentido y significado. Esto ha derivado en un desuso paulatino de los conceptos occidentales de autenticidad e integridad, como quedó patente en el mencionado Documento de Nara sobre la Autenticidad de 1994 (Icomos 1994). Ahora se entiende que la autenticidad es situacional, lo que hace que la consideración de algo como patrimonio o no dependa en gran medida de cómo lo perciben los miembros de la comunidad interesada y de los valores que entre ellos se acuerden (p.10)

De hecho, frente este mismo aspecto, el valor de significado también ha sido estudiado en áreas rurales, donde las prácticas culturales, suelen ser más conservadas:

Los elementos materiales (productos artesanales, cocina tradicional, arquitectura, variedad y razas locales), al interactuar con los usos y costumbres del lugar y con el entorno natural (el paisaje, la vegetación espontánea, la biodiversidad), adquieren un valor simbólico ligado a la identidad local que logra comunicar significados distintos y que resulta apreciado por el consumidor, en la sociedad que Lash y Urry (1994) caracterizan como “estético-reflexiva”(Ranaboldo y Schejtman, 2008, p. 42).

Lo anterior permite entender qué elementos materiales de un espacio tan propio e identitario de Girardot, al tener relación estrecha con sus habitantes generan significados distintos en cada uno de ellos, requiriendo de múltiples reflexiones y análisis.

En tal sentido, se evidenció durante el ejercicio de investigación que, para muchas de las personas entrevistadas, la plaza representa un lugar de trabajo, lo cual puede ser entendido como un valor de significado (Pérez y Díaz-Andreu, 2021), pues la

plaza les ha permitido tener un sustento para sus familias por muchas generaciones. Los trabajadores de la plaza, muchos de ellos adultos mayores, no tienen estudios así que agradecen a la Plaza que aun sin ser profesionales lograron salir adelante, proveer a sus hijos y darles estudios.

La plaza significa unas entradas para los que no tenemos estudio ni trabajo, y pues bueno porque ahí uno se defiende para la comida y para los servicios. Lo que más quiero es que aquí trabajamos, nos divertimos. Acá uno se relaciona con todo el mundo (Hernández, G, comunicación personal, 4 de mayo 2023).

De modo que, los actores ven la plaza como un espacio de trabajo, y agradecen el hecho de que tanto sus familias como múltiples girardoteños puedan recibir empleo gracias a esta, por ello exigen mejores condiciones para laborar en temas de espacio público, infraestructura y atención por parte de la administración pública.

Lo que más aprecio de la plaza, aunque muchos no lo vean, es el trabajo que genera, acá cada negocio genera de dos a tres empleados para Girardot, de no ser por la plaza habría más desempleo, por eso velamos por la plaza, por eso queremos que sea restaurada (Chuquisa, L, M, comunicación personal, 4 de mayo 2023).

Se logró evidenciar que para otros actores la plaza también significa su segundo hogar, pues muchos han habitado este lugar toda su vida, así que conocen su evolución, creando memorias y recuerdos entrañables y tienen estrechas relaciones con vecinos y compañeros de trabajo “Es como mi segundo hogar pues aquí crecí. Me gusta que sea comercial y turística. A pesar de la crisis en la que estamos se mueve un poco” (Aroca, D, comunicación personal, 4 de mayo 2023).

Al entrevistar a la familia Aroca (hoy compuesta por las hermanas Milena y Diana Aroca y sus hijos) se conoció que han trabajado en la plaza toda su vida, que han conocido las dinámicas que ha tenido tanto la infraestructura de la plaza como su comunidad, y que esperan conservar las recetas, costumbres y tradiciones que se atesoran en su interior.

Para mí significa recuerdos, cuando mi mamá me traía a la plaza a vender cuando era niña, por ejemplo, había una señora que vendía lechona en el segundo piso y era muy lindo, vendían artesanías y era muy visitado. Eso se debe rescatar para que las costumbres no mueran (Aroca, M, comunicación personal, 4 de mayo 2023).

Debido a las fuertes relaciones que se han creado, la comunidad del interior de la plaza es una “familia” y entre ellos se conocen, saben que vende cada uno, donde está la familia Aroca, la viuda de Pérez, el puesto de los hermanos Rodríguez, etc. Se ha creado una colectividad en torno a la actividad de la plaza y esto a su vez ha fomentado que entre ellos se apoyen y compren sus productos. Prácticamente todos los restaurantes abastecen sus materias primas de los productos de la plaza.

Yo compro los insumos acá mismo en la plaza. Con tal de hacerle el gasto acá a los de la plaza, para ayudarnos. Los mercados los hago los martes, jueves y sábado en el acopio. Nosotros ya sabemos dónde comprar las carnes, los plásticos y las verduras, todo, sabemos que día llegan frescos y nos dan muy buen precio (Gutiérrez, C, comunicación personal, 27 de abril 2023).

La comunidad que hace parte de la plaza tiene un fuerte arraigo y sentido de pertenencia por esta tanto demuestran un inconformismo por su deterioro. Durante las entrevistas realizadas muchos de ellos demostraron su tristeza y nostalgia al recordar cómo era antiguamente su lugar de trabajo. “Sé que antes la plaza era muy

buena, que todo se vendía adentro, ahora ni adentro ni afuera se vende, la plaza está muy acabada” (Góngora, G, comunicación personal, 4 de mayo 2023).

Cabe resaltar que, para actores externos a la plaza, como turistas o girardoteños del común, la plaza tiende a representar una imagen de inseguridad, de robos, suciedad y malos olores, y por eso han bajado las ventas en los últimos años. “Yo, que he estado acá por 48 años, he visto como la plaza se acabó por los malos alcaldes, la plaza se está cayendo. El alcalde siempre se roba la plata” (Lozano, A, comunicación personal, 27 de abril 2023). Dentro de la plaza han identificado esto, y atribuyen en gran parte la responsabilidad a la administración pública que cobra excesivos impuestos de servicios, los cuales no se ven reflejados en el mantenimiento de la Plaza. También para los girardoteños esta representa el principal centro de acopio de la ciudad y donde pueden conseguir los productos más baratos. “Compro acá en la plaza hace como diez años, porque me gusta comprar el mercado fresco, y porque los precios son bajos” (Poveda, M, comunicación personal, 4 de mayo 2023).

El valor de significado atribuido a la Plaza, tiene que ver con esa comunidad que se relaciona, habita y convive con esta cotidianamente. Durante el ejercicio también se halló que diferentes entrevistados comentaron que para ellos la Plaza representa el entusiasmo, el esfuerzo, el empuje de la gente humilde por salir adelante, “significa el entusiasmo de la gente por trabajar, por conseguir un sustento, ¡la fuerza!” (Palencia, F, comunicación personal, 12 de mayo 2023).

Este valor también se pudo ver representado en el afán de los vendedores por atender a los clientes y turistas “para mí la plaza significa la calidad de las personas, y la clientela” (Vélez, E, comunicación personal, 12 de mayo 2023). En medio de las dificultades que presenta la infraestructura de la plaza, la inseguridad y otros aspectos de orden público, la calidad y humildad de la gente que allí labora es algo común que se pudo encontrar. Todos los vendedores reciben a sus clientes con un

trato amable, con la mejor disposición y con saludos típicos de la región ¡*Buenas veci, siga! ¿Qué se le ofrece sumerce?*

Valor social en la plaza de mercado Leopoldo Rother

Ahora bien, de acuerdo con Pérez- Díaz y Andreu (2021) un referente importante a la hora de analizar la evolución de los valores asignados al patrimonio cultural, es la Carta de Burra, documento divulgado en 1979 por el ICOMOS de Australia, con el fin de establecer una guía a nivel mundial de los procesos de interpretación, significación, conservación y usos del patrimonio cultural, entre otros aspectos de interés.

De acuerdo con esta Carta, la significación cultural implica un valor estético, científico, histórico, espiritual o social, este último hace referencia a

La conservación e interpretación y gestión de un sitio, debe contemplar la participación de la gente, para la cual el sitio tiene especiales asociaciones y significados, o para aquellos que tienen responsabilidades sociales, espiritual o de otra naturaleza con el sitio (ICOMOS, 1979, p. 5).

En relación a ello, es necesario reflexionar en que tal planteamiento de la ICOMOS, no solo se refiere a sitios o espacios culturales, sino tal como se mencionó en un inicio, se refiere también a la conservación e interpretación de prácticas, tradiciones y elementos de carácter inmaterial que merecen ser salvaguardados, como por ejemplo la Cultura Culinaria: “Prácticas tradicionales de transformación, conservación, manejo y consumo de alimentos” (Ley 1185, 2008, art. 8) que se atesora en la plaza de mercado Leopoldo Rother.

Entonces, la cultura culinaria es un sistema complejo, integrado por numerosos elementos de la gastronomía de una comunidad, “pero ante todo son un entramado de relaciones sociales” (Ministerio de Cultura, 2012, p.24). La Política para el

conocimiento, salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Colombia, resalta la relación existente entre la cultura culinaria y las relaciones sociales entre los habitantes que la practican, haciendo hincapié en que cada plato, ingrediente y receta son resultado de la imaginación de individuos, de su interés por conservarlos y a su vez por difundirlos

La poca valoración social de las cocinas tradicionales del país está asociada al punto anterior: es muy difícil valorar lo que no se conoce o se conoce mal. Pero uno de los mayores problemas está relacionado con la desvalorización de la propia cultura alimentaria (Ministerio de Cultura, 2012, p. 65)

Además, la Política resalta que las cocinas tradicionales refuerzan la identidad local y el sentido de pertenencia, al generar la representación de lo típico y lo tradicional. Los platos típicos son un elemento a resaltar dentro de las conversaciones con los entrevistados, pues si bien no existe un plato que pudiera llamarse típico o exclusivo de la plaza de mercado, las personas refieren que en la plaza se encuentra la comida típica. Para este caso, y de acuerdo con López (2016), “la gastronomía tradicional constituye un elemento de la identidad, cohesión social y distinción cultural” (p. 1), a partir de este tipo de platos se transmiten sentimientos y emociones de identidad y continuidad a partir de sabores, olores y memorias, una experiencia multisensorial con elementos autóctonos y culturales del territorio.

Figura 5

Restaurante "Donde Amparo"



Fuente: Serrano, 2023

Según Cartay (1988), la discusión frente al concepto de comida típica es más amplia

un producto es típico cuando se halla ligado especialmente a un territorio y culturalmente a unas costumbres o modos, con un mínimo de permanencia en el tiempo o antigüedad, y debiendo poseer unas características cualitativas particulares que le diferencian de otros productos (p. 1).

El autor plantea que para otorgar el carácter de típico a un producto o plato se deben identificar claramente sus características especiales de origen, especificidad (características que lo distinguen de otros en la región) y tradición (profundidad histórica), sin embargo, se aclara que existe una ambigüedad frente a los criterios para definir la condición de lo "típico". De esta manera los valores atribuidos a la cocina o gastronomía típica tradicional de Girardot se ven reflejados en la plaza de mercado. Respecto a ello, durante el ejercicio realizado en la plaza de mercado se halló que hace años, el Reinado Nacional del Turismo⁴ celebraba una parte

⁴ Este evento nació en el año de 1969, y tiene como objetivo elegir a una soberana que trabajará por impulsar el turismo de la región.

importante de su certamen en la Plaza, donde las reinas desfilaban al interior de esta y degustaban los platos típicos. “Las tradiciones del reinado que se traían acá, pues se les hacía degustar los platos típicos de la plaza”. (Chuquisa, L, M, comunicación personal, 4 de mayo 2023). Sin embargo, esto ya no se realiza actualmente y la población girardoteña no lo conoce.

De hecho, algunos trabajadores comentaron que en sus establecimientos atesoran recetas únicas para preparar sus platos, lo que los hacen tan especiales para la clientela. Ellos consideran que en algún punto esto debería ser conocido por los girardoteños. “Pues de pronto mis pescados y tamales. También los bizcochos de achira, las almojábanas, las chuculas”. (Lozano, A, comunicación personal, 27 de abril, 2023). Es necesario aportar al rescate de valores, tradiciones y demás elementos culturales que desconocen las generaciones actuales y que a través de diversas herramientas de gestión patrimonial se pueden adherir a las lógicas de la comunidad para que la gastronomía de Girardot cobre vida dentro de espacios cotidianos. La importancia de la gastronomía radica también en “Valor cultural otorgado por el ser humano a los platos y productos típicos de la cultura gastronómica de un lugar, a través del cual se generan emociones o sentimientos mediante su consumo o evocación” (Diccionario de la gastronomía, s. f., p. 1). De modo que se reconoce el valor de la gastronomía como un elemento portador de saberes, puesto que la gran mayoría son recetas familiares.

Figura 6

Puesto de bizcochos



Fuente: Serrano (2023)

Se podría plantear entonces que los pescados, los pasabocas y los postres que se preparan y venden en la Plaza son comidas típicas, pues de acuerdo con Cartay (1998) la calidad de típico se adquiere gracias a factores como el origen de los productos y las técnicas de preparación. Los platos vistos en la plaza son preparados con ingredientes adquiridos en el acopio mayorista, los que en su mayoría son pescados del río Magdalena, verduras y frutas de la región. Por otro lado, las técnicas y prácticas para prepararlos son legados familiares, “recetas secretas” que se han heredado de generación en generación por casi cincuenta años, así que sí son elementos propios de la plaza y de Girardot, que necesitan ser valorados, salvaguardados y difundidos en la ciudad.

Frente a ello, es importante mencionar que en 2019 se realizó el conversatorio “Identidad Gastronómica de Girardot” que pretendía resaltar la identidad gastronómica de la ciudad, en donde diferentes portadores del saber expusieron sus conocimientos y opiniones frente a la discusión sobre la existencia de un plato típico. En el conversatorio se mencionó que en Girardot se han destacado muchos platos como típicos del territorio, entre ellos la viuda del Magdalena, pues esta se

conseguía a orillas de este río y se cocinaba fácilmente en los restaurantes allí ubicados. La preparación constaba de recado, plátano, cachaco, papa pastusa, ahuyama, yuca y mazorca. En tal sentido también el bocachico, el capaz y el bagre son considerados como típicos, estos se servían antiguamente en hojas de plátano.

Por otro lado, se hizo mención del tamal, las lechonas, el chivo -pues Girardot era conocida como la “Chivatera”-y la limonada, que se servía en totumas y se destacó que Girardot siempre ha sido turístico y multicultural, lo cual ha provocado la variedad de tradiciones en la gastronomía. Entre las consideraciones especiales a las que llegaron los asistentes al Conversatorio se concluyó que no hay un plato típico colectivamente definido en la ciudad, pero ello no es necesario ni para la actividad cultural ni turística. Algunos afirmaron que lo más típico es lo que más se consume y por eso se mencionaron numerosas recetas, además se reiteró que existen otros valores necesarios de rescatar en los espacios cotidianos de la ciudad.

Asimismo, en el año 2021 se celebró el “Viuda Fest”, una iniciativa entre restaurantes y la alcaldía de Girardot para dar a conocer el viudo de pescado, el bocachico, el bagre, y otros platos de pescado como típicos de la ciudad y fomentar la actividad turística.

Durante la observación en el proceso de investigación, también se encontró variedad de productos como el insulso, envueltos, arequipe, quesillos, y postres como: chucula, gelatina, alfandoque, estaca de maduro, subido, todo tipo de arepas, variedad de jugos naturales y afrodisíacos, ensaladas de frutas y una amplia oferta de gastronomía que resalta las tradiciones del territorio, como se muestra a continuación

Figura 7.

Puesto de insulso, envueltos y arepas



Fuente: Serrano, 2023

Es importante advertir que, de no aunar esfuerzos en la gestión del patrimonio inmaterial de Girardot, especialmente en aquellos elementos que representan identidad para la ciudad, se puede incurrir en pérdidas y riesgos irreparables, tal como plantea la UNESCO (s. f.)

Para mantenerse en vida, el patrimonio cultural inmaterial debe ser pertinente para su comunidad, recrearse continuamente y transmitirse de una generación a la siguiente. Se corre el riesgo de que algunos elementos del patrimonio cultural inmaterial mueran o desaparezcan si no se les ayuda, pero salvaguardar no significa fijar o fosilizar este patrimonio en una forma “pura” o “primigenia”. Salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial supone transferir conocimientos, técnicas y significados (p. 1).

El análisis de los valores de tradición, significado y social encontrados en la plaza de mercado Leopoldo Rother reafirma lo señalado por Martín (2008) en cuanto a que la gastronomía revela lo representativo de la alimentación para cada pueblo, contribuye a la valoración de la cultura e identidad regional y permite la preservación del patrimonio inmaterial. En ese sentido, la gestión de la gastronomía como patrimonio inmaterial de Girardot resulta fundamental para garantizar su difusión y

salvaguarda en el tiempo. Para ello es necesario escuchar las voces de la comunidad, que en este caso son las de los comerciantes, vendedores y visitantes de la plaza, quienes exponen sus opiniones, perspectivas y experiencias sobre la gastronomía en la plaza de mercado Leopoldo Rother, teniendo en cuenta que este es un espacio de diálogos y de intercambios colectivos que representan el resguardo de riquezas culturales, tradiciones orales y demás elementos del patrimonio inmaterial.

Conclusiones

En la conceptualización de los valores patrimoniales se puede evidenciar una evolución en el tiempo, pasando de posturas epistémicas estáticas a otras más dinámicas y participativas. De esta manera, es posible inferir los valores de tradición, de significado y social atribuidos a la plaza que la ubican como un lugar donde se han creado unas lógicas de comunidad muy particulares, debido a las experiencias y vivencias de las personas que han habitado y laborado allí.

Los actores que trabajan en la plaza han creado importantes lazos familiares y lógicas particulares debido a su amplia trayectoria habitando en la plaza. Lo que a su vez los lleva a defenderla, protegerla y cuidarla de malas administraciones. Asimismo, se identificó que no hay una claridad sobre la historia de la plaza, del concepto de patrimonio e identidad cultural, y se considera que dar a conocer estos conceptos puede servirles para aunar esfuerzos en identificar aquello que es tradicional y patrimonial en pro de identificarlo, conservarlo y sobre todo difundirlo, pues muchos de ellos comentaron que sus hijos no desean continuar con la labor de la gastronomía o trabajar en la plaza.

Respecto a la gastronomía, se evidencia el uso de técnicas tradicionales para la preparación de platos corrientes entre semana, restaurantes humildes que buscan vender a precios accesibles a la comunidad de la zona. De esta manera se encuentran preparaciones con pescados como el viudo de capaz, nicuro, bocachico,

mojarra, fritanga, todo tipo de arepas, empanadas, lechona, tamales, sancocho y caldos. También se vio una amplia variedad de pasabocas y acompañantes como: bizcochos, achiras de maíz, mantecos, rosquetes y almojábanas.

Cada plato, práctica, receta y conocimiento que se atesora en la plaza de mercado Leopoldo Rother merece ser salvaguardada. Este espacio es reconocido a nivel nacional local como patrimonio material de Girardot, debido a valores estéticos, simbólicos e históricos. En el aspecto simbólico se identifica la importancia de la gastronomía para transmitir identidad y para difundir la variedad de platos y recetas que allí se preparan.

Asimismo, se pudo evidenciar otros aspectos que merecen ser difundidos a la comunidad girardoteña, como las actividades en el marco del Reinado Nacional del Turismo, las múltiples recetas que se preparan en la plaza, su historia y una serie de valores que le son atribuidos como espacio de tradición, comercio y gastronomía.

Referencias

- Arévalo, J. (2010, enero). El patrimonio como representación colectiva. La intangibilidad de los bienes culturales. *Revista Gazeta de Antropología*, 26, (1). https://www.ugr.es/~pwlac/G26_19Javier_Marcos_Arevalo.html
- Ballart Hernández, J. (2018). El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso.
- Benavides Pava, D. (2020). Estudio socioeconómico para el subsector turístico del municipio de Girardot en el marco del proyecto: “Integración Turística Digital de Girardot”.
<https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/2915/Estudio%20socioecon%C3%B3mico.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bernal, E. E. (2015). Cocina tradicional de la provincia del Alto Magdalena. Caso de los municipios de Girardot y Agua de Dios en el departamento de

- Cundinamarca-Colombia. *Revista Tecnología y Productividad*, 1(1), 63-70. <https://revistas.sena.edu.co/index.php/rtyp/article/view/246/271>
- Bravo, R. A. (2020). La plaza de mercado como escenario para la identificación de diversos fenómenos socioculturales e interculturales en el continente americano. *Apuntes: Revista de Estudios sobre Patrimonio Cultural*, 33, 1-34. [https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/APUNTES/33%20\(2020\)/151565310006/](https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/APUNTES/33%20(2020)/151565310006/)
- Cartay, R. (1998). Los productos típicos y su reglamentación. Una tentativa de aplicación de la denominación de origen al cacao venezolano. *Revista Agroalimentaria*, (6), 13-19. <http://bdigital.ula.ve/storage/pdf/agroal/v6/articulo1.pdf>
- Diario de Girardot. (1965). *Construcciones en la plaza*.
- Diccionario de la Gastronomía. (s.f.). *Patrimonio gastronómico*. <https://diccionariodegastronomia.com/word/patrimonio-gastronomico/>
- Di Clemente, E., Mogollón, J. M. H., y Guzmán, T. L. G. (2014). La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico: Un análisis DAFO para Extremadura. *Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura. Educación*, (9), 817-833.
- Ferro, M. (2010). Guía de observación etnográfica y valoración cultural de un barrio. *Revista de Estudios sobre Patrimonio Cultural-Journal of Cultural Heritage Studies*, 23 (2), 182-193.
- Galván, I. (2009). Breve historia del concepto de patrimonio histórico: del monumento al territorio. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 6. <https://web.archive.org/web/20180425193005id/http://www.eumed.net/rev/cccss/06/icg.pdf>
- Giménez Montiel, G. (2016). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. Iteso.
- Hernández Celis, L. V., y Mendoza Romero, S. (2022). *Puesta en valor de la plaza de mercado Leopoldo Rother del Municipio de Girardot, Cundinamarca para el desarrollo de la actividad turística* (Doctoral dissertation).

- Mejía, L., Hernández, R., y Mejía, S. (2013). Cocina y arte: la doble significación de la gastronomía. *Culinaria. Revista virtual especializada en Gastronomía*, 07-22.
- Mejía, L., Hernández, R., y Mejía, S. (2014). Gastronomía como símbolo en la cultura. *Culinaria. Revista virtual especializada en Gastronomía*, 50-64.
- Mejía, W., Nieto, A. y Varón, S. (2016). *Patrimonio cultural inmaterial: recreación y salvaguardia en la plaza de mercado* (Trabajo de grado pregrado, Corporación Universitaria Unitec) Repositorio institucional. <https://elibro.net/es/ereader/uniboyaca/126353?page=80>.
- Molano, O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista opera*, (7), 69-84.
- Murcia, C. (2022). Plaza de Mercado de Girardot: Leopoldo Rother. Banco de la República. <https://www.banrepcultural.org/biblioteca-virtual/credencial-historia/numero-114/plaza-de-mercado-de-girardot-leopoldo-rother>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO. (s.f). *¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?* <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>
- Pautt, S. (16 de septiembre del 2020) El Ministerio de Cultura aprobó el Plan Especial de Manejo y Protección (PEMP) de la Plaza de Mercado de Girardot. *Plus publicación*. <https://pluspublicacion.com/cultura/el-ministerio-de-cultura-aprobo-el-plan-especial-de-manejo-y-proteccion-pemp-de-la-plaza-de-mercado-de-girardot>
- Pérez, A. y Díaz-Andreu M. (2021). Evolución de los valores del patrimonio cultural. *Revista de Estudios Sociales*. (80), 3-20. <https://journals.openedition.org/revestudsoc/52078>
- Peñalba, J. (2005). Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural. *Arte, Individuo y Sociedad*, 17, 175-204. Redalyc. <https://www.redalyc.org/pdf/5135/513551273009.pdf>
- Prats, L. (1998). El concepto de patrimonio cultural. *Política y sociedad*, 27(1), 63-76. <http://docencia.uaeh.edu.mx/estudios-pertinencia/docs/cultural/99.pdf>

Ranaboldo, C., y Schejtman, A. (Eds.). (2008). El Valor del Patrimonio Cultural: Territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas (Vol. 35). IEP, Instituto de Estudios Peruanos.

Revista Credencial. (2018, agosto). *Un arquitecto, una obra Leopoldo Rother, y la plaza de mercado de Girardot.*
<https://www.revistacredencial.com/historia/temas/un-arquitecto-una-obra-leopoldo-rother-y-la-plaza-de-mercado-de-girardot>

Roldán, A. F. C. (2011). Las plazas de mercado como lugares de memoria en la ciudad: anclajes, pervivencias y luchas. *Ciudad paz-ando*, 4(2), 123-132.
<https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/cpaz/article/view/7325/9041>

Rother, H. (1984). *Arquitecto Leopoldo Rother, vida y obra*. Fondo Editorial Escala
Serrano Galán, S., y Niño Bernal, S. G. (2023). Historia ferroviaria como legado del patrimonio inmaterial en Girardot, Cundinamarca (Railroad History as a Legacy of Intangible Heritage in Girardot, Cundinamarca). *Turismo y Sociedad*, 32. <https://www.redalyc.org/journal/5762/576275419014/html/>

Serrano, S. (2018). *Estudio sobre el potencial de la avenida del ferrocarril para el fomento del turismo metropolitano en Girardot, Cundinamarca*. (Trabajo de grado pregrado, Universidad Piloto) Repositorio institucional.
<http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/5665>

Ultravioleta Blogs. (27 de septiembre de 2022). *Las plazas de mercado, escenarios de la gastronomía y la economía, ideal para las marcas.*
<https://ultravioleta.co/las-plazas-de-mercado-escenarios-de-la-gastronomia-y-la-economia-ideal-para-las-marcas/>

Villasante, G. (2019). Propuesta de un concepto sobre interpretación del patrimonio. *Atenas*, 1(45), 99-113.
<https://www.redalyc.org/journal/4780/478058273007/478058273007.pdf>



Esta obra está bajo una licencia internacional
[Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Manuscrito aprobado, publicación anticipada