

Arreglos de gobernanza para la conservación del patrimonio cultural alimentario. El caso del Mercado el 100 en la Ciudad de México*

Laura Elena Martínez Salvador 

Resumen

En México, los mercados alimentarios forman parte de la tradición culinaria, social, cultural y económica del territorio. Sin embargo, recientemente estos mercados se han visto institucionalmente debilitados, poniendo en riesgo el patrimonio alimentario que representan. Esta investigación busca analizar los arreglos de gobernanza, vistos como articulaciones formales e informales entre actores sociales para la gestión de recursos territoriales, y materializables a través de estructuras organizacionales colectivas en mercados alimentarios, a fin de identificar la forma en como estos arreglos influyen en la conservación del patrimonio alimentario. El estudio de caso del “Mercado el 100” en la Ciudad de México se enriqueció con una encuesta aplicada a una decena de actores del mercado. Se rescata que este mercado tiene gran relevancia para la conservación del patrimonio alimentario especialmente en cuanto a: generar un sentido de pertenencia e identidad en los actores; reproducir tradiciones alimenticias; fortalecer la agricultura familiar y prácticas agroecológicas; influir en la promoción del patrimonio gastronómico, actividades educativas y turísticas. La organización, como acción e institución formal, continúa erigiéndose como un acierto al momento de buscar coordinar las acciones colectivas y la gobernanza de los recursos territoriales para la conservación del patrimonio alimentario.

Palabras clave: alimentos, gobernanza, mercado, patrimonio cultural, organización.

Ideas destacadas: artículo de investigación que analiza a los mercados alimentarios, como formas de materialización de los arreglos de gobernanza entre actores sociales para la gestión colectiva de recursos territoriales, y los efectos mercados que estos pueden tener en la conservación del patrimonio cultural alimentario, así como de sus componentes materiales e inmateriales.



RECIBIDO: 9 DE MARZO DE 2021. | EVALUADO: 22 DE AGOSTO DE 2021. | ACEPTADO: 2 DE MARZO DE 2022.

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO

Martínez Salvador, Laura Elena. 2022. “Arreglos de gobernanza para la conservación del patrimonio cultural alimentario. El caso del Mercado el 100 en la Ciudad de México.” *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía* 31 (2): 450-462. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v31n2.94189>

* Investigación realizada en el marco del proyecto de investigación institucional 110788 del Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

➤ Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Ciudad de México – México. ✉ laura.martinez@sociales.unam.mx – ORCID: 0000-0002-8933-1556.

✉ Laura Elena Martínez Salvador, Circuito, Mario de La Cueva S/N, C.U., Coyoacán, 04510, Ciudad de México – México.

Governance Arrangements for Food Cultural Heritage Conservation. The Case of “Mercado el 100” in Mexico City

Abstract

In Mexico, food markets are part of the culinary, social, cultural, and economic tradition of the territory. However, these markets have been institutionally weakened in recent times, risking the food heritage they represent. Therefore, this research aims to analyze a governance arrangement, seen as formal and informal linkages between social actors for the management of territorial resources and visible through collective organizational structures as food markets, to identify how these governance arrangements influence the conservation of food heritage. The “Mercado el 100” case study in Mexico City was enriched with a survey applied to ten market key actors. It is rescued that this market has great relevance for the conservation of food heritage, especially in terms of: generating a sense of embeddedness and identity among the actors; reproducing food traditions; strengthening family farming and agroecological practices; influencing the promotion of gastronomic heritage, educational and tourist activities. The organization, as a formal action and institution continues to emerge as a success route when seeking to coordinate collective actions and the governance of territorial resources for the conservation of food heritage.

Keywords: food, governance, market, cultural heritage, organization.

Highlights: research article that analyzes food markets, as forms of materialization of governance arrangements between social actors for the collective management of territorial resources, and the effects that these markets may have on the conservation of food cultural heritage, material, and intangible components as well.

Disposições de governança para a conservação do patrimônio cultural alimentar. O caso do ‘Mercado el 100’ na Cidade do México

Resumo

No México, os mercados de alimentos fazem parte da tradição culinária, social, cultural e econômica do território. No entanto, recentemente esses mercados foram institucionalmente enfraquecidos, colocando em risco o patrimônio alimentar que representam. Esta pesquisa busca analisar os arranjos de governança, vistos como articulações formais e informais entre atores sociais para o gerenciamento dos recursos territoriais, e materializáveis por meio de estruturas organizacionais coletivas, mercados de alimentos, a fim de identificar como estes arranjos de governança influenciam a conservação do patrimônio alimentar. O estudo de caso do “Mercado el 100” na Cidade do México foi enriquecido com uma pesquisa aplicada a uma dezena de participantes do mercado. Resgata-se que esse mercado tem grande relevância para a conservação do patrimônio alimentar, principalmente no que se refere a: gerar sentimento de pertencimento e identidade nos atores; reproduzir tradições alimentares; fortalecer a agricultura familiar e as práticas agroecológicas; influenciar a promoção do patrimônio gastronômico, as atividades educativas e turísticas. A organização, como ação e instituição formal, continua a despontar como um sucesso ao buscar articular ações coletivas e a governança dos recursos territoriais para a conservação do patrimônio alimentar.

Palavras-chave: alimentos, governança, mercado, patrimônio cultural, organização.

Idéias destacadas: artigo de pesquisa que analisa os mercados de alimentos como formas de materialização de arranjos de governança entre atores sociais para a gestão coletiva dos recursos territoriais e os efeitos que estes podem ter na conservação do patrimônio cultural alimentar, bem como do seu material e componentes intangíveis.

Introducción

En los sistemas alimentarios de las ciudades intervienen múltiples elementos que definen la dinámica de la alimentación, y es uno de estos el patrimonio alimentario que, aparejado de sus bienes materiales y tangibles, y de aquellos elementos identitarios y culturales, construye las dinámicas de producción, transformación y consumo alimentario. Los productos locales encuentran en los mercados alimenticios tradicionales una forma de inserción a la oferta; lo anterior, por la generación de redes de colaboración y el rescate de elementos patrimoniales tales como la calidad del bien, la cultura, la historia, los valores, los hábitos y el “saber hacer” del tratamiento agroalimentario.

México tiene una amplia trayectoria histórica en torno a los mercados tradicionales, cuya figura ha perdurado hasta nuestros días porque cumple diversas funciones sociales (INAH 2015). En urbes tan densamente pobladas y socialmente complejas como la capital del país, Ciudad de México, “hay una permanencia de tianguis y días de plaza [...] que aprovechan cualquier tendencia en el comportamiento de los consumidores, incluyendo sus hábitos, tiempos, necesidades y emociones” (Torres Torres 2003, 150) y que, junto con los mercados públicos alimentarios, son la representación de la historia de una sociedad. Algunos incluso de estos mercados, desde su origen, están pensados para crear y fortalecer lazos comunitarios, capital social y vínculos colectivos, convirtiéndose de esta forma en parte del patrimonio alimentario de una ciudad.

No obstante, en los últimos años, en esta urbe se ha venido presentando un desproporcionado aumento en el número de cadenas de supermercados, lo que ha creado un escenario de competencia desleal que, aunado a un resquebrajamiento del apoyo institucional, ha debilitado los mercados alimentarios tradicionales, los cuales se erigían como un último espacio de reproducción de un “modelo popular de distribución alimentaria, que ofrece comida fresca a precios accesibles, emplea a mucha gente y es un espacio de integración social” (Delgadillo 2020, 1). En este sentido, surge la necesidad de impulsar a los mercados alimentarios, los cuales pueden considerarse formas de materialización del patrimonio cultural. No obstante, el impulso de estos mercados y su conservación requieren de acciones específicas, tanto de los individuos que construyen este patrimonio, como de las comunidades y sociedades que lo perciben y utilizan.

Al hablar de conservación, se tiende a direccionar los esfuerzos y las estrategias a partir de las figuras de protección gubernamental. Así, se deja de lado el papel de los actores sociales, comunidades y localidades para la conservación de estos bienes patrimoniales, actores que desde una serie de arreglos de gobernanza —en adelante, AG— coordinan la acción colectiva entre las esferas público-privadas para conseguir objetivos comunes y favorecer la gestión y conservación de los recursos territoriales y el patrimonio cultural.

En este marco, el objetivo de esta investigación es analizar la forma en cómo los AG, materializados a través de estructuras organizacionales como mercados alimentarios, influyen en la conservación del patrimonio alimentario en las ciudades. Lo anterior, desde el estudio de caso del mercado de alimentos Mercado el 100 en Ciudad de México, a partir de una serie de ejes de análisis propuesto para observar y analizar el patrimonio cultural, material e inmaterial. El Mercado el 100 en Ciudad de México es un mercado local alimentario único en su tipo que está conformado como asociación civil e integrado por productores locales, con la ideología de las cadenas cortas de comercialización, las prácticas agroecológicas y tradicionales, y el cuidado del patrimonio alimentario.

Marco teórico

Patrimonio cultural alimentario y sus procesos de conservación

El patrimonio se reconoce como todos aquellos bienes cuyas características intrínsecas, especificidad y valor cultural le han dotado de reconocimiento social y le han valorizado frente a la humanidad. Este patrimonio se erige como un “foro de la memoria y banco de ensayos para la reproducción social” (Prats 2005, 31), en el cual el actuar humano se vincula con lo material e inmaterial de las sociedades.

Este mismo patrimonio cultural ha sido reconocido por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), organismo internacional que, desde hace más de tres décadas, ha integrado una serie de marcos normativos e institucionales de reconocimiento y conservación del patrimonio cultural, especialmente ante la presencia de intereses particulares económicos en torno al aprovechamiento de estos bienes.

Es de mencionar que el patrimonio cultural ha sido conceptualizado, en su forma material, como un “producto y un proceso que suministra a las sociedades de un caudal de recursos que se heredan del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras” (Unesco 2014, 132) e incluye a todos aquellos monumentos:

obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico [...] obras conjuntas del hombre y la naturaleza, así como [...] lugares arqueológicos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico. (Unesco 2014, 134)

No obstante, es importante diferenciar entre el patrimonio material y el inmaterial, toda vez que, dada su naturaleza, características y composición, requieren de abordajes analíticos distintos.

Así, el patrimonio cultural inmaterial —o intangible— integra una serie de “usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas [que] junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales les son inherentes [a] las comunidades, se transmite de generación en generación [...] infundiéndoles [a las comunidades] un sentimiento de identidad y continuidad” (Unesco 2003, art. 2).

Este patrimonio cultural inmaterial considera la tradición, el saber-hacer y las representaciones culturales, replicando a su vez un sentido de pertenencia e identidad por parte de las comunidades, de forma tal que son los grupos sociales los que continúan fortaleciendo su patrimonio, y puede dotar a las sociedades de reconocimiento y legitimidad mientras que, a la vez, invita a una reflexión de la propia historia (Davallon, Micoud y Tardy 1997).

La protección y salvaguarda del patrimonio cultural constituyen una respuesta por parte de las sociedades locales ante los embates del mundo global y el paso del tiempo, rescatando de esta forma las características, las particularidades y la autenticidad de las realidades. Por lo tanto, el patrimonio se convierte en herramienta de protección de la identidad local. En este sentido, las acciones de conservación del patrimonio deben estar orientadas a la valorización de los elementos patrimoniales, su uso y aprovechamiento sostenible (Oriard Colin 2011), ya sea para uso recreativo, productivo, comercial o para funciones como el turismo (actividad que puede ser de importancia en la reproducción y difusión del patrimonio), constituyéndose como una estrategia para que “la sociedad se acerque al patrimonio y entienda que su

preservación es fundamental para el futuro” (Moreno Cifuentes 2013, 10).

En este tono, el gran reto implica no solo la instauración de estrategias adecuadas para conservar el patrimonio, sino para garantizar la representatividad de los actores sociales por las instancias locales, las cuales deben procurar destacar, proteger y salvaguardar los elementos relevantes de las localidades, dar voz a los intereses de la mayoría, manteniendo una lógica de continuidad de proyectos instaurados, lo que puede ser obtenido a partir de establecer mecanismos tangibles de gobernanza de los recursos territoriales.

Arreglos de gobernanza para la conservación del patrimonio alimentario

Es importante establecer —antes de plantear la relación entre la gobernanza de los recursos territoriales y su funcionamiento en la conservación del patrimonio, especialmente del alimentario— que la gobernanza se entreteteje bajo una serie de principios que dan dirección y “coordinación intencionada de la acción colectiva entre partes interesadas e interdependientes [...] a través de una serie de procesos de aprendizaje, ayuda mutua y negociación” (Glückler, Rehner y Handke 2019, 10) a fin de resolver problemas colectivos (Kooiman 2003). Así mismo, la gobernanza, surgida desde diferentes niveles (local-regional-nacional) implica la construcción de instrumentos de planeación y gestión de los espacios locales y que, en el rubro alimentario, refleja un anclaje fuerte entre actores (productores, transformadores, agroindustrias y redes de conocimiento) de los sistemas locales (Torre y Traversac 2011) a través de mecanismos o arreglos para facilitar las decisiones colectivas y los procesos de participación.

En este sentido, la gobernanza “se presenta como la solución a los problemas de coordinación en las sociedades modernas” (Zurbruggen y Milanesi 2008, 3); no obstante, aún es necesario definir ¿cómo esta gobernanza, aparentemente abstracta, puede materializarse en acciones y estrategias concretas para la atención de problemáticas o intereses de un colectivo para la protección de bienes patrimoniales, el uso sostenible de estos, o la reproducción y conservación de los intangibles que les rodean?

En relación con eso, la gobernanza puede verse como un proceso pero también es posible visualizarla como una serie de arreglos que impulsan la acción colectiva, cuyos principios de acción se basan en la construcción de consensos entre actores, a partir de la definición de visiones comunes de futuro, confianza, transparencia y

coordinación multidireccional (Bagnasco y Le Galés 2000), así como de una participación propositiva (Ubilla-Bravo 2020) para la gestión de bienes comunes. Lo anterior, a través de la construcción en una visión territorial compartida, basada en un proceso de reconocimiento y valorización de este capital (Davoudi et ál. 2008).

Por lo tanto, los AG implican una serie de relaciones entre organizaciones e individuos en un territorio, los cuales determinan el modelo colectivo con el cual se construyen las instituciones. Según lo anterior, se puede entender a los AG como aquellas articulaciones, formales e informales, entre actores sociales que coordinan y dan dirección a la acción colectiva para la gestión de los recursos territoriales; estos acuerdos de gobernanza pueden materializarse a través de la acción organizativa de los actores sociales, acuerdos institucionales y tratados entre partes. Con esta conceptualización, es posible establecer que estos arreglos descansan en estructuras organizacionales cuya gestión es autónoma para dirigirse, y en las que la gobernanza como proceso pierde claridad al momento de establecer los límites y las responsabilidades de los actores (Stoker 1998) vinculándoles de forma estrecha y disminuyendo la rigidez de las instituciones, lo cual favorece los procesos de inclusión colectiva, pero también complejiza las estrategias y los intercambios entre actores sociales.

De acuerdo con lo anterior, es posible ver algunas estructuras organizacionales específicas como la materialización de estos arreglos, cuya gobernanza en el espacio alimentario se ve favorecida por la relativa homogeneización de actores territoriales de naturalezas en ocasiones similares, aunque con heterogeneidades en sus particulares intereses. Estas estructuras organizacionales, como materialización de los AG, pueden ser una forma de conservar el patrimonio cultural alimentario ya que, desde una perspectiva intangible, considerarían a aquellas “costumbres y técnicas culinarias, conocimiento y defensa del patrimonio natural [y la] biodiversidad” (Unigarro Solarte 2010, 19), así como los sentimientos de identidad y arraigo de los actores a las tradiciones alimentarias.

De igual forma, estos AG impulsan la parte tangible o material del patrimonio alimentario, al considerar necesario integrar los espacios donde las relaciones humanas se representan, los territorios geográficos donde se construyen los vínculos y donde el patrimonio inmaterial se desenvuelve. Este patrimonio material incluye los espacios de producción, transformación e intercambio de bienes alimentarios, visibles a través de infraestructuras,

monumentos y espacios públicos donde se concretan y llevan a cabo prácticas del patrimonio alimentario.

Mercados alimentarios como materialización de los arreglos de gobernanza y sus aportes al patrimonio cultural alimentario

En México, los mercados de alimentos forman parte de la historia y la tradición no solo culinaria, sino también social, cultural y económica, y se vuelven una representación del patrimonio ancestral de la oferta de alimentos, dando continuidad a prácticas, lenguajes y técnicas de antaño. Estos mercados, fundamentados en el intercambio y el trueque de bienes y servicios alimentarios, son expresiones de las culturas mesoamericanas y representan la biodiversidad nacional, toda vez que “diversas especies vegetales, animales y hongos han sido incorporados a sus espacios de venta” (Argueta Villamar 2016, 40).

Si se considera que la Ciudad de México no se entiende geográfica, histórica y poblacionalmente si no se contemplan sus dinámicas de comercialización alimentaria, sus relaciones agroalimentarias rural-urbanas y sus mercados locales, es que resulta de interés en investigación analizar aquellos mercados locales que, como materialización de los AG, trascienden a la lógica de la comercialización en sentido “convencional” e impulsan las cadenas cortas de comercialización, disminuyendo los intermediarios, fortaleciendo los vínculos productor-consumidor e impulsando las buenas prácticas agroalimentarias, agroecológicas, de cadenas de mercado justo y pueden constituir alternativas para la disminución del nivel de inseguridad alimentaria en las regiones.

Los mercados alimentarios pueden constituir una forma de patrimonio cultural, debido a que generan redes de colaboración, mecanismos de intercambio y traducción de conocimientos, y tienden a buscar la revalorización de la cultura, la historia y las tradiciones alrededor del arte de la alimentación.

Estos mercados alimentarios locales, se consolidan como “espacios de intercambio favorables para productores, transformadores, intermediarios y consumidores [creando] vínculos sociales, políticos y económicos” (Roldán, Gracia y Mier y Terán 2018, 1), y que, cuando se encuentran bajo la lógica de las cadenas cortas de comercialización, impulsan el conocimiento en torno al origen y la procedencia de los productos alimenticios, así como el conocer a aquellos actores detrás del cultivo, la cosecha y transformación del alimento. En relación con esto, los mercados alimentarios pueden constituirse como formas del patrimonio alimentario, pero a la vez, al hablar de

la gestión y conservación de los recursos territoriales, estas se instauran como formas organizacionales que impulsan los arreglos de gobernanza. Según lo anterior, estas figuras organizacionales, que se formalizan como los mercados alimentarios, integran a los actores sociales en la búsqueda de objetivos de interés común, como puede ser la conservación del patrimonio alimentario.

Este trabajo propone una serie de ejes de análisis, a partir de los cuales sea posible observar y analizar al patrimonio alimentario —material e inmaterial— y con los cuales sea posible dilucidar los efectos que sobre estos tienen los AG, materializables en forma de los mercados locales. Los elementos del patrimonio alimentario —en su parte material— pueden ser analizados en cuanto a los siguientes elementos: (i) iluminación, limpieza, seguridad percibida en los espacios; (ii) flujo peatonal; (iii) uso del espacio con fines turísticos; (iv) uso del espacio patrimonial para incentivar el turismo a la localidad; (v) uso del espacio patrimonial para prácticas culturales o educativas; y (vi) nivel de reconocimiento del espacio público a través de sus hitos, los cuales se refieren a una señal física bajo la cual se vincula un espacio con algún reconocimiento social o cultural.¹

Por otra parte, cuando se habla del patrimonio cultural inmaterial —o intangibles—, y al considerar lo mencionado previamente en torno a aquellas representaciones que dan sentido e identidad a la actividad agroalimentaria, es que los ejes de análisis pueden verse desde: (i) el sentido de pertenencia e identidad colectiva que se genera entre los actores de los mercados; (ii) la reproducción de tradiciones y prácticas ancestrales propias del quehacer alimentario; (iii) el potencial de los AG de impulsar la agricultura familiar, las prácticas agroecológicas, los sellos de calidad y procedencia que dotan de valores añadidos al patrimonio alimentario; así como un eje en torno a la (iv) continuidad de la actividad alimentaria y el relevo generacional, con el cual descansa la premisa de la reproducción y conservación en el largo plazo de las tradiciones alimentarias y el patrimonio que estas representan.

Es importante destacar que si bien los mercados alimentarios, como formas de los AG, conservan algunos elementos unificadores, ante la heterogeneidad de los

actores, de sus dinámicas y de sus representaciones, es necesario hacer un análisis particular, a partir del estudio de caso, con el cual es posible acercarse a un fenómeno de estudio, desde una mirada específica. Por lo anterior, esta investigación analiza los ejes del patrimonio alimentario desde los AG a partir de la mirada de una estructura organizacional específica: el Mercado el 100 en la Ciudad de México.

Metodología

Para analizar la forma en cómo los AG, materializados a través de estructuras organizacionales como mercados alimentarios, impulsan la conservación del patrimonio alimentario y sus componentes materiales e inmateriales, el presente documento plantea una metodología mixta, ya que parte de un enfoque cualitativo transversal de estudio de caso, a partir de la selección del mercado de alimentos Mercado el 100 localizado en Ciudad de México.

Este estudio de caso se conformó a través de cuatro etapas: la primera consistió en una revisión de información secundaria del mercado para sustraer información general, histórica y estadística local que permitió delimitar y contextualizar el estudio de caso desde información censal y de estructura poblacional. En un segundo momento, para la reflexión en torno a los efectos de este mercado sobre el patrimonio alimentario, se realizó una operacionalización de los elementos conceptuales del patrimonio cultural —material e inmaterial— que se tradujo en la construcción de una serie de ejes analíticos, como puede verse en la Tabla 1. En tercer lugar, estos ejes dieron paso a la construcción de una serie de indicadores y una batería de preguntas, que fueron aplicadas en una encuesta en línea durante julio de 2020, a través de un cuestionario semiabierto a diez actores clave del Mercado el 100, que incluyó a productores y transformadores. Es importante mencionar que esta investigación usó un muestreo por conveniencia, toda vez que se solicitó la respuesta al cuestionario a todos los productores del mercado, a fin de alcanzar significancia estadística. No obstante, al término del periodo de trabajo de campo, solo fue posible recibir la respuesta de una decena de actores, sin embargo, se considera que a pesar de la disminuida muestra obtenida, lo recogido en la investigación es valioso toda vez que operacionaliza dimensiones analíticas del patrimonio y las contrasta con la percepción de los actores locales, lo que no ha sido realizado previamente para este mercado en específico.

¹ Ejemplo de esto es la Plaza del Lanzador, lugar donde se instauran algunos mercados locales, como el estudio de caso de este trabajo y cuya relación espacial está vinculada al Monumento del Lanzador.

Tabla 1. Ejes analíticos para el patrimonio cultural alimentario

Bloque	Ejes	Tipo de pregunta	Escala de medición
Material	Iluminación, limpieza, seguridad.	Cerrada	<ul style="list-style-type: none"> • Empeorado mucho. • Empeorado. • Ni empeorado ni mejorado. • Mejorado. • Mejorado mucho.
	Flujo peatonal.	Cerrada	
	Uso del espacio con fines turísticos.	Cerrada	
	Uso del espacio patrimonial para incentivar el turismo a la localidad: <ul style="list-style-type: none"> • Promoción del patrimonio gastronómico. • Visitas guiadas y recorridos por parcelas. 	Cerrada	
	Uso del espacio patrimonial para prácticas culturales o educativas: <ul style="list-style-type: none"> • Cursos y talleres. 	Cerrada	
	Reconocimiento del espacio público-monumento: (Plaza del Lanzador-Monumento del Lanzador).	Semicerrada	
Inmaterial	Sentido de pertenencia e identidad colectiva.	Abierta	Abierta.
	Reproducción de tradiciones y prácticas ancestrales.	Cerrada	<ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo. • En desacuerdo. • Ni de acuerdo ni en desacuerdo. • De acuerdo y totalmente de acuerdo.
	Impulso a la agricultura familiar, prácticas agroecológicas, sellos de calidad y procedencia.	Cerrada	
	Continuidad de la actividad y relevo generacional.	Cerrada	

El cuestionario estuvo conformado por veinte reactivos y dividido en tres grandes secciones, en las cuales se incluyeron cuestionamientos en cuanto a las generalidades de los actores, su actividad, vinculación con el mercado y con los consumidores (bloque 1). Así mismo, el segundo y tercer bloques estuvieron enfocados en conocer su percepción en torno al papel que el mercado tiene, y la actividad que ellos mismos realizan, en la gestión colectiva y conservación del patrimonio alimentario, material (bloque 2) e inmaterial (bloque 3).

En un cuarto momento de la investigación, la información obtenida de estos cuestionarios fue sistematizada considerando los bloques mencionados, y posteriormente analizada, haciendo uso de hojas de cálculo en Excel para el tratamiento de información cuantitativa.

Es relevante mencionar que se seleccionó este mercado alimentario local —Mercado el 100— según los siguientes criterios: es un mercado que cuenta con un adecuado nivel de formalización —son una asociación civil establecida y formalmente constituida—; cuenta con sellos de calidad y certificación de actividad colectiva; impulsa las cadenas cortas de comercialización y sus características permiten analizar el caso a partir de los ejes patrimoniales mencionados. Por último, es importante mencionar que se realizó una entrevista semiestructurada, en formato virtual, con la representante legal del mercado alimentario para enriquecer lo obtenido del estudio de caso.

Resultados y discusión

Mercado el 100 como manifestación de los arreglos de gobernanza

El Mercado el 100 es una estructura organizacional que inició operaciones en 2010 y que agrupa a productores y transformadores de alimentos y productos naturales, en esencia orgánicos y ecológicos, y que se ubican en la Plaza del Lanzador en Ciudad de México.

El nombre de este mercado proviene de la cercanía de los propios productores a la Ciudad de México, los cuales, inicialmente, se buscaba tuvieran sus espacios de trabajo, producción y transformación a no más de 100 millas a la redonda. Este elemento es de gran relevancia, ya que la cercanía a la capital del país es parte del concepto fundador, en aras de disminuir el impacto ambiental del consumo de bienes generado por el transporte de mercancías por largas distancias (Time Out México 2020).

El Mercado el 100 está formalizado como asociación civil, y es el primer mercado alimentario local en su tipo en obtener el reconocimiento de Certificación Orgánica Participativa que otorga la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER) y el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (Senasica). Así mismo, este mercado fue uno de los primeros en establecer abiertamente como principio rector el comercio local en

Ciudad de México, así como la promoción ciudadana de prácticas ambientalmente amigables (Salgado-Sánchez y Castro-Ramírez 2016).

De igual forma, se ha caracterizado por ser un espacio alternativo que busca la promoción del desarrollo rural (Pardo y Durand 2018). Incluso en las narrativas compartidas de los productores, es posible identificar valores en el quehacer del mercado, tales como el impulso a la producción local, agroecológica y familiar (Mercado el 100 2018).

Es importante destacar que el Mercado el 100 tiene 46 productores registrados, de los cuales el 87 % se dedican al giro alimentario, y seis productores a otras actividades diversas (un 5 % a alfarería y artesanías; un 4 % al cuidado personal, un 2 % a la producción de flores comestibles y un 2 % a la comercialización de productos de limpieza biodegradables). Si se considera solo aquellos del ramo alimentario, debido a su relevancia para el análisis de la protección del patrimonio alimentario, es necesario comentar que la mayor parte de los 40 productores comercializan productos vegetales y sus derivados, como salsas, mermeladas y vegetales frescos (52 %), seguidos de alimentos ya procesados, como panadería libre de gluten o repostería en general (28 %) y, finalmente, productos animales y derivados, como pescados, quesos y cremas (20 %). De igual forma, la constitución de los productores también es muy variada, ya que es posible observar que la mayoría se ha constituido o se identifica como empresa o grupo familiar (39 %). Es interesante destacar que de los 46 productores, 24 son originarios de Ciudad de México, 14 del Estado de México, 2 de Puebla, 3 de Morelos, 1 del estado de Querétaro, y dos de ellos no hacen mención específica a la procedencia de sus bienes o la ubicación de sus instalaciones (Mercado el 100 2018).

El uso del espacio público para el Mercado el 100 ha implicado la reconversión y el rescate de forma sustantiva de una plaza pública ubicada en la zona centro de la capital, como la previamente mencionada Plaza del Lanzador, espacio que en la actualidad guarda amplia vinculación con el mercado. No obstante, su uso y gestión ha transitado a través de diferentes retos administrativos ante las autoridades locales, ya sea desde el punto de vista territorial y de gestión ambiental, como desde la formalización en cuanto a la definición de los derechos al acceso de espacios públicos. Sin embargo, uno de los factores fundamentales ha sido la resistencia comunitaria y la presión de la base de consumidores para recuperar y ganar espacios para el mantenimiento de las actividades del mercado (A. Calderón, comunicación personal, julio de 2021).

En los siguientes apartados, se muestra la información recabada de las encuestas, tanto de algunas generalidades, como de los ejes analíticos propuestos en torno al patrimonio alimentario material e inmaterial.

El papel del Mercado el 100 en la conservación del patrimonio cultural alimentario

La identidad del mercado, como materialización de los AG, se mantiene debido a los requisitos y las exigencias impuestos a los productores, cuya adhesión colectiva permite conservar la identidad patrimonial. Ejemplo de lo anterior es que los miembros productores del mercado deben vigilar y mantener una producción artesanal, ecológica, orgánica o agroecológica, y los productores deben ser los propietarios de los medios de producción, lo cual favorece las cadenas cortas de comercialización. El objetivo entonces, de la creación del mercado, está sustentado en dos ideales: por un lado, ofrecer a los consumidores una opción de alimentos saludables y, por el otro, disminuir el impacto ambiental de las actividades agroalimentarias (Pardo y Durand 2018).

En este sentido, uno de los elementos más importantes del Mercado el 100 es la vinculación entre productores y consumidores, lo que implica el entendimiento de los procesos de producción, cuya labor va más allá de la satisfacción de una necesidad de mercado: persigue la transmisión de conocimiento del patrimonio alimentario y la valorización de los bienes con agregación de valor sociocultural.

Patrimonio material y su conservación desde el Mercado el 100

Como el patrimonio cultural material incluye aquellas obras tangibles que se dan producto de la conjunción entre las actividades del hombre y la naturaleza, así como de sus espacios físicos, es importante rescatar el ejercicio de cuestionario aplicado a la decena de productores del Mercado el 100, para identificar la forma en cómo este mercado, en cuanto a materialización de los AG, ha impulsado el uso y la conservación del patrimonio material.

Las encuestas aplicadas permiten discernir que para el 70 % de los encuestados, la instauración de este mercado no ha tenido reales efectos en las mejoras a la infraestructura física o material del mercado, toda vez que en el elemento (i) *iluminación* como factor de equipamiento en una zona urbana, no se percibe un impacto o mejoría considerable. No obstante, para el 60 % de los actores consultados, el elemento *limpieza* sí ha tenido considerables mejoras, cuestión que ha favorecido la visita de

más usuarios, lo que proporciona espacios de intercambios, experiencias y consumo en un ambiente de comodidad. Así mismo, en cuanto al tema de *seguridad*, el cual se instaura como una característica necesaria para una sana convivencia y estadía, para la mayoría de los productores encuestados (50 %) esto ha tenido ligeras mejoras desde la instauración del mercado. Los anteriores elementos han incrementado de esta forma el (ii) *flujo de personas* en la zona —la cual ha mejorado en un 60 % a partir de la instauración del mercado—. Esto también ha posicionado al mercado, y el espacio público que representa, como un (iii) *espacio con fines turísticos*, lo que se ha visto reflejado a partir de una mejora del 80 % en el número de visitantes extranjeros, quienes ubican al mercado como un sitio de interés cultural y comercial, y lo ubican como un referente novedoso para el acceso a productos alimenticios de alto valor agregado.

Es de mencionar que parte de las estrategias de aprovechamiento de los espacios para la conservación del patrimonio material, se puede llevar a cabo a través de impulsar prácticas multifuncionales para el territorio, tales como el (iv) *uso del espacio patrimonial para incentivar el turismo a la localidad* —actividades realizadas por tan solo el 30 % de los encuestados— en el cual se incluye la: (a) promoción del patrimonio gastronómico y que implica difundir la variedad gastronómica que ofrecen los distintos productores encuestados para enaltecer sus platillos típicos o tradicionales preparados con productos de su tierras. Estas actividades ofrecen la oportunidad de dar a conocer el patrimonio gastronómico que brindan los distintos territorios de donde provienen los productores. También impulsa la compra del alimento y la cocina misma, lo que se vincula directamente con el patrimonio inmaterial y su reproducción y conservación.

Por otra parte, y a fin de impulsar un acercamiento más profundo con los consumidores, los productores del Mercado el 100 ofrecen actividades que fortalecen la convivencia social, tales como (b) visitas guiadas y recorridos por parcelas para conocer las agroindustrias —realizada por el 50 % de los productores encuestados—, lo cual es una oportunidad de conocer en detalle el proceso de siembra y cosecha de los productos agropecuarios, e incluso, los procesos de elaboración de los alimentos, dando de esta forma confianza a los consumidores en torno al origen de los alimentos y a las prácticas agrícolas.

Por otra parte, el (v) *uso del espacio patrimonial para prácticas culturales o educativas*, es realizado por el 60 % de los encuestados solamente, e implica un acercamiento y difusión a la cultura alimentaria de cada productor,

lo que permite entender procesos, tradiciones y actividades de los actores a través de la oferta en el espacio público del Mercado el 100 de cursos y talleres diversos sobre la buena alimentación, preparación de alimentos y diseño de huertos caseros, entre otros. Esta clase de actividades ofrecen conocimientos pensados para que los consumidores puedan reproducirlos en el hogar e integrarlos en sus actividades diarias, lo cual incentiva la participación de estos, e impulsa el intercambio de conocimiento alimenticio. Sin embargo esta actividad aún no ha terminado de consolidarse, puesto que para el 70 % de los encuestados, no ha habido mejoras ni aumento en estos eventos culturales, y solo para el 30 % la parte educativa se ha visto impulsada de forma considerable.

Como último elemento que constituye el análisis del patrimonio cultural material, se encuentra el (vi) *nivel de reconocimiento del espacio público a través de sus hitos*, especialmente a la vinculación que el Mercado el 100 tiene con el monumento ubicado al centro del espacio público, y de cuyo origen se desprende el nombre de la Plaza del Lanzador (por el Monumento del Lanzador). Este elemento es de relevancia al hablar de la conservación del patrimonio material, y en el caso del Mercado el 100, como forma de materializar arreglos de gobernanza y vinculación entre actores, ya que permite ligar el patrimonio alimentario a sitios con anclaje territorial y sociocultural. Lo anterior favorece la construcción de una identidad en la zona. Es importante mencionar que solamente el 60 % de los encuestados conocen la relación del espacio público con el Monumento del Lanzador, por lo que hay una importante cantidad de actores con un estado de desconocimiento generalizado en torno a los hitos aledaños y a la historia que le precede. Por ello, no es de extrañar que estos mismos actores consideren que este binomio *mercado-monumento* no es del conocimiento de consumidores, e incluso a veces ni siquiera de los habitantes de la zona. Por otra parte, el 50 % de los encuestados creen que un símbolo físico como es este monumento tiene amplio potencial de vincular las actividades que ahí se desarrollan con la historia del lugar.

El Mercado el 100 y sus aportes al patrimonio inmaterial alimentario

Según el patrimonio inmaterial y las potencialidades de este mercado alimentario como estructura concentradora de los acuerdos formales e informales entre actores, se destaca que los cuestionamientos estuvieron

enfocados en identificar, en primer lugar: (i) *el sentido de pertenencia e identidad colectiva* que el Mercado el 100 ha traído a los productores.

Al considerar, adicionalmente, las respuestas del cuestionario, es posible establecer que formar parte de este mercado ha representado un gran impulso productivo, lo que favorece la diversidad agrícola, así como la generación de empleos y el fortalecimiento de la agroindustria familiar. En palabras de los productores, esto ha permitido crear conciencia ambiental en los consumidores y rescatar la importancia que tienen prácticas como el comercio justo, las cadenas cortas de comercialización y la construcción de redes de confianza.

Esta visión de identidad colectiva es compartida por el 70 % de los encuestados, quienes han establecido que pertenecer a esta asociación ha permitido compartir visiones colectivas futuras, generar un sentido de responsabilidad, definir acuerdos y determinar puentes de confianza. Estos elementos son de especial importancia cuando se presentan estrategias para el aprovechamiento de los recursos territoriales, los espacios públicos y la reproducción del patrimonio alimentario, ya que es preciso contar con AG para la construcción de instituciones, formales e informales, y el direccionamiento de los esfuerzos de forma integral hacia objetivos comunes.

Por otra parte, en los elementos de conservación y reproducción del patrimonio inmaterial, está la (ii) *reproducción de tradiciones y prácticas ancestrales propias del quehacer alimentario*, la cual ha sido posible realizar a través de la venta de los productos, y que, gracias a las estructuras cortas de comercialización, se favorece el intercambio de conocimiento en cuanto a la producción, la elaboración y el consumo de alimentos, elemento de gran importancia y valor para el 80 % de los productores encuestados. De esta forma, es posible traer el conocimiento, las historias, las recetas y las tradiciones gastronómicas desde distintos puntos del país a este mercado, y ponerlo a disposición de los consumidores.

En otro sentido, y en cuanto al (iii) *impulso a la agricultura familiar, prácticas agroecológicas, sellos de calidad y procedencia*, es de mencionar que estructuras de los AG como el Mercado el 100 pueden favorecer la agricultura familiar, y rescatarla como una práctica de herencia cultural, que es vista por los productores como una oportunidad para fomentar la colaboración familiar, lo que sucede para el 70 % de los encuestados, quienes conforman sus agroindustrias en torno a grupos familiares.

En este mismo eje, estos mercados impulsan, para el 90 % de los encuestados, las prácticas agroecológicas

que se traducen en el uso de biofertilizantes, una gestión sostenible del agua y rotación de cultivos, lo que da como resultado productos de temporada, así como ideologías para la disminución de plásticos de un solo uso, tanto en el proceso productivo, como en la comercialización de los alimentos finales.

Esto denota la vocación del mercado de impulsar prácticas que puedan institucionalizarse a través de la obtención de sellos de calidad y de certificaciones diversas, tales como los sellos orgánicos, los cuales han tenido un alto impacto en el volumen de ventas para un sector especializado. Estas certificaciones —como la de producto orgánico— han sido obtenidas por el 40 % de los encuestados.

Por otra parte, los certificados agroecológicos se han obtenido por un 40 % de los encuestados, mientras que los certificados de comercio justo están en posesión de solamente un 10 % de los actores.

Es fundamental indicar que a pesar de que el 70 % de los productores cuentan con etiquetas en sus productos, solamente el 40 % tienen distintivos del territorio de producción. Lo anterior puede considerarse una ventana de oportunidad, toda vez que estos sellos de calidad y procedencia permiten el ingreso de los productos a mercados especializados, lo que favorece el difundir los conocimientos tradicionales aparejados a una calidad garantizada, abonando así a la confianza del consumidor.

A pesar de lo anterior, la conservación de las tradiciones y el patrimonio alimentario no depende solamente de la conciencia de los consumidores o de la participación colectiva de los actores productores, sino que se ve influida por elementos exógenos, que pueden impactar la continuidad de las prácticas alimentarias. Por lo tanto, es importante incorporar como eje de análisis a la (iv) *continuidad de la actividad y relevo generacional*. Así, es posible definir que la estabilidad institucional actual, las afectaciones por la emergencia sanitaria y la incertidumbre financiera nacional, han producido desconfianza —en el 40 % de los casos— en torno a la continuidad y sobrevivencia de las actividades de estos productores. Lo anterior es congruente con la poca disponibilidad y apertura por parte de los productores encuestados a generar inversiones en el largo plazo.

Vale la pena rescatar el potencial de aprendizaje y resiliencia de estos actores toda vez que, en sus propias palabras, las externalidades negativas han abonado a su proceso de aprendizaje —un 60 % de los productores lo consideran así— en cuanto a la reconversión productiva y

la necesidad de implementar otras estrategias de comercialización. De igual forma, el 80 % cree que, en la adversidad, ha sido posible establecer acuerdos de confianza, tanto entre colaboradores del mercado como con los consumidores, elementos que les han permitido mantener el nivel de ventas y conservar la actividad productiva.

Además, es de destacar la importancia que tienen los acuerdos de gobernanza entre actores del mismo mercado para promover la continuidad de la actividad productiva y el impulso a la conservación del patrimonio alimentario. Lo anterior se percibe en que solamente el 20 % de los encuestados manifestó que los cambios institucionales, políticos o administrativos pueden tener repercusiones o impacto directo en su actividad. Esta idea se fortalece para el 10 % de los encuestados, que señalan como indispensable seguir contando con apoyos o estímulos que otorga el Gobierno con relación a la producción y comercialización de alimentos.

Por último, en el sentido de la continuidad, es relevante mencionar el relevo generacional, que implica una participación sustantiva de nuevos actores, quienes otorgan mayor dinamismo, conocimiento, nuevas técnicas y herramientas a las prácticas de conservación y reproducción de la actividad alimentaria, así como de sus saberes, intangibles, usos y costumbres. En este sentido, un efecto positivo propiciado por la conformación de estructuras de gobernanza como el mercado es la inserción de jóvenes, quienes también se interesan por la actividad productiva alimentaria, la creación de un nuevo saber que rescata las tradiciones culinarias, pero incorpora valores añadidos. Empero, esto ocurre para solamente el 20 % de los encuestados, mientras que el resto considera que los jóvenes no ven en la actividad alimentaria una opción de trabajo rentable, y no muestran intenciones o interés en continuar con la actividad productiva ni el relevo en la tradición, lo que podría poner en riesgo la reproducción y conservación de algunas costumbres patrimoniales.

A pesar de lo anterior, el interés de los jóvenes tiene que ver no solo con la producción de alimentos, sino también con la búsqueda del consumo saludable, así como de conocer la procedencia y cultura impregnada en la producción de estos alimentos. En este tono, la encuesta tiene resultados más alentadores, puesto que el 60 % de los productores considera que, en los últimos años, generaciones más jóvenes de consumidores se interesan cada vez más por el origen de sus alimentos y por las prácticas ancestrales alimentarias. Sin embargo, un 40 % señala que esto aún está muy lejos de ocurrir.

Los anteriores resultados pueden demostrar que desde el rescate de la visión de cada uno de los actores los elementos materiales e inmateriales están presentes en toda la raigambre de los acuerdos de gobernanza. Estos acuerdos son tocados, incluidos y afectados por las acciones de los productores, pero también de los consumidores, e incluso de otros factores fuera del poder de acción del mercado.

Si bien, en ocasiones el patrimonio material tiende a ser el más fácilmente identificable, la visión de este, como solo el escenario físico de cambio y transformación de las prácticas y usanzas en torno al patrimonio alimentario, no podría considerarse suficiente, ya que es necesario incorporar la visión de los intangibles, proponiéndolo a partir de la operacionalización de lo inmaterial, a fin de entender los entramados del proceso de confección de estrategias para la conservación de este patrimonio. Este debe ser construido desde el conceso colectivo, desde una perspectiva de abajo hacia arriba, y a partir de las experiencias, las voces y los saberes de los actores que han hecho de la actividad alimentaria su modo de vida.

Conclusiones

La organización, como acción e institución formal, continúa erigiéndose como un acierto al momento de buscar coordinación de las acciones colectivas y de dirigir los esfuerzos hacia la conservación de recursos territoriales, cuyo valor patrimonial les convierte en objeto de interés de diferentes esferas sociales, razón por la cual requiere de una salvaguarda que permita un uso que precise su reproducción y continuidad, permitiéndole avanzar, e incluso, enriquecerse del cambio social.

Sin embargo, los acuerdos entre actores, su formalización en estructuras organizativas, con naturaleza formal e institucional, descansan en los preceptos de colectividad, representatividad y colegialidad de las decisiones, elementos propios del constructo de la gobernanza. Empero, uno de los principales elementos en torno a esta gobernanza yace principalmente en su riqueza polisémica, lo que puede constituir una gran fortaleza, pero también un gran reto, ya que diferentes visiones de esta permiten entenderla desde una multiplicidad de disciplinas.

La riqueza de este trabajo radica también en poder materializar el constructo a partir de ver a esta gobernanza y sus arreglos como a esta organización social —mercado alimentario—, que no solo integra las acciones de

los actores sociales, sino que se convierte en el vehículo a través del cual se cristalizan los intangibles patrimoniales, las tradiciones, los usos y las costumbres diversos en cuanto al quehacer alimentario y, que en lo material, se dan en un espacio físico donde hay intercambio del patrimonio culinario del territorio.

El Mercado el 100, como estructura representativa de los AG entre actores, ha generado cambios en el espacio donde se ha colocado, tanto por su instauración y los subsecuentes impactos que esto crea por su actividad productiva, como por la capacidad que este mercado ha tenido para permear en la identidad de los productores. No obstante, es aún una tarea inacabada el convertir este mercado en punto de referencia, que favorezca el vincular los tangibles e intangibles del patrimonio con otros elementos históricos.

Así mismo, ha sido posible deducir que para los productores y actores del mercado, la actividad alimentaria —tan ancestral como el trueque prehispánico, la vendimia y la cercanía entre productor y consumidor— permite fortalecer las tradiciones culinarias, y el capital social, la confianza y la vinculación entre actores, incluso con consumidores, llevando la esencia del territorio productor hasta los espacios de comercio inmediato.

La construcción de una identidad y visión de largo plazo compartida ha sido posible en el Mercado el 100, el cual, a pesar de tener pocos años de haberse establecido, ha logrado generar un sentido de arraigo y pertenencia entre los productores, quienes consideran que su inclusión a esta estructura organizacional ha favorecido ampliamente sus condiciones socioeconómicas e incluso relacionales, y les ha permitido aumentar la confianza del consumidor, no solo a través de incrementar la calidad, el origen y el arraigo territorial de los alimentos, sino al aumentar el nivel de conciencia de este actor en la valía de conocer, consumir y difundir el patrimonio alimentario.

Es pertinente profundizar en investigaciones de este tipo, no solo incrementando la participación en estos ejercicios de reflexión y análisis por parte de los actores locales y productores de los mercados, sino también a partir de incluir la visión de los consumidores respecto a su percepción del patrimonio, y cómo estos mercados han influido en la conformación del paisaje. También puede ser ampliamente enriquecedor incluir otros espacios como este mercado, los cuales de igual forma pueden impulsar el sentido de identidad de los actores locales, y constituir alternativas de desarrollo agroalimentario.

Referencias

- Argueta Villamar, Arturo. 2016. "El estudio etnobiocológico de los tianguis y mercados en México." *Revista Etnobiología* 14 (2): 38-46.
- Bagnasco, Arnaldo y Patrick Le Galés. 2000. "Introduction to European Cities: Local Societies and Collective Actors?" En *Cities in Contemporary Europe*, editado por Arnaldo Bagnasco y Patrick Le Gales, 1-32. Cambridge: Cambridge University Press.
- Davallon, Jean, André Micoud, y Cécile Tardy. 1997. "Vers une évolution du patrimoine rural." En *L'esprit des lieux. Le patrimoine et la cité*, editado por Dominique Poulot y Daniel J. Grange, 195-205. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble.
- Davoudi, Simin, Nick Evans, Francesca Governa, y Marco Santangelo. 2008. "Territorial Governance in the Making. Approaches, Methodologies, Practices." *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, no. 46, 33-52.
- Delgadillo, Víctor. 2020. "La covid-19 golpea los mercados de abasto en Ciudad de México." *El País*. Consultado el 20 de octubre de 2020. https://elpais.com/elpais/2020/05/19/seres_urbanos/1589871781_940994.html
- Glückler, Johannes, Johannes Rehner, y Michael Handke. 2019. "Gobernanza, redes y territorio." *Revista de Geografía Norte Grande* 74 (5): 5-20. <http://doi.org/10.4067/S0718-34022019000300005>
- INAH (Instituto Nacional de Antropología e Historia). 2015. "Los mercados y tianguis, vigencia mesoamericana." *Gobiernos de México*. Consultado el 11 de septiembre de 2020. <https://www.inah.gob.mx/boletines/591-los-mercados-y-tianguis-vigencia-mesoamericana>
- Kooiman, Jan. 2003. "Societal Governance: Levels, Modes and Order of Socio-Political Governance." En *Demokratien in Europa*, editado por Ines Katzenhusen y Wolfram Lamping, 229-250. Wiesbaden: vs Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mercado el 100. 2018. "Primer mercado de productores locales, orgánicos y ecológicos en la CDMX." Consultado el 20 de julio de 2020. <https://mercadoel100.org/>
- Moreno Cifuentes, María Antonia. 2013. "Aspectos sociales de la conservación y restauración del patrimonio." *Ge-Conservación*, no. 4, 7-22. <https://doi.org/10.37558/gec.v4i0.168>
- Oriard Colin, Lila. 2011. "Contra la ciudad-museo: el papel del comercio callejero para la conservación del patrimonio urbano de los barrios tradicionales." *Apuntes* 24 (2): 288-299.
- Pardo Núñez, Joaline, y Leticia Durand Smith. 2018. "Los mercados alternativos de alimentos en la Ciudad de México." En *Las ciencias sociales y la agenda nacional. Reflexiones y propuestas desde las ciencias sociales*, coordinado por Juan

- José Cervantes Niño, Leonardo Márquez Mireles y Dolores Molina Rosales, 470-488. México: COMECOSO.
- Prats, Llorenç. 2005. "Concepto y gestión del patrimonio local." *Cuadernos de Antropología Social*, no. 21: 1735.
- Roldán, Héctor Nicolás, María Amalia Gracia, y Mateo Mier y Terán. 2018. "Los mercados locales alternativos en México y Colombia: resistencias y transformaciones en torno a procesos de certificación." *Cuadernos de Desarrollo Rural* 15 (82): 1-17. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr15-82.mlamm>
- Salgado-Sánchez, Raquel, y Adriana E. Castro-Ramírez. 2016. "Mercado el 100, experiencia de consumo participativo para favorecer la sustentabilidad de la agricultura y los sistemas alimentarios." *Agricultura, Sociedad y Desarrollo* 13 (1): 105-129.
- Stoker, Gerry. 1998. "Governance as Theory. Five Propositions." *International Social Science Journal* 50 (155): 17-28. <https://doi.org/10.1111/1468-2451.00106>
- Time Out México. 2020 "Mercado el 100: una alternativa ecológica para consumir local." Consultado el 26 de julio de 2020. <https://cutt.ly/YFFd1nv>
- Torre, André y Jean-Baptiste Traversac. 2011. *Territorial Governance. Local Development, Rural Areas and Agrifood Systems*. Heidelberg y New York: Springer Verlag.
- Torres Torres, Felipe. 2003. "El abasto alimentario y su red ecuación a los mercados globales." En *Políticas de abasto alimentario: alternativas para el Distrito Federal y su zona metropolitana*, coordinado por Gerardo Torres Salcido, Ciudad de México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México.
- Ubilla-Bravo, Gerardo. 2020. "Relaciones de poder entre los actores del periurbano en torno al Plan Regulador Comunal: analizando la gobernanza territorial." *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía* 29 (2): 455-472. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v29n2.75249>
- Unesco (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura). 2003. "Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial." Consultado el 23 de septiembre de 2020. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pfo000132540_spa
- Unesco (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura). 2014. "Indicadores Unesco de cultura para el desarrollo. Manual metodológico." Consultado el 10 de enero de 2021. https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf
- Unigarro Solarte, Catalina. 2010. *Patrimonio cultural alimentario*. Quito: Fondo Editorial Ministerio de Cultura.
- Zurbriggen, Cristina y Alejandro Milanesi. 2008. "La gobernanza territorial: la brecha entre paradigmas y realidades." Conferencia presentada en el XIII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y la Administración Pública, Buenos Aires, Argentina. Del 4 al 7 de noviembre de 2008.

Laura Elena Martínez Salvador

Investigadora asociada adscrita al Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM (México). Doctora en Economía e integrante del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) Nivel 1. Sus líneas de investigación son: sistemas agroalimentarios localizados, gobernanza territorial, desarrollo económico local, políticas públicas y economía de la innovación. Autora de varios artículos (individuales y colectivos) publicados en revistas arbitradas e indizadas, y autora de capítulos de libros académicos arbitrados. Ha participado en múltiples congresos, coloquios y seminarios nacionales e internacionales.