

**PLAN DE SALVAGUARDA PARA LA PROTECCIÓN DEL PCI DE LOS MERCADOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO**

<b>Proyecto 1.</b>	<b>Conservar las formas de expresión popular surgidas de la relación entre el comerciante y el marchante, incluidos los géneros de expresión popular urbana que luego fueron enraizados en los mercados públicos y así se han conservado.</b>
Estrategia:	Documentar las distintas expresiones populares que se dan en los mercados públicos considerando las diferencias según sus actividades, mercancías, ubicación, etc...
Líneas de acción:	<b>Meta:</b> Realizar una publicación con los resultados obtenidos del levantamiento cultural
<b>Proyecto 2.</b>	<b>Documentar y divulgar las relaciones de parentesco, paisanaje y compadrazgo como parte del capital social de los comerciantes locatarios para la conformación, preservación y renovación del patrimonio cultural intangible del mercado público en la Ciudad de México.</b>
Estrategia:	Reconocer los grupos de parentesco que han formado los mercados públicos de la Ciudad de México y dar difusión de su historia y actividades a través de medios de comunicación impresos, digitales, publicaciones y radio.
Línea de acción:	<b>Meta:</b> - Publicación de un mapa de relaciones de parentesco.
<b>Proyecto 3.</b>	<b>Conservar la provisión cultural de utensilios, procesamientos, ingredientes y materias primas alimentarias originarias.</b>
Estrategia:	Difundir a través de cursos, medios digitales e impresos las recetas tradicionales de los mercados públicos.
Líneas de acción:	<b>Meta:</b> Grabar 20 cápsulas por Delegación. Imprimir un recetario de cocina tradicional 30 clases semanales. 16 documentales sobre la gastronomía de los mercados. (1 por Delegación)
<b>Proyecto 4.</b>	<b>Conservación de la oferta de bienes simbólicos de identidad para la población ciudadana, los grupos sociales y los grupos sociales de pueblos, barrios y colonias de la Ciudad de México, así como para la población infantil y adolescente circunvecina.</b>
Estrategia:	Fomentar el desarrollo de actividades
Líneas de acción:	<b>Metas:</b> Imprimir un calendario-agenda con las actividades de todos los mercados. Hacer programación Que recorra los 329 mercados.

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten mark]*

*[Handwritten signature]*

<b>Objetivo 5.</b>	<b>Realizar acciones que permitan la conservación de las prácticas culturales y saberes sociales concernientes a los bienes del consumidor familiar ciudadano y fomentar el desarrollo de los aprendizajes sociales que se dan en los mercados.</b>
Estrategia:	Generar y propiciar el intercambio cultural y de saberes entre locatarios y marchantes así como entre los mercados de la Ciudad de México.
<p>Líneas de acción:</p> <p><b>Programa "El mercado cuenta su historia"</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitar a locatarios como guías turísticos de su mercado a través del programa <i>Paseos Históricos</i> del a Secretaría de Cultura.</li> <li>• A través de <i>Código Radio CDMX</i> hacer transmisiones en vivo desde los mercados con entrevistas a los locatarios para difusión de sus actividades.</li> <li>• Difundir a través de medios audiovisuales en las líneas de Metro y Metrobús la ubicación de los mercados y sus actividades.</li> <li>• Difundir a través de la revista <i>Crónicas de la Ciudad de México</i> la historia y memorias de los mercados públicos.</li> <li>• Difundir la historia de los mercados contada a través de sus fundadores, incluyendo los aspectos más importantes (arquitectura, especialidad, etc...)</li> </ul> <p><b>"Día del locatario de los mercados públicos"</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocer mediante decreto oficial firmado por el Jefe de Gobierno de la Ciudad de México el "<i>Día del Locatario de los mercados públicos</i>".</li> <li>• Celebrar el "<i>Día del Locatario de los mercados públicos</i>" con un magno evento en el zócalo capitalino con la participación de representantes de los mercados públicos de las 16 delegaciones. Cada año se seleccionará a una delegación como anfitriona del evento.</li> <li>• Presentar ante los locatarios el <i>Plan de Salvaguarda</i> como parte de una campaña de concientización de responsabilidades sociales y civiles para la conservación del patrimonio cultural intangible de los Mercados públicos de la Ciudad de México.</li> </ul>	<p>Metas:</p> <p>Abrir una convocatoria para reclutar a los locatarios guías.</p> <p>Una transmisión mensual. (12 transmisiones al año)</p> <p>Grabación de 19 microcápsulas. (12 metro y 7 metrobús).</p> <p>Dedicar un número especial de la revista <i>Crónicas de la Ciudad de México</i> a mercados públicos.</p> <p>Imprimir folletos en cada delegación con la síntesis informativa de sus mercados.</p> <p>Decreto por el cual se establece el <i>Día del Locatario de los mercados públicos</i>.</p> <p>1 evento anual en el zócalo de la CDMX.</p> <p>1 presentación por Delegación. (16 presentaciones)</p>

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Large handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

**C. Gabriela Eugenia López Torres**  
Coordinadora de Patrimonio Histórico, Artístico y Cultural de la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México

**C. Daniel Cruz Ruiz**  
Director General de Abasto, Comercio y Distribución de la Secretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad de México

*[Handwritten signature]*

33  
*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

**C. María Cortina Icaza**

Coordinadora Interinstitucional de la  
Secretaría de Cultura de la Ciudad de  
México

*[Handwritten signature]*

**C. Jorge Luna Villegas**

Director Jurídico de la Secretaría de  
Desarrollo Económico de la Ciudad de  
México

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

**C. Cuitláhuac Alejandro Flores  
Landeros**

Director Jurídico de la Secretaría de  
Cultura de la Ciudad de México

*[Handwritten signature]*

**C. José Luis Rodríguez Cautli**

Director de Políticas de Abasto de la  
Secretaría de Desarrollo Económico de la  
Ciudad de México

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

**C. Angela Giglia Ciotta**

Persona Conocedora sobre las  
Manifestaciones Culturales de los  
Mercados Públicos de la Ciudad de  
México

**C. Ángel Rodríguez Medina**

Director de Proyectos para el Desarrollo  
Económico de los Canales de Abasto,  
Comercio y Distribución de la Secretaría  
de Desarrollo Económico de la Ciudad de  
México

*[Handwritten signature]*

Anaid Píez Antequero  
En representación del  
Dr. Repoll

*[Handwritten signature]*

**C. Jerónimo Luis Repoll**

Persona Conocedora sobre las  
Manifestaciones Culturales de los  
Mercados Públicos de la Ciudad de  
México

*[Handwritten signature]*

**C. Héctor Francisco Castillo Berthier**

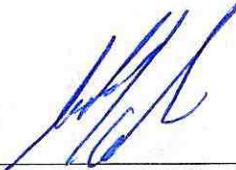
Persona Conocedora sobre las  
Manifestaciones Culturales de los  
Mercados Públicos de la Ciudad de  
México

*[Handwritten signature]*



**C. Edilberta Román Hernández**  
Locataria del Mercado Público "Tepito  
Ropa y Telas" de la Ciudad de México

**C. Miguel Ángel Nácar Zaldívar**  
Locatario del Mercado Público "Lázaro  
Cárdenas (Del Valle)" de la Ciudad de  
México



**C. Claudia Margarita Hernández  
Castillo**  
Locataria del Mercado Público "Gonzalo  
Peña Manterola (Cartagena)" de la  
Ciudad de México

**C. Oscar Hernández González**  
Locatario del Mercado Público "Plaza  
Mexicana del Sur" de la Ciudad de México

