

Sincretismo y mestizaje en el Valle de Atriz: Expresiones de espiritualidad y religiosidad en los mercados populares de San Juan de Pasto, Colombia

Syncretism and mestizaje in the Valley of Atriz: Expressions of spirituality and religiosity in the popular markets of San Juan de Pasto, Colombia

Rafael Ángel-Bravo 

Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Colombia

Correspondencia: angelrafael1980@hotmail.com / <https://linktr.ee/majagualalpoder>

Resumen. Trascendiendo su propósito natural, como espacios para el intercambio comercial de productos y servicios, las plazas de mercado o mercados populares en el contexto continental, albergan un amplio y diverso conjunto de expresiones de carácter ancestral, popular, tradicional y folklórico, siendo posible reconocer en estos espacios, diversos elementos asociados al sincretismo triétnico de creencias y saberes, el cual define la identidad del continente americano. La ciudad de San Juan de Pasto, en el departamento de Nariño, al sur de Colombia, en el denominado Valle de Atriz, recoge en sus espacios y corredores, diversas expresiones y elementos que evidencian una notoria y protagónica influencia del catolicismo, en la identidad cultural de la región nariñense, a través de altares, estatua, imaginería, templos de oración y la realización de ceremonias religiosas, enmarcadas en dichos entornos. Con base en la exploración, observación y registro fotográfico de los principales mercados populares en la ciudad de San Juan de Pasto, se busca recoger y documentar dichas expresiones y elementos, a través de la imagen, desarrollando así una propuesta de investigación y creación, la cual nace de un extenso recorrido investigativo y documental, desarrollado a través de un amplio conjunto de mercados populares, mercados campesinos, espacios comerciales populares, entornos migrantes y otros lugares de memoria en el continente americano, permitiendo en el contexto acá abordado, reconocer un conjunto de expresiones y elementos, asociados a la religiosidad y el sincretismo triétnico de creencias, determinante fundamental de la identidad cultural del continente americano.

Palabras clave: Folklore, identidad, patrimonio cultural, religiosidad, sincretismo.

Abstract. Transcending their natural purpose as spaces for the commercial exchange of goods and services, marketplaces or popular markets in the continental context harbor a wide and diverse array of ancestral, popular, traditional, and folkloric expressions. Within these spaces, it is possible to recognize various elements associated with the tri-ethnic syncretism of beliefs and knowledge that defines the identity of the American continent. The city of San Juan de Pasto, in the department of Nariño, in southern Colombia, in the so-called Valley of Atriz, contains within its spaces and corridors diverse expressions and elements that demonstrate a notable and prominent influence of Catholicism on the cultural identity of the Nariño region. This influence is evident in altars, statuary, religious imagery, temples, and the performance of religious ceremonies within these environments. Based on the exploration, observation, and photographic record of the main popular markets in the city of San Juan de Pasto, the aim is to collect and document these expressions and elements through images, thus developing a research and creation proposal. This proposal stems from an extensive investigative and documentary journey, developed through a wide range of popular markets, farmers' markets, popular commercial spaces, migrant environments, and other places of memory in the American continent. In the context addressed here, this allows us to recognize a set of expressions and elements associated with religiosity and the tri-ethnic syncretism of beliefs, a fundamental determinant of the cultural identity of the American continent.

Key words: Folklore, identity, cultural heritage, religiosity, syncretism.



Recibido: 01/11/2025 / Aceptado: 15/12/2025 / Publicado: 31/12/2025

1. INTRODUCCIÓN

Más allá de su propósito fundamental, como escenarios para el intercambio comercial de productos y servicios, las plazas de mercado o mercados populares en el contexto continental, recogen o albergan un amplio y diverso conjunto de expresiones de carácter ancestral, popular, tradicional y folklórico. Estos lugares de memoria, como los define Castiblanco-Roldán (2011), entendidos como “...construcciones materiales e inmateriales que se han quedado en los sentimientos y las mentalidades de los habitantes a través del tiempo...” (p. 124), permiten la preservación de una amplia variedad de elementos y expresiones, asociados al sincretismo triétnico de creencias y saberes, el cual define la identidad cultural del continente americano.

Respecto a la función comercial de estos espacios, como a su importancia en la configuración de entornos rurales y urbanos, Baquero-Duarte (2011) plantea:

Las plazas de mercado son un tipo de equipamiento urbano que ha influido en la transformación de las áreas urbanas, en el desarrollo de actividades comerciales y el incremento en la densificación en su entorno que a través de su historia han enmarcado su fuerte influencia en la consolidación comercial de diferentes tipos y el desarrollo de servicios conformándose como un epicentro de la actividad urbana. (p. 8)

Respecto a los productos y elementos que confluyen y se comercializan en estos espacios, Richardson (1982) explica:

Temáticamente, el mercado es un lugar donde la naturaleza está presente como resultado de la acción humana. Con excepción de los peces capturados en libertad en el océano, la naturaleza aquí se presenta en forma de productos domésticos (patatas, cebollas o frutas) o de artículos fabricados (ropa, zapatos o imágenes de la Virgen). Gestionada por el hombre, embolsada, ensartada y apilada, la naturaleza es ahora un objeto de compra; se ha convertido en una mercancía. (p. 425)

“Estar en la iglesia y en el mundo de lo sagrado, por ejemplo, tiene una relación intrigante con estar en el mercado y en el mundo del comercio” (Richardson, 1982, p. 433). Plantea el autor en su descripción como desde la taxonomía que realiza frente a los productos disponibles en relación con este tipo de espacios, un estrecho vínculo entre el mercado popular y la religiosidad de los pueblos y comunidades, sumando a su carácter comercial, una dimensión religiosa, la cual se manifiesta en la estatuaría, la imaginería y el desarrollo de actividades de oración y fe, dentro de estos entornos (Figura 1).

Proponiendo una concepción del mercado popular como punto de encuentro para la comunidad y escenario para el intercambio de saberes, Coronado (2010) plantea:

La plaza de mercado, en similitud con la plaza, es entendida como el sitio de encuentro entre vecinos, conservando una memoria cultural alimentaria, rica en tradiciones locales y regionales, base para fortalecer la identidad y la pertenencia en una ciudad plural e incluyente. Hoy, se constituyen en espacios populares para intercambiar sabiduría tradicional, fomentar prácticas culturales, incrementar el sentido de pertenencia de comerciantes y vecinos y garantizar la seguridad alimentaria con nutrición a precio justo.

Figura 1. Ceremonia religiosa, mercado de El Potrerillo, San Juan de Pasto, Colombia



Fuente: Elaboración propia (2023).

Las plazas de mercado o mercados populares en el contexto continental, más allá del intercambio comercial de productos y servicios, como lo describe Castiblanco-Roldán (2011), “...persisten en narrar un momento o toda una historia de cómo permanecen en las ciudades y pueblos, desde lo recóndito de la vereda hasta lo congestionado del barrio” (p. 124), albergando un amplio y diverso conjunto de expresiones de carácter ancestral, popular, tradicional y folklórico, dentro del cual, es posible reconocer diversos elementos asociados al sincretismo triétnico de creencias y saberes, que define la identidad americana.

La ciudad de San Juan de Pasto, en el departamento de Nariño, al sur de Colombia, en el denominado Valle de Atriz, recoge en los espacios y corredores de sus mercados populares, diversas expresiones y elementos que representan una protagónica influencia del catolicismo en la identidad cultural de la región nariñense, a través de altares, estatuaria, imaginería, templos de oración y la realización de ceremonias religiosas, en estos entornos. Este ejercicio de creación y reflexión, enfocado en los elementos y expresiones religiosas, dentro de los mercados populares de El Potrerillo (Figura 1), Los Dos Puentes (Figura 2) y El Tejar (Figura 3), en San Juan de Pasto, nace de un extenso recorrido exploratorio, investigativo y fotográfico, desarrollado a través de distintos mercados, espacios comerciales de carácter popular, territorios migrantes y otros lugares de memoria, en el contexto continental, buscando reconocer por medio de la imagen, en estas prácticas y creencias, el sincretismo triétnico y la multiculturalidad que definen a este

territorio, el cual acoge un encuentro de culturas que se integran, para una configuración y reconfiguración de identidades.

Figura 2. Insumos para la medicina empírica y tradicional, mercado de Los Dos Puentes, San Juan de Pasto, Colombia



Fuente: Elaboración propia (2023).

2. METODOLOGÍA

“La idea es que, de alguna manera, todo artista investiga y hay actos investigativos en toda práctica artística y que, por tanto, los actos investigativos son constitutivos y dimensionales de las dinámicas creativas”, explican Alba y Buenaventura (2020, p. 26). De acuerdo con dichos autores “...sólo podremos entender, en su justa proporción, la investigación-creación, si comprendemos y estudiamos primero la dimensión real de la investigación que se realiza en procesos concretos e históricamente ubicados de creación artística” (Alba y Buenaventura, 2020, p. 26). Calvache-Cabrera *et al.* (2022) comparan los procesos de la investigación científica, con los procesos de creación, con base en los planteamientos de Frayling (1993), Borgdorff (2007) y Londoño (2013), quienes asumen la construcción de nuevo conocimiento desde una exploración creativa, en la cual, el proceso, las herramientas aplicadas y productos finales tienen como objetivo una transformación del mundo.

Este proyecto de investigación y creación surge inicialmente con el objetivo de desarrollar una serie de ejercicios de creación visual, a través de la fotografía, sumando posteriormente la intención y la necesidad por generar un ejercicio investigativo reflexivo e investigativo, para el reconocimiento del valor cultural y patrimonial de las plazas

de mercado o mercados populares, inicialmente en el contexto colombiano, con algunos referentes internacionales realizados en Estados Unidos y Panamá.

Respecto a este tipo de proyectos, Calvache-Cabrera *et al.* (2022) explican:

...se comprende la investigación-creación como un modelo de generación de nuevo conocimiento que, como se ha descrito, resulta más próximo a las disciplinas creativas, pues en él la obra o creación en sí misma constituye el elemento desde donde surge dicho conocimiento; es el objeto o artefacto el resultado tangible que pretende la transformación de la realidad donde confluyen tanto la exploración como la reflexión del investigador creador (diseñador), respecto al entorno donde ha enfocado su interés... (p. 28)

Este proceso inicia con la exploración y registro fotográfico de un conjunto de plazas de mercado y puestos de frutas en el contexto colombiano, buscando reconocer una serie de elementos comunes y diferenciadores, a partir de los lugares documentados. A partir de esta primera fase y sus primeros resultados, se emprende una exploración de diversos mercados en el contexto continental, a partir de los cuales es posible desarrollar una aproximación taxonómica en relación con los productos, objetos, prácticas y expresiones presentes en estos espacios.

En su estructura general, este proyecto sigue el modelo propuesto por Ocampo-López (1981), el cual parte de la selección o identificación del tema o hecho folklórico a abordar, seguida por un trabajo de exploración y registro documental en el territorio, finalizando con el ejercicio taxonómico y analítico, frente al tema seleccionado. Este modelo es estructurado por Ocampo-López (1981, p. 10) de la siguiente manera:

Delimitación del problema para investigar en el Folclor.

- Selección y limitación del tema: Corresponde propiamente al objeto de la investigación folclórica.
- Exploración del terreno para aprehender el problema de la investigación. Es necesario delimitar el área que se va a estudiar, el grupo social y la región y delimitar el problema del hecho folklórico que se desea investigar.
- Elaboración de una Bibliografía. Como tercer paso inicial es indispensable conocer los estudios realizados sobre el tema, a través de las obras o artículos que se hayan publicado sobre el tema folclórico.
- Formulación de hipótesis y definición del problema. Como la investigación es un camino que va de lo conocido a lo desconocido, el folclorólogo necesita definir el problema de su investigación, formular objetivos, hipótesis iniciales del trabajo y realizar un plan de categorías previas que le permitirán entrar en la investigación.

Recopilación del material sobre el hecho folklórico. Corresponde a una de las primeras fases del proceso científico la recopilación de los datos sobre el tema folklórico escogido, de acuerdo con el plan de trabajo que se ha elaborado con la debida anticipación.

Clasificación de los elementos de la investigación. Corresponde propiamente a la sistematización y clasificación de los datos obtenidos en la investigación folclórica.

Ánalysis e interpretación del Hecho folklórico. En la investigación científica, el problema más importante después de la recopilación y la clasificación de los datos es la crítica de los elementos encontrados, el análisis y la interpretación general.

Se considera también, el modelo propuesto por Calvache-Cabrera *et al.* (2022) para la investigación-creación, identificando en ella tres momentos principales:

1-Contextualización: Exploración del territorio y recolección de información, por medio de la fotografía, el audio, el video y otros medios documentales.

2-Sensación detonante: Interpretación o reinterpretación que hace el artista sobre la información recolectada, en relación con ese entorno o realidad, sobre el cual existe un interés particular por parte del artista o investigador.

3-Conformación plástica: En esta etapa o momento, se da la intervención o transformación de la realidad por medio de la materialización de la obra o creación, comunicando ideas a través de unos medios, lenguajes e intención determinadas.

Figura 3. Altar y espacio de oración al Divino Niño Jesús, mercado de El Tejar, San Juan de Pasto, Colombia



Fuente: Elaboración propia (2018).

Con la exploración y registro de mercados populares en Estados Unidos, Panamá y Ecuador, es posible reconocer unos fenómenos y particularidades socioculturales, respecto a lo que son estos entornos, en Norte, Centro y Suramérica, respectivamente, llevando a la identificación finalmente, de unos factores geográficos, sociales y culturales, los cuales determinan la oferta de productos y las expresiones que allí confluyen. El desarrollo de nuevas exploraciones fotográficas en diversos entornos, conduce al registro de escenarios

afines como son los lugares comerciales, culturales y religiosos en comunidades migrantes, mercados campesinos, tiendas y otros lugares de memoria, los cuales han permitido abordar temáticas y reflexiones puntuales o específicas, en relación con los distintos productos y elementos que confluyen en estos lugares, siendo la fotografía un recurso que permite, además de la creación visual, el registro o documentación de gran cantidad de información visual, la cual puede ser consultada y convertirse en soporte del ejercicio reflexivo, taxonómico y descriptivo.

Para el componente de creación visual y el ejercicio documental, se toma como referente el trabajo artístico y audiovisual de los arquitectos y diseñadores Charles y Ray Eames, con sus obras *Parade* (Eames e Eames, 1952), *Bread* (Eames e Eames, 1953), *Day of the Dead* (Eames e Eames, 1957a), *Toccata for Toy Trains* (Eames e Eames, 1957b), *Topo* (Eames e Eames, 1969), *Clown Face* (Eames e Eames, 1971) y el inédito *Banana Leaf* (Eames e Eames, 1972), en las cuales desarrollan una narrativa visual, basada en el registro de diversas tradiciones, creencias, expresiones y prácticas populares, dando lugar a “...atrevidas combinaciones de imágenes reales, montajes rápidos, animación y planos fijos, pensadas para atrapar la atención del espectador y difundir información” (Koenig, 2015, p. 69).

El modelo de trabajo propuesto por Charles y Ray Eames, el cual da como resultado el producto o la obra audiovisual, es de gran relevancia e influencia para este proceso, puesto que, la compilación de un extenso archivo fotográfico, a partir de la exploración de contextos diversos, permite el desarrollo posterior de diversas reflexiones y productos, tanto en investigación, como en investigación-creación. Finalmente, desde la fotografía, en una dirección similar, se busca hacer un reconocimiento frente al valor cultural y patrimonial de los mercados populares, territorios migrantes y otros lugares de memoria, en los cuales convergen, se intercambian y preservan, diversos saberes y creencias, los cuales han de reflejar de la multiculturalidad, el mestizaje, la creolización y el sincretismo de saberes que define al continente americano. La fotografía asume entonces una doble función a lo largo del proceso, en una aproximación similar a la desarrollada por Charles y Ray Eames, en la cual, esta herramienta funciona como herramienta de registro documental y como técnica de creación visual.

3. DESARROLLO Y RESULTADOS

“Los mercados en comunidades pequeñas pueden estar frente a una iglesia; e incluso en pueblos y ciudades más grandes, las estatuas religiosas, como en el caso del Sagrado Corazón de Jesús de Cartago, ocupan una posición visible en el mercado” (Richardson, 1982, p.433). Coincidiendo con los planteamientos de este autor, la observación, exploración y registro fotográfico, de distintos mercados populares en el continente americano, permiten reconocer desde las primeras atapas del proyecto, la presencia de elementos, expresiones y simbología de carácter religioso, dentro de estos escenarios, incluyendo especialmente, la ubicación de altares, imágenes y estatuas de origen católico. Los cuales son utilizados en algunos casos, como parte de algunas manifestaciones y creencias vinculadas a la magia y la superstición.

Este ejercicio de registro fotográfico y observación directa, se desarrolla en los tres mercados principales que acoge la ciudad de San Juan de Pasto:

- Mercado de “El Potrerillo” (Figura 1)
- Mercado de “Los Dos Puentes” (Figura 2)
- Mercado de “El Tejar” (Figura 3)

La región del Valle de Atriz, en el departamento de Nariño, se encuentra influenciada culturalmente por el sincretismo triétnico de creencias y saberes, condición que define o determina la identidad cultural de continente

americano, teniendo gran notoriedad en la ciudad de San Juan de Pasto, la influencia de la cultura española, evidente en el protagonismo que el catolicismo tienen en la región, como por la herencia indígena, aborigen o ancestral, determinada por los pueblos originarios establecidos en la zona. La influencia de dichas culturas en convergencia, se materializa principalmente dentro de dos principales categorías, definidas con base en la observación, taxonomías y registro realizados (Ángel-Bravo, 2024, p. 865):

A. Altares, templos e iconografía del catolicismo: La presencia de imaginería religiosa, altares, templos y espacios de oración, adquiere un notorio protagonismo en los mercados populares, especialmente en esta región, de gran arraigo en sus creencias y su tradición católica (Figura 1).

B. Hojas, plantas y otros recursos asociados a la medicina ancestral: En la medicina natural, con el uso de hojas, raíces y plantas, como parte de procesos y rituales de sanación, se manifiestan unos saberes ancestrales, provenientes de los pueblos o culturas aborigenes (Figura 2).

“Dejando un lado la parte relativa a la superstición, queda el fundamento real de muchos de los principios activos de las plantas usadas, es decir, la virtud farmacológica de glucósidos y alcaloides que éstas contengan” (Abadía-Morales, 1983, p. 420). Dentro de las exploraciones desarrolladas por Abadía-Morales (1983), aplicadas en este proyecto para la comprensión de unas categorías y condiciones que identifican o califican a una expresión como folklórica, es posible reconocer la existencia de estos espacios, de unos saberes, prácticas y productos inherentes a la medicina natural, tradicional y ancestral de origen prehispánico, incluyendo “mágica indígena, yerbatería, ilusinógenos y alucinógenos...” entre otras (p.26), los cuales se adaptan en ocasiones, a unos procesos de producción y empaque industrializados, para su preservación y comercialización en estos espacios (Figura 2). Sobre estas prácticas, Abadía-Morales (1983) plantea:

Es bien sabido que la medicina empírica, especialmente la de carácter popular, se deriva de la magia, esto es, de las prácticas esotéricas de los brujos, hechiceros, yerbateros, shamanes, chupadores, curanderos, sobanderos, piaches, curacas, karekas, payés, etc., que en las distintas regiones de América ejercen estas mezclas de rituales sagrados y ciencia empírica. (p. 420)

Herencia precolombina o aborigen en la región

En palabras de López-Cortés (2018), “Cauca y Nariño, ubicados en la esquina suroccidental de Colombia, son dos departamentos con amplia presencia de pueblos indígenas en el país. Allí habitan los Nasa, Quillacingas, Awa, Pastos, Misak, Emberas, entre otros” (p. 3). De acuerdo con Santamaría (como se cita en López-Cortés, 2018), la región nariñense ha sido testigo de algunas de las movilizaciones y luchas indígenas más representativas y significativas en la historia del país, lo cual evidencia la influencia y el protagonismo que han tenido estas comunidades indígenas, aborigenes u originarias, con sus saberes, conocimientos, prácticas y tradiciones, dentro de este contexto, reflejados especialmente en las prácticas, productos y tradiciones, asociados al folklore demosófico, incluyendo la artesanía, la herencia alimentaria y la medicina empírica, la cual, junto a los productos artesanales, de carácter decorativo y utilitario, predominan en la oferta disponible del mercado popular.

El protagonismo de estas expresiones y elementos ancestrales, evidencia a su vez la influencia que ejercen estas identidades, de origen indígena, precolombino o prehispánico, en el mestizaje cultural, la hibridación de saberes y el sincretismo de creencias, los cuales permiten configurar lo que podría denominarse como una identidad nariñense. Aun cuando no existen datos exactos respecto al momento histórico en el cual se establecen los primeros moradores de lo que es San Juan de Pasto y el Valle de Atriz, estos espacios geográficos son poblados durante la conquista de América, por los Quillacingas y los Pastos (Oliveros-López, 2021), culturas generalmente denominadas e identificadas superficialmente bajo el nombre de “Cultura Nariño” (Cárdenas-Arroyo, 1992, p. 67). Como lo explica Abadía-Morales

(1983), los saberes ancestrales y la influencia de estas comunidades, se refleja hoy en los diversos elementos del folklore demoscófico, especialmente en la producción artesanal y la medicina tradicional, presentes y protagónicos, en los mercados populares de San Juan de Pasto.

Figura 4. Altares religiosos para la oración, mercado de El Potrerillo, San Juan de Pasto, Colombia



Fuente: Elaboración propia (2018).

Influencia e impacto del catolicismo

En relación con la influencia de la religión católica en esta región, como lo explican Ortega y Villamarín (2012), ésta sigue siendo protagonista y predominante en la población trabajadora de la ciudad de San Juan de Pasto, con una recurrente presencia de templos o iglesias católicas, en el territorio urbano de la ciudad, como lo documenta Oliveros-López (2021), lo cual se ve reflejado en sus distintos mercados populares, con altares, templos y otros espacios de oración (Figuras 4 y 5).

De acuerdo con Oliveros-López (2021), la ciudad de San Juan de Pasto cuenta con 12 templos en su centro histórico, 11 templos en su zona norte, 12 templos en su zona oeste, 22 templos en la zona sur y 8 templos en la zona este. Con base en la exploración de los mercados populares de la ciudad, cabe destacar, en el caso del mercado de El Potrerillo, la presencia de una capilla o templo (Figura 5), al igual que la realización de ceremonias religiosas, misas o eucaristías, entre los espacios comerciales (Figura 1).

Figura 5. Templo religioso católico, mercado de El Potrerillo, San Juan de Pasto, Colombia



Fuente: Elaboración propia (2018).

Los productos y expresiones hoy presentes en los mercados populares de esta ciudad, registrados y documentados por medio de la exploración fotográfica, permiten evidenciar el encuentro de estas dos culturas, predominantes en el territorio se denomina como Valle de Atriz. Dentro de este ejercicio de investigación-creación, da como resultado en su etapa inicial, una obra fotográfica denominada “Mercado, Drogería, Iglesia y Disco: Travesía fotográfica a través de los mercados populares en San Juan de Pasto” (Ángel-Bravo, 2019, p. 75), cuyo título y contenido, representan la diversidad de elementos presentes en los mercados de San Juan de Pasto, dentro de los cuales, el mercado de El Potrerillo recibe a sus visitantes, con una imponente bola disco, la cual plantea un llamativo contraste, en medio de los alimentos, artesanía, plantas medicinales e iconografía religiosa allí presentes.

4. CONCLUSIONES

Los mercados populares, plazas de mercado, mercados campesinos y lugares afines, permiten preservar y reconocer, diversos elementos representativos y característicos de la tradición y el patrimonio cultural de un territorio, dando cuenta de unos saberes, creencias y costumbres arraigados y representativos de unas identidades culturales, vinculadas a una región o contexto, las cuales se reconfiguran a partir del intercambio, el mestizaje y la hibridación, propios de la conquista y colonización del continente americano, complementados por procesos socioculturales, políticos y geográficos posteriores, los cuales, han conducido al desarrollo de movimientos o desplazamientos humanos, entre regiones y entre países.

A lo largo de este proceso, ha sido posible reconocer unos fenómenos o factores geográficos y socioculturales, los cuales se materializan a través de los productos, objetos y expresiones presentes en estos espacios, dando lugar a diversas reflexiones, sobre prácticas y fenómenos cada vez más puntuales, en torno a la herencia alimentaria, la religiosidad, la migración y las relaciones que se establecen entre los usuarios y los artefactos cotidianos, de elaboración artesanal, entre otras temáticas. Dentro de este ejercicio investigativo, la fotografía ha permitido dar lugar a estas reflexiones, asumiendo una doble función, como recurso documental y como medio de creación artística en torno a la imagen.

La amplia presencia de elementos y expresiones asociadas al catolicismo, incluyendo altares, templos, imaginería y estatuaria, dan cuenta del legado cultural europeo, dentro de este sincretismo de creencias que conduce a la configuración de identidades, en el continente americano, como en la región del Valle de Atriz. Por su parte, los saberes asociados a la herencia alimentaria, la artesanía y la medicina tradicional, evidencian la influencia y preservación de unos saberes ancestrales, aún vigentes, heredados de las culturas indígenas o prehispánicas, dentro de la identidad cultural nariñense, preservados hoy en el tiempo, gracias a este tipo de espacios.

La realización de estas exploraciones visuales, por medio de la fotografía, han permitido reconocer y exaltar esta riqueza multicultural e intercultural, permitiendo su difusión en entornos académicos, investigativos y artísticos.

Referencias bibliográficas

- Abadía-Morales, G. (1983). *Compendio General del Folklore Colombiano* (4 ed.). Banco Popular.
- Alba, G. y Buenaventura, J. G. (2020). Cruce de caminos. Un estado del arte de la investigación-creación. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (79), 21-49.
- Ángel-Bravo, R. (2024). Sincretismo en el Valle de Atriz: mestizaje y sincretismo triétnico de creencias en los mercados de San Juan de Pasto. *Geopoiesis*, 1, 853-881. <https://festivaldelaimagen.com>
- Ángel-Bravo, R. (2019). Mercado, Drogería, Iglesia y Disco: Travesía fotográfica a través de los mercados populares en San Juan de Pasto. En F. C. Londoño (Ed.). *Catálogo del 18º Festival Internacional de la Imagen* (p. 75). <https://festivaldelaimagen.com/festivales-pasados-2019>
- Baquero-Duarte, D. L. (2011). *Las plazas de mercado como catalizadores urbanos* (Disertación doctoral, Universidad Nacional de Colombia). https://repository.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/8544/03395095.2011_pte._1.pdf?sequence=9&isAllowed=y
- Borgdorff, H. (2007). The debate on research in the arts. *Dutch Journal of Music Theory*, 12(1), 1-17. https://www.ahk.nl/fileadmin/download/ahk/Lectoraten/Borgdorff_publicaties/The_debate_on_research_in_the_arts.pdf
- Calvache-Cabrera, D., Borchers, P. A. y Dueñas-Lasso, J. V. (2022). El desarrollo de productos sostenibles como escenario para la investigación-creación. En C. A. Lopera-Quiroz (Ed.), *Diseño sostenible: Creación, materialidad y experiencia* (pp. 8-43). <https://pascualbravo.edu.co/wp-content/uploads/2022/03/disenosostenible.pdf>
- Cárdenas-Arroyo, F. (1992). Pastos y Quillacinges: dos grupos étnicos en busca de identidad arqueológica. *Revista Colombiana de Antropología*, 29, 63-79. <https://revistas.icanh.gov.co/index.php/rca/article/view/1844/1393>
- Castiblanco-Roldán, A. (2011). Las plazas de mercado como lugares de memoria en la ciudad: anclajes, pervivencias y luchas. *Ciudad paz-ando*, 4(2), 123-132. <https://doi.org/10.14483/2422278X.7325>

- Coronado, M. C. (2010). Plazas de Mercado: Una Tradición Continua. *Apuntes: Revista Digital de Arquitectura*. <http://apuntesdearquitecturadigital.blogspot.com/2010/12/plazas-de-mercado-una-tradicion.html>
- Eames, C. e Eames, R. (1952). Parade (Cortometraje). *Eames Office*. <https://www.eamesoffice.com/the-work/parade/>
- Eames, C. e Eames, R. (1953). Bread (Cortometraje). *Eames Office*. <https://www.youtube.com/watch?v=k-bX5bo12JU>
- Eames, C. e Eames, R. (1957a). Day of the Dead (Cortometraje). *Eames Office*. <https://www.youtube.com/watch?v=YJZf-2fLpGM&t=185s>
- Eames, C. e Eames, R. (1957b). Toccata for Toy Trains (Cortometraje). *Eames Office*. <https://www.youtube.com/watch?v=oorg2q0D8hs>
- Eames, C. e Eames, R. (1969). Tops (Cortometraje). *Eames Office*. <https://www.youtube.com/watch?v=UJ-VFMymEiE&t=219s>
- Eames, C. e Eames, R. (1971). Clown Face (Cortometraje). *Eames Office*. <https://www.eamesoffice.com/the-work/clown-face/>
- Eames, C. e Eames, R. (1972). Banana Leaf (Cortometraje inédito). *Eames Office*. <https://www.imdb.com/title/tt0286481/>
- Frayling, C. (1993). Research in Art and Design. *Royal College of Arts Research Papers*, 1(1). 1-5. <https://researchonline.rca.ac.uk/384/>
- Koenig, G. (2015). *Charles & Ray Eames*. Taschen.
- Londoño, F. C. (2013). Enfoques de la investigación-creación en programas de arte y diseño. En M.V. Casas Figueroa (ed.). *Memorias del evento valoración de los procesos de creación artística y cultural en el marco de la acreditación de programas* (pp. 67-76). Ministerio de Educación Nacional.
- López-Cortés, O. (2018). Significados y representaciones de la minga para el pueblo indígena Pastos de Colombia. *Psicoperspectivas*, 17(3), 101-111. <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas/vol17-issue3-fulltext-1353>
- Ocampo-López, J. (1981). *El folclor y los bailes típicos colombianos*. Biblioteca de escritores caldenses.
- Oliveros-López, J. M. (2021). *De la ciudad y la Iglesia: Pasto a través de sus templos* [Tesis de maestría]. UPCCommons Universitat Politècnica de Catalunya. <https://upcommons.upc.edu/handle/2117/355508>
- Ortega, X. A. y Villamarín, F. J. (2012). Actitudes, creencias y prácticas religiosas de los trabajadores en Pasto: un estudio exploratorio. *Sociedad y Economía*, (22), 261-287. <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/entities/publication/39c9a6a2-8eb7-41d0-8bcd-33982df63d0c>
- Richardson, M. (1982). Being-in-the-Market versus Being-in-the-Plaza: Material Culture and the Construction of Social Reality in Spanish America. *American Ethnologist*, 9(2), 421–436. <http://www.jstor.org/stable/644684>