

Adriam Gómez

BASTIDAS^a

a. Maestrando en Periodismo y Medios de Comunicación, Universidad Nacional de La Plata.

Paulo Andrés

CASTILLO PASCUÉ^b

b. Lic. en Educación Básica, Universidad del Valle.

Deidi Yolima

MACA URBANO^c

c. Doctoranda en Psicología, Universidad del Valle.

ESPACIO PÚBLICO, REPRESENTACIONES SOCIALES, PRÁCTICAS E INTERACCIONES: UNA MIRADA DESDE UN GRUPO DE VENDEDORES AMBULANTES DEL CENTRO DE LA CIUDAD DE CALI – COLOMBIA.

111

Resumen

Este artículo versa sobre las Representaciones Sociales, las prácticas y las interacciones con relación al espacio público en un grupo de vendedores ambulantes del centro de Cali, Colombia. Estos vendedores se han apropiado de una manera distinta del espacio público, lo han resignificado y han creado nuevos usos que difieren de los definidos desde las disposiciones legales y las Ciencias Sociales. Se hace uso de los mapas mentales, la entrevista y la observación como técnicas de recolección de información. Se encuentra que en la construcción de las Representaciones Sociales de espacio público se intenta conservar su propiedad fundamental - libre tránsito - pero se hace una apropiación de parte de éste y se lo usa como espacio privado.

Palabras Clave: Espacio público - Representaciones Sociales - Prácticas - Interacciones - Vendedores ambulantes.

Summary

This study is about Social Representations, practices and interactions related to public space in a group of street vendors who work in the downtown of Cali, Colombia. These vendors have appropriated the public space in a different way, they have resignified it and they have created new uses that depart from proposed by legal rules and social sciences. For data collection, the present study uses mental maps, interview and observation. It was found that in the development of Social Representations of public space, the group tries to preserve its fundamental characteristic -free movement- but it does an appropriation of part of it that is used like private space.

Key words: Public space, Social representations, Practices, Interactions, Street vendors.

INTRODUCCIÓN

El espacio público, diferenciado de un espacio privado, constituye un concepto que empieza a ocupar un lugar importante en la modernidad y en las distintas dinámicas de la ciudad. Las ciencias sociales, la arquitectura y el urbanismo se han encargado de conceptualizarlo y el gobierno, a partir de las regulaciones legal-racionales (Weber, 1964) propias del derecho, ha creado toda una serie de normas para su regulación. Es así como en diferentes disposiciones legales del gobierno y en discursos teóricos propios de la academia pueden encontrarse definiciones de espacio público en las que éste se define como un lugar donde cualquier persona dispone del derecho de circular y para el caso específico de Colombia, la Constitución Política de 1991 lo cataloga como un derecho colectivo. Ésta, en su Art. 82 señala “Es deber del Estado velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual prevalece sobre el interés particular.”

Para el caso específico de la ciudad de Cali, la Subsecretaría de Convivencia y Seguridad de la Secretaría de Gobierno de la Alcaldía, encargada de regular el espacio público, recurre al Art. 2º del Decreto Nacional 1504 de 1998, reglamentario de la Ley 388 del 18 de Julio de 1997 que define el espacio público como

“el conjunto de inmuebles públicos y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados destinados por na-

turalidad, usos o afectación a la satisfacción de necesidades urbanas colectivas que trascienden los límites de los intereses individuales de los habitantes”.

En este sentido, forman parte del espacio público de la ciudad las áreas requeridas para la circulación peatonal y vehicular; las áreas para la recreación pública activa o pasiva, para la seguridad y tranquilidad ciudadana; las franjas de retiro de las edificaciones sobre las vías, fuentes de agua, parques, plazas, zonas verdes y similares; los elementos históricos, culturales, religiosos, recreativos y artísticos para la conservación y preservación del paisaje y los elementos naturales del entorno de la ciudad en las que el interés colectivo sea manifiesto y conveniente y que constituyan por consiguiente zonas para el uso y disfrute colectivo. (Subsecretaría de Convivencia y Seguridad de la Secretaría de Gobierno de la Alcaldía de Santiago de Cali).

Desde discursos teóricos propios de la academia, Salcedo y Caicedo (2008) afirman que en variados textos se señala el espacio público como un lugar donde cualquier persona dispone del derecho de circular, a diferencia de los espacios privados en los que ese derecho se ve restringido por criterios diversos (propiedad privada, disposiciones estatales). Como características del espacio público estos autores plantean: 1) El espacio público tiene y supone una materialidad física indiscutible, éste se encuentra emplazado físicamente en el tiempo y en el espacio y por lo tanto no es un

sistema abstracto. El espacio público como mera realidad física conforma secciones importantes de las ciudades: las calles, las plazas, los parques y algunos edificios gubernamentales con todas sus dotaciones e implementos necesarios para ser empleados. 2) El espacio público es un escenario público y no privado. 3) El espacio público es un escenario político, su razón de ser no es otra que la de sostener, transformar o equilibrar las relaciones de poder que forman una sociedad. 4) El espacio público es escenario de fenómenos inestables e inciertos.

Si bien es cierto que desde las disposiciones legales del gobierno y desde la teoría propia de las Ciencias Sociales el espacio público tiene unos usos determinados, siguiendo a De Certau (1999), los diferentes grupos sociales se apropian de maneras distintas de dicho espacio, lo resignifican y crean nuevos usos que no corresponden necesariamente con lo dispuesto por el discurso teórico y las disposiciones legales. Éste es el caso de los vendedores ambulantes que se instalan en el espacio público de diferentes ciudades colombianas y latinoamericanas, convirtiéndolo en su lugar de trabajo. Desde el gobierno y otros sectores, este hecho se considera un problema para la ciudad, puesto que los vendedores ambulantes estarían infringiendo normas legales. Cabe mencionar que este problema tiene como contexto, entre otros elementos, altos índices de desempleo e informalidad laboral que caracterizan algunas de las ciudades colombianas y latinoamericanas.

Para el caso específico de Colombia, la tensión entre los vendedores ambulantes y representantes del gobierno puede verse reflejada, en términos legales, en una tensión entre el derecho al trabajo de los vendedores ambulantes y el derecho al espacio público que tienen todos los ciudadanos. La Corte Constitucional a través de diferentes sentencias¹ ha intentado conciliar la coexistencia de estos dos derechos. En la Sentencia T – 372/93 la Corte Constitucional afirma

“El conflicto entre el deber del Estado de recuperar y proteger el espacio público y el

derecho al trabajo, ha sido resuelto en favor del primero de éstos, por el interés general en que se fundamenta. Pero se ha reconocido, igualmente, que el Estado en las políticas de recuperación de dicho espacio, debe poner en ejecución mecanismos para que las personas que se vean perjudicadas con ellas puedan reubicar sus sitios de trabajo en otros lugares. Del libre ejercicio del derecho fundamental al trabajo depende la subsistencia de las familias de los vendedores ambulantes. Sin embargo, la ocupación del espacio público no está legitimada por la Constitución.”

En el fenómeno social de los vendedores ambulantes y las tensiones que suscita están involucrados diversos factores de índole legal, económica y laboral, es así como su estudio podría emprenderse desde diferentes perspectivas como el derecho, la economía laboral, la sociología del mercado laboral o la sociología del empleo que contribuirían a su descripción, análisis y comprensión. Sin desconocer la importancia de estos factores y dichas perspectivas, desde la presente investigación se cree que detrás de las prácticas en relación con la apropiación y el uso que del espacio público hacen estos vendedores ambulantes estarían representaciones sociales de espacio público. En este sentido la investigación centra su interés en la mirada que tienen los vendedores ambulantes sobre el espacio público y pretende contribuir a la comprensión de su uso y apropiación a partir de un estudio de caso trabajado desde algunos elementos de la Teoría de las Representaciones Sociales. La investigación constituye una primera aproximación al fenómeno, en la medida en que describe las Representaciones Sociales y deja, para futuras investigaciones, la comprensión de su proceso de formación mediante la objetivación y el anclaje.

Siguiendo las ideas de De Alba (2007), Moscovici (1961), Wagner y Hayes (2011) y Wagner, Valencia y Elejabarrieta (2003) las representaciones sociales son formas de conocimiento del sentido común que le permiten al sujeto o al grupo volver parte de su mundo interior un objeto nuevo y

1. Véase Corte Constitucional Sentencia T-225-92 reiterada por T-983-00, T-372-00, T-398-97, T-091-94 reiterada por T-372-00, T-754-99, T-706-99, T-364-99, T-499-99, T-900-99, T-940-99, T-983-00, T-778-98, T-135-10. T-372-93.

extraño que proviene del universo de la ciencia, la filosofía o el arte y que genera preocupación o amenaza para el grupo. Su función está constituida por contribuir al proceso de formación de las conductas y de orientación de las comunicaciones sociales (Moscovici, 1961). Es así como la relación entre prácticas y Representaciones Sociales ha sido establecida desde la definición misma de estas últimas como formas de conocimiento de sentido común o como teorías ingenuas de la realidad cuya finalidad es constituirse como marcos de interpretación de la realidad, guías de acción y de interacción social. (De Alba, 2007).

De acuerdo con Wagner y Hayes (2011), tiene sentido restringir las representaciones sociales y el discurso regular a los grupos reflexivos. Éstos constituyen una unidad social que se define de acuerdo con los criterios de sus miembros, éstos saben que pertenecen a dicho grupo, y que en algún sentido comparten cierto número de características comunes. En la presente investigación se trabaja con un grupo de vendedores ambulantes que se han instalado en el espacio público de la Calle 13 entre carreras 1 y 10 del centro de la ciudad de Cali, convirtiéndolo en su lugar de trabajo. Cabe mencionar que el Valle del Cauca y la ciudad de Santiago de Cali, su capital, se constituyen actualmente como uno de los polos de desarrollo del suroccidente colombiano, Cali es una ciudad que acoge a un número importante de migrantes y para el año 2011, año en el que se realiza el trabajo de campo de la investigación, el porcentaje de informalidad estaba en el 50.8 %².

Estos vendedores ambulantes trabajan en la informalidad. Para el 2011, según las cifras presentadas por el DANE³, el 50,9% de la población ocupada en Colombia hace parte de la informalidad y en el caso específico de la ciudad de Cali la cifra corresponde a 50,8% mencionado anteriormente. Galvis (2012) señala que existen una serie de conceptos que se acercan desde una perspectiva teórica y empírica a la definición de informalidad, pero no hay un consenso sobre éstos. Los criterios que se han adoptado para definir la informalidad laboral están relacionados con el tipo de actividad que se

ejerce, así como el tipo de contrato, las características de éste y las de la empresa. Por ejemplo, el DANE considera trabajadores informales a

“aquellas personas ocupadas en las empresas de tamaño igual o inferior a diez personas, incluyendo al patrono y/o socio: i) ocupados en establecimientos, negocios o empresas en todas sus agencias o sucursales; ii) empleados domésticos, iii) jornalero o peón, iv) trabajadores por cuenta propia excepto los independientes profesionales; v) patrones o empleadores en empresas de diez trabajadores o menos; y vi) trabajadores familiares sin remuneración”.

No obstante, otros autores definen la informalidad por la falta de aportes a la seguridad social (Galvis, 2012; Guataqui, García y Rodríguez, 2011). Los vendedores ambulantes del presente estudio serían trabajadores por cuenta propia no profesionales que carecen de prestaciones sociales y en esta medida corresponden a la categoría de trabajadores informales.

El objetivo general de nuestra investigación es describir las representaciones sociales, las prácticas y las interacciones con relación al espacio público en un grupo de vendedores ambulantes que trabajan en la calle 13 entre carreras 1 y 10 del centro de la ciudad de Cali. La investigación centra entonces su interés en la perspectiva que tienen los propios sujetos, en este caso los vendedores ambulantes, sobre el espacio público. El trabajo sigue así una línea en la que inscriben autores como Lulle (2008) y Niño y Chaparro (1997) quienes se han interesado en estudiar los significados, representaciones, usos y prácticas con relación al espacio público, distanciándose de miradas propias de la renovación arquitectónica y urbanística que se pueden apreciar en los trabajos de Viviescas (1997) y Escobar (2009). En términos teóricos y metodológicos para el abordaje de las Representaciones Sociales de espacio público, como se puede apreciar más adelante, la investigación sigue la línea de autores como Arruda y Ulup (2007) y De Alba (2004, 2007).

2. DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística). Medición del empleo informal. 2011.

3. Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

Se presentan a continuación algunos elementos metodológicos, posteriormente se aborda lo alusivo al espacio público desde su materialidad física, las representaciones sociales, las prácticas y las interacciones. Y por último, se presentan las consideraciones finales.

ALGUNOS ELEMENTOS METODOLÓGICOS

La investigación referenciada en este artículo se encuentra inscrita dentro de la investigación cualitativa de corte etnográfico, en la medida en que centra su mirada en la perspectiva que tiene el grupo de vendedores ambulantes con relación al espacio público.

Para la realización de la misma se cuenta con un grupo de vendedores ambulantes que tienen entre 25 y 50 años y llevan trabajando entre 5 y 30 años como vendedores ambulantes de la calle 13 entre carreras 1 y 10 del centro de la ciudad de Cali. Para el caso de los vendedores que se encuentran en la adultez media el nivel educativo máximo alcanzado es de básica primaria y para el caso de quienes se encuentran en la adultez joven, algunos han terminado la educación básica primaria y otros han culminado la educación media vocacional, sólo uno de ellos ha finalizado estudios técnicos. Algunos de los vendedores ambulantes provienen de familias nucleares, otros de familias monoparentales, cuyos padres alcanzaron el nivel de educación básica primaria. Los vendedores y sus familias provienen de departamentos como Tolima, Caldas, Antioquia y Cauca y municipios del Valle del Cauca, donde su actividad económica estaba constituida por la agricultura o el comercio informal; actualmente se encuentran radicados en la ciudad de Cali en barrios de estrato socio-económico uno. A lo largo de sus trayectorias laborales los adultos han tenido relaciones de trabajo tanto formales como informales, no obstante las formales no superan en tiempo a las informales, mientras que los jóvenes, sólo han tenido relaciones informales de trabajo. Los vendedores ambulantes llegaron a este trabajo gracias a familiares que trabajaban también como

vendedores ambulantes, éstos los motivaron, les dieron la información necesaria y en algunos casos les facilitaron el dinero o la mercancía para empezar. Otros, consiguieron el dinero suficiente para comprar la mercancía y por decisión propia salieron a las calles a trabajar.

Cabe mencionar que al iniciar la investigación se contaba con dos grupos de vendedores ambulantes, un grupo conformado por quienes se encuentran en la adultez joven y llevan alrededor de cinco años trabajando en la Calle 13, y otro conformado por los vendedores que se encuentran en la adultez media y que llevan más de 6 años trabajando en la Calle 13. Se creía que debido a la edad y al tiempo que llevaban trabajando como vendedores ambulantes se iban a encontrar representaciones sociales de espacio público, prácticas e interacciones diferentes. No obstante, a lo largo de la investigación no se encontraron diferencias significativas, excepto algunas con relación a los mapas mentales, que permitieran considerar y mantener dos grupos.

De acuerdo con De Alba (2007), la construcción simbólica del espacio tiene una doble dimensión: semántica y gráfica, las cuales se encuentran estrechamente relacionadas entre sí, aunque deben ser observadas por separado con fines metodológicos. De esta manera, las técnicas de recolección de información corresponden a fuentes discursivas (entrevista semi-estructurada) y a fuentes gráficas (mapas mentales) sobre el espacio público en el que los vendedores ambulantes trabajan. La entrevista semi-estructurada tiene como objetivos conocer las condiciones de origen familiar y social de los vendedores ambulantes, sus ocupaciones anteriores y aspectos referidos a su ocupación actual; y explorar sus ideas con relación al trabajo, las Representaciones Sociales de espacio público y las relaciones con sus compañeros, sus clientes y los funcionarios de la Secretaría de Gobierno municipal.

Los mapas mentales tienen como objetivo explorar, de manera gráfica, las representaciones sociales de espacio público en el grupo de vendedores ambulantes. Siguiendo a Arruda y Ulup (2007) y De Alba (2004, 2007) se eligen los mapas men-

tales como uno de las técnicas de recolección de información por su posibilidad de provocar respuestas no verbales, más espontáneas, el dibujo permite una libre expresión de la experiencia vivida del espacio.

Las representaciones sociales, como formas de conocimiento del sentido común, guían la acción de los grupos sociales, es así como resulta interesante abordar las prácticas de los vendedores ambulantes con relación al espacio público. Se hace uso entonces de la observación no participante como otra de las técnicas de recolección de información, que tiene como objetivo conocer las prácticas de los vendedores ambulantes con relación a los usos y apropiaciones del espacio público. Para consignar lo observado se hace uso de los diarios de campo.

La investigación se lleva a cabo en tres fases. En la fase de preparación, se elabora el proyecto de investigación. En la fase de recolección de información, que corresponde al trabajo de campo, se realizan las entrevistas semi - estructuradas y los mapas mentales con los vendedores ambulantes, cabe mencionar que posterior a la elaboración del mapa se sostiene con los participantes una conversación sobre lo dibujado. Los instrumentos se aplican en el lugar de trabajo de los vendedores ambulantes. Paralelo a la realización de las entrevistas y los mapas mentales se llevan a cabo las observaciones. Para la fase de análisis de resultados, una vez que la información ha sido recolectada se procede a realizar un análisis cualitativo de la misma haciendo uso de las siguientes categorías: materialidad física del espacio público, representaciones sociales, prácticas e interacciones.

RESULTADOS

LA CALLE 13 ENTRE CARRERAS 1 Y 10

Siguiendo las ideas de Delgado (1999), De Certau (1999) y de Salcedo y Caicedo (2008), se puede

decir que el espacio público posee un componente que se expresa en su materialidad física y en coordenadas que permiten ubicarlo dentro del espacio geográfico. Este componente se distingue por una definición objetiva del espacio que puede ser medido y cuantificado.

El espacio público en el que se desarrolla la investigación está ubicado en la calle 13 entre carreras 1 y 10 del centro de la ciudad de Cali, capital del Valle del Cauca, una de las principales ciudades de Colombia⁴. Este espacio se encuentra ubicado entre los barrios San Pedro y El Calvario y pertenece a la comuna 3. Esta comuna se encuentra al noroccidente de la ciudad, limita al nororiente con la comuna 9 y al suroccidente con la comuna 19. Entre los barrios de esta comuna se encuentran San Nicolás, el Hoyo, Santa Rosa, La Merced, San Cayetano, los Libertadores, San Juan Bosco, entre otros, barrios que fueron legalmente constituidos desde el año de 1964. Actualmente, la comuna 3 constituye lo que se denomina el centro de la ciudad donde están la mayoría de las instituciones estatales más importantes a nivel municipal y departamental como por ejemplo la Alcaldía y la Gobernación y es también un foco importante de actividades comerciales tanto formales como informales, en el centro existen bancos, restaurantes, bares, centros comerciales, almacenes de ropa, calzado, electrodomésticos, etc. Cabe mencionar que los vendedores ambulantes se ubican en ambos lados de la calle 13 por donde transita el Sistema Integrado de Transporte Masivo (SITM), el cual circula en sentido norte-sur, y deja en su recorrido a pasajeros en varias estaciones ubicadas entre la carrera 1 y la 10.

ESPACIO PÚBLICO: REPRESENTACIONES SOCIALES, PRÁCTICAS E INTERACCIONES

Siguiendo a Delgado (1999) y a Salcedo y Caicedo (2008), además de un componente del espacio público que se expresa en su materialidad física, éste posee otro componente que se expresa en

4. El Valle del Cauca y la ciudad de Santiago de Cali, su capital, se constituyen actualmente como uno de los polos de desarrollo del suroccidente colombiano, producto de un largo proceso que data de las primeras décadas del siglo XX en el que jugaron un papel preponderante las conexiones de la ciudad con el Puerto de Buenaventura, la autonomía política, administrativa y religiosa que logra Cali en los comienzos del siglo XX, la agroindustria azucarera, que aparece a finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, y las multinacionales que se instalaron en la región a mediados del siglo XX.

los símbolos y las interacciones sociales que le dan un sentido propio tanto a la utilización del espacio público como a la percepción que poseen los sujetos de éste. Para el caso de la presente investigación este componente del espacio público se aborda a partir de algunos elementos de las representaciones sociales, las prácticas y las interacciones entre los vendedores ambulantes y entre ellos con sus clientes y los funcionarios de la Secretaría de Gobierno.

REPRESENTACIONES SOCIALES

Para el grupo de vendedores ambulantes, el espacio público parece estar asociado a un espacio en donde las personas pueden circular libremente, tal como lo ilustran los siguientes relatos *“un espacio que es realmente para el movimiento de las personas, para que tengan un espacio para moverse tranquilamente”* (Guillermo⁵, 49 años). *“Es el espacio de la gente, por donde transita”* (Fernando, 26 años).

Los vendedores ambulantes señalan que se ubican y acomodan para permitir el paso de las personas, su libre tránsito y circulación y en esta medida la mayoría considera no estar invadiendo el espacio público, tal como lo ilustran los siguientes relatos *“yo aquí no estoy invadiendo, porque mirá no más lo que tengo”* (Stefhany, 33 años). *“Hay muchas partes del espacio público que uno no está invadiendo, por ejemplo aquí donde estamos nosotros no estamos invadiendo, porque la gente camina por ahí”* (Guillermo, 49 años). Además, manifiestan que siempre ocupan un espacio muy pequeño en comparación con el espacio libre que queda para la circulación de los transeúntes. Los vendedores ambulantes señalan que elaboran acuerdos con otros vendedores para no extenderse en cuanto al espacio que ocupan y que se ubican a un lado del andén y no del otro.

Otros afirman que sí están ocupando el espacio público y tanto los unos como los otros aluden razones relacionadas con el problema de desempleo que no permite tener otras fuentes de trabajo como se puede apreciar en los siguientes relatos

“yo pienso que si estamos ubicados en una parte donde no debemos, pero si no hay otro sitio donde trabajar, nos toca ocupar el espacio de las calles... nos toca salir a las calles a trabajar para sobrevivir, nosotros pagamos energía, nuestros servicios necesarios, tenemos que comer, necesitamos para la salud, entonces si no salimos ¿con qué vamos a pagar?” (María Esther, 49 años). *“¿Dónde está el trabajo para uno no venir a invadir el espacio?, cada persona que van echando de una empresa termina por acá vendiendo”* (Guillermo, 49 años).

Cabe mencionar que en los vendedores ambulantes sale a relucir lo que Berger citado por Lindón (2003) llama una concepción instrumental del trabajo *“del trabajo que nosotros tenemos nos sostenemos y sobrevivimos, trabajar es muy lindo porque para eso nos mandaron a esta tierra, si uno trabaja, hay comida y si no trabaja, aguante hambre ¿o no es así? El que trabaja tiene derecho a comer y el que no trabaja ¿qué va a comer si no se gana el sustento diario?, eso es lo primordial en el día, porque cuando uno tiene hambre no va a esperar que le llegue, hay que salir a buscar la comida y si no sale a vender, va a aguantar hambre”* (María Esther, 49 años).

Tal como lo plantean Arruda y Ulup (2007) y De Alba (2004; 2007), los mapas mentales permiten abordar la dimensión gráfica del espacio y serían portadores de elementos constitutivos y organizadores de las Representaciones Sociales de espacio público. Cabe señalar que en cuanto a los mapas mentales se encontraron diferencias entre quienes son adultos jóvenes y quienes se encuentran en la adultez media. Es así como los mapas mentales de los vendedores ambulantes adultos son más semánticos que gráficos, es decir, que ellos suelen escribir nombres de lugares simbólicos distribuidos en el espacio, en lugar de reproducir un mapa cartográfico más o menos preciso.

5. Los nombres de los participantes fueron cambiados para proteger la identidad de los mismos.

Puesto que el espacio público constituye para los vendedores ambulantes su lugar de trabajo, sus mapas mentales reflejan una construcción basada en su experiencia cotidiana con relación a este espacio. Algunos puntos de referencia señalados en los mapas mentales son los lugares donde los vendedores ambulantes han trabajado en épocas pasadas, por medio de círculos o cuadrados hacen alusión a los almacenes más representativos ubicados en la calle 1 entre carreras 1 y 10, también hay alusión a las direcciones cercanas a su actual lugar de trabajo.

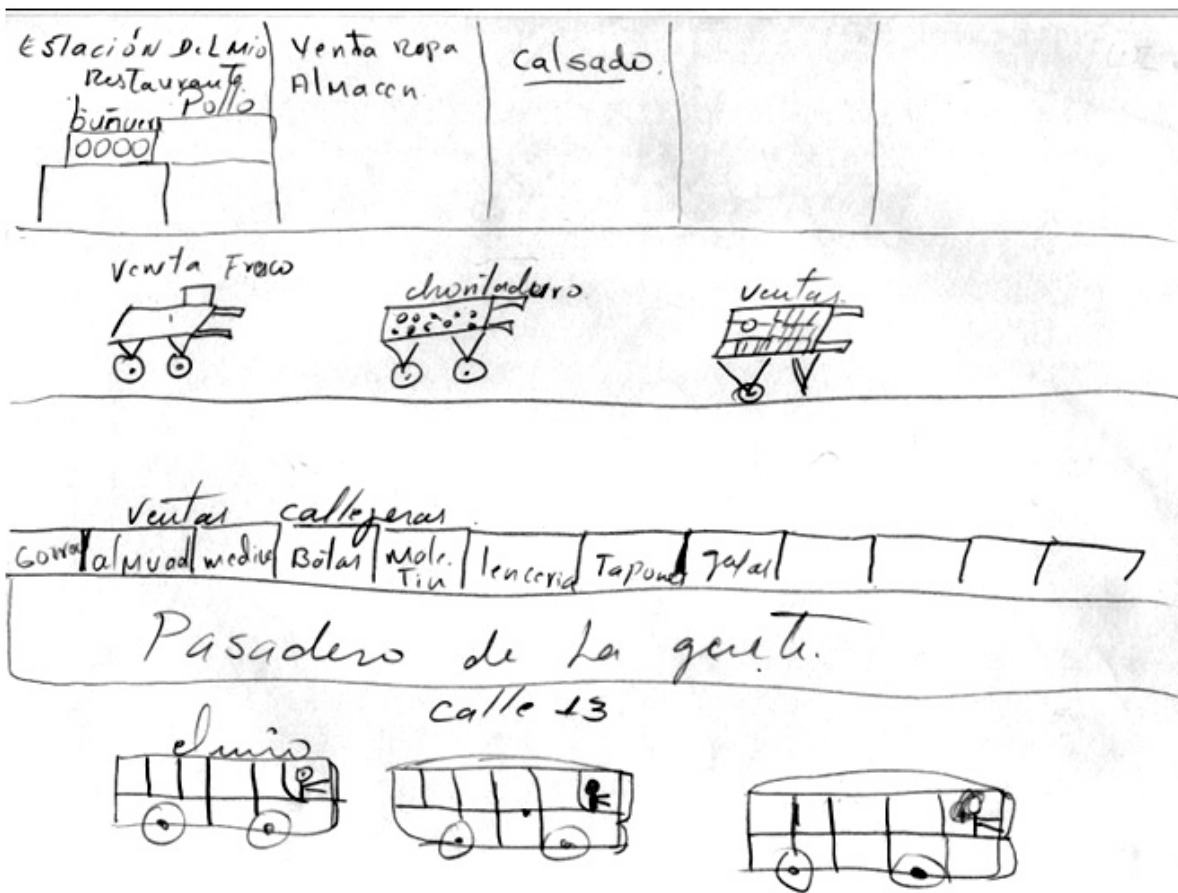
Todos los vendedores ambulantes hicieron alusión en sus mapas a la presencia del Masivo Integrado de Occidente (MIO)⁶, algunos representaron las avenidas cercanas con paso fluido de los vehículos.

Los vendedores ambulantes también plasmaron el paso de los transeúntes del común, los cuales

constituyen sus clientes en potencia. Cabe señalar que los vendedores dibujan a los transeúntes con la apariencia de estar caminando por un espacio totalmente libre y despejado.

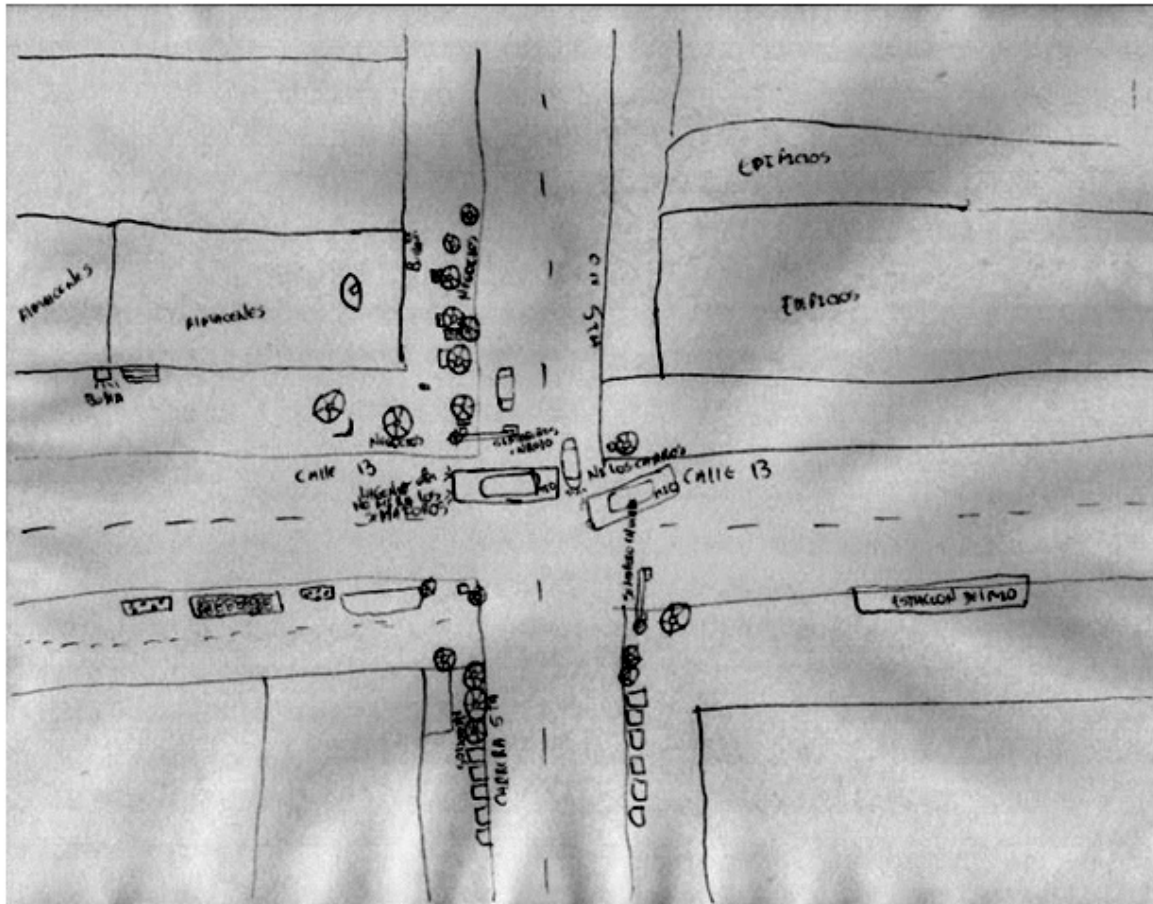
Al contrario de los mapas mentales de los vendedores ambulantes adultos, los mapas de los vendedores ambulantes jóvenes son más gráficos que semánticos, en este sentido hay una mayor representación por medio del dibujo que de la escritura. Al igual que en el grupo de los adultos, la construcción de los mapas mentales se basa en la experiencia cotidiana y las vivencias con relación al espacio público que constituye su lugar de trabajo, no obstante cabe recordar que el grupo de vendedores adultos lleva trabajando en el lugar más de 10 años, mientras que en el caso de los jóvenes, éstos llevan alrededor de 5 años en el lugar, lo cual implica una experiencia diferente y una vivencia distinta con relación al espacio público. Los mapas mentales de los adultos contienen ma-

Mapa mental 1: realizado por María Esther, 49 años



6. Corresponde a la denominación para el Sistema Integrado de Transporte Masivo (SITM) que existe en la ciudad de Santiago de Cali.

Mapa mental 2: realizado por Johan, 25 años



por información, producto quizá de los recorridos que han hecho a lo largo de sus vidas como vendedores ambulantes, contrario a los jóvenes que llevan poco tiempo en este lugar y cuyos mapas mentales dan cuenta de su entorno más próximo y de lo que han vivido hasta el momento.

La mayoría de los vendedores ambulantes jóvenes representó las avenidas y calles aledañas a su lugar de trabajo, también representaron los medios de transporte público, todos colocaron a la calle 13 como eje central de sus mapas, uno que otro representó a los transeúntes. Pocos resaltaron los almacenes comerciales más representativos del centro, algunos dieron a conocer el lugar donde almuerzan o el lugar donde guardan su mercancía.

PRÁCTICAS

La relación entre prácticas y Representaciones Sociales ha sido establecida desde la definición misma de estas últimas como formas de cono-

cimiento de sentido común que guían la acción (De Alba, 2007; Moscovici, 1961; Wagner y Hayes, 2011). Es así como las prácticas asociadas al uso y apropiación del espacio público y las interacciones acaecidas dentro de éste, permiten aproximarse un poco más a las representaciones sociales de espacio público que las sustentan. Si bien es cierto que los vendedores ambulantes asocian el espacio público a un lugar de libre tránsito y circulación y que señalan que se ubican y acomodan de tal manera que no impiden la libre circulación, es interesante cómo sus prácticas con relación al uso y apropiación del espacio público revelan que detrás de éstas existe una representación social del espacio público como un lugar privado. Las prácticas e interacciones de los vendedores revelan una apropiación del espacio público como un espacio privado.

Casi todos los vendedores ambulantes llegan a su lugar de trabajo a las 9:00 am, 11:00 am a más tardar y terminan su jornada laboral casi siempre entre las 6:30 pm y las 7:30 pm. Una vez que los

vendedores ambulantes llegan a la calle 13, se dirigen al lugar donde guardan su mercancía, generalmente parqueaderos donde pagan alquiler. La gran mayoría de los vendedores ambulantes transporta su mercancía y el resto de elementos que usan para su trabajo en carritos de mercar. En el espacio ocupado por los vendedores ambulantes se encuentran elementos tales como mesas desplegadas, sillas plásticas, paños, carritos de mercado, parasoles, plásticos, entre otros.

Los vendedores ambulantes que tienen motos o bicicletas utilizan la estación del MIO ubicada en la calle 13 entre carreras 8 y 9 para estacionar y también colocan plásticos con los que cubren la mercancía de la lluvia, aseguran con cadenas o sogas sus carritos y carretas en los pasamanos o soportes de dicha estación, también cuelgan sus avisos publicitarios hechos en distintos materiales como tela, cartón o madera. Algunas de las bancas ubicadas entre la calle 13 con carreras 1 y 10 también son utilizadas para colocar la mercancía y los avisos publicitarios y son usadas también como escritorio o como comedor. Una vez que instalan la mercancía en el espacio público algunos vendedores, en especial los hombres le dedican casi una hora al pregoneo para ofrecer y vender sus productos. Otros en cambio, una vez que se instalan en su punto estratégico, se persignan varias veces y entre dientes hacen oraciones.

Los vendedores ambulantes, en especial los hombres, elaboran llaveros y tarjetas en materiales como el acrílico y la madera haciendo uso de máquinas artesanales construidas por ellos mismos. Las vendedoras informales bordan los bolsos que venden y otros vendedores, máquina en mano, preparan los jugos que posteriormente venden.

Durante la jornada laboral, mientras esperan la llegada de los clientes, los vendedores ambulantes hablan con sus compañeros cercanos sobre la situación del país o la economía de la familia, también leen revistas, periódicos, llenan sopas de letras, realizan crucigramas, escuchan música, dibujan, toman apuntes, realizan cuentas con calculadora en mano, juegan con el celular. Otros pasan el tiempo jugando y apostando (dominó, parques, ajedrez, etc.).

Quienes van acompañados de sus hijos, en especial los fines de semana, pasan la jornada laboral entre la atención al cliente y el cuidado de éstos. En algunas ocasiones, otros vendedores ayudan con el cuidado de los niños. Algunos vendedores ambulantes reciben visitas esporádicas de amigos, conyugues o hijos mayores. Cabe mencionar que es común que varios miembros de la misma familia se encuentren trabajando como vendedores ambulantes.



Foto: Adriam Gómez Bastidas y Paulo Andres Castillo Pascu , 2011.

Algunas mujeres vendedoras barren la parte del espacio público donde se ubican, otros acostumbran limpiar el polvo de sus productos. En las horas de la mañana, algunas mujeres vendedoras emplean parte de su tiempo para arreglarse las uñas de pies y manos y otras se maquillan. La gran mayoría almuerza a la 1: 30 pm o 2:00 pm en su mismo lugar de trabajo, algunos traen el almuerzo desde sus casas, otros en cambio lo compran en restaurantes cercanos.

Las prácticas asociadas al uso y apropiación del espacio público denotan que detrás de éstas existe una apropiación de dicho espacio como un espacio privado en el que se trabaja, se almuerza, se descansa, se juega, se cuidan los hijos, se reciben visitas. Un espacio que se cuida, se ordena, se decora, se limpia, se ocupa con objetos como sillas, paños, mesas, carritos de mercar, parasoles y que claramente se delimita del resto del espacio. Las prácticas de los vendedores ambulantes con relación al uso y apropiación del espacio público corresponden a prácticas propias de lo que Salcedo y Caicedo (2008) denominan como espacio privado.

EL ESPACIO PÚBLICO COMO LUGAR DE INTERACCIÓN

Como lo señalan Salcedo y Caicedo (2008) el espacio público es un escenario político, este espacio constituye también un lugar de interacción entre diferentes actores sociales, para este caso, los vendedores ambulantes, los clientes y los funcionarios de la Secretaría de Gobierno. Cabe mencionar que la Subsecretaría de Convivencia y Seguridad de la Secretaría de Gobierno es la encargada de regular el espacio público. En esta medida, sus funciones están constituidas por regular la ubicación de los vendedores ambulantes, estacionarios o vehiculares y aplicar las sanciones policivas que sean del caso (Acuerdo 01 de 1996, Art. 326); hacer cumplir las políticas establecidas en el Plan de Desarrollo del Municipio, en lo relacionado con el uso adecuado del espacio público; y efectuar el decomiso de las especies, implementos y materiales utilizados para cometer la infracción cuando a ello hubiere lugar.

Como se afirma párrafos atrás, las prácticas y las interacciones en el espacio público permiten aproximarse un poco más a las representaciones sociales de espacio público que las sustentan. Las interacciones entre los vendedores ambulantes con sus clientes, posibles nuevos vendedores y funcionarios de la Secretaría de Gobierno, permiten apreciar el uso y apropiación del espacio público en términos de un espacio privado.

En cuanto a la interacción entre los vendedores ambulantes, quienes se consideran compañeros de trabajo, y entre ellos y sus clientes parecerían existir unas relaciones tendientes a la simetría (Watzlawick, 1989). Mientras que en la interacción de los vendedores ambulantes con “las personas que quieren llegar a ocupar su espacio” y entre los vendedores y los funcionarios de la Secretaría de Gobierno pareciese existir unas relaciones en las que los diferenciales de poder son más marcados.

Los vendedores ambulantes señalan que se conocen los unos a los otros, puesto que llevan un tiempo largo ubicados en el mismo lugar de trabajo, de igual manera conocen el puesto exacto donde se ubicada cada uno *“conozco a la mayoría, pues imagínate tantos años trabajando uno aprende a distinguir las personas y a conocer a todos los compañeros, uno sabe quién es quién, quien va ahí, quien no va ahí, quien es nuevo”* (María Esther, 49 años). En términos generales, consideran que sus relaciones entre compañeros están basadas en el respeto, la confianza y la solidaridad *“hay personas que conozco hace muchos años, hay otros que son nuevos y apenas nos estamos conociendo, los conocí en el trayecto, en el día a día aquí, entre ir y venir, aquí nos apoyamos entre todos, en la compañía”* (Gladys, 40 años). *“Yo he sido una persona como muy aparte, pero con la cuestión del lobo es una colaboración en conjunto, todo el mundo grita y corra, todos los que estamos aquí es para vivir buscándose su comida, porque una persona que tenga yo no creo que esté por aquí pasando todas estas necesidades”* (Guillermo, 49 años). Entre los vendedores ambulantes se prestan y cambian dinero y si alguno de ellos tiene que ausentarse de su lugar de trabajo el vendedor informal más cercano cuida y vende su mercancía (Diario de campo).

7. Constituye la forma en la que los vendedores ambulantes se refieren a los funcionarios de la Secretaría de Gobierno encargados de espacio público.

Con respecto a la forma como los vendedores ambulantes se dirigen al cliente es común encontrar expresiones como la siguiente, que revelan una apropiación del espacio público en términos de un espacio privado *“siga, a la orden mi amor, bien pueda que esta es su casa, venga, déjese atender que le tengo lo que busca en este negocito”* (Diario de campo). *“Buenos días, bienvenidos, que se les ofrece, a la orden, bien pueda siga”* (Fernando, 26 años). Los vendedores entrevistados afirman que reciben a sus clientes con amabilidad, cordialidad y respeto, dejan que el cliente observe y toque la mercancía, señalan que los clientes lo son todo para su trabajo, ya que son éstos los que les dan para el diario vivir *“se le atiende de muy buena manera, nosotros como vendedores ambulantes vivimos del cliente, de todo aquel que nos viene a comprar algo, ese es el que nos da el arrocito, entonces hay que atenderlo bien”* (Guillermo, 49 años).

Cabe mencionar que de acuerdo con los vendedores ambulantes, la interacción con los compañeros y con los clientes constituye una de los aspectos más agradables de su trabajo, junto con el hecho de que su trabajo les brinda ciertos ingresos económicos, ellos mismos deciden su horario de trabajo y los días de descanso.

En cuanto a la llegada de un vendedor nuevo, los vendedores ambulantes manifestaron que llegado el caso que alguien quisiera ocupar el lugar que por años vienen utilizando se lo harían saber *“que busque el espacio, que busque el lugar, por antigüedad este es mi lugar, así sucesivamente, por antigüedad yo ya vengo y me ubico, a no ser que venga la policía, ahí sí ya no es espacio de uno, lo que uno tiene es que correr”* (Gladys, 50 años). *“si llega alguien a ocupar mi lugar, no lo dejaría, porque yo ya llevo mucho tiempo, este puesto es mío, yo no lo compré, pero aquí es donde yo me hago”* (Stefhany, 33 años).

Todos los vendedores afirman que lo más difícil de ser vendedor informal en la calle 13, junto con el hecho de no tener un salario fijo, prestaciones sociales y trabajar a la intemperie, es cuando aparecen los funcionarios de la Secretaría de Gobierno encargados de espacio público, que son llamados popularmente por los vendedores como el “lobo” *“en este mismo lugar llevo 32 años corriéndole al*

lobo, corriéndole a la policía, a los inspectores que a veces no nos quieren dejar trabajar, uno llega se quita y vuelve y se ubica y así trabaja, pues todos tenemos que trabajar y tenemos que ganarnos lo del diario para sostenernos” (María Esther, 49 años). Los vendedores manifiestan que cuando llega “el lobo” recogen su mercancía lo más rápido posible y salen a correr, porque de lo contrario los funcionarios de la Secretaría de Gobierno junto con la policía decomisan la mercancía *“le quitan a uno la mercancía, lo levantan de la calle por invadir el espacio público, eso no aguanta, además uno trata de hacerse a un ladito para no invadir el espacio público”* (Fernando, 26 años).

Lo alusivo a las interacciones entre los vendedores ambulantes y los otros actores sociales muestra un uso y apropiación del espacio público como un espacio privado, existen una serie de reglas claras que permiten delimitar dicho espacio. Cada vendedor ambulante ocupa un puesto que se considera como propio y que les pertenece por antigüedad, claro está mientras no lleguen los funcionarios de la Secretaría de Gobierno, en esta medida un nuevo vendedor no puede llegar a ocupar el lugar que le pertenece a alguien. Un espacio donde se restringe la circulación, un espacio privado en donde por ejemplo, se invita al cliente a seguir.

CONSIDERACIONES FINALES

Como se puede apreciar, esta investigación constituye una primera aproximación a las representaciones sociales, prácticas e interacciones con relación al espacio público en un grupo de vendedores ambulantes. En este sentido, los resultados dejan caminos abiertos para una futura investigación que no sólo se centre en describir las representaciones sociales, prácticas e interacciones, sino que estudie el proceso de formación de las representaciones sociales mediante los procesos de objetivación y anclaje.

Es así como a partir de esta primera aproximación, se puede plantear que los vendedores ambulantes han resignificado el espacio público que ocupan, le han asignado sus propios significados y sus propias prácticas acorde a sus creencias y a sus condiciones laborales construyendo de esta

forma representaciones del espacio público. En esta medida, hay un distanciamiento entre el concepto y el uso del espacio público propuestos por el discurso teórico y las disposiciones legales del gobierno municipal y las representaciones sociales de espacio público construidas por los vendedores ambulantes y sus prácticas e interacciones en relación con la apropiación y el uso de dicho espacio.

En su discurso, los vendedores ambulantes asocian el espacio público a un lugar de libre tránsito y circulación, características del espacio público señaladas en discursos académicos y plasmadas en las disposiciones legales del gobierno municipal, y señalan que se ubican y acomodan de tal manera que no impiden la libre circulación. No obstante, es interesante cómo sus prácticas con relación al uso y apropiación del espacio público y las interacciones entre diferentes actores sociales, algunas tendientes a la simetría (compañeros de trabajo; vendedores ambulantes y clientes), otras, a la complementariedad (vendedores ambulantes y posibles nuevos vendedores; vendedores ambulantes y funcionarios de la Secretaría de Gobierno) revelan que detrás de éstas existe una representación social del espacio público como lugar privado. Un espacio privado que es considerado como propio de acuerdo a reglas de antigüedad, en el que el derecho a circular se ve restringido y está debidamente diferenciado de otros espacios. Un espacio privado en el que se trabaja, se almuerza, se descansa, se juega, se cuidan los hijos, se reciben visitas. Un espacio que se cuida, se ordena, se decora, se limpia, se ocupa con objetos como sillas, paños, mesas, carritos de merca, parasoles.

Se puede ver entonces el carácter selectivo de las representaciones sociales, puesto que se intenta conservar la propiedad fundamental del espacio público, libre tránsito y circulación, pero se hace una apropiación de una parte de éste y se lo usa como si fuera un espacio privado. Al parecer, detrás de esta transformación del concepto teórico de espacio público y de lo establecido legalmente para su uso están la falta de oportunidades de empleo, que señalan los vendedores ambulantes, y un significado instrumental asociado al trabajo que parece sintetizarse en la fórmula trabajo = supervivencia. Sería interesante una futura ampliación de este elemento, pues parecería hacer parte de las concepciones socio-culturales del grupo que incidirían en la transformación del concepto de espacio público y de lo establecido legalmente para su uso y en esta medida podría ser un elemento clave para el abordaje del proceso de objetivación.

Finalmente, cabe señalar que al ser la existencia de vendedores ambulantes que han convertido el espacio público en su lugar de trabajo, un problema que afecta a diferentes ciudades colombianas y latinoamericanas sería interesante emprender investigaciones en otros contextos con el propósito de ampliar el conocimiento que se tiene sobre el fenómeno. La perspectiva teórica y metodológica centrada en la mirada que sobre el espacio público tienen los vendedores ambulantes constituye un elemento que podría contribuir a las decisiones que sobre este fenómeno deben tomar los diferentes gobiernos municipales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arruda, A. y Ulup, L. (2007) *“Brasil imaginado: representaciones sociales de jóvenes universitarios”*, en Arruda, A. y De Alba, M. (Coords.), *Espacios imaginarios y Representaciones Sociales. Aportes desde Latinoamérica*. Barcelona: Anthropos.
- Constitución Política de Colombia. 1991.
- DANE (2011) *Medición del empleo informal*. Santafé de Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística.
- De Alba, M. (2004) *“El método ALCESTE y su aplicación al estudio de las Representaciones Sociales del espacio urbano: el caso de la ciudad de México”*. En *Papers on Social Representations*, 13.
- De Alba, M. (2007) *“Mapas imaginarios del Centro Histórico de la Ciudad de México: de la experiencia al imaginario urbano”*, en Arruda, A. y De Alba, M. (Coords.), *Espacios imaginarios y Representaciones Sociales. Aportes desde Latinoamérica*. Barcelona: Anthropos.
- De Certau, M. (1999) *La invención de lo cotidiano*. México: Universidad Iberoamericana.
- Delgado, M. (1999) *El animal público*. Barcelona: Anagrama.
- Escobar, F. (2009) *“Prácticas culturales críticas de producción de espacios públicos en la transformación del barrio Moravia, Medellín, desde el centro de Desarrollo Cultural de Moravia”*. Coloquio INJAVIU, 2009, Bogotá, Noviembre 9 de 2009.
- Galvis, L. (2012) *“Informalidad laboral en las áreas urbanas de Colombia. Documentos de trabajo sobre economía regional”*. Banco de la República. Centro de Estudios Económicos Regionales (CEER) - Cartagena.
- Guataqui, J., García, G. y Rodríguez, M. (2011) *“El perfil de la informalidad laboral en Colombia”*. En Serie Documentos de Trabajo No. 95, Facultad de Economía. Universidad del Rosario.
- Lindón, A. (2003) *“La precariedad laboral como experiencia a través de la narrativa de vida”*. En *Gaceta Laboral*, 9, 3.
- Lulle, T. (2008) *“Prácticas y representaciones espaciales de los habitantes del Centro de Bogotá”*. En *Centro – h. Revista de la Organización Latinoamericana y del Caribe de Centros Históricos*, 1,
- Moscovici, S. (1961) *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Editorial Huemul S.A.
- Niño, C. y Chaparro, C. (1997) *“El espacio público en algunos barrios populares de la Bogotá Actual”*. En Serie ciudad y hábitat No. 4 *La Calle: lo ajeno, lo público y lo imaginado*. Disponible en <http://www.barriotaller.org.co/publicaciones.htm>. Recuperado el 12 de enero de 2011.
- Salcedo, M. y Caicedo, S. (2008) *“El espacio público como objeto de estudio en las ciencias sociales y humanas”*. En *Revista Guillermo de Ockham*, 6, 1.
- Sentencia T-372/93. Corte Constitucional. Disponible en <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/1993/T-372-93.htm>. Recuperado el 14 de febrero de 2013.
- ¿Qué es el espacio público? Subsecretaría de convivencia y seguridad. Secretaría de Gobierno. Alcaldía de Santiago de Cali. Disponible en <http://www.cali.gov.co/gobierno/publicaciones.php?id=29640>. Recuperado el 7 de febrero de 2013.
- Viviescas, F. (1997) *“Espacio público, imaginación y planeación urbana”*. En Serie ciudad y hábitat No. 4 *La Calle: lo ajeno, lo público y lo imaginado*. Disponible en <http://www.barriotaller.org.co/publicaciones.htm>. Recuperado el 12 de enero de 2011.
- Wagner, W. y Hayes, N. (2011) *El discurso de lo cotidiano y el sentido común*. La teoría de las Representaciones Sociales. Barcelona: Anthropos.
- Wagner, W., Valencia, J. y Elejabarrieta, F. (2003) *“Relevance discourse and the “hot” stable core of social representations. A structural analysis of word association”*. En *British Journal of Social Psychology*, 35.
- Watzlawick, P. (1989) *Teoría de la comunicación humana: Interacciones, patologías y paradojas*. Barcelona: Editorial Herder.
- Weber, M. (1964) *Sociedad y Economía*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.