

COMO CITAR ESTE ARTÍCULO:

PIEDRAHÍTA, Claudia. (2014). "Configuraciones del espacio público en el centro tradicional de la ciudad de Pereira: criterios de sectorización espacial, delimitación del centro y simbolización del espacio de trabajo". En: *Revista Virajes*, Vol. 16, No. 2. Manizales: Universidad de Caldas.

**CONFIGURACIONES DEL ESPACIO
PÚBLICO EN EL CENTRO TRADICIONAL
DE LA CIUDAD DE PEREIRA: CRITERIOS DE
SECTORIZACIÓN ESPACIAL, DELIMITACIÓN
DEL CENTRO Y SIMBOLIZACIÓN DEL
ESPACIO DE TRABAJO**

CLAUDIA PIEDRAHÍTA PATIÑO**

Recibido: 14 de marzo de 2013

Aprobado: 12 de mayo de 2014

Artículo de Investigación

* Este artículo hace parte de la tesis de la autora, enmarcada en el proyecto: "Factores antropológicos de proyectos urbanísticos en Montpellier-Francia y Pereira-Colombia", adscrito a la Vicerrectoría de Investigaciones y Posgrados de la Universidad de Caldas. La tesis fue presentada en Marzo de 2014 para optar al título de antropóloga.

** Antropóloga. Universidad de Caldas. E-mail: claudiacpiedrahita@gmail.com.

Resumen

Tomando como punto de partida una indagación antropológica llevada a cabo en el año 2013 en la ciudad de Pereira, Colombia, el espacio público es concebido en el presente trabajo como un espacio a través del cual se establecen sentidos de pertenencia y orden por medio de diversas apreciaciones y atributos. Dichas apreciaciones sirven para clasificar y categorizar espacios con los que las personas tienen algún tipo de relación funcional, ya sean concretas o no, y que son usadas como guía en las prácticas comerciales y espaciales. El análisis que se presenta es el resultado de una investigación entre comerciantes callejeros y funcionarios de la alcaldía municipal de la ciudad de Pereira y refiere la manera en cómo el espacio público constituye un escenario en el cual se ponen en juego, mediante diversas representaciones y prácticas, la construcción y configuración de los sentidos de algunas calles del centro de la ciudad.

Palabras clave: espacio público, comerciantes callejeros, representaciones, prácticas, Pereira, configuraciones del espacio, centro tradicional.

PUBLIC SPACE SETTINGS IN THE TRADITIONAL DOWNTOWN AREA IN THE CITY OF PEREIRA: SPATIAL SECTORIZATION CRITERIA, DELIMITATION OF DOWNTOWN AND SYMBOLIZATION OF WORKPLACES

Abstract

Taking as a starting point an anthropological inquiry carried out in 2013 in the city of Pereira, Colombia, the public space is conceived in this paper as a space through which a sense of belonging and order is established, by means of different appreciations and attributes. These appreciations serve to classify and categorize spaces where people have some kind of functional relationships between them and the space, whether concrete or not, and are used as guides for commercial and spatial practices. The analysis here presented is the result of a research with street traders and officials of the municipal government of the city of Pereira, and concerns the way the public space is a scenario in which, through diverse representations and practices, the construction and setting of the direction of some streets in the city traditional downtown are brought into play.

Key words: public space, street traders, representations, practices, space settings, traditional downtown.

Introducción

La ciudad de Pereira, Colombia, se ha caracterizado por su práctica comercial e industrial desde la década de los noventa. Su progreso económico estuvo asociado, primero, al desarrollo de la industria del café y posteriormente se caracterizó por su énfasis en la producción de bienes y consumo. Recientemente, se ha posicionado como centro de comercialización masiva de bienes, servicios y negocios, caracterizándose como una ciudad propicia para desempeñar la función de centro de comercio regional.

Esta última característica y el comportamiento de la demografía debido a la migración interna —sobre todo de personas que buscan empleo o que tienden a desempeñarse en sectores informales de la economía, particularmente en las ventas ambulantes— ha generado una fuerte incidencia en la dinámica de crecimiento de la población y de los diferentes niveles político-administrativos de la ciudad. La migración se encuentra principalmente asociada a aspectos socioculturales y a la decisión de pobladores residentes en pequeñas ciudades o poblados de trasladarse a unidades socio-espaciales de mayor envergadura, con el fin de aumentar las expectativas de mejora en las condiciones económicas, así como en el ingreso familiar. Lo anterior ha llevado a la administración municipal de la ciudad de Pereira a implementar estrategias para matizar lo que ha sido denominado “un caos” en el espacio público, como efecto de su ocupación por parte de vendedores informales quienes ven en este una alternativa para el mejoramiento de sus condiciones socio-económicas.

Es precisamente aquí donde se expresa la problemática espacial referida a la *regulación* y *control* del comercio callejero en la vía pública. La búsqueda de *orden*, *control* y *regulación* de los espacios, es producto de una imagen mental de ciudad que, una vez elaborada, da lugar a una concepción imaginada e idealizada de la ciudad en general y de los espacios en particular. En este sentido, cabe preguntarse si esta concepción idealizada del espacio puede ser considerada como un proceso de construcción en/sobre los espacios. Si diferentes usuarios los perciben y transforman a través de actuaciones materiales y simbólicas que imprimen a las ciudades un carácter particular. Si las modalidades de orden, control y regulación, se objetivan en algunas ocasiones en la distribución, organización, usos y prácticas de algunos espacios públicos como las calles, los andenes y las plazas en los que varios sucesos y tipos de relaciones sociales se conjugan.

Generalmente, el comercio callejero se asocia con la economía informal y este, a su vez, con el ambulante y sus efectos negativos para el comercio establecido y “legal”; también con el desorden y deformación

de la ciudad, así como con la pobreza y el desempleo. De esta manera, las ventas callejeras son definidas desde la administración municipal como causantes del desorden y deformación de la ciudad. Por esta razón, se busca hacer de las calles un lugar ordenado *un vehículo para* proyectar un estado “positivo” de la estructura urbana y de una imagen que corresponda con una concepción higiénica de ciudad a partir del ejercicio del poder y control que posibilitan la recuperación e intervención de estos espacios. Por el lado de los practicantes económicos del espacio (los vendedores), las ventas callejeras son concebidas y experimentadas principalmente como una alternativa para la obtención de ingresos, toda vez que se trata de un segmento de población vulnerable y con menores posibilidades de integrarse al sector formal de la economía.

El análisis que se realiza a continuación busca un acceso a la lógica subyacente en la problemática descrita, por medio de la comprensión sobre la construcción de representaciones del espacio público que generan y reproducen vendedores ambulantes y estacionarios, así como funcionarios públicos en torno a unas calles concretas del centro tradicional de la ciudad de Pereira. En esa medida resulta fundamental analizar el papel de la práctica llevada a cabo en contextos particulares (espacios concretos donde se desarrollan prácticas económicas y espaciales en torno a la venta informal como práctica emblemática) y en la generación de representaciones que contienen la idea de *orden* y *apropiación* que se evidencian a través de categorías normalizadas de las que surgen imágenes aceptadas y que se admiten como naturales.

El objetivo principal de la investigación que enmarca este artículo, consiste en analizar la manera cómo se producen formas de apropiación y significación, pero a la vez formas de tensión y pugna a través de usos y prácticas en torno al espacio público, en medio de las transformaciones diversas que actores administrativos imponen por medio de unas representaciones, acciones e intervenciones diferenciadoras en las calles de la ciudad.

De acuerdo con lo anterior, el propósito teórico de este trabajo se centra en la posibilidad de articular los conceptos de representación y práctica para la comprensión de un contexto urbano específico en el que las disposiciones administrativas y políticas cobran peso. Para ello, se entiende el concepto de representación como un proceso de construcción de esquemas de conocimiento, por medio de los cuales las personas ordenan la visión del mundo y que, por su dimensión simbólica inherente (Jodelet, 1985), orientan las prácticas, las conductas y los comportamientos en el espacio. En consecuencia, se busca comprender desde la antropología la forma en la que los esquemas de percepción y apreciación de los actores

administrativos, consolidan nuevas representaciones, que pueden incidir respecto a la práctica y los usos que los vendedores callejeros despliegan en las calles del centro.

Con el fin de emprender un análisis de las representaciones del espacio a partir de las prácticas y usos del y en el espacio público, en términos teóricos y metodológicos, algunos planteamientos desarrollados por Pierre Bourdieu ofrecen elementos de análisis importantes en torno a la práctica y las representaciones. En consecuencia, a lo largo del trabajo de campo, estuvo presente la necesidad de analizar las prácticas y las representaciones a través de su faceta narrativa, en la medida en que en los relatos se materializan y objetivan “los modos de percepción, apreciación y acción de los agentes sociales” (Bourdieu, 2007: 123). Sin embargo, aunque se desarrolla el análisis desde una perspectiva bourdiana, se considera pertinente también una aproximación teórica desde los elementos expuestos por Michel de Certeau (1986; 2000) para la comprensión de la práctica o los “modos de hacer”, con el fin de poner en foco los esquemas de acción que tienen lugar en los procedimientos populares (o cotidianos) y que permiten a los agentes sociales manifestar las estrategias que les posibilitan trastocar y sobrepasar unas estructuras de poder. Por su parte, se considera pertinente, además, un acercamiento a las nociones teóricas de Claude Raffestin, desde la geografía, para la cualificación de los conceptos de espacio y territorio que, para efectos de esta investigación, permiten el análisis de la apropiación, concreta o abstracta —por ejemplo, por medio de la representación—, de un espacio a través de la delimitación a veces simbólica, así como del ejercicio implícito del poder.

Este marco de comprensión se adecúa al propósito de generar una interpretación acerca de los discursos locales de los comerciantes callejeros para la comprensión de las prácticas en el espacio.

Aspectos de método y metodología

Este trabajo se planeó metodológicamente en el año 2012, con base en criterios correspondientes a la investigación de tipo cualitativo, haciendo énfasis en la etnografía, considerando que a través de ella es factible profundizar en la comprensión de las representaciones del espacio público de la ciudad de Pereira, al igual que su trascendencia en la definición de usos y prácticas frecuentes en dicho espacio.

Las técnicas más específicas de la aproximación al objeto de estudio que se emplearon fueron las entrevistas abiertas, semi-estructuradas y en profundidad, la observación directa naturalista y la revisión documental de

periódicos locales. El uso de estas técnicas se estableció a partir del interés por las representaciones y por los discursos tanto orales como escritos, los cuales se tomaron entre dos tipos de población: vendedores (estacionarios y ambulantes) y funcionarios públicos de la alcaldía municipal.

En la fase de análisis de la información, se enfatizó en el análisis del discurso, ya que por medio de este se pueden evidenciar las maneras en cómo los individuos entienden y representan el mundo para sí y colectivamente; también permiten establecer las formas en que diferentes agentes narran los acontecimientos y hechos de la realidad. Así, en el discurso se encuentran las características constitutivas de la experiencia vivida. Si bien el discurso puede tener una dimensión referencial, es decir, limitada a describir o referir una realidad “extradiscursiva” a hechos o acontecimientos, no es esta su única facultad (Austin, 1995). Adicionalmente, es relevante la argumentación de Jesús Ibáñez quien plantea que, más allá de la dimensión referencial, existe una dimensión que hace referencia a la acción discursiva (Jociles, 2005), en la cual el discurso tiene interés en sí mismo y no simplemente en las cosas o en los hechos en los que se está centrando.

Análisis

Condiciones del contexto de abordaje

Pereira, históricamente, ha sido reconocida como una ciudad con una dinámica económica y una aglomeración urbana privilegiada a nivel regional (Gómez, citado en Cruz, 2005)¹. Una de las características que compone su estructura urbana es la de ser una ciudad central, es decir, que la relatividad de este espacio en cuanto a otros espacios en sus entornos próximos o lejanos la hace un centro importante en relación con su periferia y otros centros. Esta característica funcional, así como su estructura interna, está siempre ordenada jerárquicamente de acuerdo a un modelo monocéntrico—un espacio administrará las funciones centrales— (Monnet, 2003). Otra característica de la ciudad central es la predominancia de las actividades terciarias (comerciales, financieras, administrativas y culturales), lo que ha posibilitado la generación de las mayores fuentes de empleo durante los últimos decenios².

¹ A partir del proceso de industrialización que vivió Colombia en la cuarta década del siglo XX, se gestó un triángulo económico que reforzó el desarrollo de la red urbana, haciendo de Bogotá, Cali y Medellín las ciudades más industrializadas de Colombia. Unidas a estas ciudades, pero con una dinámica económica diferente, el Eje Cafetero (lo que comprende las ciudades de Manizales, Armenia y Pereira) se consolidó como centro urbano e industrial, impulsando un mercado regional amplio, así como pilar de desarrollo en la región.

² Sobre las características y consecuencias de la tercerización laboral en un contexto global Cf. Beck (2000).

Por otro lado, la localización geoestratégica de Pereira que la ubica en el centro del llamado *triángulo de oro*³; conformado por las tres ciudades más importantes del país (Bogotá, Medellín y Cali), la convierte en una ciudad que atrae no solo comparadores, sino inmigrantes con bajos niveles de educación que vienen a sumarse a la economía informal o lo que se denomina en el lenguaje coloquial *el rebusque*. De acuerdo a las proyecciones de población de 2008 y los cálculos de la Secretaría de Planeación Municipal, Pereira se encuentra conformada por 19 comunas en la zona urbana. Entre ellas se encuentra el Centro con una población de 30026 habitantes (DANE, s.f.)⁴. Muchos de los individuos que llegan a la ciudad, así vivan en comunas distantes del centro con problemas de acceso, desarrollan su actividad económica en el centro de la ciudad, por constituir un foco de la economía informal, a través del comercio callejero.

Los factores señalados hasta ahora resultan importantes en el proceso de urbanización no solo de Pereira, sino de varios centros urbanos del país. Sin embargo, podrían mencionarse otros sucesos que estructuran las migraciones hacia las ciudades. Se trata de la migración interurbana, asociada a aspectos socioculturales y a la decisión de pobladores residentes en pequeñas ciudades o poblados de trasladarse a centros urbanos mayores.

La asociación de la migración regional e interurbana con el mejoramiento del bienestar y la calidad de vida es uno de los aspectos socioculturales que incentivan el traslado de personas de un lugar a otro. Esta razón supone un mayor progreso —el aumento en las expectativas de mejorar las condiciones económicas, así como el mejoramiento del ingreso familiar—, el acceso a diversas oportunidades laborales que eleven el nivel de ingresos, así como el acercamiento a servicios básicos de educación, salud y seguridad. Otro suceso que estructura la migración hacia las ciudades es aquel que permite hacer referencia a aquellas imágenes y discursos en los que las ciudades surgen como lugares privilegiados para la adquisición de bienes y oportunidades laborales, pues es fácil imaginar la ciudad como un lugar privilegiado, al ofrecer las oportunidades de mejorar el ingreso individual y familiar.

³ Dentro de las tres regiones que conforman el triángulo de oro se encuentran las tres ciudades capitales que conforman el llamado Eje Cafetero, estas ciudades son: Pereira, Manizales y Armenia. Esta designación que merecen, es justamente por la correspondencia al cultivo y comercialización del café en el crecimiento y desarrollo de estas ciudades.

⁴ Para mayor información consultar la página: <http://portal.pereira.gov.co:7778/PUBLICADOR/ASI-SOMOS/ECONOMICA.pdf>.

El plan parcial de renovación urbana “Ciudad Victoria”⁵, es un ejemplo que permite situar la ciudad de Pereira como un lugar que aparece en la representación de potenciales migrantes y de los migrantes mismos, como un escenario privilegiado para la adquisición de riquezas y oportunidades laborales. Lo anterior, como consecuencia de una operación urbanística que generó espacios públicos diferenciados y diferenciadores de comercio y de servicios que pueden corresponder cognitivamente con las ciudades imaginadas que atraen pobladores.

Esto obedece a la antes mencionada noción de “ciudad imaginada”, la cual establece una relación con la realidad material (una ciudad que se expande materialmente, que progresa por sus obras de cemento, por ejemplo) y suele funcionar como un mecanismo de atracción de los agentes que la representan de esta manera. El carácter representacional y simbólico de los espacios urbanos que hacen parte de esa “ciudad imaginada”, atractiva, no se encuentra dados de antemano, sino que presupone la elaboración de una imagen cognitiva general por parte de los agentes. La organización de este mapa mental o imagen cognitiva —o, lo que es lo mismo, espacio idealizado— puede considerarse entonces como el resultado de un proceso de construcción que realizan determinados usuarios al percibir lo simbólico y con capacidades de volcarlo en los rasgos físicos de las ciudades.

Pensar en la imagen y en los discursos que se construyen en torno a la ciudad y sus espacios implica comprender la forma en la que se establecen unos juicios en torno al espacio previamente “planeado”, “construido” y “ordenado”. Este tipo de contexto preexiste la integración de los comerciantes callejeros. Es ahí donde su condición y posición de vendedor, contrasta con lo establecido e impuesto por unos agentes que buscan la *armonización*⁶ de los espacios públicos de la ciudad. Los comerciantes ambulantes y estacionarios en el centro de Pereira apelan a tácticas y estrategias de diversa índole (económicas, sociales, afectivas) que les permiten afrontar las condiciones impuestas por políticas de control

⁵ En el año 2000 y por medio del Plan de desarrollo (PD) de la ciudad se propuso, entre otros objetivos, consolidar a Pereira como el gran centro de negocios y servicios de la región. Para lograr esto, se determinaron unos macro-proyectos estratégicos para la recuperación urbanística del centro tradicional y otras áreas del sector. En el sector de la antigua galería, la cual es considerada zona de expansión del centro tradicional se emprendieron acciones de renovación urbana, que impidieran el progresivo deterioro físico, social y económico del sector, con el fin de restituir al centro tradicional su dinámica económica, funcionalidad, patrimonio arquitectónico y su posicionamiento como polo atractivo para la ciudad (Vallejo, 2010). De acuerdo con lo anterior, se propuso y desarrolló el proyecto “Ciudad Victoria”, en el marco del plan de desarrollo, “Pereira Misión de Todos” del gobierno municipal del período 2001-2003.

⁶ A través de diversas disposiciones normativas como los Decretos 400 y 401 de 2010 de la administración municipal de la ciudad de Pereira, se establecieron mecanismos para la recuperación, preservación y armonización del espacio público, como alternativas que suponen la reducción y control del desorden en las calles de la ciudad.

y organización del espacio público. En este punto la distribución de los lugares de trabajo y su localización se produce, en gran medida, en virtud de unos usos y prácticas estratégicas en y de los espacios, los cuales resultan siendo medios cognitivos y políticos, eficaces, por medio de los cuales los comerciantes callejeros ordenan, configuran y se distribuyen en el espacio público del centro de la ciudad.

Las calles como lugares significantes: criterios de sectorización espacial

Podría decirse que los movimientos de los espacios públicos como las calles, son más significativos de lo que en realidad apreciamos a simple vista. Tal vez esto se deba a las características de su cotidianidad, ya que no admiten la orientación de recursos atencionales o una observación situada como material suficiente para analizarlos, como si se tratara de lugares más convencionales, que encierran todo un conjunto de experiencias, relaciones, prácticas y usos. Esto no solo como reflejo de lo que sucede en otros contextos sociales como la esfera doméstica, sino que en sí mismos se constituyen como un conjunto con un orden interno propio, con sus propios mecanismos de existencia. Quizá se deba también a los usos más recurrentes del espacio público, marcados por los flujos de personas, bienes y servicios o por una estabilidad poco duradera, efímera, de las acciones que en él tienen lugar.

Las calles, sin embargo, como lugar de la cotidianidad, son un espacio socialmente construido en donde ocurren hechos significativos y se tejen relaciones sociales concluyentes y significantes; espacio vivido y semantizado en el que se ponen en juego diversos factores como la autoridad, el poder y la emocionalidad.

La cotidianidad de las calles está enmarcada dentro de los límites de lo público: abierto a múltiples propósitos y, por ello mismo, a la posibilidad y eventualidad de usos, formas y prácticas. Sin embargo, la calle es también un lugar de presencias múltiples, visibilidades y miradas diversas, hasta cierto punto, es un lugar signado por el anonimato. Como espacio “planeado”, “ordenado” y “controlado”, la calle ha sido pensada para ciertos usos específicos perceptibles en su misma estructura y diseño, el cual prioriza usos insertos dentro de la movilidad y el esparcimiento. En otras palabras, la calle ha sido proyectada como un mecanismo espacial a través del cual es posible el direccionamiento del esparcimiento y de un repertorio de usos de manera regularizada.

En las calles, el tiempo y el espacio se encuentran regulados por medio de los detalles más comunes, pero menos imaginados. Cada actividad,

cada hora del día, guarda relación con un lugar específico. Estos lugares representan aquello que permite la construcción de un referente próximo, como la posibilidad de socialización e interacción entre las personas y los espacios. Por medio de ellos los comerciantes callejeros depositan elementos cargados de identificación erigidos para surtir un efecto consuetudinario, marcador de la vida diaria.

La distribución de los espacios se encuentra ligada a la conformación de espacios cotidianos, regulados por la ocupación frecuente de algunas calles a determinadas horas del día, así como por las actividades concurrentes que unos y otros individuos —como es el caso de los comerciantes que permanecen en los lugares de trabajo y los transeúntes que pasan por algunas calles diariamente— realizan y así, de alguna manera, incorporan en lo cotidiano las distribuciones del espacio, que en este caso (el de las calles) no tiene que ver con una regla estática⁷, sino que se hace a partir del componente simbólico que lo constituye. Este componente simbólico funciona como orientador social que hace posible las relaciones inmediatas, la significación y ordenamiento de los espacios más próximos y significativos.

Las distintas maneras de concebir y hacer de las calles —del espacio público en general— lugares comunes y cotidianos, se encuentran ligadas a los actores que participan de forma diferente en cada uno de los espacios y eventos que allí tienen lugar, dependiendo de la forma del sector y de la ubicación de los comerciantes: si son ambulantes y/o estacionarios; en este último caso, la conformación física de las calles y las disposiciones de las mismas, las preferencias del lugar, su ubicación y disposición espacial, dan cuenta de una serie de señales que permiten aprehender los movimientos vitales, pero diversos que emergen allí diariamente.

La disposición morfológica y las maneras de hacer en las calles han sido utilizadas por los vendedores para la distribución estratégica de los lugares. Tanto los vendedores ambulantes como estacionarios se ubican en los lugares más concurridos y transitados que los comuniquen con las zonas más céntricas. Estos espacios si bien son en algún momento asignados por la alcaldía municipal y sus funcionarios, devienen lugares significativos y estratégicos para el transcurso de su labor y vivencia. La asignación de los lugares de trabajo por parte de la alcaldía, fueron otorgados a los comerciantes callejeros a partir del “Pacto Cívico”⁸ o contrato que se realizó entre el sector público, gremios y comerciantes informales entre los años

⁷ En este caso se hace referencia al modelo urbanístico que se erige en las ciudades y cuyo trasfondo intencional sucede como propósito organizador del afuera; del exterior.

⁸ El “Pacto Cívico” es una herramienta que permite la construcción de orden social y que reconoce un marco normativo que facilita a los actores avanzar en la búsqueda de soluciones reales.

2008-2011 por medio del Plan Integral de Manejo de las Ventas Informales⁹. En este pacto se definió la reubicación y redistribución “ordenada” de algunos comerciantes ambulantes, estacionarios y semi-estacionarios. Para llevar a cabo esta organización, se tomaron como referencia las “zonas críticas” de la ciudad que eran ocupadas por ventas informales. Con la intención de despejar dichas zonas se buscó la ubicación de los comerciantes en paseos temáticos abiertos, pasajes comerciales, ferias temporales, mercados itinerantes, entre otros.

En cuanto a las zonas más centrales comprometidas en este análisis, de forma ascendente, se encuentran: las carreras 9^a, 8^a y 7^a que son considerados los lugares más estratégicos, junto a las calles que van desde la 24 —sector Parque el Lago Uribe— hasta la calle 12 —sector Parque La Libertad—.

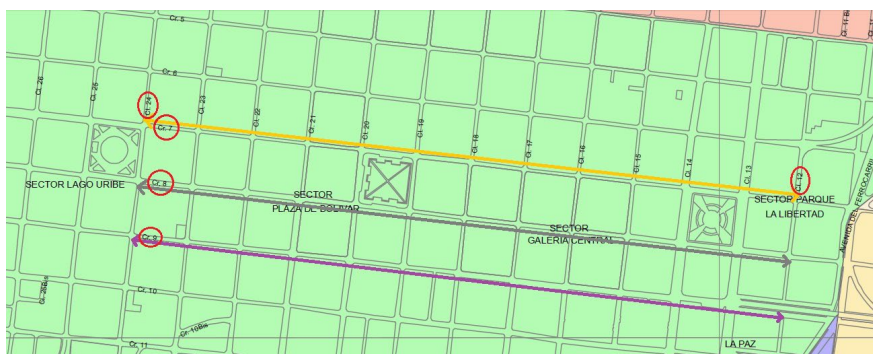


Figura 1. Mapa de los lugares de distribución de los espacios estratégicos para la venta según los vendedores. Fuente: Alcaldía Municipal de Pereira¹⁰.

Cuando se menciona la distribución estratégica de los lugares, se hace referencia a dos escenarios: el primero de ellos es aquel en el que la administración municipal busca definir la distribución de los lugares para la ubicación y orden de algunos informales estacionarios. El segundo, es aquel en el que algunos vendedores informales, por medio del lugar ya asignado, busca maneras de apropiarse del lugar de forma consuetudinaria y como resultado de esto, generan también formas de distribución estratégica en los

⁹ Este fue el resultado del convenio realizado entre la alcaldía municipal de Pereira y la Universidad Católica Popular de Risaralda. El propósito de esta alianza fue la creación de una propuesta frente a las problemáticas referentes al inadecuado manejo del espacio público y las ventas informales en el centro de la ciudad y en el sub-centro de la ciudadela Cuba. Estudio realizado durante el período que trascendió entre los años 2008-2010.

¹⁰ Esta porción de mapa hace parte de un mapa más extenso de la comuna Centro de la ciudad de Pereira del Plan de Ordenamiento Territorial del año 2012.

lugares —por ejemplo, para el caso de los vendedores ambulantes—. Esta distribución estratégica ha contribuido, por un lado, a la apropiación de algunos espacios y, por otro, a crear maneras de sectorización o localización espacial.

La distribución estratégica en los lugares y su paralela apropiación (Moranta y Urrútia, 2005) y las razones de la sectorización o localización espacial, por parte de algunos vendedores ambulantes, se explica en gran medida por el grado de afluencia de compradores, es decir, que, en cuanto a las razones de la sectorización, los ambulantes buscan a sus clientes a través de la movilidad. Esta lógica de organización espacial, —la ubicación para los estacionarios y la movilidad para los ambulantes— de los comerciantes, tiene una estrecha relación con la cercanía y la centralidad tanto de los compradores como de los vendedores. La cercanía es proporcionada a partir de la búsqueda del consumidor (por parte del vendedor ambulante) y la búsqueda del producto (por parte del consumidor). La centralidad —en cuanto a la ubicación de los vendedores—, por el contrario, consiste en la búsqueda por parte del consumidor de los lugares céntricos, pues es allí donde se encuentra la máxima concentración de proveedores. De allí que la movilidad esté sujeta no solo a los desplazamientos del vendedor, sino a los del consumidor, pues el vendedor establecido o no, brinda el servicio de consumo al cliente que deambula por las calles.

Al hablar de movilidad se está haciendo referencia a un tipo de conducta colectiva que se desarrolla en el espacio público, el cual ejerce un tipo de acción social. En un comienzo, la movilidad es protagonizada por un grupo de individuos que tiene iniciativas ambulatorias en las que prima la dimensión instrumental sobre la simbólica. Se trata de una actividad dispersa a través de la cual se configuran conductas frágiles, pero que posteriormente se transforman en una conducta en la que el personaje central es el peatón, quien se apropia de los escenarios públicos de su vida cotidiana —calles, plazas, parques, andenes, entre otros— y crea relaciones duraderas con los espacios a los cuales les otorga un valor simbólico, trascendental e incluso sagrado.

Se hace referencia, entonces, a la movilización, la cual concreta la predisposición del espacio público para que devenga y se convierta en espacio ritual (Delgado, 2004). Se trata de otra situación que permite dar cuenta de la movilidad-movilización, cercanía, centralidad¹¹ e importancia de los lugares, que se expresa en la calidad de las esquinas de algunos sectores, pues estas son privilegiadas a la hora de la compra y la venta de

¹¹ Centralidad del espacio, la cual es otorgada de acuerdo al reconocimiento con que algunos peatones revisten determinados lugares.

los productos.

Los criterios de elección de los espacios, entre los vendedores, vienen acompañados por la importancia del lugar. Cada lugar es elegido por una razón concreta, sea esta por conveniencia o tiempo, pero especialmente por un motivo identificado por ellos con el ámbito *personal*, aunque se trata de uno en el que las emociones y los deseos toman mayor importancia respecto a decisiones impuestas. Es así que, algunos vendedores, deciden implantar en el lugar de trabajo estrategias y formas particulares de venta —tener un letrero en su puesto de trabajo, promocionando sus productos o usando un megáfono para divulgar la mercancía de temporada— aun cuando los lugares son previamente asignados por la administración municipal.

Esta distribución estratégica en el espacio público del centro de la ciudad, en la que se establecen relaciones de control, se ve aún más acentuada cuando las calles no cuentan con divisiones físicas, como mallas, rejas o barras divisorias. El lugar de trabajo se reduce y se ve ocupado por más de un individuo, el espacio es compartido en el ámbito de lo público y la calle se ve en determinadas horas del día como un espacio casi hermético en el cual se expresan relaciones de dominio, yuxtapuestas con la búsqueda constante por el mejor lugar de la calle, como las esquinas. Las disputas que así se generan, se expresan no solo en la búsqueda por el mejor lugar de la calle, sino por la posibilidad de ejercer el control de un mismo lugar de manera sostenida en el tiempo. Si bien lo anterior no permite entender totalmente el valor social del espacio de trabajo, en el que se entretienen y estructuran las actividades del día a día, estos lugares entendidos como depositarios de la semantización o significación de los comerciantes callejeros, se perciben y usan permanentemente por medio de una herramienta como lo es la periodicidad y la fe que se deposita en los lugares.

Lo anterior implica comprender que en el espacio público no existe una neutralidad perfecta, pues es un escenario de conflictos y negociaciones que lo redefinen continuamente y si bien el Estado es la entidad que garantiza y permite su uso, unos grupos sociales concretos establecen estrategias específicas para su utilización, su organización y su significación, desplegando y recreando los referentes identitarios necesarios para su reproducción (Portal, 2009).

De esta manera, es posible afirmar que los agentes que recorren y se apropian de algunos espacios de las calles de la ciudad —como los vendedores— han generado nuevas modalidades de lo público o nuevos espacios de las prácticas cotidianas. Tal es el caso de las prácticas comerciales que se realizan en el centro de Pereira y que resultan ser un quehacer habituado/habitual. Sin embargo, en el espacio urbano se representa una forma cultural específica de apropiación territorial, en donde la creencia y

la fe en el lugar de trabajo juegan un papel preponderante.

La *fe en el lugar*, como concepto nativo, permite comprender la importancia que algunos vendedores estacionarios le otorgaban a su lugar de trabajo. Esta analogía que remite al campo religioso, posibilita la comprensión de la fe y la creencia como hechos prácticos que concretizaban la confianza en el lugar en el que los vendedores desarrollaban gran parte de sus actividades cotidianas, pero, sobre todo, actividades que permitían la subsistencia individual y familiar, como evidentemente es la venta de sus productos. La fe, en el ámbito religioso es un acto personal, una respuesta de la persona para adherirse a algo —sea a una entidad espiritual o material— confiando plenamente en ella y acogéndole como una verdad. De ahí que la fe consista en creer *en* algo. En el caso de los vendedores, la fe se adhiere al lugar de trabajo porque ellos *creen* en ese lugar. Ahí se concreta la creencia. Al igual que la fe, la creencia permite anular el cuestionamiento sobre la veracidad de algo; pero contrariamente a la fe, la creencia se centra en creer *que* algo *es* y su funcionalidad está específicamente orientada. En el caso de los vendedores ellos creen que el lugar es importante porque, a través de lo que en él hacen, obtienen el resultado fáctico de su labor diaria: por esa razón, depositan en ese lugar confianza, fe, pero a la vez creen plenamente *en* él.

Los usos y, sobre todo, las prácticas cotidianas, son concebidos en el día a día por medio de la fe y la convicción en la práctica, que permite, de alguna manera, la naturalización, pero principalmente el ordenamiento y la distribución de los lugares y los tiempos del trabajo cotidiano en el espacio público. Las prácticas cotidianas, entendidas como la objetivación de “los modos de percepción, apreciación y acción de los agentes sociales” (Bourdieu, 2007: 86) tienen una motivación fundamental, la cual está inscrita en un conjunto de creencias y en unas formas de percibir el mundo. Una forma del proceso de apropiación, uso y ordenamiento de los lugares cotidianos, se da por medio de la “sacralización simbólica” del espacio público, en donde los agentes sociales colman el espacio de elementos simbólicos y afectivos que los hacen sentirse protegidos, seguros y visibles (Portal, 2009: 66).

Esta condición de fe de las prácticas y usos cotidianos de los espacios (como algo naturalizado), es lo que permite un grado de reiteración, pero a su vez les permite un alto grado de resistencia frente a aquellas cosas que intentan trastocar el orden fuertemente estructurado. Un ejemplo de ello se percibe claramente en el siguiente apartado de entrevista:

[...] *¿qué tiene esta esquina? Yo digo muchas veces que pudo haber sido Dios*

que me guió el camino, porque es que en la ciudad hay muchas partes en donde uno puede laborar, por ejemplo, vea allá en esa parte de allá, en muchas partes, pero llegue a este punto y aquí como que, llegue con imán, ahí me amañe y ahí encontré la forma de yo poderme ubicar de una forma en la que no le estorbara ni al peatón, ni a los vehículos, ni a nada solamente ahí orilladito encontré la forma de estacionarme. Le cogí fe a esta esquina, le cogí fe (Vendedor estacionario, noviembre 2012).

Así como se muestra, según el relato anterior, la fe en los lugares es el motor fundamental de las prácticas y usos de los espacios escogidos o privilegiados que los comerciantes favorecen. Hace parte del conjunto de presupuestos a través de los cuales se justifica la tenacidad de las prácticas, en el día a día, y que a la vez posibilita la creación de ideales relacionados con el éxito, la posición social y el estatus en el ámbito social en el que desempeñan sus labores diarias. Esa cotidianidad que da sentido a la importancia del lugar, continúa permitiendo la reiteración y con ella la significación de los lugares cotidianos. Es así que la resistencia por mantener la importancia del lugar es imaginada y representada, pero a la vez estructura, imprime fuerza y sitúa en niveles de importancia a los individuos que hacen parte del lugar.

El centro como la casa: territorio de la familiaridad

Según el análisis de los principales indicadores económicos para el año 2007, expedido por la Secretaría de Planeación, en Pereira residieron en ese año, 428397 habitantes en el área urbana, lo que equivale al 84 % de la concentración de población de la ciudad. Se encuentra que de esta última población, el 9 % reside en la comuna Centro, asociada a la historia de la ciudad y a su misma centralidad debido a que, una gran mayoría, de las actividades comerciales, de servicios, financieras e institucionales se encuentran concentradas en esta zona. Además de lo anterior, el centro es también considerado como un lugar de encuentro y esparcimiento entre otras actividades que implican prácticas particulares para esta comuna.

Como componente central de la ciudad, el centro es el lugar más emblemático por su carácter a la vez histórico y funcional. Su componente físico no está, no obstante, completamente regido por sus características históricas y materiales, pues en todo caso el centro no existe más que en tanto es reconocido socialmente, es decir, al ser identificable, como tal, por aquellas personas que lo construyen, realizan y recrean día a día con sus prácticas y juicios.

Es en virtud de lo anterior que es posible conjeturar que el centro no

existe, sino a través de un número de oportunidades y causas por medio de las cuales el conocimiento puede asirse de la realidad del mundo, en lugar de situarse abstraído de él. Esas causas, por un lado, son aquellas elaboradas y usadas por los individuos a su manera y finalmente transmitidas por un grupo y, por otro, se encuentran aquellas causas constituidas por un sistema de valores y de semantización. Lo que se quiere decir es que el centro, en tanto territorio, se entiende a través de diferentes procesos de conocimiento como la semantización, la socialización y la práctica.

Durante el trabajo de campo desarrollado fue posible encontrarse con la idea, expuesta por algunos vendedores, de que el centro era un lugar privilegiado para la cotidianidad como suele serlo la casa, pues ambos son espacios socialmente construidos, en donde ocurren hechos significativos y en donde se entrelazan relaciones sociales decisivas y duraderas. Esto es visible en uno de los apartados de entrevista a un vendedor de relojes en el centro de la ciudad:

[...] para mí este lugar es importante, casi por lo regular es mi casa, porque aquí es donde permanezco, llego aquí a las seis y media, siete de la mañana y me vuelvo a ir de acá a las seis y media, siete de la noche. Aquí desayuno, aquí almuerzo y aquí es bienvenida toda persona que quiera acercarse a mí (Vendedor estacionario, noviembre de 2012).

Al interior de las casas, el tiempo y el espacio se encuentran regularizados, reglamentados por ciertos detalles, pues cada actividad y cada hora del día guarda relación con un lugar. Lugar que permite la construcción de un referente, como posibilidad de socialización e interacción entre las personas, como depositario de la identificación —de los agentes con el espacio— constituida para efecto de la vida colectiva. Y esto, precisamente, es lo que sucede en una porción del espacio que siendo público se convierte en un lugar cotidiano y familiar para aquellos que sobreviven de la aplicación de su fuerza de trabajo en dicho espacio, permaneciendo de ese modo en él.

La casa como espacio físico tiene una morfología estructurada al igual que las calles del centro. Los espacios, en ambos casos —el de la casa y el del centro— pueden estar distribuidos de diversas formas, pero siempre con un carácter sistemático, ordenado, que se encuentra sujeto a algo más que a una funcionalidad específica. Podría decir que la distribución de los espacios en las casas, es reducible a los espacios de la intimidad regulados simultáneamente por los tránsitos y las actividades cotidianas.

Por otro lado, la distribución de los espacios del centro si bien no están sujetos a la intimidad de la casa, sí se encuentran regulados por los recorridos y las actividades cotidianas que hacen parte de la distribución “deliberada”

del espacio, que se realiza a partir de una orientación social que, a su vez, posibilita las relaciones inmediatas, el ordenamiento y la significación de los espacios más próximos, como lo son los lugares de trabajo de los vendedores. Esta distribución de los lugares del centro, en gran medida estratégica, ha sido adoptada a partir de la distribución morfológica de los espacios anteriormente asignados por la administración municipal.

Los vendedores en general —tanto estacionarios como ambulantes— asignan al espacio un valor específico cultural y socialmente concertado, en el cual se estructuran las actividades cotidianas, a la vez que se les asigna un valor de uso y cambio. En esta medida parece que el centro es el instrumento y el resultado de los intercambios entre las personas, en el ámbito del comercio callejero. Esa función específica de centralidad depende en gran medida del hecho de que el centro es un lugar privilegiado, pues a él recurren grandes volúmenes de individuos dispersos ya sea para vender o adquirir algún tipo de producto o servicio.

Así es expresado por un transeúnte y excomerciante de dulces: “el centro es la casa móvil porque aquí viene el que quiera, viene gente de todo lugar. Hay mayor comercio, es la parte más buena para vender y comprar”.

En este punto es importante aclarar que en la vida social de los vendedores, resultan fundamentales los espacios para la socialización. Estos son los espacios públicos, espacios que han sido transformados en territorio por medio de las relaciones entre los individuos y el espacio, al igual que a través de procesos sociales y culturales. En consecuencia cuando a lo largo de este escrito se ha hecho referencia a los espacios públicos, se expresa a ciertos puntos referenciales, pero también constituidos del territorio donde se socializa, a los cuales tienen acceso las personas en general y en los que se permite y propicia el encuentro entre individuos, bien sea para el intercambio comercial y económico que, a su vez, deviene como significativo de formas de intercambio social y cultural.

Los espacios públicos para la socialización y sus lugares más emblemáticos como las calles, las plazas, los parques, entre otros, deben introducirse en “la dialéctica espacial de lo privado y lo público, pues ella resulta de una jerarquización entre lugares según la escala de su importancia” (Monnet, 2002: 14). Así, en la línea continúa entre lo público y lo privado, existiría un extremo que indicaría, a su vez, un tipo de centralidad tal como *la centralidad privada localizada en el individuo*, en donde él jerarquiza los lugares: los unos en relación con los otros en función de la importancia que se otorga al lugar. La casa y el lugar de trabajo son dos ejemplos del proceso de jerarquización individual, en donde ambos son constituidos como centros.



Figura 2. Mapa de los lugares de delimitación del centro tradicional según los vendedores. Fuente: Alcaldía Municipal de Pereira®.

La localización que se muestra en la figura 2, fue realizada de la siguiente manera: desde el sector del Lago Uribe —carrera 25—, pasando por el sector de la Plaza de Bolívar —entre las calles 20 y 19— hasta el sector del Parque la Libertad —entre las calles 14 y 13—. Y de forma descendente desde las carreras 9^a, 8^a, 7^a y 6^a.

La jerarquización de los espacios de trabajo implica como se ha dicho la jerarquización social de los lugares, es decir, los individuos otorgan un reconocimiento relativo a determinados lugares con relación a otros. Esta importancia simbólica de los lugares es proporcionada por el valor compartido que los individuos atribuyen a los lugares y en razón de la importancia en la vida cotidiana de aquellos espacios frecuentados y, de alguna manera, habitados.

Tales disposiciones jerárquicas son resultado de los modos de apropiación territorial y de los diferentes criterios y juicios que confluyen en torno al espacio de trabajo. Los límites y las fronteras impuestas en el espacio público del *centro* como lugar construido y recreado, son re-estructuradas por los significados que los vendedores locales le atribuyen al espacio que “habitan” y recorren cotidianamente. El concepto local de *centro como la casa* logra hacer efectiva, en su acepción territorial, una función reguladora y una capacidad de delimitación. Es por todo esto que la relación entre espacio y prácticas se objetiva en un movimiento constante de regulación, delimitación y apropiación que promueven los agentes sociales, en términos de estar y sobrevivir en el centro.

A modo de conclusión

Las representaciones del espacio y su construcción —por parte de sujetos como los comerciantes— son una forma de apropiación del territorio, que se encuentra determinada a partir de un conjunto generador de sentidos y pertenencia con el espacio por medio de valoraciones y apreciaciones. Estas sirven para clasificar y categorizar espacios con los que los agentes crean algún tipo de relación, sean estas reales o no, pero que funcionan y son usadas como guía de las prácticas económicas y espaciales. Este proceso pone en juego los códigos que permiten la comprensión del mundo y que media en las formas en cómo es vivido el espacio y la forma en cómo se transforma en territorio en el momento de ser representado y semantizado.

Los comerciantes callejeros construyen y recrean el espacio a partir de las diferentes condiciones cambiantes y conflictivas inherentes a los usos que estos generan en el espacio de trabajo.

Esto implica múltiples estrategias manifiestas en el asumir y crear representaciones que estructuran ideas en torno al espacio público, así como en la creación de tejidos sociales a modo de escenarios de tensión y confrontación simbólica con otros vendedores y con funcionarios de la alcaldía municipal, además de la adopción de una persistencia en el espacio que obliga a los comerciantes a adoptar prácticas o “modos de hacer” con el fin de generar esquemas de acción a partir de procedimientos cotidianos. Esto les permite implantar formas de sobrepasar estructuras de poder: formas culturales específicas de apropiación territorial, como la creencia y la fe en el lugar de trabajo. Como la jerarquización social de los lugares.

Bibliografía

- AUSTIN, John. (1995). “Conferencia VIII”. En: *Cómo hacer cosas con palabras*. Buenos Aires: Paidós.
- BECK, Ulrich. (2000). *Un nuevo mundo feliz: la precariedad del trabajo en la era de la globalización*. Barcelona: Paidós.
- BOURDIEU, Pierre. (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- CRUZ, Gustavo Adolfo. (2005). “El componente local de la informalidad laboral para las diez principales áreas metropolitanas de Colombia, 1988-2000”. En: *Desarrollo y sociedad*, No. 56. Bogotá: Universidad de los Andes.
- DE CERTEAU, Michel. (1986). “Usos y tácticas de la cultura ordinaria”. En: *Signo y pensamiento*, Vol. 5, No. 9. Bogotá: Universidad Javeriana.
- DE CERTEAU, Michel. (2000). *La invención de lo cotidiano*. México: Universidad Iberoamericana.
- DELGADO, Manuel. (2004). “Del movimiento a la movilización. Espacio, ritual y conflicto

- en contextos urbanos". En: *Maguaré*, No. 18. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN. (s.f.). "Aspecto socioeconómico de Pereira. Aspectos sociodemográficos". En: <http://portal.pereira.gov.co:7778/PUBLICADOR/ASI-SOMOS/ECONOMICA.pdf> [Noviembre 20 de 2013].
- JOCILES, María Isabel. (2005). "El análisis del discurso: de cómo utilizar desde la antropología social la propuesta analítica de Jesús Ibáñez". En: *Avá. Revista de Antropología*, No. 7. Misiones: Universidad Nacional de Misiones.
- JODELET, Denis. (1985). *La representación social: fenómenos, concepto y teoría*. Barcelona: Paidós.
- MONNET, Jérôme. (2002). "La ciudad como OSSI (objeto socio-espacial identificable). Las categorías de la experiencia y del conocimiento del espacio urbano". En: *Virajes*, No. 4. Manizales: Universidad de Caldas.
- _____. (2003). "Del urbanismo a la urbanidad: un diálogo entre geografía y arqueología sobre la ciudad". En: SANDERS, W.T., MASTACHE, A.G. & COBEAN, R.H. (Eds.). *El urbanismo en Mesoamérica*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- MORANTA, Tomeu, URRÚTIA, Enric. (2005). "La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares". En: *Anuario de psicología*, Vol. 36, No. 3. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- PORTAL, María Ana. (2009). "Las creencias en el asfalto. La sacralización como una forma de apropiación del espacio público en la ciudad de México". En: *Cuadernos de Antropología Social*, No. 30. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- SECRETARÍA DE PLANEACIÓN. (s.f.). "Plan de desarrollo pereira región de oportunidades 2008-2011. En: http://portal.pereira.gov.co:7778/portal/page?_pageid=78,22093&dad=portal&schema=PORTAL [Febrero 15 de 2013]
- RAFFESTIN, Claude. (2011). *Por una geografía del poder*. México: El colegio de Michuacan.
- VALLEJO, Adriana. (2010). "Ciudad Victoria". En: ARZAYÚS, Patricia, BOTERO, María Constanza. (Ed.). *Las ciudades del Mañana. Gestión del suelo urbano en Colombia*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.