

**APOSTADOS EN LA VÍA:  
PRÁCTICAS CULTURALES DE LOS VENEDORES ESTACIONARIOS DE LA  
CARRERA QUINTA DE SANTA MARTA**

**POR:  
ADALGIZA E. FERNÁNDEZ CÉSPEDES**

**DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA  
SANTA MARTA  
2011**

**APOSTADOS EN LA VÍA:  
PRÁCTICAS CULTURALES DE LOS VENEDORES ESTACIONARIOS DE LA  
CARRERA QUINTA DE SANTA MARTA**

**ADALGIZA E. FERNÁNDEZ CÉSPEDES**

**Tesis para optar al Título de Antropólogo**

**Director:  
Deibys Carrasquilla Baza**

**DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA  
SANTA MARTA  
2011**

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

Fabio Silva Vallejo

---

Jurado

Eduardo Forero Lloreda

---

Santa Marta, D.T.C.H., Marzo de 2011.

I Artículo 147 literal “F” del Reglamento  
Interno de la Universidad del Magdalena.

La presente de Memoria de Grado y el  
consejo examinador no serán  
responsables de las ideas emitidas por el autor.

*“Vivir en el espacio público debe ser lo más sagrado. Es preferible morir de un tiro que morir de hambre. Debemos cuidar nuestra imagen. Somos Santa Marta, somos responsables de lo que pasa en la carrera 5ª.”*

*Miguel Duarte.*

*“Toda la vida este oficio ha sido mi sustento, a través de treinta y ocho años he estado aquí en la Quinta con la diecinueve, alrededor del Ley y la difunta Caja Agraria; toda una vida.”*

*Carlos Lizcano*

*“Tal vez lo más sorprendente de los colombianos es su asombrosa capacidad de acostumbrarse a todo, lo bueno y lo malo, con un poder de recuperación que raya en lo sobrenatural. Algunos, tal vez los más sabios, ni siquiera parecen conscientes de vivir en uno de los países más peligrosos del mundo. Es comprensible: en medio del pavor, la vida surge, y tal vez sea más preciosa cuando hay que sobrevivir a diario”.*

*Gabriel García Márquez.*

**DEDICADO A:**

**Mi entrañable familia: Manuel Venancio, Gilma Rosario, Manuel Antonio, Leonor Inés, Mabel Dolores, Margarita Rosa, Juliana Eugenia, Catalina, Gustavo Eduardo, Manuel Ignacio, Leonor Patricia, Patiti, Mañanita y Blas José.**

## **AGRADECIMIENTOS**

**A Virginia Mauri, la bruja de oro, a José Fuentes, Monkey, el maraquero mayor, a Claudia Centeno, la artista de los arreglos florales, a Luís Fonseca, el librero, a Carlos Lizcano, el juguero-edil, son algunos de los estacionarios que narraron sus vivencias callejeras para hacer posible este trabajo. A los profesores del Departamento de Antropología de la Universidad del Magdalena, Lorena Aja y Álvaro Acevedo y a los docentes invitados y de planta, quienes aportaron las herramientas básicas para esta tesis, y especialmente a Deibys Carrasquilla, siempre presente en esta monografía.**

## CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>12</b>
<b>1. LA CARRERA QUINTA: ORIGEN Y EVOLUCION DE UN HITO URBANO .</b>	<b>21</b>
1.1. SIGLO XX: CRECIMIENTO DE LA CIUDAD Y CONFORMACIÓN DE LA QUINTA .....	22
1.2. INICIOS DEL COMERCIO CALLEJERO .....	29
1.3. POSICIÓN DEL LA QUINTA CON RELACIÓN AL CENTRO DE LA CIUDAD .....	32
<b>2. LA VIDA DEL ESPACIO Y LOS OBJETOS: COMERCIO CALLEJERO EN LA CARRERA QUINTA.....</b>	<b>35</b>
2.1 SOBRE LAS CALLES: EL ESPACIO FÍSICO, PERMANENCIA Y MOVILIDAD .....	36
2. 2 LAS PRÁCTICAS DEL LUGAR: EL COMERCIO CALLEJERO .....	42
2. 2.1 Las ventas .....	43
2. 2. 2 Tiempos y temporadas .....	48
<b>3. LOS QUE ESTÁN AHÍ: LOS VENDEDORES .....</b>	<b>57</b>

3.1 ¿QUIÉNES SON? .....	58
3.2 ¿DE DÓNDE VIENEN? .....	59
3.3 OCUPACIÓN Y TERRITORIALIZACIÓN .....	66
3.4 COHESIÓN Y ORGANIZACIÓN SOCIAL .....	71
3.4.1 Solidaridad del día a día.....	73
3.4.2 Sindicatos, cooperativas y asociaciones .....	74
3.5 AUTOREPRESENTACIONES DEL COMERCIO INFORMAL .....	76
3.6 VENDEDORES ESTACIONARIOS DE LA CARRERA 5ª.....	82
<b>4. REPRESENTACIONES DEL ESPACIO PÚBLICO Y LA CIUDAD .....</b>	<b>85</b>
4.1 PANORAMA DEL COMERCIO CALLEJERO EN COLOMBIA .....	85
4.1.1 La nación .....	85
4.1.2 La visión regional.....	86
4.2 EL ESPACIO: ¿PÚBLICO O PRIVADO? .....	88
4.3 REPRESENTACIONES DEL ESPACIO PÚBLICO Y VENDEDORES ESTACIONARIOS.....	91
4.3.1 Samarios y transeúntes .....	98
4.3.2 Gobierno local.....	99

4.4 ESPACIO PÚBLICO, VENTA CALLEJERA Y DINÁMICAS URBANAS DE SANTA MARTA ..... 104

**CONSIDERACIONES FINALES .....106**

**BIBLIOGRAFÍA.....110**

**LISTA DE ENTREVISTADOS .....115**

**ANEXOS .....118**



## INTRODUCCIÓN

Este trabajo analiza las prácticas culturales de los vendedores estacionarios de la carrera Quinta de Santa Marta. El estudio tiene en cuenta la manera en que estas personas participan en la configuración del espacio público y las dinámicas urbanas del centro de la ciudad. Además, describe la manera en que los vendedores significan sus actividades y son representados a través de medios de comunicación como la prensa. Tiene como eje central la actividad comercial y procura presentar a esta como generadora de prácticas culturales de la vida social urbana.

Las actividades del comercio informal, han sido las tácticas a través de las cuales las personas han hecho frente a problemas arraigados a la historia colombiana, de América Latina y el Caribe, como el desempleo, pobreza y violencia, la mayoría de ellos causantes de la migración del campo a la ciudad. Este desplazamiento ha sido promotor del crecimiento urbano y de transformaciones en las principales ciudades, en muchas de las cuales el fenómeno ha sido calificado negativamente por el aumento de los índices de pobreza, desempleo e inseguridad, así como por la “invasión” que con sus actividades hacen estas personas de los espacios públicos. La monografía describe el caso particular de los vendedores estacionarios de la carrera Quinta de Santa Marta, ciudad que en las últimas décadas le ha apostado al turismo, y en cuyo plan la venta callejera constituye un obstáculo o “lunar negro” para el desarrollo.

El estudio parte del supuesto de la existencia de una cultura del comercio informal, generada en los últimos 50 años a partir de la permanencia prolongada de un grupo de vendedores en los andenes de la carrera Quinta. Durante este tiempo, estas personas han ocupado y adaptado el espacio, organizado a través de asociaciones, sindicatos y cooperativas, consolidando territorialidades y significando sus actividades con el fin de mantener su ocupación, haciendo de estas acciones prácticas culturales que se constituyen en pilares y estrategias para alcanzar el sustento económico y lograr la permanencia en el espacio público.

El área o espacio en el cual se realizó el estudio comprende la carrera Quinta, entre las calles 10 y 22, territorio en el cual se concentran las actividades del comercio informal del centro de Santa Marta. Allí se ubican los vendedores en las aceras, a la salida de almacenes y en la ruta del recorrido frecuente que realizan los transeúntes durante las actividades que realizan en el centro de la ciudad. La

venta callejera consiste en ofrecer a los viandantes una variedad de artículos de fácil acceso y a bajos precios. La venta se hace al filo de la legalidad – ilegalidad porque el origen de muchos de ellos son de contrabando o pirateados. Sin embargo, una serie de circunstancias, a lo largo de los últimos 50 años han permitido que los estacionarios estén en los andenes de la Quinta con el beneplácito de las autoridades y la aceptación de los transeúntes y el comercio formal.

El trabajo basa su pertinencia tanto en los hallazgos descriptivos y analíticos que aporten a la antropología nacional y regional, como a la reflexión de dinámicas de la vida social urbana, además de la mirada detallada a las formas en que las personas –en su mayoría emigrantes de las áreas rurales- logran crear diversas estrategias para el sustento. De esta manera, en primer lugar constituyen un aporte a la consolidación de una antropología urbana en la región y en segundo el análisis de problemática actuales y latentes de la ciudad y el país, en el sentido que revela las diversas acciones humanas elaboradas con fines de subsistencia.

La atención en este tipo de temas ha ido en aumento en las últimas décadas, considerando cada vez más la importancia e influencias del sector informal en las economías locales y nacionales, así como su articulación con el sector formal. Además, frente al delicado problema del desempleo y su importancia en las agendas políticas nacionales de los últimos años, las apreciaciones sobre estas formas de la economía han venido cambiando, hasta el punto de ser categorizadas como formas de subempleo o, en algunos casos, bases para iniciativas de emprendimiento comercial. Sin embargo, la política económica contrasta mucho con las valoraciones locales y actitudes de las personas protagonistas de este sector. En la venta callejera, prima la independencia económica opuesta a la estabilidad laboral y la subordinación de un empleo formal. La visión a corto plazo, la artimaña, la resistencia y adaptación se convierten en los principales recursos humanos para la supervivencia a través de la continuidad histórica de esas acciones.

Este trabajo ha sufrido una serie de tropiezos que lo han alargado un par de años, por circunstancias personales que afectaron la fase de la escritura. El tema fue concebido desde los inicios de la carrera de antropología, planteándome: “Si en ciudades como Barranquilla, Cartagena y Bogotá, entre otras, los municipios han reubicado, capacitado y compensado económicamente a los vendedores, ¿Porqué el Estado no ha hecho lo mismo en Santa Marta? ¿Cuáles son esos mecanismos para permanecer allí? Y luego, hipotéticamente: ¿Son la territorialización, la significación y la cohesión social, prácticas culturales de los vendedores estacionarios de la carrera Quinta, y si lo son, cómo se expresan?

Las descripciones y análisis que componen este trabajo se orientan desde la perspectiva de la antropología urbana. Busca interactuar con una serie de

planteamientos de los trabajos de autores como Julián Arturo, Manuel Delgado, Néstor García Canclini, Jesús Martín Barbero y Amalia Signorelli, entre otros.

Varios de estos planteamientos provienen de fuentes diversas, muchas de las cuales se oponen, manejan diferentes nociones y no se precisa una equivalencia en los conceptos trabajados. Sin embargo, son traídos al texto como parte del proceso de interpretación y comprensión de las dinámicas urbanas generadas en torno al comercio informal o callejero, de tal manera que es posible encontrar elementos de enfoques y perspectivas distintas. Esto se hace ante la poca bibliografía disponible y por el esfuerzo de entender las prácticas culturales y dinámicas del centro de Santa Marta.

Según Amalia Signorelli (1999), en el artículo titulado “Antropología urbana: recorridos teóricos”, la antropología urbana se origina en los trabajos de la escuela de Chicago, a través de las elaboraciones de Robert Redfield y Oscar Lewis, entre otros. De la misma forma, el antropólogo colombiano Julián Arturo (1993) realiza dichas reflexiones resaltando la importancia de la transición rural – urbano, así como la problemática distinción entre sociedades simples – complejas, siendo estas últimas las que vendrían a ser analizadas en los contextos urbanos por la antropología y otras disciplinas.

Según Arturo (1993), la antropología urbana es “el estudio de formas de vida urbana. La descripción y análisis de grupos y comunidades, en pueblos y ciudades, enmarcándola en los procesos económicos y políticos que la influyen” (Arturo 1993: 55). Manuel Delgado (2003) por su parte, propone una antropología de las calles reivindicando el enfoque naturalista y científico de la antropología (funcional – estructuralista).

Se aborda, de esta manera, las prácticas culturales de los vendedores estacionarios de la carrera Quinta de Santa Marta, como una de esas formas de vida urbana, en este caso, las que se dan en los espacios públicos (andenes de la carrera Quinta). Esa *forma* (social) que se da en las calles, propone Delgado (siguiendo los planteamientos de Radcliffe-Brown), debe cumplir con unos requisitos: en primer lugar,

“una *ecología*, un nicho o entorno físico al que amoldarse, no sólo constituido por los elementos morfológicos más permanentes –las fachadas de los edificios, los elementos del mobiliario urbano, los monumentos, etcétera-, sino también por otros factores mudables, como la hora, las condiciones climáticas, si el día es festivo o laboral y, además, por la infinidad de acontecimientos que suscitan la versatilidad inmensa de los usos de los propios viandantes, que conforman un medio ambiente cambiante...” (Delgado 2003: 12).

En segundo lugar debe poseer

“una estructura estructurante (...), pero no estructurada, en la medida que está hecha de situaciones en la que los participantes se ven obligados casi siempre a definir sobre la marcha un vínculo entre posiciones estructurales no del todo clarificadas y que se acoplan siguiendo principios de ajuste automático” (Delgado 2003: 13).

En tercer lugar, hay allí una cultura, “en el sentido del conjunto de formas aprendidas que adoptan las relaciones sociales, en este caso marcadas por las reglas de pertinencia, asociadas a su vez a los principios de publicidad, cortesía y mundanidad que indican lo que debe y no debe hacerse para ser considerado concertante” (Delgado 2003: 13,14). Estos tres requisitos sustentan la afirmación enunciada en un principio sobre la existencia de una cultura de vendedores. La ecología estaría determinada por la carrera Quinta, la estructura estructurante inacabada o no estructurada, se ha ido originando no sólo en los 50 años de permanencia en el lugar, sino a través de los procesos históricos de la ciudad, en la que lo informal ha tenido cierto predominio en los aspectos económicos. La cultura es el objeto a describir y analizar en este trabajo, examinando la manera en que se encuentra atravesada por procesos económicos y políticos.

La cultura de vendedores se sustenta o mantiene a través de cinco prácticas culturales: ocupación (del espacio), territorialización, comercialización, significación o representación y cohesión social. El concepto de práctica cultural que orienta este trabajo, corresponde con los resultados de los estudios del historiador y filósofo francés Michel De Certeau sobre los aspectos de la vida cotidiana (1996). Para De Certeau, las prácticas culturales son:

“El conjunto más o menos coherente, más o menos fluido, de elementos cotidianos concretos o ideológicos, a la vez dados por una tradición (la de una familia, la de un grupo social) y puestos al día mediante comportamientos que traducen en un visibilidad social fragmentos de esta distribución cultural, de la misma manera que la enunciación traduce en el habla fragmentos del discurso. Es “práctica” lo que es decisivo para la identidad de un usuario o de un grupo, ya que esta identidad le permite ocupar su sitio en el tejido de relaciones sociales inscritas en el entorno. (De Certeau, citado en García 2009:7)

Estos planteamientos son clave para comprender la dinámica, conformación y desarrollo de esa forma social urbana, derivada del comercio informal, entendida como cultura de vendedores, en tanto hace énfasis en prácticas, es decir, un ‘hacer cultural’ generado en la interacción histórica, continua y constante entre vendedores y transeúntes a partir de la actividad del comercio en las calles.

Los planteamientos anteriores pueden ser articulados de la siguiente manera. En formas sociales de la vida urbana, -como el caso de los vendedores estacionarios de la carrera Quinta de Santa Marta-, que se desarrollan en los espacios públicos o calles, se dan una ecología, estructura y cultura. Por lo general se encuentran atravesadas por procesos económicos y políticos, pero en este caso se hace un énfasis en el cultural indagando en determinadas prácticas o estrategias humanas de subsistencia, determinadas en este caso, por las condiciones del centro urbano, el espacio público y los procesos históricos de la ciudad, que han permitido el desarrollo de esta forma de economía informal predominante.

En las últimas décadas, los estudios del comercio callejero han tomado cada vez más importancia en los estudios de las ciencias sociales. Una muestra de ello es el trabajo que realiza el reconocido economista peruano Hernando de Soto, en su libro titulado *El Otro Sendero*. En dicho trabajo a De Soto le llama la atención que en los últimos años es impresionante el número de actividades informales como un sistema potencialmente capaz de producir una distribución más eficiente y equitativa no sólo de recursos, sino también de oportunidades económicas. Por ello realiza una investigación en el sector del comercio informal resaltando las posibles articulaciones del sector al desarrollo social en Perú.

De Soto establece una tipología de las modalidades del comercio informal, sin embargo, sus descripciones son de corte económico y sociológico, siendo poco profundo en las implicaciones culturales de la actividad de los vendedores. No obstante, identifica que en materia de organizaciones sociales (aspecto a desarrollar en el capítulo 3)

“A medida que los ambulantes comienzan a advertir que han ido constituyendo emplazamientos económicamente valiosos, crecen sus estímulos para organizarse a fin de tratar de preservarlos, puesto que sus derechos especiales de dominio no les proporcionan ya la seguridad suficiente” (De Soto 1987: 75).

Uno de los principales actores del comercio callejero es el vendedor informal que según Julián Arturo (1999:4) es el mercader cuyas actividades comerciales toman lugar en el espacio público, usualmente en las calles de grandes centros urbanos. Una de sus características es la movilidad física y la ausencia de licencias formales o aprobación legal para el uso del espacio. La venta informal de la calle la constituyen pequeños negocios de bajo capital, en donde se venden mercancías baratas y/o servicios. Su clientela la constituye la clase trabajadora en su mayoría y alguna población de clase media. Son los más territoriales. Para ellos, la calle, la plaza es su casa, o su segundo hogar.. Siguiendo a Arturo:

“La economía informal es la categoría con la que se nombra actualmente al comercio callejero, los actores viven en la calle, la usan

y la transforman en las diferentes jornadas de venta, constituyéndose en un trabajo que realiza por lo general el núcleo familiar. No es una condición individual, se define con base en lo formal y la articulación de los dos. Es un proceso de actividad de generación de ingresos, caracterizado por un rasgo central: no es regulado por las instituciones de la sociedad, en un ambiente legal y social en el cual las actividades similares son reguladas. No es nuevo, pero sí lo son las condiciones actuales en que crece, aún en economías institucionalizadas, a expensas del formal. Es decir, no es provisional ni pasajero.” (1998:16).

El panorama del comercio callejero, uso del espacio público, economía informal y vendedores ambulantes es relativamente amplio en el contexto de la antropología urbana. En términos generales estos temas empiezan a tomar auge a partir de los ochentas de acuerdo al registro bibliográfico recopilado y sobre todo dos textos que se refieren al caso colombiano (Memorias del taller sobre trabajos de investigación, 1984; Uribe y Forero, 1986). A partir de este momento se genera el incremento de estudios realizados en torno a este tema y pocos años después, la antropología empieza a asumir su papel desde su visión. Si bien la revisión bibliográfica da pequeñas muestras de la articulación del tema del comercio callejero informal, con las dinámicas de la ciudad (Murillo et al, 1984; García, 2004; Monnet, 1996; Mora, 2003), estas reflexiones no alcanzan a ahondar en torno a los procesos de reciprocidad entre los sectores de la economía informal con la estructura urbana y de los habitantes de la ciudad, tema que para el caso de Santa Marta es de gran importancia en cuanto a que lo informal no se desprende únicamente de las ventas callejeras, sino de una serie de prácticas diarias que tienen lugar en la ciudad, en algunos casos mucho más extensa que las formas culturales asociadas a lo formal (economía, religión, relaciones de parentesco, transporte, etc.).

Varios estudios han comenzado a indagar sobre las implicaciones culturales asociadas al comercio informal. La distancia de los balances e influencias que este sector genera a la economía nacional son cada vez mayores. Se indaga sobre el vendedor, sobre su articulación a las dinámicas urbanas y configuración de los espacios públicos. De estos trabajos que resaltan la dimensión cultural del comercio informal se encuentran planteamientos que entienden la persistencia de estas economías como afrentas a las formas oficiales y dominantes del comercio. De igual forma, se examinan las fisionomías de lo público (Salcedo 2003) y las maneras en que en estas actividades participan grupos de gente negra, describiendo las formas en que tienen continuidad formas de estereotipo racista que se reproducen y suman a las formas despectivas en que son señalados y representados los vendedores (Meza 2003).

Pocos son los trabajos que traten temas afines al comercio callejero en la ciudad de Santa Marta. Se destacan entre ellos, las monografías del programa de

Economía de la Universidad del Magdalena “Comercio informal en el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta, 1998-2005”, de López Díaz, Einer; Robert Ely Medina y William Enrique Jiménez Díaz (2005), y Caracterización del sector informal en la ciudad de Santa Marta, de Rodríguez Echeverría, Gustavo y Omayra Jiménez de Pérez (1985). En el programa de antropología se han realizado trabajos como los de Sabrina Rojas Aguirre (2009), titulado “El mercado de Santa Marta un espacio público de historia, transformaciones y conflictos entre los actores locales” y “Entre Comida y Resistencia: un Estudio Etnográfico sobre las Ventas Informales de Comida Popular en la Ciudad de Santa Marta”, de Álvaro Acevedo Merlano (2009).

El comercio informal o callejero y a su vez el vendedor de la calle es un problema social y antropológico sin resolverse. Hacen falta muchos estudios por realizar que busquen comprender y revelar las maneras en que se crean diversas estrategias humanas de subsistencia. La asociación de la actividad con la definición de un objeto urbano no debe prestarse para que estas culturas se sigan representando como formas exóticas de lo más moderno de la humanidad: las ciudades, principalmente las grandes.

La metodología utilizada para la realización de este trabajo se enmarcó en el enfoque cualitativo y se fundamentó en el método etnográfico. Para este último se tuvieron en cuenta las directrices de Rosana Guber (2001), Atkinson y Hammersley (2005) y otros aspectos relacionados con la posición del sujeto investigador expuestos por James Clifford (2001). De esta manera se tomaron las herramientas necesarias para consignar los datos de la investigación. Las categorías de análisis profundizaron en la etnografía así como en la cimentación teórica del trabajo. Simultáneamente de ellas se desprendieron actividades, métodos, técnicas e instrumentos a ser utilizados en el proceso de consecución y manejo de la información.

De acuerdo a lo señalado por Atkinson y Hammersley (2005), se utilizaron los 5 pasos señalados por estos autores para la investigación etnográfica: notas de campo, registros permanentes y documentos; anotaciones analíticas, memorias y diarios de campo; almacenamiento y consulta de la información. El trabajo se dividió en tres actividades centrales como la revisión bibliográfica, trabajo de campo y organización y tratamiento de la información. La revisión bibliográfica se realizó a través de la consulta de los catálogos de bibliotecas como la Luis Ángel Arango, Cajamag y Universidad del Magdalena, y se complementó con la consulta y descarga de documentos virtuales. Además, se hizo seguimiento a las publicaciones de la prensa local, principalmente los diarios El Estado, El Informador y Hoy Diario del Magdalena.

El trabajo de campo inició en el mes de septiembre de 2004 y finalizó en marzo de 2005. Se registraron las principales temporadas: Amor Amistad, Halloween, Navidad y Año Nuevo, Temporada Escolar, Carnavales y Semana Santa. Se basó

en observación participante. En un primer momento se realizaron recorridos por las aceras de la Quinta con el fin de identificar a las personas, sus ubicaciones y la manera en que hacen uso de los espacios. Luego se realizaron entrevistas, historias de vidas y participación en reuniones del sindicato. Además, se realizó un registro fotográfico y un inventario aproximado de los artículos que se ofrecen en la 5ª, de manera que sea posible asociarlos con patrones de consumo derivado de costumbres y tradiciones de los ciudadanos.

La entrada al campo fue compleja puesto que los vendedores estacionarios están convencidos que las personas que hacen preguntas son funcionarios del gobierno. Desvirtuado esto mediante la presentación del carné de la Universidad y la presencia constante en la calle, la presencia del investigador se disolvió entre la cantidad de personas que la transitan.

Por otro lado, el contacto con las organizaciones sociales fue definitivo para hacer muchas entrevistas importantes y “sembrarse” en los dos lugares determinados cada día, mañana y tarde, se hicieron historias de vida y descripciones. Con la investigación cualitativa se tiene una visión del intercambio comercial de la vía de manera general y particular. Para esto se realizó la observación participante y la etnografía a lo largo de la Quinta, por lo tanto la investigación en campo consistió en el recorrido de la calle, así como el establecimiento en puntos claves.

Para la organización de la información se elaboraron fichas temáticas de acuerdo con lo indicado por Umberto Eco (1994), tanto para la bibliografía consultada, como para clasificar los datos recogidos en campo a través de la observación y entrevistas. Los elementos recogidos en las fichas fueron agrupados de acuerdo a los objetivos específicos y son desarrollados a lo largo de los capítulos que se presentan a continuación.

El cuerpo del trabajo se presenta de la siguiente manera: el primer capítulo determina el contexto histórico, geográfico y espacial de la ciudad y la carrera Quinta. Se resalta aquí, la manera en que la ciudadanía de mediados de siglo XX se movilizó por el desarrollo urbano de la ciudad, promoviendo las adecuaciones de la vía, para una mejor circulación y contacto. En el marco de esas iniciativas, se muestra cómo la apertura del Almacén Ley fue pieza clave en la conformación de la vía en el epicentro comercial samario. El segundo capítulo describe la conformación del comercio informal y usos del espacio público, estableciendo, a manera de inventario los artículos que se ofrecen al transeúnte, teniendo en cuenta en la descripción los tiempos (del día) y temporadas (del año), los cuales son aspectos determinantes en las formas de la vida urbana.

El tercer capítulo se concentra en la parte humana: los vendedores. En principio resaltando las maneras en que se da la ocupación, respondiendo a las preguntas de cómo llegaron ahí y cómo accedieron al espacio, se trasladan al texto diferentes voces que cuentan experiencias individuales, pero que da cuenta de

procesos similares como la migración. Además, se describen las opiniones y visiones que los vendedores tienen de su ciudad y su actividad, destacando parte del proceso de representación. Sobre el final, se describen las formas de organización social, las cuales se basan en el parentesco y en la solidaridad que a diario se construye y que constituyen la práctica de la cohesión social.

El cuarto capítulo describe y analiza la manera en que son representados los vendedores y sus actividades, mirados desde la prensa local. En este caso, las significaciones se producen de manera ambigua, entre la imagen casi exótica y sensible del vendedor, y otra que los presenta como un elemento negativo que pervierte la imagen de la ciudad y obstaculiza los procesos de desarrollo a través del turismo.

## 1. LA CARRERA QUINTA: ORIGEN Y EVOLUCION DE UN HITO URBANO

Las prácticas culturales de los vendedores estacionarios de la carrera Quinta de Santa Marta, se encuentran profundamente articuladas a procesos y dinámicas históricas de la ciudad. Las principales acciones que marcaron su configuración, se dieron a lo largo del siglo XX, pero posiblemente las actitudes y prácticas de los habitantes de los siglos anteriores, asociadas a la informalidad, comercio callejero, espacio público y el contrabando, tienen continuidad en la carrera Quinta de las últimas décadas.

Álvaro Ospino Valiente (2002) en su libro *El Drama Urbano de Santa Marta durante la dominación española*, resalta una serie de aspectos que mermaron su protagonismo histórico. El trabajo destaca con ironía la ambigua y polémica historia de la ciudad, como el caso de su aislamiento a pesar de su posición geopolítica (con relación al Gran Caribe) y la generosidad de su puerto y recursos naturales.

Otros trabajos como los de De la Rosa (1945), Restrepo (1975), Ospino (2005), Bermúdez (1997), Rodríguez (1993), Julián (2010) y Vives (1981) confirman algunas de las paradojas presentadas por Ospino (2002), además de profundizar sobre aspectos particulares de la ciudad, los cuales serán útiles en este trabajo para ilustrar el panorama y algunos procesos e iniciativas que permitieron la conformación y estructuración de la carrera Quinta.

Siguiendo a Ospino Valiente, el origen de la trama urbana de la ciudad viene de seguir la tradición española implementada según la codificación definitiva en las Leyes de Indias, la cual estructura la ciudad por plazas, calles y solares trazados “a regla de cordel”; indicando el inicio de la Plaza Mayor, próxima al río, y haciendo salir de ella las calles que iban a las puertas y a los caminos principales, dejando el compás abierto, aunque la población fuera en crecimiento, se podía proseguir y dilatar en la misma forma las calles rectas, cortadas en ángulos rectos desde cuyas intersecciones se divisaban los cuatro puntos cardinales, que facilitaban el desplazamiento de la escasa fuerza militar y permitían dominar, desde la plaza, todas las bocacalles de la ciudad (2002 30: 31).

Fiel a la tradición las calles conservan los nombres que, desde 1775, describe José Nicolás de la Rosa en su texto *Floresta de la Santa Iglesia Catedral de la Ciudad y Provincia de Santa Marta* (1945:9). Las vías paralelas al mar reciben el nombre de carreras, en sentido norte-sur. Las calles perpendiculares a las primeras y en sentido de los meridianos, reciben el nombre de calles.

## 1.1. SIGLO XX: CRECIMIENTO DE LA CIUDAD Y CONFORMACIÓN DE LA QUINTA

Las últimas décadas del siglo XIX constituyeron un período de recesión económica para Santa Marta y el Magdalena, principalmente por el ascenso de Barranquilla, motivado por su posición geoestratégica en la región, porque conecta directamente el Mar Caribe con el río Magdalena, lo cual era indispensable en la exportación e importación de productos y la conexión del país con el resto del mundo.

*El Mapa Cultural del Caribe Colombiano* (1993:60) realiza un bosquejo de, como indica uno de sus apartes, la dinámica en la evolución del fenómeno urbano del siglo XX se centra en las ciudades de Barranquilla, Cartagena y Santa Marta, destacando una serie de procesos y transformaciones que fueron determinantes en la conformación de la región. En este bosquejo se resaltan hitos históricos, como la instauración de la Constitución Política de 1886 que centralizó el país y la violencia desatada en la Guerra de los Mil Días. En el panorama económico, regional, ante el bajón en la demanda del café, generada por la crisis de Primera Guerra Mundial (1914, 1919) y la Gran Depresión de los años 1929,30 se da un viraje a la preponderancia de los productos del sector agropecuario y al de la manufactura, lo cual genera un incremento en artículos como cigarrillos, textiles, aceite, azúcar y vidrios.

Esto dio pie al aumento de una población asalariada y a las concesiones a industrias extranjeras como para el caso de la explotación del banano por la United Fruit Company (Herrera y Romero 1987). Esta explotación se facilitó por la construcción en años anteriores de un tramo férreo en uso, que ya había comunicado a la población de Ciénaga y seguía por Río Frío en busca del objetivo trazado: el Río Grande de la Magdalena, a la altura del Municipio de El Banco (Ospino 2005), lo cual no se concretó, por el posterior monopolio de la empresa norteamericana, la cual también controlaba la compañía encargada de la construcción del nuevo tramo del ferrocarril (Herrera y Romero 1979).

La primera década del siglo XX es el momento trascendental en la economía del Magdalena. La iniciativa de unos aventureros que sembraron banano en la zona fértil del valle de Río Frío y lo llevan a vender a Nueva York aprovechando la infraestructura férrea hasta un puerto que pacientemente esperó tantos años el primer embarque de banano, tuvo sus frutos, aunque posteriormente sería monopolizado por la inversión extranjera, según lo anotado en el Mapa Cultural del Caribe Colombiano (1993:65).

“Santa Marta se convirtió en el centro de la producción del banano de exportación que hacia los años de 1910 se implantó en la zona aledaña a la Ciénaga Grande de Santa Marta. [...] La concentración de servicios y mercados que generaron las industrias en los centros urbanos importantes canaliza las corrientes migratorias del campo a la ciudad, las cuales se produjeron además por diferentes causas de descomposición campesina: lo inadecuado del sistema agrario, factor de degradación progresiva de la situación campesina, y la violencia entre los partidos políticos, desatada con gran crudeza en el sector rural” .

Santa Marta no fue ajena a este fenómeno y gracias al relativo éxito del banano, se convirtió en centro de recepción de los migrantes, algunos de los cuales se quedaron en la ciudad, en la zona urbana y la rural, y otros se desplazaron a Ciénaga y la zona bananera. Con el incremento de la población la ciudad adoptó el modelo de desarrollo urbano y a partir de 1929 se planea la ampliación de vías de acceso, carretables y férreas, y la expansión del centro comercial de la ciudad, debido a la exportación del banano por el puerto. Es así como en 1925 aproximadamente la apertura de nuevas calles y avenidas son indispensables para ampliar la vida institucional y comercial de la ciudad. La construcción de la avenida Campo Serrano o carrera 5ª obedece a la necesidad de desembotellar el centro de la ciudad, enmarcado en la bahía y el puerto, las plazas de Bolívar, la de San Francisco, la Catedral, el parque San Miguel ó Cementerio, Placita Vieja, actualmente Parque de los Novios, la estación del Ferrocarril y los nacientes barrios del norte o Pescaito. El intercambio comercial de maquinaria agrícola, y vehículos es intenso y la ciudad empieza a cambiar en su estructura urbana. Al fenómeno urbano se refiere Gustavo Esteva: (1996:37).

“A principios del siglo XX, se generalizó un nuevo uso del término “Desarrollo urbano”, definió, desde entonces, una forma específica de reformular el entorno de las ciudades, con base en el bulldozer y la producción industrial masiva, homogénea, de espacios urbanos e instalaciones especializadas...”

Las vías públicas, desde los primeros años fueron las calles, pues en cuanto al uso para comercio las carreras quedaron en desventaja, más angostas, tanto en la calzada como en los andenes, porque del objetivo de desagüe pasaron a segundo plano, entonces era una imperiosa necesidad habilitar nuevos espacios en cuanto al acceso y tránsito de vehículos y peatones, al mismo tiempo cambiar el uso de algunas construcciones: de viviendas, y casa lotes, a edificaciones con un destino específico, y ampliar o construir nuevas vías, como la calle 22 o avenida Santa Rita habilitada a principios del siglo XX con maquinaria de la United Fruit Company:

“Cabe anotar que en 1925, se dio comienzo a la pavimentación de la plaza de la Basílica y dos cuadras de la calle Grande. La compra de

diecisiete casas para la ampliación de la carrera Quinta, como corredor comercial hacia la década de los cuarenta, marcó un hito urbano en materia vial” (Ospino 2005: 371).

Santa Marta comienza a crecer en el sentido contrario a la anterior centuria, esta vez apunta hacia el norte, gracias a la dinámica laboral y económica que generaba la línea férrea y el impulso generado por la comercialización de la fruta (Ospino 2005: 369). Por ello resulta clave una vía en el actual centro que comunique de manera ininterrumpida los dos sectores de mayor crecimiento en la ciudad y se consolide como centro de la actividad comercial. La ciudad crece, llegan los automóviles, y esas calles y carreras angostas ahora se convierten en un obstáculo para los transeúntes y no hay una infraestructura física para alojar al nuevo comercio y amplias vías para el tránsito del parque automotor y de tracción animal. La solución que se planteó en el seno de la Sociedad de Mejoras Públicas, fue el de ampliar la carrera Quinta y convertirla en una avenida con amplios andenes, desde la calle 22 o Avenida Santa Rita, hasta la calle 10. Fiel a la tradición, la ciudadanía samaria continuó hasta hace pocos años, llamando a las calles por los nombres que venían desde la fundación, como lo afirma de manera exacta el Alférez José Nicolás De la Rosa en 1725 (De la Rosa, 1945: 9).

El nombre de "Quinta", obedece al orden correspondiente por ser una de las vías paralelas a la playa desde donde se inicia la numeración de la nomenclatura actual. El segundo nombre nace con el fin de rendirle un merecido tributo al único samario que ha llegado a la presidencia de la República, como fue el General José María Campo Serrano (1836 - 1915), quien fue designado presidente por Rafael Núñez en su segundo mandato (1884 - 1886) en calidad de encargado entre el 1º de abril del 1886 hasta el 6 de enero del 1887. En ese período a Campo Serrano le correspondió firmar la Constitución Política de 1886 que habría de señalar los destinos de Colombia hasta el año 1991 que se firma la nueva Carta Magna que rige al país. El general Campo Serrano había ascendido políticamente luego de sus acciones militares y políticas que sucedieron a la Guerra de los Mil Días, También gestionó la instauración del Estado Soberano del Magdalena. ((Arizmendi 1989: 171 - 172)

La primera obra civil para este propósito construida en la carrera Quinta o callejón Mogollón, como se le conoció a la Quinta antes de su ampliación, fue el Teatro Santa Marta construido y diseñado por el arquitecto cubano Manuel J. Carrerá en 1941. El mismo urbanista en la administración municipal de don José B. Vives también construyó el Hotel Tayrona (actual sede de la gobernación del Magdalena) (Vives 1981), y la Gota de Leche (antiguo Corpamag, carrera 4ª. con calle 22, Avenida Santa Rita), obras necesarias para el desarrollo de la ciudad construidas con fondos provenientes del sorteo extraordinario de la Lotería del Libertador, presupuesto departamento.



Foto 1. Ampliación de la carrera Quinta. Tomado de (Bermúdez, 2002: 213)

En entrevista con Ramón Palacio Iguarán (Fernández 2005), de 84 años, quien a la edad de 19 años era supervisor de la interventoría de las obras que hacía Carrerá en Santa Marta y Ciénaga, sostiene, que años después siendo diputado de la Asamblea Departamental en 1966, fue ponente del proyecto de ordenanza por medio de la cual el departamento le cedía al municipio de Santa Marta las citadas obras. Pepe Vives fue gobernador desde el año 1939 a 1942. Este planificador, por su experiencia formuló los tres proyectos que irían a satisfacer la demanda en recreación, salud y turismo, acorde con los adelantos de otras ciudades de Colombia (entrevista, Palacio 2005). El edificio más importante construido con el erario público, antes de estas obras fue el edificio de la gobernación (hoy alcaldía). Estos datos son corroborados en *Pepe Vives cuenta su vida*:

“La construcción de esta avenida la iniciamos cuando ocupamos la Alcaldía Mayor de Santa Marta, y contó con la oposición de un sector del comercio local, ya que para su ensanche hubo necesidad de demoler algunas construcciones ubicadas a ambos lados de la acera; fue una obra muy costosa pero de mucha conveniencia y embellecimiento de la ciudad. Esta obra la culminamos cuando desempeñamos la gobernación del Magdalena” (1981: 301).



Foto 2. Carrera Quinta en 1945. Foto Bermúdez (2002)

El proyecto de ensanche encarnaba nuevos bríos en busca del progreso que los debía igualar a otros centros urbanos y a la modernidad. Esfuerzo, como en realidad lo fue, en el que la ciudadanía puso todo su empeño. Correspondía, por lo ya expuesto, rendirle un merecido tributo al único samario que ha llegado a la presidencia de la República. Al bautizar la vía que debería ser la calle más importante de la ciudad con el nombre de su principal figura pública, nos muestran la importancia que les deparó la obra de ensanche, que habría de dar fin al hacinamiento y al mismo tiempo que ofrecía, sin ser esa la intención de una alternativa económica para las clases menos favorecidas con los privilegios de la propiedad privada y las oportunidades de trabajo.

Para precisar las expectativas de la construcción de la cra 5ª que se tenían en 1945, se transcriben algunos apartes de un artículo publicado en el diario de Santa Marta, El Estado, en el cual se informan las decisiones tomadas para el avance de la obra:

“Anoche se reunió, como es costumbre todos los jueves, la Sociedad de Mejoras Públicas con regular asistencia de socios. Concurrieron, en representación del Comité Cívico Femenino, las distinguidas señoritas Mercedes Zúñiga, Rosario Campo, e Isabel Aaron Haayen, quienes aprestigiaron con su presentación la reunión. Fueron citadas ellas para cambiar ideas acerca de las obras en que deben invertirse los dineros

provenientes de la elección de reinas de las fiestas cívicas y de la semana cívica de diciembre. Se acordó esperar saber a qué suma llegaban los fondos, para resolver después sobre su inversión; pero en principio se aceptó que debería terminarse la construcción de la casa-Quinta de la Avenida del Libertador, que se va rifar, y el remate destinarlo para la avenida Campo Serrano, a fin de que esta obra no quede inconclusa indefinidamente” (Diario El Estado, julio 26:1945: p.7).

Como se puede apreciar en estas notas periodísticas del año 1945, la ciudadanía está involucrada en la solución, y debido a lo dispuesto por la gobernación del departamento según decreto 583 del 11 de septiembre de 1945, se publicó:

“Por la cual se destina una suma para la Avenida Campo Serrano de Santa Marta.

El Gobernador del Magdalena, en uso de sus facultades legales y considerando:

Que el artículo 1° de la Ordenanza 30 de 1943 destina la suma de \$ 30.000 como contribución del Departamento para la Avenida Campo Serrano de Santa Marta;

Que la Sociedad de Mejoras Publicas de esta capital ha solicitado de la gobernación la suma de \$ 7.000.00 para terminar el trayecto de la referida Avenida comprendida entre la calle 9 y la Avenida Colón, tanto para el ornato de la ciudad como para que pueda continuar los trabajos de pavimentación de ese sector” (Ver anexo 2).

A este propósito,” la Gobernación del Magdalena decreta:

“Art. 1°.- De la partida del capítulo 17 artículo 67 del presupuesto de gastos vigente, destínense la suma de \$ 7.000 para la construcción de la Avenida Campo Serrano de Santa Marta, de conformidad con la Ordenanza 30 de 1943.

Art. 2° La suma a que se refiere el artículo anterior será pagada a la Sociedad de Mejoras Públicas de Santa Marta.

Comuníquese y Cúmplase.

Dado en Santa Marta, a los 11 días del mes de septiembre de 1945

N.G. Brugés Daza

Joaquin Pinto C.

Sub-Secretario de Hacienda, encargado del despacho” (El Estado, 1945: 9).



Foto 3. 1950. Av. Campo Serrano con calle 17 (C. Grande) A la derecha, 2 surtidores de gasolina. La Av. llegaba hasta la calle 15. Bermúdez, 2002.

Terminada la obra de ensanche y pavimentación de la Avenida Campo Serrano en la década de los cincuenta del siglo XX, se procedió a la inauguración y la sociedad samaria participó efusivamente con varios eventos recreativos. Los amplios andenes dieron espacio a la arborización con la especie conocida vulgarmente como trébol, o roble negro (foto 2), y a los pocos años, la sombra de estos árboles recibió a los vendedores ambulantes y estacionarios. Nuevas fachadas comerciales cambiaron el uso de antiguas casonas solariegas y en treinta años la vía, tan anhelada, fue evolucionando paulatinamente; como la arteria principal era la ruta obligada de todo el transporte urbano e intermunicipal de la ciudad, razón suficiente para atraer a los usuarios.

Al mismo tiempo, se instalaron a cada lado de la calzada importantes instituciones de comercio, como Avianca, la Caja Agraria, el periódico El Informador, concesionarios de vehículos, hoteles, almacenes de telas, de ropa, la Marconi, entre otros. Un detalle que coadyuvó a dinamizar la vía comercialmente, fue el traslado del mercado público que estaba en la plaza de San Francisco (previamente trasladado por Campo Serrano del actual parque Santander o de los novios)-, a las afueras del sector residencial, por los lados de La Coquera (cll 9 cra 6ª)<sup>1</sup>, lo que significó que se quedarán algunos comerciantes informales prestando el servicio a sus clientes y así evitarles la ida al nuevo mercado. Para los años sesenta, el Ferrocarril del Magdalena es conectado a los Ferrocarriles Nacionales, empezando una nueva era para la ciudad: la del turismo. La capacidad hotelera existente no pudo con la demanda que llegó repentinamente, y con esa afluencia de turistas, la oferta de productos de contrabando en los llamados “Sanandresitos” produjo que proliferaran nuevos negocios en los

---

<sup>1</sup> Para un análisis de los procesos históricos y contemporáneos del mercado ver (Rojas 2009).

andenes, además de los nuevos instalados y registrados en la Cámara de Comercio.

Los decretos y notas citadas del diario El Estado son útiles para ilustrar la manera en que los asuntos públicos eran concernientes no sólo al Estado, sino a las diferentes instituciones y movimientos cívicos de la ciudad. La manera de obtener los recursos da cuenta del trabajo mancomunado entre los distintos sectores de la sociedad samaria y sobre sus intenciones y propósitos para el desarrollo urbano de la Santa Marta.

La obra de la Quinta buscaba articular la ciudad a través de una vía directa. Por el sur, como fue mencionado, con la carrera 22 y el sector construido para los ejecutivos de la United Fruit Company, lo que posteriormente se denominaría barrio El Prado, para que luego conectara con la vía a la población de Gaira. Por el norte, con el mercado público (trasladado al sector de la coquera), y con la dinámica comercial que se había generado con el ferrocarril y los barrios en los que habitaban los trabajadores del puerto, principalmente *Pescaíto*. Con su adecuación se establecieron conexiones entre los diferentes sectores de la economía o estratos socioeconómicos, facilitando la comunicación en la ciudad. El lugar central que ocupaba la Quinta para la movilidad y dinámica de la ciudad, fue uno de los principales motivos para pensar en su desarrollo comercial.

## 1.2. INICIOS DEL COMERCIO CALLEJERO

Las proyecciones de los líderes y mandatarios de la ciudad, no vislumbraron en su empresa la situación del país, tampoco la crisis económica del período entre guerras, crisis de las empresas del banano, así como los fenómenos de violencia o las deficiencias del sistema agrario colombiano que desolaron el campo a lo largo del siglo XX. Nuevamente el exalcalde y exgobernador samario José Vives de Andreis sería protagonista de una nueva fase de la carrera Quinta. Su empresa José Vives y CIA LTDA poseía dos edificios a lo largo de la carrera Quinta, el edificio Vives, en la esquina de la Quinta con 22 y otro ubicado sobre la misma carrera, pero entre las calles 19 y 20<sup>2</sup>. Este último sería vendido al almacén LEY y con su entrada en funcionamiento, daría inicio al sistema comercial de la carrera Quinta. En su publicación de 1981, el propio José “Pepe” Vives reconocería la trascendencia de aquella venta para la ciudad:

---

<sup>2</sup> En un principio el edificio compartía la manzana con el edificio de la calle 20 en donde quedaba el antiguo teatro La Morita. Con las adecuaciones del año 2007, el edificio y almacén pasó a ocupar toda la manzana.

“Fue en verdad un acierto de la cadena de almacenes Ley, la adquisición y escogencia del sitio, pues apenas hubo realizada la operación comercial, por arte de birlibirloque, [magia] significó como lógica consecuencia un aumento de la demanda de locales, y una valoración automática de todos los locales aledaños al nuevo establecimiento comercial. Y es justo reconocer que con la vinculación del Ley a la ciudad, la principal arteria, la Avenida Campo Serrano, ha tomado un auge inusitado y extraordinario, como puede observarse al otear desprevenidamente la arteria vital de la villa; es más puede decirse que el Ley originó el imán del progreso, y el señuelo de los inversionistas, pero también cierto que la vieja construcción de la Avenida Campo Serrano, ha sido factor cómplice y primordial para magnificar la cantera y fuente del comercio samario” (Vives 1981: 350).

La relevancia de esta afirmación consiste en que el Ley, por lo señalado por Vives, constituiría el epicentro del desarrollo tanto del comercio formal como el callejero.

En la entrada principal del recién abierto Ley, la señora María Bermúdez ‘La Mona’, instaló el primer punto de ventas de revistas y periódicos en una estructura de madera y cartón. Al tiempo, los vendedores ambulantes de mercancía (pañoletas, gafas, ropa, cinturones, útiles escolares, cacharros de cocina), ofrecían los artículos que llevaban en sus brazos, a los ciudadanos que se veían obligados a caminar por las aceras de la carrera Quinta para llegar a sus viviendas y a sus sitios de trabajo.

Otros vendedores lo hacían colocando sus artículos sobre una lona puesta en la acera y el vendedor atendía a sus clientes de pie o sentado esperando al comprador. En el año de 1971 el almacén Ley abrió sus puertas en la sede de la antigua Capitalizadora del Caribe. Había 2 vendedores estacionarios en la carrera Quinta: María Bermúdez y los vendedores de dulces ubicados en la acera del teatro Santa Marta. En 1972, vino el señor Juan Ballesteros de la ciudad de Cartagena, vendiendo mercancía (chancletas, ropa, perfumes) ambulantemente (entrevista, Ballesteros 2005). La mayoría de estos vendedores procedían (proceden) de otras partes del país y son casi siempre de origen campesino. El almacén Ley se convirtió en el sitio favorito de los samarios para hacer sus compras puesto que era el segundo almacén de cadena que abría sus puertas en la ciudad<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> El primero fue el almacén Sears ubicado en la calle 14 entre carreras 5 y 6. Según Vives (1981), este almacén ofreció alquilar el edificio de su propiedad antes que los almacenes Ley, pero nunca llegaron a concretar un acuerdo. La intención del mencionado almacén, da cuenta la preferencia de la vía para los asuntos comerciales.

Los vendedores ambulantes fueron ubicándose al lado izquierdo y derecho de la entrada principal del Ley, con débiles estructuras de madera y tablas para ofrecer sus artículos (cosméticos, zapatos, discos, casetes, lotería, alimentos, carteras) que retiraban rápidamente cuando la autoridad policial exigía que desocuparan esa área destinada al paso peatonal. Así las cosas, los puestos de venta de los vendedores estacionarios aparecían y desaparecían. Los vendedores que no recogieran sus mercancías eran llevados a las inspecciones de policía y eran sancionados.

Con el respaldo de Sintracomo (Sindicato de Trabajadores del Comercio Organizado) los vendedores fueron colocando vitrinas de metal con ruedas para exhibir los artículos, la oferta de pequeños artículos se fue multiplicando hacia las frutas, las verduras, el pescado en carretillas, yerbas medicinales, adornos decorativos para el hogar, artículos de belleza para el arreglo de la cabellera, toda clase de bebidas refrescantes no alcohólicas, bisutería, ropa interior para damas y caballeros, muñequería, dulces, helados en cono. La oferta de mercancía variaba de acuerdo a la temporada que se celebrara: el 8 de diciembre proliferaba la venta de velas y faroles, para las navidades la venta de juguetes y luces navideñas, en la temporada de precarnaval, las máscaras y sombreros, para el halloween, los disfraces para niño, entrada al colegio, ropa y útiles escolares.

En el grupo de vendedores ambulantes son escasos los samarios que desempeñaban ese oficio. Según el señor Ballesteros:

“Decían los samarios que ese era un oficio para los muertos de hambre que venían a Santa Marta a rebuscarse la vida. Los samarios son flojos, no les gusta el trabajo pesado, les gusta la plata pero sin rebuscarla. ¿Por qué? Porque ellos tenían empleo en el gobierno y Puertos de Colombia.” (2004).

Posteriormente algunos samarios y migrantes llegados en décadas anteriores, en vista del éxito económico de los primeros comerciantes y ante la poca oferta de empleo, colocaron puestos de venta de periódicos y frutas, cosméticos, gafas, que posteriormente vendieron para dedicarse a otros oficios.

En este panorama, el comercio informal en Santa Marta crece, extendiéndose por toda la ciudad desde uno de los primeros Sanandresitos<sup>4</sup>, el ubicado al lado de la Plaza de San Francisco (calle 13 entre carreras 4<sup>a</sup> y 5<sup>a</sup>) donde se ubicó el mercado público en 1881. Definitivamente, la apertura del almacén Ley aumentó el

---

<sup>4</sup> Toma este nombre del Archipiélago de San Andrés y Providencia debido a que 1953 el Estado lo declaró puerto libre de donde llegó gran cantidad de mercancía importada a precios favorables que los comerciantes distribuían a las ciudades del país con bajos impuestos. En Santa Marta se estableció el primero de estos núcleos en la calle 13 con carrera 4<sup>a</sup> o calle de San Francisco. Anexo entrevista con Álvaro Brito (2010).

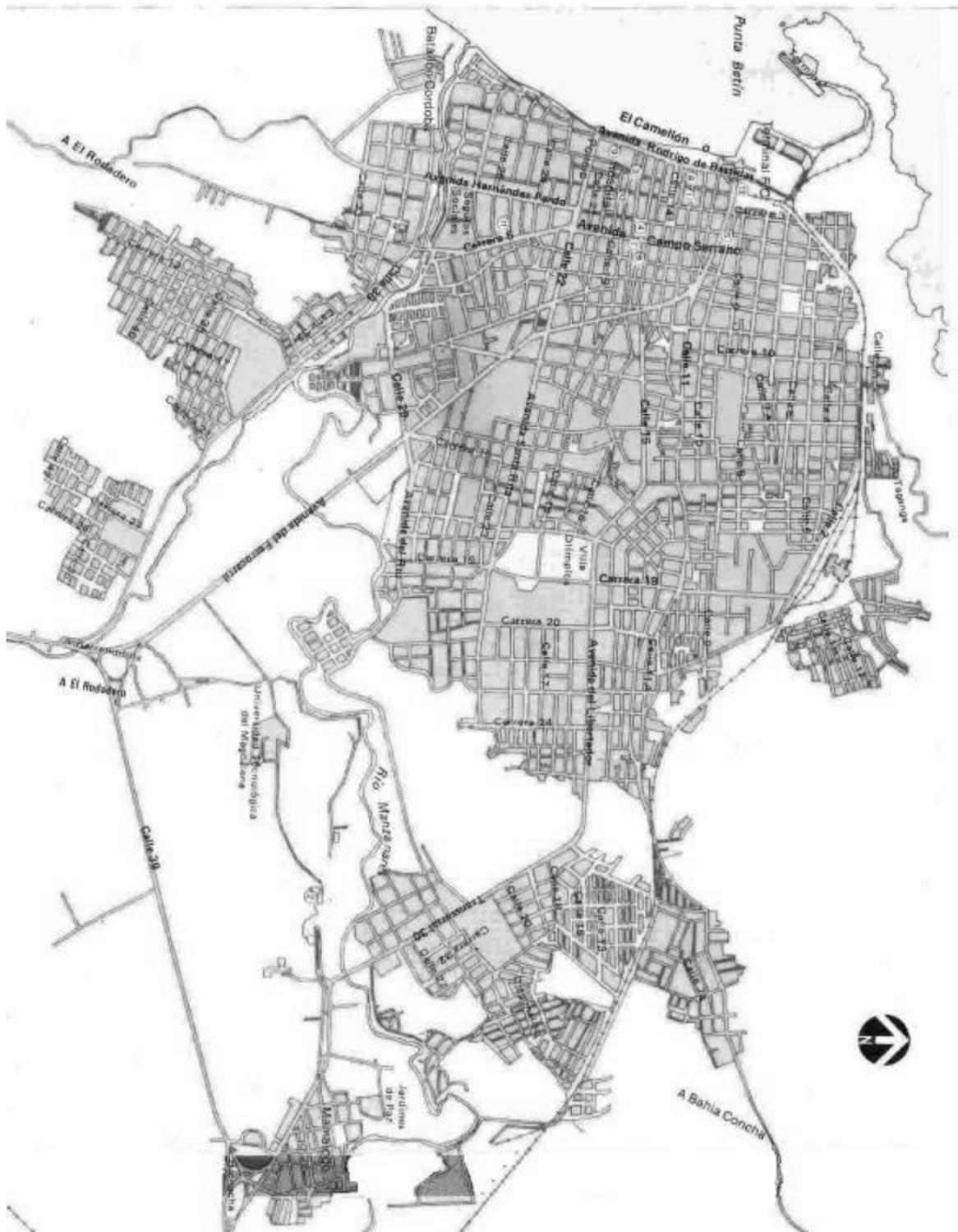
tránsito de personas por el centro de la ciudad y sobre todo por la carrera 5ª, este hecho coincidió con la llegada de artículos de contrabando, vendidos a bajos precios en Sanandresitos y calles de la ciudad y con la llegada de personas de diferentes lugares del país que venían a probar suerte.

Poco a poco, los andenes de la carrera 5ª fueron siendo poblados por vendedores, quienes ofrecían los más variados artículos de momento. Cuando el gobierno local reaccionó, el comercio callejero ya tenía las raíces profundas, los lazos atados fuertemente, y articulado a las dinámicas urbanas del centro de la ciudad. Ya se evidenciaban los primeros rasgos de una cultura del comercio callejero, creada, a través de diversas estrategias sociales para ocupar el espacio público y sobrevivir. Paradójicamente, las iniciativas, proyecciones y obras del gobierno local y las organizaciones cívicas, que buscaban desarrollar el centro y facilitar la comunicación en la ciudad, permitió que a través de la venta callejeras numerosas familias dieran paliativos temporales a los problemas de desempleo que encontraron con su llegada a Santa Marta, luego de haber huido de la violencia y pobreza en el campo.

### **1.3. POSICIÓN DEL LA QUINTA CON RELACIÓN AL CENTRO DE LA CIUDAD**

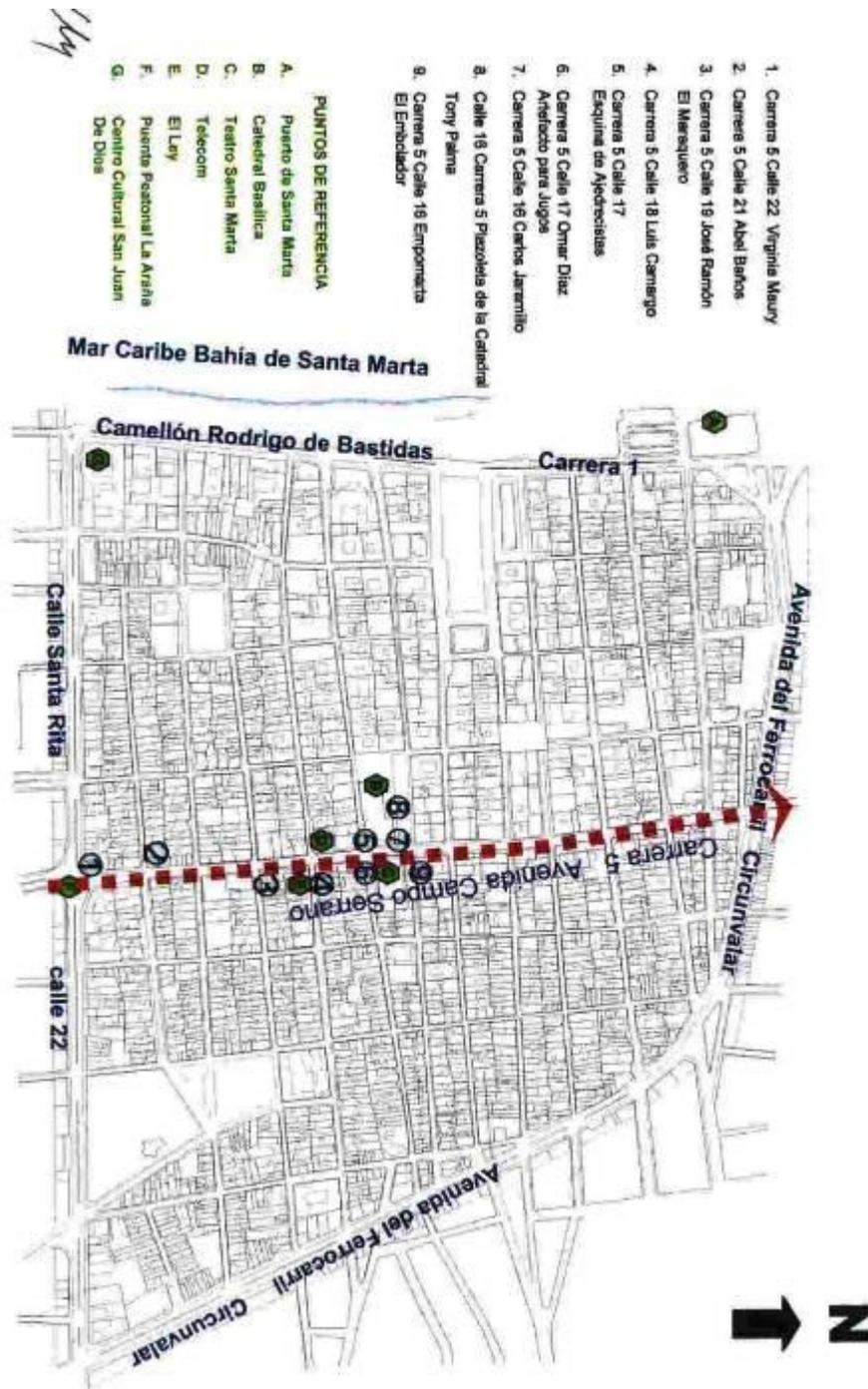
De acuerdo con lo anteriormente escrito y en contraste con los elementos actuales, la carrera Quinta cumple relativamente con los propósitos por los que fue adecuada. Conecta el centro con el resto de la ciudad, y es la vía que facilita la conexión rápida entre los sectores sur y norte, siendo este el sentido que actualmente se usa para la circulación. A continuación se presentan dos planos para mostrar la estructuración física, antes de que en el siguiente capítulo se hagan las precisiones de la conformación actual de la vía.

El área que se conoce como el centro, queda ubicada al noroeste de la ciudad, entre la carrera primera, la calle 22 y la avenida del Ferrocarril. La carrera Quinta hace las veces de frontera, creando un referente que establece un dentro – fuera, al mismo tiempo que se constituye en vía y conector. Son estas características las que la hacen susceptible de ser recorrida y habitada. Como vía, y por su ubicación estratégica, es la favorita para los recorridos. Lo de frontera se asocia al carácter informal e ilegal de las prácticas del comercio callejero.



Plano de Santa Marta. Tomado del Directorio Telefónico de Santa Marta. 1998

**UBICACIÓN DE ALGUNAS ENTREVISTAS DE VENEDORES ESTACIONARIOS DE LA CARRERA 5ª O AVENIDA CAMPO SERRANO**



Plano del centro de Santa Marta, con especificaciones sobre la distribución de vendedores en la Quinta. Tomado del Directorio telefónico de Santa Marta, con modificaciones realizadas por Adalgiza Fernandez.

## **2. LA VIDA DEL ESPACIO Y LOS OBJETOS: COMERCIO CALLEJERO EN LA CARRERA QUINTA**

La descripción de la calle señala el escenario por el que se libra el conflicto de los vendedores estacionarios, los transeúntes y el Estado por los usos continuos y diversos del espacio público. Aquí se aprecian las transformaciones arquitectónicas de los inmuebles que en años anteriores ocuparon importantes instituciones gubernamentales, residenciales y comerciales, que con el transcurso del tiempo han dejado una huella impresa llena de significados en las paredes y edificaciones, que mantienen a los habitantes mayores de 50 años de la ciudad con cierta nostalgia, al ver que los nombres de las calles, que resaltaban sus antiguos oficios, característica y anécdotas, ha sido reemplazada por la fría nomenclatura de números y letras.

La calle ha cambiado y ya no son las mismas personas que la transitan, tampoco los mismos objetos los que se venden. En paredes, pisos y edificios han quedado inscritos distintos momentos, temporadas e historias. Algunos empiezan a ser transformados, producto de una nueva modernización de la arquitectura, cada vez más definida hacia al comercio, siendo pocas las edificaciones destinadas al comercio, como la iglesia Catedral y paradójicamente las oficinas de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia, DIAN, que quedan ubicadas en esta transitada vía.

El espacio físico, los artículos comercializados y los tiempos y recorridos se constituyen en fuentes que posibilitan la comprensión de los procesos y prácticas que se dan en la carrera Quinta en torno al comercio informal. Además, permiten comprender la composición y configuración de la venta en las calles y la manera en que se articula a las dinámicas urbanas del centro de la ciudad. Los objetos, como símbolos, nos dicen cosas, tal como lo estudia García Canclini (2004, 1995) y advierte los procesos híbridos culturales e identitarios a partir del análisis de los procesos de producción y consumo cultural en América Latina. Este trabajo no busca ser una réplica de lo expuesto por el antropólogo argentino radicado en México, sino que busca comprender a través de los artículos que se venden, configuración espacial, tiempos, temporadas y recorridos el sentido de las dinámicas urbanas que se tejen en el centro de Santa Marta a partir del comercio informal.

## **2.1 SOBRE LAS CALLES: EL ESPACIO FÍSICO, PERMANENCIA Y MOVILIDAD**

La carrera 5ª Avenida Campo Serrano, es la línea de comunicación vehicular y peatonal que comprende de manera ininterrumpida desde la calle 3 a la altura de la Vía Alternativa (barrio Pescaito), hasta la Avenida del Río (calle 30). Sin embargo, se conoce como tal y hace referencia a través de este trabajo el trayecto que va de Avenida del Ferrocarril (calle 10), hasta la Avenida Santa Rita ó antigua Avenida Colón, calle 22, en lo que se conoce como el centro de Santa Marta. Las carreras aumentan de oeste a este, siendo la primera la ubicada paralela a la playa, mientras que las calles son ascendentes de norte a sur. La carrera 5ª tiene de paramento 12 metros y las aceras o andenes son cerca de dos metros de ancho y una longitud de 750 metros aproximadamente.

Al pie de la carrera 5ª quedan ubicadas 22 manzanas habitacionales y comerciales. Referentes para ubicar las edificaciones que se levantan a cada lado de las aceras en los cuales se observan actualmente los distintos estilos arquitectónicos que expresan tendencias diversas y de diferentes momentos de la historia de la ciudad, Los edificios de la calle 10 hacia la 14 son en su mayoría de dos pisos, habitados por familias de emigrantes que tenían en la segunda planta sus viviendas y en la primera los locales, en los cuales comerciaban telas, zapatos y otros. Son edificaciones de las décadas de mediados de siglo XX. En esos años, el relativo crecimiento del comercio, permitió la construcción de edificios de hasta 4 pisos para habitación y grandes locales en las primeras plantas (calles 13, 14).

En las calles 16, 17 y 18, permanecen edificaciones del año 1948, el antiguo Chingolo, el edificio de Acuamarta, el Teatro Santa Marta, el edificio Campo Serrano (calle 17 esquina oriental), la antigua Caja Agraria y el Edificio Lacouture de estilo francés que ha permanecido desde su construcción para vivienda en las plantas altas y comercio en las plantas de abajo, pero que actualmente se encuentra deshabitado en los pisos superiores. El edificio de 10 pisos del Dirección Administrativa de Impuestos Nacionales de Colombia, DIAN, construido para las oficinas del Banco de la República, el edificio de 7 pisos del otrora Bancafé (ahora Davivienda). La concentración se desvía en la carrera 22, donde hasta hace un año reposaba el puente de la Araña: estructura de hierro y con un obelisco de concreto, era un puente peatonal de 4 brazos donde convergen las dos vías principales del centro: la calle 22 con carrera 5ª de sur a norte y de oriente a occidente. Fue demolido por la noche, porque durante el día los samarios hicieron resistencia.

Como se ha descrito en el capítulo anterior y señalado en la líneas inmediatamente anteriores, la expansión de las edificaciones y de los espacios comerciales se dieron a partir del antiguo mercado público, localizado en la plaza de San Francisco, desplazándose hacia la calle 13, conformando lo que hoy es

Sanandresito y llegando hasta la 5ª en las edificaciones mencionadas, ubicadas entre las calles 10 y 18. Luego se extendió hasta la calle 23, para conectar con el centro comercial Plazuela 23 y SAO (anteriormente supermercado Cajamag). Sin embargo, el auge comercial de estas calles no dio origen a todas estas casas, ni las asoció directamente con lo comercial. Tal es el caso del edificio Lacouture, y la Caja Agraria y el antiguo Acuamarta. No obstante, en la actualidad los dos primeros tienen sus locales comerciales ocupados por almacenes de gran aceptación por el público y pocos son los edificios que se mantengan aislados de lo comercial, principalmente los ubicados entre la calle 15 y 22.

También hay almacenes abiertos donde ofrecen: ropa en la Surtidora de Confecciones, bisutería en Variedades la Quinta, Calzado Bata, Polo, Calza-Costa, D' Moda, Droguería Andina, entre otros negocios montados con las especificaciones que exigen los parámetros del comercio formal de hoy: Administrador, dependientes uniformados, exhibición en vitrinas iluminadas, cajas registradoras silenciosas, sillas y adecuación climática apropiada para que quizá el cliente compare la compra de algo con lo que ofrecen los estacionaros en los andenes: emboladores, yerbateros, comunicadores de nuevas tecnologías, revistas y prensa, refrescos, artículos para licuadoras, servicios menores como reparación de relojes, elaboración de llaves, laminación de documentos y una permanente oferta de alimentos en ollas de aluminio y canastas, principalmente de empanadas, arepas, butifarras con bollo, paletas de esencias de colores primarios, helados de cono, agua, agua, frutas enteras, frutas partidas, acompañado con el ruido permanente de los fabricantes de jugos que en la calle 15, adheridos al antiguo edificio de Acuamarta, han hecho de este lugar el sitio preferido de los caminantes que calman su sed con un batido de frutas.

Lo anterior nos indica que la conformación física del centro de la ciudad y más exactamente la carrera 5ª ha estado asociada históricamente con las actividades del comercio formal. Esto ha tenido una continuidad, que incluso, ha logrado convertir los espacios ausentes de lo comercial en décadas anteriores, articulándolos a lo comercial y dándoles una mayor homogeneidad en cuanto a que todas las edificaciones ubicadas a lo largo de la carrera 5ª –por lo menos en sus plantas bajas- reposan bajo pretensiones comerciales. No obstante, estas afirmaciones que se deducen a partir de la descripción de las edificaciones no tienen en cuenta el centro de interés del presente trabajo: los vendedores estacionarios, aunque si, por su puesto ha despejado brevemente el panorama de la conformación del sector formal.

Para el caso del comercio callejero, vemos que en el primer capítulo se estableció que la diáspora de vendedores estacionarios a lo largo de la cra 5ª se generó a partir de la apertura del almacén Ley en el año 1971 (hoy convertido en Almacén Éxito). Esto permitió que poco a poco vendedores inicialmente ambulantes, fueran ocupando los andenes de la carrera 5ª, articulándose a una estructura comercial existente basada en los almacenes que constituían la base de la economía formal

de Santa Marta. De esta forma se estableció un complejo sistema comercial donde confluye el sector de la economía formal.

La constitución de la carrera Quinta como centro del comercio se dio por su conformación física, adecuadas por el gobierno local a través de las obras mencionadas en el capítulo I. El comercio callejero se expandió siguiendo patrones similares al formal, pero en su estructuración fue parte fundamental las dinámicas de circulación peatonal, dadas por las múltiples actividades a realizar en el centro, a las que se sumaba el comercio como otros de sus atractivos. Por lo tanto, para ilustrar lo anterior hace falta completar la descripción de otros aspectos que conforman el panorama de la carrera Quinta y de los patrones de circulación que se dan en el sector.

Las calles que atraviesan la carrera 5ª son 12. En la mayoría de ellas se encuentran localizados centros importantes como colegios, oficinas, bancos y otras entidades, incluido el comercio formal. Debido a esto el centro y la carrera Quinta en especial, se convierten en zonas tránsito constante de personas que, debido a diferentes motivos circulan por la ciudad teniendo como destino estos lugares. Las calles que atraviesan la ciudad de oriente a occidente, antes de terminar en la carrera 1era descansan sobre la 5ª, sobre la cual desbordan la gran mayoría de transeúntes que la recorren. Son conocidas como la 10, o Cangrejalo, 11, Cangrejal, 12, calle de la Cruz, 13, calle de San Francisco, la 14, Calle de la Cárcel, la 15, Calle de la Acequia, la Calle 16, Santo Domingo, la Calle 17, la Calle Grande, la Calle 18, del Pozo, la Calle 19, Tumbacuatro, la Calle 20, San Antonio, la Calle 21, Burechito y la calle 22, Avenida Santa Rita o antigua Avenida Colón. Las primeras, establecen la conexión del sector del mercado con el centro y por lo tanto, se han venido convirtiendo en un corredor de ventas informales.

La señalización de calles y carreras con delgados postes metálicos con tablillas rojas y numeración blanca están ubicadas en cada esquina. Escondidas en algunas esquinas de la Quinta hay incrustadas en las paredes unas placas de mármol que tienen el nombre de las antiguas calles de la ciudad escritas en letra de estilo, semejando a las usadas por los escribanos en siglos pasados. Estas placas se colocaron en 1975 para la conmemoración de los 450 años de fundada la ciudad por el acalde de ese entonces, Carlos Proenza Lanao. Por lo general están acompañadas de diferentes señalizaciones colocadas en años diferentes, compartiendo con otras marcas históricas de la calle.



Se puede decir que debido a la constante circulación de personas por el centro de la ciudad, la permanencia y actividad de los vendedores es posible. Sin embargo, en muchas ocasiones, el ofrecimiento de productos en la calle lo que atrae a las

personas a transitar por esta vía, debido a que “no es lo mismo caminar por una calle vacía” (expresión de transeúnte). Esto se puede constatar al hacer una comparación con las carreras paralelas a la 5ª (4ª y 6ª), en las cuales el flujo de personas es menor, y cada vez menor a medida que se aleja de la Quinta. Esto sugiere que la carrera 5ª es el centro del centro, o por lo menos la vía principal para el flujo de personas y por lo tanto punto importante en las dinámicas de circulación urbana con relación a los transeúntes. Esto, como se intentará argumentar más adelante con las siguientes descripciones, se articula y contribuye notablemente con el desarrollo de las prácticas culturales generadas por los vendedores ambulantes y estacionarios de la carrera 5ª, generando de esta manera dinámicas urbanas en el centro de la ciudad, asociadas al comercio callejero.

Con este breve comentario de los elementos anteriores, se pretende ubicar en términos conceptuales a la carrera 5ª bajo de noción de lugar – movimiento, con la que Delgado (2004) califica al espacio público:

“un lugar-movimiento, en el sentido de que es un lugar que se estructura por las agitaciones que en él “se registran, que sólo puede ser percibido, descrito y analizado teniendo en consideración no tanto su forma, como sí la actividad perceptiva y locomotriz de sus usuarios. Los empleos de ese espacio público están determinados por ciertos elementos ambientales aprehensibles por los sentidos, tales como la luminosidad, el cuidado en las orientaciones perceptivas, las referencias monumentales o el mobiliario, elementos todos ellos provistos por el planificador. Pero esta actividad configurante de los transeúntes y los lenguajes naturales que despliegan, los que dota, a esos espacios de tránsito, de su estilo, los que hacen de ellos espacios sociales...” (Delgado, 2002:101).

A esta movilidad se adaptan los vendedores, colocando sus puestos con tal disposición, que procuren mantener el espacio de circulación que las personas mantienen por el estrecho andén. En algunos lugares más que en otros, las distancias entre uno y otro puesto son cercanas y el espacio por el que deben pasar los transeúntes no excede los 50 centímetros. Aunque no deja de ser incómodo y las quejas abundan, la circulación se da por la flexibilidad de las distancias (Hall 2003) que manejan los habitantes del Caribe.

A lo largo de la avenida está el almacén Ley y 68 pequeños y medianos almacenes, algunos especializados en la venta de ropa, calzado, telas, y otros que ofrecen mercancías varias. Hay 17 compraventas, 5 cafeterías, 6 droguerías, 4 de fotografías y dos de apuestas permanentes. Los avisos de los almacenes están fijados en las fachadas de estos por orden de algún alcalde. En su mayoría son de madera con letras doradas, que a las 7 de la noche cierran con cortinas de

acero para evitar posibles desórdenes públicos y robos de la mercancía. Precisamente estos espacios, pertenecen a la economía formal y son categorizados de acuerdo a criterios locales, que en términos generales no se distinguen del sector de los pequeños productores o micro empresarios. Estos almacenes hacen parte de una gran estructura del comercio y se integran oficialmente a la economía local. Por otro lado, de acuerdo a las dinámicas de la ciudad y especialmente a las generadas alrededor de la carrera 5ª estos almacenes contribuyen con el entramado urbano del comercio callejero, al hacer parte de una estructura inseparable y recíproca, en la cual confluyen los sistemas económicos formales e informales.

Estos almacenes y centros de servicio, enmarcados en una forma de comercialización estable, comprenden una gran variedad de posibilidades para la consecución de artículos suntuarios y para la satisfacción de necesidades. Es decir, que constituyen los espacios a los cuales las personas asisten para comprar artículos que necesita para en diario vivir en cuanto a lo personal, laboral o del hogar. De estas actividades hay que establecer una diferencia entre las compras o mercado que se hacen un día de la semana o mes por parte de algún miembro de la familia y con la que se abastece la familia de los alimentos, de las actividades de compra que no cuentan con una secuencia temporal definida, es decir, compra casual de artículos. Son precisamente estos los que se compran en los andenes de la carrera 5ª.



Foto 4. La fábrica de jugos. A.F 2004

En el centro de la ciudad están ubicados lugares que se visitan frecuentemente como bancos, bibliotecas, almacenes, la alcaldía, gobernación, notarias, entre

otros, los cuales, crean un continuo y cotidiano flujo de personas. En el recorrido que hacen estas personas es obligatorio el paso por la Quinta. Durante el seguimiento a varias de ellas se observó que prefieren la Quinta para el recorrido y no las alternas carreras cuarta y sexta. La respuesta al porqué lo hacían indicaba en su mayoría costumbre y en otras, le agregaban que era un camino más directo a su destino y otros porque se distraían observando lo que venden en los almacenes y las calles.

Uno de los aspectos que suceden en el centro de la ciudad y que hacen posible la actividad comercial en los andenes de la carrera 5ª es la circulación de personas, los cuales desempeñan un doble papel: el de clientes potenciales y/o el de peatones, sobre todo dependiendo del punto de vista en que se enmarque, es decir, las actividades del comercio callejero o las dinámicas urbanas del centro de la ciudad. Como ya se ha mencionado, la venta en los andenes, depende ampliamente de la circulación de personas por la cra 5ª. Su paso por ese lugar, involucra una serie de aspectos, que tiene que ver con las diferentes actividades a realizar en el centro de la ciudad, por lo general relacionadas con las actividades comerciales.

La conformación de la carrera 5ª como espacio comercial es un proceso que aún continúa. Cada vez quedan menos edificaciones cuya planta baja no sea utilizada con fines comerciales. Además, en los alrededores de la 5ª se encuentran otros espacios comerciales representativos de la ciudad. Hacia el norte, la 5ª se conecta con Sanandresito y dos calles después (en el sentido sur - norte) con las calles 11, 12 y 13, las cuales, conducen al mercado de Santa Marta. En ese recorrido, la calle y la actividad comercial –callejera y formal-, se va transformando. Los precios son más bajos, los productos distintos, cada vez más parecidos los vendidos en la calle que en los locales. Las compraventas aumentan, hasta llegar al sector del mercado, sobre la Avenida del Ferrocarril.

Por otro lado, en el sector sur, cerca al Ley y a la Avenida Santa Rita, el panorama es distinto, incluso los productos son diferentes y hay un mayor número de vendedores ubicados en los andenes. Los locales comerciales son cada vez más ‘lujosos’ y ‘caros’, ampliando la diferencia entre lo que se vende en ellos y en la calle. Esa vía comunica con el almacén Vivero y otros almacenes de electrodomésticos ubicados sobre la Santa Rita. Cerca de este sector, exactamente en la parte posterior del Vivero, se encuentra otro conglomerado más de centros comerciales y almacenes, entre ellos se destacan el centro Comercial Plazuela 23 y el almacén SAO entre otros.

En los sectores paralelos a la 5ª también se extiende la actividad comercial. Al oriente, sobre la cra 6ª, existen una gran variedad de locales comerciales, pero la venta estacionaria es escasa. La circulación de personas por esta carrera es 4 veces menor que por la 5ª y en los recorridos que hacen las personas es frecuente encontrar que pasen de una carrera a otra. El sector occidental comunica a la

playa y a diferentes zonas del centro de la ciudad, como la zona bancaria, entre las calles 13 y 16, teniendo como epicentro el edificio de los bancos. Entre estas calles, una de las principales es la 14. Es la vía directa a diferentes lugares visitados, entre ellos el centro comercial Royal Plaza, las oficinas de Electricaribe, la Alcaldía, los bancos Davivienda y Bogotá. En esta amplia acera se concentran los vendedores estacionarios de lotería y gafas y es el comienzo de la oferta de licores, maletas, chocolates, y demás del Sanandresito de la 13 hasta la 5ª. También está la casa del general Manjarrés, (Banco BBVA), la iglesia de San Francisco, el sector de cambio de cheques y monedas extranjeras y el Banco Santander hasta llegar al Parque Simón Bolívar, la plaza abierta de la ciudad.

Lo que se pretende mostrar con esta breve descripción, es que la cra 5ª es el núcleo del centro de Santa Marta, es la principal arteria peatonal porque es el espacio de tránsito obligado para la realización de diversas actividades, comerciales en alto grado. Esta situación hace que las personas hayan usado históricamente esa vía como parte de su recorrido en el centro, permitiendo, de esta manera que los vendedores aprovechen esta circulación para ofrecer sus productos. De esta manera la carrera Quinta es una vía que permite el flujo de personas. Es para los peatones un lugar – movimiento, en el sentido de Delgado (2002:60) y un no lugar en el de Augé (2000:45). Sin embargo, estos planteamientos no se aplican a los que allí permanecen: los vendedores. Para De Certeau (1996:42), la práctica (cotidiana) construye el lugar, de esta forma para los peatones es una vía, porque eso es lo que hacen, pasar. Los vendedores por su parte, con su práctica hacen de la vía un lugar distinto, no ya de paso, sino de trabajo. El encuentro entre uno y otro se establece a partir de la actividad comercial ¿En qué consiste ésta?

## **2.2 LAS PRÁCTICAS DEL LUGAR: EL COMERCIO CALLEJERO**

Sobre el espacio y el contexto comercial descrito se desarrollan las actividades del comercio callejero, actualmente dependiente de él, pero al mismo tiempo articulado al sistema comercial desarrollado en el centro de Santa Marta. Ante la situación expuesta, surgen aún más interrogantes, que de acuerdo a la idea central de este trabajo, se relacionan con las prácticas culturales de los vendedores estacionarios de la carrera 5ª, prácticas que de acuerdo al enfoque que se ha planteado se basan en la comercialización, territorialización, cohesión social y significación. Estas inquietudes, pretenden profundizar en aspectos cotidianos, que podrían considerarse obvios si se cae en la trampa de la simple observación, pero que, para este caso son de gran importancia en cuanto a que hacen parte del conjunto elementos cotidianos concretos o ideológicos que se genera en torno al comercio callejero de la cra 5ª.

## 2. 2.1 Las ventas

La Quinta marca principales temporadas comerciales de la ciudad. Allí se consigue lo novedoso, importado (generalmente de Asia) a precios económicos que los estacionarios compran en Barranquilla y en Maicao a los grandes contrabandistas o a los mayoristas en la ciudad, ubicados en establecimientos comerciales entre las carreras 5ª y 6ª, y en Variedades la Quinta, gran almacén descrito con anterioridad, pero pagando “chan con chan” (de contado). Los sitios de oferta de los estacionarios están sectorizados según la mercancía y la temporada. Hay esquinas y andenes característicos donde el comprador llega directamente a buscar lo que necesita. En los meses de septiembre hasta finalizar octubre se “siente” la marcación de las ventas de cosas referentes al halloween: máscaras de demonios prestados, calabacitas de pasta anaranjadas, muñecos de brujitas y brujitos, murciélagos alados que penden de las vitrinas refrigeradas de los almacenes, anunciando “Feliz Halloween”. Un ejemplo de ello son los puestos de disfraces infantiles para el halloween que atiborran la Quinta, destacándose el de la señora Virginia Mauri que los confecciona en el andén de la carrera 5ª con 21, de la acera occidental de la 5ª (al pie de la difunta araña).



Foto 5. Vestidos y disfraces. Al fondo el desaparecido puente de la araña. A. F, 2005.

Por qué en estas aceras o andenes de la carrera 5ª o de las calles próximas a ella se colocan mercancías, alimentos y servicios menores, está relacionado con: la arborización que proporciona sombra y apoyo para los armatostes callejeros; los vínculos amistosos que hay con los dueños y empleados del almacén que les permite o no apoyar sus estructuras a las vitrinas o paredes y el préstamo del W.C

o guardar alguna caja con cosas que no deben almacenarse en los parqueaderos, como por ejemplo, la máquina de coser eléctrica que Virginia Mauri guarda en el almacén Calza Costa todas las noches, local que también permite atar de los aleros grandes extensiones de plástico transparente para que la lluvia no moje las mercancías ni a sus dueños, transformándose estas aceras en un laberinto transparente, en una especie de convenio tácito entre vendedores y almacenes porque a ambos les conviene proteger al posible comprador que transita por los andenes de la Quinta que les obliga a detenerse para evitar la lluvia y aprovechar para mirar las cosas que se exhiben y de pronto una necesidad impensada surge y quizá compre algo que no pensaba comprar.

Cabe anotar que hay una tradición en la acción de la ocupación de la acera, así cambie de dueño el almacén. Este lugar de trabajo permanece en esa acera, pase lo que pase. Es un derecho adquirido por el uso de este espacio. Es así como en la calle 16 entre carreras 5ª y 6ª, en la acera norte del antiguo edificio del Acueducto, después Acuamarta, se posesiona la gran fábrica de jugos de frutas: níspero, papaya, maracuyá, zapote, guineo, piña, lulo, naranja, guanábana, guayaba, mango, tomate de árbol tamarindo y melón, que se exhiben en canastas de metal o de plástico (generalmente la rejilla de los abanicos desechados son adaptados para guindar con cuerdas y allí depositar las frutas que los “jugeros” ofrecen a los caminantes.

El ruido de las licuadoras ( 2 ó 3 por carro), triturando hielo, azúcar, agua o leche y la fruta elegida, empieza desde las 7 de la mañana, en los 7 carros metálicos pintados de azul y blanco (los colores de la bandera de Santa Marta) y con techos de metal o de lona que con el paso del tiempo cambian de color hacia gris negruzco por la suciedad ambiental de la transitada calle, que los dueños, uniformados con batas blancas y sombreros blancos, vierten en baldes de 16 onzas de plástico de colores primarios (han sido prohibidos por la secretaría de salud por considerarlos antihigiénicos y deben ser reemplazados por vasos plásticos desechables), con un pitillo, acompañados de empanadas o buñuelos o arepas de huevo que fritan allí o que calientan con un bombillo eléctrico colocado dentro en unas urnas transparentes, que ilumina el dorado alimento, que el cliente devora sentado en sillas plásticas de diversos colores, recostadas a las paredes de Acuamarta, de cuyos aleros pende una maraña de cables eléctricos de donde los fabricantes de jugo toman la energía para calmar la sed y el hambre de los caminantes por la suma de dos mil pesos la ración. Esta práctica, con 6 carros fabricantes de jugo se repite en la acera norte del Teatro Santa Marta y en la mitad de la calle, el sábado tal, el “fabricante” de un artefacto para colar los jugos de la licuadora.



Foto 6. Puestos de Jugo ubicado en el andén del Teatro Santa Marta. A. F, 2005.

Estas prácticas de los hacedores de jugo es una constante en la ciudad, pero en la 5ª están apostados en casi todas las esquinas (bocacalles) de los andenes de las calles 18, 19, 17, 16 (mayor concentración) y 15, pero no hay ninguno en las aceras de la carrera 5ª. Son lugares de una tradición de más de 20 años. Los “jugueros” permanecen en sus sitios de trabajo hasta las nueve de la noche, todos los días, estableciendo turnos con algún familiar.

Otro sector tradicional para la venta de ropa es la amplia acera noroccidental de la carrera 5ª con calle 17. Es el andén y la esquina del edificio de la DIAN, tramo ocupado por vendedores estacionarios de lado y lado de la acera que exhiben su mercancía de manufacturas indias y chinas, en una variedad de faldas, blusas, pantalones, para adulto y niños y niñas en colores tenues o primarios de acuerdo a lo que se use en ese momento. Actualmente la DIAN hace arreglos a su fachada y los estacionarios de esa acera se trasladaron a las aceras de las calles 15 y 16, esperando la finalización de la obra para volver a ocupar su sitio de trabajo.

Actualmente la oferta es de estilo hindú: faldas amplias blancas, confeccionadas en telas delgadas de algodón crema o de telas sintéticas transparentes o de colores fuertes; blusas amplias con recamados en hilos dorados o de canastitas o camiseras; cinturones en telas tejidas en telares o de plástico con apliques superpuestos que semejan grandes monedas ocre, colocados uno sobre otro según las tallas que sitúan en las mesas de madera o cartón y colgados en ganchos de ropa para que el viandante se antoje de comprar, todos apoyados en las paredes del edificio, amarrados con cabuyas para evitar que se caigan con los frecuentes golpes de brisa que azotan a la ciudad.

Generalmente estos puestos de ropa son atendidos por mujeres y sus hijas y entre ellos hay pequeños puestos con aretes, pintalabios, collares, sandalias, oferta de minutos de celular, hasta llegar a la carrera 5ª con calle 16, quedando un espacio reducido para el tráfico peatonal. También hay venta de ropa a lo largo de la 5ª: “yins”, camisas y ropa interior masculina y femenina, batas que la vendedora hace, trayendo la materia prima de Maicao, medias para niños y niñas, pantalones cortos o “bermudas” para hombre de color caqui o de flores, camisetas y cachuchas con símbolos mundiales del deporte, como David Beckham, cantantes de rock, etc.

Según pude indagar esta gran variedad de mercancía es diferente a la de los almacenes de la 5ª. Sus precios son más económicos pero su calidad es inferior porque al usarla se deshilachan y destiñen. Son de escasa duración y entran a la ciudad en grandes cargamentos desde Maicao y Medellín, que las importan desde India y China. Los comerciantes las compran utilizando el sistema del gota a gota o paga diario, generalmente mujeres de diferentes edades que al caminar por el estrecho pasillo del andén, el “a la orden, qué desea”, es repetitivo en todos los puestos.

Esta ropa la compran las personas que quieren estar a la moda sin gastar mucho. Allí en el andén se miden las faldas y se colocan las blusas encima de las que tienen puesta o se la miden por encima, pidiendo consejo generalmente a la persona que la acompaña, quien aprueba o desaprueba, mientras la vendedora adula, busca adivinar qué es lo que la compradora desea y muchas veces intuye que lo que está es pasando el tiempo ó “mamando gallo” en la calle y con una mirada severa ordena nuevamente su ropa.

Esta práctica es contradictoria con la de José Fuentes, Toni Palmera y Virginia Mauri, que venden música, forros para equipos electrónicos y cosas para la ornamentación personal porque no se manchan ni ensucian con el ambiente callejero y es, para ellos, de difícil salida, pero para los de la ropa tiene buena ganancia porque una prenda la compran en cinco mil pesos y la venden en diez, doce o quince, el precio varía y como se dice coloquialmente “depende del marrano”.

Se podría afirmar que en la Quinta se vende “de todo”. Es como un “gran bazar árabe”, según lo dicho por algunas personas que frecuentan la calle. La oferta va desde una aguja para tejer, o para la máquina de coser o para coser a mano y todos los elementos de este arte: los hilos de colores y diferentes texturas (muchas mujeres de diferentes edades se dedican a la elaboración de mochilas, que tejen donde las coja el ocio: en las sillas mientras esperan la merienda, mientras hablan con la amiga o la hija, tejen y hablan, hablan y tejen), dedales, tijeras, tizas, botones, metros, etc. Asimismo las cosas para las licuadoras: el vaso, las cuchillas, las tapas, el motor, etc.

Candados de todos los tamaños, linternas con sus pilas baratas que al segundo día de uso, botan el ácido que les da energía. Relojes de pulso, despertadores con sus repuestos y técnicos que los reparan por mil pesos en un minuto; reparación y venta de accesorios para celulares, con el técnico que los arregla de un timbrazo; revistas, libros, manuales de todo tipo, teléfonos de todos los tamaños y colores, zapatos de tenis, de tacón, sandalias, chancletas, tacón corrido, chicharrones, botines, medias, para niños y adultos, cinturones para caballero y dama, bolsos de mujer, para los hombres, de lona, de última generación, cachuchas, sombreros aguadeños, voltiaos, tejidos, vaqueros, músicas de todos los lamentos vallenatos y de despecho, rancheras paisas y de Armenia, el sensual reggaeton, salsas de todos los ritmos, conocidos y por conocer que los vendedores de discos ofrecen y tienes que escuchar quieras o no porque en sus grabadoras colocan los CD piratas para que la gente compre.

Así, hay gran variedad de cosas por comprar y de técnicos que te las pueden arreglar o hacer, como la hechura de una llave en un minuto, el arreglo de una tapa del tacón perdido, de unas gafas que han perdido un tornillo, la oferta de toda clase de herramientas: desde una puntilla hasta un taladro eléctrico entre otras cosas. Oferta de platos hondos, llanos, bandejas de melanina, vasijas, juegos de cubiertos, ollas de aluminio ensartadas con cabuyas, objetos que extienden en cualquier sitio del sardinel, sin parasol, y voceándolos a precios muy económicos.

Los alimentos son ofrecidos ambulante: la butifarra con bollo de yuca y huevo cocido es colocada en ensartas enrolladas como culebras oscuras en una vasija de aluminio que el vendedor cuelga del cuello con una cuerda mientras golpetea con el cuchillo la vasija de aluminio, produciendo un sonido reconocido por todos los amantes de la butifarra, al que la gente come untada con una tapa de limón que el vendedor, de bata blanca, prepara con esmero. Gallinas crudas criollas con sus huevillos de colores ofrecen muy temprano algunas mujeres jóvenes que se escapan de la plaza del mercado a probar suerte en la Quinta, empacadas en bolsas plásticas transparentes; cigarrillos, golosinas, arepas en carros con sus bombonas de gas propano que mantiene caliente la plancha donde se asan y rellenan permanentemente de queso o con unos revoltillos de mayonesa, legumbre y unas hilazas de carne, que generalmente colocan todo el día en la esquina de la 19 con Quinta; chorizos humeantes, tinto, cigarrillos menudeados, mandarinazo, tutifrutí, avena, limonada, helados de cono, guineo, y dependiendo de la abundancia de frutas de la temporada, la oferta es grande: aguacate, mango, mamón, nispero, zapote, mandarina, marañón, siempre hay en la Quinta: coco de agua, patilla partida, piña, guineo maduro, naranjas, uvas, manzanas, mango viche, pera y limones. La oferta de alimentos depende de la hora y el precio de la temporada.

En las tardes, hacia las 5, llegan los vendedores de peto, de arroz con leche y coco en sus carros montados en bicicletas que pedalean constantemente

ofreciendo en vasos plásticos pequeños el denso alimento que la gente compra por quinientos pesos; también aparecen vendedores de empanadas calientes, salchichones en rodajas con bollo y limón; llegan los vendedores de bollo de mazorca con queso viche y arepas cocinadas de maíz verde que colocan en rústicas mesitas de madera y ocupan casi todas las esquinas disponibles de la Quinta; los vendedores de bocadillo con queso, de masitas fritas de maíz verde con queso blanco salado, de kekis, panes, panochas, piñitas, se ofrecen en bicicletas que impulsan unas vitrinas armadas en estructuras de madera con tapa que el vendedor golpea ofreciendo el pan recién salido del horno al que quiera comprar. Muchos han empezado a ser desplazadas por las pizzas. Las herboristerías ambulantes unas y otras apostadas en los andenes y bocacalles otras agregan otro factor colorido y aromático a la Quinta.

A lo inmediatamente descrito hay que adicionarle la tentación de los juegos de azar que los loteros ofrecen permanentemente ya sea ambulante o permanentemente, ubicado el gremio enfrente al Almacén Ley donde venden e informan los resultados de las loterías que semanalmente sortean los departamentos del país. Las rifas locales, a dos mil pesos el número, juega todos los días, dos millones de pesos, además del chance o la bolita que con cien pesos da la oportunidad de ganar una buena suma por poquito dinero. Hay muchas personas que siempre apuestan al mismo número: 16 y el año, día de la Virgen del Carmen o el día de su cumpleaños. Muchos en sus historias han ganado la bolita, lo que les ha permitido hacerle mejoras a la vivienda o iniciar un nuevo negocio, o pagar deudas atrasadas. Adicionalmente caminan por la calzada de la Quinta los que ofrecen boletas para la rifa de un equipo de sonido con botellas de whisky y cajas de cerveza nacional que exhiben en carretillas empujadas por el vendedor de la fiesta, atadas con cabuyas que evitan que se caiga al suelo la posible rumba del ganador. Generalmente son dos los vendedores de estos premios que portan en sus manos unos talonarios con los que expiden las boletas.

Lo anteriormente descrito es una pequeña parte de la explosión caótica de ofertas. Es una gran parte de un todo, protegido por los parasoles multicolores, principal protagonista simbólico de la Quinta, que bajo su sombra hace casi imposible clasificar o intentar ordenar el desorden comercial de esta singular calle. Lo descrito es lo más relevante del comercio informal.

## **2. 2. 2 Tiempos y temporadas**

### **2.2.2.1 En día y la noche**



Foto 7. Transportando... A. F. 2005.

Con el sonar de las siete campanadas electrónicas de la iglesia Catedral, van apareciendo los primeros movimientos del comercio informal y formal. Se abren las vitrinas de los almacenes, sus cortinas de acero producen un ruido de metales que caracteriza el inicio de una nueva jornada comercial. A esta hora la calle está desierta, con escasos transeúntes y poco tráfico vehicular inicia el primer cambio de ritmo del día. Los andenes están desocupados, solamente los vendedores de periódicos los ofrecen en 4 puntos, desplegados, por lo general, en las páginas que exhiben las gráficas de las personas accidentadas o asesinadas el día anterior o en las primeras páginas, si hay una noticia nacional importante. Los escasos caminantes se detienen a ojear la prensa local y siguen su ruta.

Hacia las ocho de la mañana el ruido ensordecedor que producen la apertura de las cortinas y los carros de balineras que ruedan en el irregular y poroso pavimento de la carrera 5ª indica que el día comercial empieza su actividad: motocicletas, tráfico vehicular de sur a norte (es la dirección permitida para circular), bicicletas, carretillas, ofreciendo frutas, verduras, bebidas calientes y frías, hasta las diez de la mañana, la interacción de los estacionarios y ambulantes ordenando su mercancía en los carros de metal que se transforman en vitrinas exhibidoras de cosas, el pregón de los vendedores, las ofertas con altavoces de los almacenes, el deambular de los transeúntes, la oferta de música popular en grabadoras con cd, cuando los compradores se acercan a regatear la compra de una cachucha, unos ganchos para el pelo, champús, o zapatos. Los vendedores de la calle, por tradición, prefieren la parte oriental de la calzada, que es la que brinda la comodidad de la sombra en la mañana; pero por cuestiones de espacio disponible, los nuevos se han visto obligados a utilizar la parte occidental donde

los aleros son escasos, la arborización es más espaciada, el sol acribilla con sus rayos a los vendedores, especialmente en las horas del medio día.



Foto 8. Desempacando. A. F. 2005.

Cada persona, no piensa en el puesto que va a ocupar, le preocupa la rutina de desempacar. Llega de sus barrios lejanos directamente a los lugares donde guardan sus carros y cajas selladas la noche anterior. La rutina varía de acuerdo a la característica y cantidad del producto. Por su puesto, ropas y telas requieren de un arduo trabajo, a diferencia de champús, pintauñas, geles o cremas para las manos. Por lo general arrastran sus carros que llevan balineras por llantas, por el pavimento de la carrera 5ª sobre los cuales llevan sus cajas. El carro se desmantela rápidamente y pasa a ocupar el lugar de estante al igual que las cajas. Todo depende del puesto. Algunos trasportan hasta 4 sillas, otros una simple caja. Sin embargo, para todos es el primer ritual del día. Las mujeres mayores e independientes, reciben la ayuda de sus compañeros o vecinos de trabajo, quienes en un gesto de caballerosidad les colaboran cargando las pesadas cajas. Luego ellas, prosiguen con la lenta rutina de desempacar y organizar, hasta que terminan y se dedican a atender a las personas que se acercan a preguntar por lo que venden.

Por lo general todo transcurre de esa manera hasta la una de la tarde cuando el tráfico aminora, los transeúntes se esconden y los estacionarios y ambulantes se sientan a almorzar en sus sitios de trabajo, la comida que por lo general les trae la esposa o el esposo al que esté de turno o en su defecto los vendedores que ofrecen en carretillas con ollas humeantes, sopas, y almuerzos completos en recipientes de icopor con cubiertos de plástico. Luego del almuerzo los estacionarios se dedican a hacer cuentas, a charlar, a jugar: cartas, FOTO parqués, dominó, la chinita, macana, mientras el calor aprieta, no obstante la

protección de los parasoles y los aleros de los almacenes. Hacia las 3 de la tarde la actividad se reanuda con el tráfico vehicular y los compradores y transeúntes que toman la calle para caminar rápidamente porque los andenes están ocupados por los puestos de los estacionarios, que miden 1 metro de ancho por 90 centímetros de largo. El peatón circula en uno y medio metro a veces, otras de lado porque hay exhibidores colocados a lado y lado de la acera, por lo tanto, en la mayoría de las veces, hay que caminar por la calle, que generalmente ocupan taxis, bicicletas, camiones de reparto de mercancía y vendedores de carretilla.

Hacia las 6 de la tarde, el tráfico vehicular con su estruendo indica que se acerca el final de un día de actividad de toda índole urbana: recorridos hacia las entidades bancarias, instituciones gubernamentales, compras, etc. Los estacionarios, como si fuera una orden, comienzan a empacar en grandes cajas de cartón la mercancía que ordenadamente colocan en ellas para subirlas en los carros de balineras, arrastrarlas hasta los depósitos cercanos: calle 17 entre carreras 5ª y 6ª, antigua casa de la familia Conde, transformada en un garaje por el que pagan los estacionarios \$1.000 diarios por guardar la mercancía amarrada con cabuyas de plástico. Cuando el sol se está ocultando, la Quinta adquiere nuevamente movilidad, los empleados salen de sus oficinas y otras personas se deleitan cotizando y mirando, y por supuesto comprando de acuerdo a la temporada.

A las 8 de la noche la 5ª hay un escenario distinto: El alumbrado público da luz a los nuevos ocupantes: Los recicladores de basura, los vendedores en carretilla de pescado y hortalizas del mercado, los carro de mula con altoparlantes, los vendedores de pizzas, empanadas, jugos y comidas en la esquina de la calle 16, al costado de la Catedral para alimentar a los trasnochadores. A esa hora hay personas que llegan a comer.



Foto 9. En el almuerzo. A. F. 2005.

Este es un recorrido de lo que es un día en la Quinta. Las temporadas durante el año marcan las ventas del comercio: Halloween, Navidad, Carnaval, temporada escolar, semana santa, con artículos de última generación de contrabando que los compradores buscan afanosamente porque su precio es inferior al de los almacenes del comercio formal y no se hallan allí. El Ley y los otros almacenes cierran sus cortinas de hierro a las 9 de la noche y el tráfico aminora.

En las actividades del día y de la noche hay unas acciones que se oponen: Primero, lo que sucede con la luz del día: la actividad vehicular, comercial y peatonal con los actores permanentes que son los estacionarios y los factores que giran en su entorno como es la permanente circulación de la autoridad policial en bicicletas, los inspectores del espacio público midiendo el territorio que se les ha asignado a cada estacionario y revisando los permisos de vendedores; los vehículos de tracción humana que arrastran carretillas en las que ofrecen obras de arte con marcos dorados unos, muebles y enseres para toda la casa y que se toman parte de la calzada donde está la sombra de los árboles; los vehículos nuevos, pequeñas furgonetas que ofrecen pasteles de harina con azúcar en unos casos, en otras, elementos para la escritura de una conocida marca, un desfile de evangelizadores predicando la salvación eterna ( ver anexo) o un loco corriendo por la mitad de la calle; en otros, los cobradores del paga-diario, en sus motos de alto cilindraje, con sus cachuchas que les tapan la cara y su manojito de tarjetas donde anotan lo que paga y lo que debe el cliente.

Desde las seis de la tarde, mientras los estacionarios empacan, hasta las 10 u once de la noche, llegan los recicladores rebuscando en las cajas que los almacenes han desechado, los vendedores de pescado crudo y de hortalizas, pasa el último empleado hacia su casa hasta que la actividad vehicular cesa y la venta de comida se concentra en la carrera Quinta con calle 16, y en la juguería del costado de Acuamarta. Los andenes se muestran tal como son: parches de concreto irregular, y regular, baldosas brillantes que algunos almacenes han donado, losas levantadas por la arborización, huecos de medidores de agua tapados con tablas de madera, bordillos del sardinel despedazados, restos de cables eléctricos que se mecen con el viento y las luminarias que alumbran la Quinta desierta mientras llega un nuevo día con los periódicos y las bebidas calientes y las campanas de la catedral anunciando un inicio de un nuevo día.

#### 2.2.2.2. En la semana, mes y año

A excepción de los domingos y festivos (generalmente hasta la mañana), las ventas generalmente ocupan los andenes de la 5ª. Los jueves y viernes aumenta el tráfico de personas, sobre todo en horas de la tarde y especialmente cuando coincide con quincenas o fin de mes, tiempo en el cual el tránsito por la calle se incrementa, debido a las diferentes personas que durante el recorrido entre

almacenes y supermercados compran eventualmente cosas a los vendedores estacionarios. Durante el año, el mes que genera más movimiento es definitivamente diciembre, es el tiempo esperado por los vendedores. En años anteriores a la apertura de los centros comerciales Ocean Mall y Buenavista, la 5ª se convertía en un caos. Una maratón de personas recorrían las calles en busca de regalos y vestidos, sobre todo durante los días previos a la Navidad. Aunque esto ha disminuido poco, diciembre sigue siendo la fecha especial para los vendedores. No obstante, la circulación de personas sigue siendo alta, des congestionada los últimos años con el cierre de la calle, para que sólo transiten personas.

En diciembre el aspecto de los andenes se transforma. Es invadido por el colorido de flores, velas, adornos y luces navideñas, las cuales, lucen de manera espectacular durante la noche. Los estacionarios se afanan por sacar los surtidos antiguos y mezclarlos con lo nuevo para que la mercancía salga una con otra. Las vísperas del 8 de diciembre, día de las velitas o de la Inmaculada Concepción, los andenes de la Quinta se atiborran de paquetes de velitas de colores, faroles artesanales de papel celofán transparente y la música de “Que linda la fiesta es en un ocho de diciembre”, interpretada por Lucy Borrás, anuncia que la temporada más importante de la Quinta ha llegado. Diciembre. En este tiempo, a los sonidos de vehículos y pregones, se le agregan los tonos musicales de las luces, los nuevos y clásicos éxitos decembrinos y los vientos que por estas épocas soplan en Santa Marta. Diciembre es para muchos, la felicidad, pero también el trabajo, es el tiempo de traspasar, tratando de vender luces, música y juguetes y turistas que curiosean y compran porque es temporada alta para la ciudad.



Foto 10. Navidad importada. A.F. 2005.

En enero y febrero, el panorama cambia. Si bien todavía hay juguetes, en los puestos de venta de muchos estacionarios, se ofrecen lápices de colores, cuadernos, camisitas blancas, medias, pantalones, especialmente para niños y niñas que se preparan para entrar al colegio. Allí se consiguen textos escolares de segunda, morrales para cargar libros y todo lo necesario para el regreso al colegio. No bien han entrado a clases los escolares cuando los pregones del carnaval se asoman: pequeñas reinas infantiles con grupos de danzantes que las acompañan, deteniéndose a pedir colaboración para festejar en el “palacio real” de algún barrio las fiestas que se avecinan. La música cambia: las tamboras, y las grabadoras dejan oír lo que se bailará en esos 3 días en que la ciudad se dedica a las fiestas que más le gusta: el carnaval con maizena, sombreros con plumitas y camisas de colorinches, flores de papel ensartadas en diademas, blusas escotadas de popelina y antifaces de cartón llenan algunos puestos de la Quinta.

Luego del desenfreno del carnaval, la cuaresma aparece solemne el miércoles de ceniza con las romerías de la gente que llega a purgar sus pecados con la cruz que la Iglesia coloca a las ovejas descarriadas en su arrepentida frente. El olor de incienso, el “desaumerio” que prenden los estacionarios por todas partes para alejar a los malos espíritus, señalan que el recogimiento y la cordura es necesaria para que las ventas el resto del año” vayan bien”.

Otra fecha importante es durante el mes de mayo, en el día y las semanas previas al día de la madre, salen a relucir las tarjetas musicales llenas de flores para las madrecitas. En esos días los surtidos no cambian mucho, pero por lo general los vendedores aprovechan la alta circulación de peatones para surtir sus puestos.

Entre expectativas y ventas transcurre el mes de mayo y se pasa a un junio pasivo, en el que apenas se alcanza a generar un leve movimiento comercial por el día del padre, entonces todo se concentra en esperar la temporada turística de mitad de año: Julio, temporada de vacaciones, fiestas religiosas (Virgen del Carmen 16, Santa Ana 26 y Santa Marta 29, aniversario de la ciudad), hay alta circulación por las calles, sin embargo, no alcanza a generar los mismos movimientos que las temporadas de diciembre

El panorama de octubre es diferente, con un toque de espanto, por las máscaras y disfraces que se exhiben en los puestos, pero incluso aun con la alegría de unos cuantos niños que aun sus padres animan o apoyan para disfrazarse. En años anteriores, era ampliamente invadido por el surtido de dulces, máscaras y disfraces de los personajes que la televisión había convertido en éxitos del momento o como aquellos clásicos. Actualmente, el escenario del comercio se transforma en esas fechas, algunos almacenes adornan sus ventanas con todas las figuras alusivas al halloween: calabazas, esqueletos, brujas y cadenetitas de papeles que combinan, como en el carnaval, los colores naranja y negro.



Foto 11. Pasando y observando. A. F. 2005.

El halloween es una temporada que se inicia el primero de octubre de cada año. Tanto los comerciantes informales como los almacenes de cadena se preparan para el 31 de octubre. Decoran con brujas anaranjadas, calabacitas de plástico, máscaras de monstruos desconocidos, calaveras y (la mayoría de las personas no conocen el significado de la palabra ni del disfraz que afanosamente compran a los niños. Esta entrevista a Sonia Bermúdez, el 15 de octubre 2005 expone su concepto:

“No sé, pero en el colegio les exigen a los niños celebrar el día de las brujas, deben disfrazarse y llevar dulces para regalar. Allí les hacen fiesta, bailan y toman gaseosas y en la noche salen disfrazados de las casas por el barrio con canastitos plásticos de pasta con una calabaza anaranjada y pintada con una máscara de diablo pidiendo dulces en el vecindario y cantando: triki, triki, jalouin quiero dulces para mí, si no me das dulces a mí se te crece la nariz. A uno le toca salir con ellos porque da miedo que les pase algo, ellos lo pasan rico porque reciben y dan dulces. Los colegios desde un mes antes envían a las mamás el tema del jalouin: que si el disfraz, que si la cuota para la fiesta, que si hay una comparsa en donde todos participan, eso cuesta. Toca salir a la 5<sup>a</sup>. a comprar un disfraz que cuenta entre veinte y treinta mil pesos. Hay que salir con los niños para que ellos escojan.”

En el testimonio anterior, el halloween es un motivo comercial copiado de la cultura anglosajona que gustosamente el comercio adapta como propio porque los dulces, los colores, el disfraz, el cántico y la fiesta prestada suenan bien para los niños y para muchos adultos que buscan en la Quinta máscaras horribles para infundir miedo sin saber por qué ni para qué.



Foto 12. Calabazas y sombreros. A. F. 2005.

Lo que se vende en la Quinta es el reflejo del comercio informal que se funde en una serie de elementos locales, nacionales, y globalizados que representa el asomo de una incipiente cultura de vendedores apostados en un espacio público socializado por este grupo de personas con negocios rentables, cambiantes y dinámicos que enriquecen la calle más importante de la ciudad, no obstante el descrédito que las autoridades y algunos ciudadanos le endilgan a los que trabajan allí, pero que los estacionarios resisten con sus estructuras atadas a las instituciones gremiales, a la solidaridad y a la significación que representa la calle para la ciudad y los innumerables viajeros que la caminan para adentrarse en este atractivo laberinto comercial.

Los objetos y espacios descritos, como símbolos, nos dicen cosas sobre la ciudad. Son expresiones de la vida urbana, como en el caso de las dinámicas generadas en torno al comercio informal en la carrera Quinta de Santa Marta. Para su comprensión es necesario entender la manera en que se estructura la calle como lugar – movimiento, en el cual transitan un gran número de personas y de los cuales depende la posibilidad de ofrecer productos a precios bajos al espectador transeúnte. Ese mismo espacio es para los vendedores, un lugar constante por la práctica cotidiana que allí realizan a diario, de acuerdo con los planteamientos de De Certeau (1996: 47) quien sostiene que el espacio se convierte en lugar, a partir de la práctica cotidiana.

### 3. LOS QUE ESTÁN AHÍ: LOS VENDEDORES

En su mayoría migrantes de las áreas rurales del país y una minoría habitantes de la ciudad, los vendedores estacionarios de la carrera Quinta han encontrado en los andenes de la transitada vía el espacio que posibilita la realización de las actividades que les permite su subsistencia. En cada uno de ellos hay una historia particular de llegada y ocupación, una idea común de trabajo. Muchos productos a ofrecer, sueños y metas. A lo largo de los años, vendiendo sobre los andenes, a las puertas de los almacenes y a ras del tránsito de los carros, han hecho de este espacio su territorio y lo han significado en la práctica cotidiana de cada día. Los transeúntes –sin notar la paulatina ocupación- se acostumbraron. Para la administración distrital se convirtieron en incomodidad cuando aumentaron hasta colmar los andenes, más al decidir que la vocación de la ciudad era el turismo y cuando el espacio público empezó a ser tema central de las agendas de grandes ciudades como Bogotá y Medellín.

¿Quiénes son los vendedores, de dónde vienen, cómo accedieron al espacio?

Comenzando el siglo XX en Colombia la industrialización se presentó principalmente en las ciudades de Medellín, Bogotá y Barranquilla, haciéndose perentoria la mano de obra, de poca demanda en las reducidas áreas urbanas de las villas o puertos de ese entonces. Una gran masa de campesinos emigró hacia esos centros urbanos a enrolar las filas de trabajadores en donde se sometían a la dictadura de las incipientes leyes laborales que escasamente les proporcionaban un salario medianamente aceptable, huyéndole a la incertidumbre del trabajo, campesinos asediados por grupos alzados en armas, al desplazamiento de las tierras productivas por los terratenientes, entre otros factores, ocasionando la ubicación desordenada de las viviendas en la ciudad, deficiencia en saneamiento ambiental, ocupación ilegal de predios urbanos y escasez de trabajo, percibiéndose inconformismo en las clases trabajadoras urbanas lo que ocasionó los movimientos sindicales en algunos núcleos industriales y rurales de Colombia (Peña y Mora 1999).

En el caso de Santa Marta, una ciudad cuya economía tiene como base las importaciones y exportaciones portuarias y el turismo de temporada, la industria es escasa. Las personas que llegan a ella son en su mayoría desplazadas por la violencia, o en busca de oportunidades, vendiendo algo en los andenes<sup>4</sup> de las

---

<sup>4</sup> Se considera el andén o acera como “la franja lateral de la vía pública, destinada al tránsito de peatones, debidamente conformada en material duro continuo. Su dimensión varía de acuerdo con el tipo de vía a que pertenezca, correspondiendo la mayor amplitud, a las vías locales y

calles y específicamente en los de la carrera 5<sup>a</sup>, se convierten en una amalgama de individuos de casi todo el país que interactúan usando el espacio público de las calles y avenidas.

Investigar la procedencia de las 450<sup>5</sup> personas apostadas en la vía requeriría de un período de tiempo extenso. Por lo tanto, los orígenes de este grupo fueron tomados aleatoriamente con 30 entrevistas informales y conversaciones casuales realizadas para responder a interrogantes como ¿de dónde son? ¿Qué hacen allí? ¿Por qué principalmente esa calle y no otra? Es así como en las entrevistas se vislumbra una incipiente cultura de vendedores estacionarios que se cohesionan socialmente por intermedio de unas prácticas culturales que dan indicio de que allí hay una cultura de vendedores callejeros.

### 3.1 ¿QUIÉNES SON?

Son comerciantes urbanos trashumantes, en gran mayoría de origen rural que han recorrido gran parte del país en busca de oportunidades, comprando y vendiendo multiplicidad de artículos de diferente procedencia y que han encontrado en esta ciudad la posibilidad de mantenerse, gracias a la permisividad del Estado que les permite vender desde los andenes de las ciudades una variedad infinita de cosas. Es necesario anotar algunas acepciones con que se nombra a estos actores y su oficio en diferentes ámbitos: En Venezuela se les llama buhoneros, y “comercio de calle”; en Colombia: rebusque y “agache”, en Brasil, “camêlos”, entre otros.

Las investigaciones realizadas en torno a los vendedores estacionarios, han estado enmarcadas en conceptos como comercio informal (Murillo, 1984; García, 1991; Monnet, 1996; Mora, 2003), buhonería (Asqueta y Muñoz, 1998; Lares, 2007: 18), rebusque, (Corpes, 1993: 26) y, agache”, (El Tiempo, 2001: 4), entre otros términos, pero casi todos tienen un origen similar: trashumar urbanamente en la búsqueda de vender algo en las ciudades como centros de afluencia de la mayoría de los individuos donde se han concentrado las industrias. Fenómeno originado a finales del siglo XVIII con la Revolución Industrial en Inglaterra y luego se propagó a las principales ciudades de Estados Unidos y Europa, consistente en el uso de las primeras máquinas industriales para la producción en serie de diversos artículos, desplazando la mano de obra artesanal que hasta el momento producía bienes de consumo y por lo tanto trabajo que tenía como fin un cierto alivio económico para la mayoría de la población.

---

semipeatonales, y en zonas donde la afluencia peatonal sea intensa.” Serie ciudad y hábitat Nr.7.2000,1 [www.barriotaller.org.co](http://www.barriotaller.org.co)

<sup>5</sup> Según datos de la alcaldía en el 2005 con base en las personas carnetizadas.

Son personas que han encontrado en las calles la opción de empleo a través de la venta de una variedad de productos. Son padres y madres de familia, trabajadores, hijos, estudiantes, que día a día subsisten con una actividad que no es bien vista y goza de poco estatus, pero que los provee de dinero e independencia.

### 3.2 ¿DE DÓNDE VIENEN?

Son hombres y mujeres en su mayoría de más de cuarenta años, procedentes de diversos lugares del país, entre los que se destacan departamentos y ciudades del interior del país como Medellín, Santander, Bucaramanga, Tolima, Aco, Villavicencio; Cúcuta, y el municipio de Yacopí, Cundinamarca. De la región, las personas generalmente provienen de Sucre, Sincé, Bolívar, Cartagena, Atlántico, Cesar y en el departamento del Magdalena de municipios como Ciénaga, Plato y Zona Bananera<sup>6</sup>. Han llegado a la ciudad conservando sus características culturales marcadas, que los diferencian ampliamente de la población samaria, especialmente en el habla, cargada de acentos que identifican su procedencia.

Para ilustrar lo anotado anteriormente, se transcriben textualmente algunos apartes del diario de campo y testimonios recogidos que señalan las circunstancias particulares frecuentemente expresadas por las personas que llegan a la ciudad de Santa Marta en busca de trabajo y que terminan en el oficio de la venta callejera.

El primero de los testimonios, fue registrado en la carrera 5ª con calle 19, en el amplio y escasamente ocupado andén de la entrada principal del almacén Éxito<sup>7</sup>.

“Eran las 11:00 de la mañana. Había alta circulación de peatones, de esas que hacen aún más estrechos los andenes, manadas de vehículos por la calzada y una amplia variedad de oferta ambulante de máscaras, dulces, accesorios para celular y bebidas refrescantes entre otras cosas. Todo esto en medio de una gran algarabía, de la que se resaltaba –además del ruido de los carros- los pregones

---

<sup>6</sup> Se mencionan los lugares de procedencia de las personas entrevistadas y con las que se estableció contacto durante el trabajo de campo. No son todos los lugares, ni tampoco los de mayor procedencia. Muchos llegaron hace 20 años y otros más recientes, expulsados por la creciente violencia del 2000.

<sup>7</sup> Luego de la remodelación realizada por el almacén Ley [hasta 2008] pocos fueron los vendedores estacionarios que se ubicaron sobre su andén. Se dice luego de su remodelación en el año 2003, se realizó un acuerdo con los vendedores que estaban ahí para que despejaran el espacio. Este es vigilado por la policía y los vendedores que se ubican ahí no son permanentes, los artículos que ofrecen son pequeños, no tienen puestos definidos. En los años 2009 y 2010 el número de vendedores aumentó en esa parte. Hay que resaltar que con la remodelación el almacén aumentó el tamaño del andén disminuyendo la zona interna.

de vendedores anunciando la variedad de frutas y verduras; los olores a gasolina del intenso tráfico vehicular; a chorizos fritos en su propia grasa; chuzos [pinchos] de pequeños pedacitos de carne olorosa a especias criollas, ensartados con pequeñas papas amarillas que humeaban en canecas prendidas con carbón y la música de tamboras<sup>8</sup> y vallenatos con que animan a los peatones a la compra, los almacenes aledaños al Ley<sup>9</sup>.



Foto 13. Fachada del Ley. A.F. 2005.

En ese instante, veo a una señora de unos 30 años, con aspecto del interior del país, acompañada de lo que podría ser su hija (o sobrina) de tres años agarrada a su falda. Estaba de pie, con bolsas de dulces en sus manos y una caja de cartón cerca a sus pies. Dirigí mi mirada hacia la caja colocada en el andén, de donde sobresalían bolsas transparentes con dulces envueltos en papeles multicolores asomados tímidamente en los bordes de la caja, a la expectativa, para conocer a sus próximos dueños. Los viandantes, ocupados, distraídos y medianamente acelerados, transitan a su lado realizando ráfagas de miradas a los dulces sin que se le note la menor intención de compra en su mirada. La señora, por su parte, a la expectativa, con la esperanza de vender, pero aún más con el deseo de que las horas pasen rápidamente, advierte mi llegada y poco a poco se transforma, alimentada por la expectativa de mi compra:

---

<sup>8</sup> Las tamboras son los grupos musicales locales contratados por los almacenes medianos para animar el espacio al son de guachernas y otros ritmos. Por lo general, son contratados para los viernes y sábados u otros días dependiendo las fechas. Los vallenatos son reproducidos en las amplificaciones de algunos almacenes al mismo tiempo que el anunciador comenta las ofertas y el surtido del día a las diferentes personas que transitan por los andenes de la carrera Quinta.

<sup>9</sup> El Ley es un almacén de cadena nacional, ubicado en la carrera 5ª entre calles 19 y 20. Es el primer almacén de este tipo ubicado en el centro histórico de la ciudad. A finales del 2007 fue reemplazado por el Éxito.

- Dulces, dulces, a \$1.500 la bolsa, me ofrece.

La apariencia de la señora, sus gestos, la niña que la acompaña, la manera en que ofrecía sus dulces llamaron mi atención, sobre todo el halo de sufrimiento que adornaba su cara invadió mi sensibilidad. Sin embargo, mi primera impresión fue superada por lo que vine a hacer. Me vienen a la mente las preguntas a realizar, los puntos a tener en cuenta, me siento preparada. Estoy de pie frente a ella y pregunto su nombre y otras cosas acerca de su oficio. Su semblante se va transformando y la manera como me atendió inicialmente, va desapareciendo, siendo cada vez más reservada, distante y sin interés hacia mí. Yo, desvío momentáneamente mi interés por ella y finjo cierto gusto por lo que vende; ella, desconfiada, vuelve su atención, me da los precios y breves descripciones de lo bueno de los sabores, le compro, lo pruebo y apruebo. Le hablo de lo que estoy haciendo, ella aun reservada cuenta:

“Yo soy propiamente de Ibagué, pero soy desplazada, he andado más que quien sabe que. De Ibagué me vine para la Sierra y de allá me desplazaron. Estoy acá desde hace tres... cuatro años... Yo he estado en Barranquilla, en Valledupar. De Valledupar me vine para acá para Santa Marta. Porque yo vivo es así rodando. Rodando porque no tengo nada, nada, nada. Esta [la hija de tres años] se la pasa aquí conmigo, ahí donde la ve... El otro lo tiene en Valledupar una hermana mía... porque yo duré un año allá en Valledupar. Allá me fue muy mal, mal, mal, porque allá no conseguí trabajo ni nada, nada. Escasamente conseguía para el bus de la niña y nada más”. (Entrevista, Ferrer, 2004).

Responde algunas preguntas, otras no, dice que no se pueden contar, sobre todo lo que le pasó a su marido. Dice que este sitio es el único lugar de la 5ª donde la policía le permitió vender los dulces fiados para comprar alimentos para sus otras dos hijas. Cuenta su mala suerte en otros lugares, los engaños y otras cosas. Si bien el caso del anterior relato es relevante, no es lo que yo precisamente estaba buscando porque mi objetivo de investigación no son los vendedores caminantes o ambulantes sino los estacionarios<sup>10</sup>. Sin embargo, este es un ejemplo y apenas un pequeña parte de la conversación porque su relato es extenso y aun más dramático.

Averiguando por la procedencia de los vendedores estacionarios y la manera en que llegaron a la ciudad, me fui encontrando con una variedad de historias que reflejan las diferentes circunstancias en que se han venido estableciendo” (Fragmentos del diario de campo. Adalgiza Fernández, 2005).

---

<sup>10</sup> Entre la categoría de vendedores estacionarios incorporo a todos aquellos vendedores que ocupan diariamente un lugar específico en los andenes y calles. Los ambulantes recorren diariamente la calle y sectores de la ciudad, realizando breves paradas, existen ambulantes que recorren el país, pero que al llegar a la ciudad asumen las dinámicas de los estacionarios.

Continuando con el registro de los testimonios, se describe el caso de Claudia Centeno, quien con su relato realiza un aporte a esta construcción polifónica que pretende realizar una caracterización de los vendedores y sus prácticas culturales.

“Sobre la carrera 5ª con calle 20, en el andén derecho en el sentido sur norte, vi varias veces el puesto de flores que una señora atendía. Me dio la impresión de estar frente a un jardín urbano, en esta ocasión el colorido floral coincidía con el ambiente navideño, la atmósfera era aún más movida, acelerada, pero impregnada con la inexplicable sensación de la esperada navidad, que en esta ciudad se confirma con la llegada de las frescas brisas decembrinas. El surtido se había vuelto colorido, luces y velas de colores, juguetes y adornos esperaban en los puestos de 90 centímetros de ancho por 1,20 de largo con el espacio suficiente entre el puesto y el almacén para que dos personas caminen hombro a hombro por el estrecho sendero, siendo improbable no mirar la oferta del ordenado puesto y de su empresaria de las flores:

“Yo estoy aquí desde hace 13 años. Soy del Socorro, Santander. Allí nací. Vine a Santa Marta en busca de mejores oportunidades y aquí me casé. Tengo 3 hijos con él [señala al marido que se encuentra al lado] que vende tinto, panes, cigarrillos y dulces en un carrito. El es vendedor ambulante de la 5ª. Mi papá trabaja en Santander de jornalero y mi mamá, dedicada al hogar. Ellos viven allá. Somos 9 hermanos. Tengo dos hermanos mayores que viven en Santa Marta. La mujer es ama de casa y mi hermano tiene una tienda”. (Entrevista, Centeno, 2004)

Claudia continuó conversando y me contó que hace 7 años construyó su casa de tres habitaciones en Los Fundadores, barrio de invasión cercano a Chimila <sup>11</sup>, con la plata que ella y el marido ganan en la 5ª. En Los Fundadores viven con sus tres hijos que cuando terminan la jornada escolar de la mañana, la vecina de esta familia los cuida y se encarga de darles el almuerzo, y en la tarde hacen las tareas en un rincón del andén y ayudan a su madre a empacar las flores y demás cosas en las grandes cajas de cartón que arrastran en su carrito azul de balineras que guardan en antiguos teatros, solares y parqueaderos cercanos a la Quinta, en las calles 19, 20 y 21 con las carreras aledañas como la 4ª, 6ª y 7ª” (Fernández 2005, fragmentos del diario de campo).

Se observa en este caso que la venta en las calles involucra a varios integrantes de la familia. Cuando ambos responsables de la familia se desempeñan en el comercio informal buscan colaboración de los vecinos. Otro aspecto que se

---

<sup>11</sup> Poblado sector al noroccidente de Santa Marta. El barrio Los Fundadores es una ocupación irregular de terrenos del Distrito por familias de la ciudad y de otros departamentos que han construido allí sus viviendas.

destaca es que generalmente las personas vienen acompañadas de familiares, quienes comentan las condiciones favorables o desfavorables de la vida en la ciudad. El primer fragmento revela que frecuentemente se prueba “suerte” en diferentes ciudades antes de llegar a Santa Marta.

Siguiendo con la descripción de la procedencia de los vendedores y las formas de arribo a la ciudad, se presenta un caso que revela otros aspectos asociados a la venta.

“Continuando con la inquietud acerca del lugar de procedencia de los vendedores, el 10 diciembre del 2004 a las 9 a.m. reconozco al señor Plata, vendedor ambulante de veneno para ratas “Campeón”<sup>12</sup> y decido abordarlo, justo en el andén de la esquina de la carrera 5ª con calle 14. Yo, minutos antes grababa una conversación con un vendedor estacionario y por mutua curiosidad llamó mi atención su fenotipo: baja estatura, tez blanca, ojos negros, delgado, cabello rubio varias sargas del veneno colgadas de ambos brazos y voceando su producto a todo pulmón. Entonces me acerco, pregunto y él sin tropiezos responde:

“Yo soy de Barranquilla. Mis padres son cachacos. Yo nací y me crié en Barranquilla. Porque yo duré doce años en Bogotá estudiando, yo soy ingeniero de sistemas. Y como no tengo trabajo me toca ponerme a vender. Y no tengo trabajo, estoy varao. Yo estudié en la U. de la Salle. Un tío me pagó los estudios. Yo vivo con mi esposa en un ranchito. Yo estaba trabajando allá, me quedé sin trabajo. En Bogotá sin trabajo es muy difícil porque es una ciudad muy grande y una ciudad en donde si uno no tiene palanca, no trabaja en ningún lado, eso todo el mundo lo sabe. Tengo dos años ya de estar acá. Aquí más o menos uno se rebusca para la comida. Hay días de días, por ejemplo hoy...”  
(Entrevista, Plata, 2004).

Su acento aumenta mis sospechas: no es de la costa, ahora dudo que sea ingeniero, y por su relato pienso que es un individuo que recorre el país vendiendo algo, así sea veneno para el exterminio de ratas y gatos. Sin embargo, nadie afirma lo contrario, tampoco es el único profesional desempleado de la Quinta, ni el primero que diga mentiras. Su versión, de no ser cierta, podría ser interpretada como una búsqueda de estatus del vendedor y de posible identificación (regional) con el transeúnte o comprador potencial” (Fernández, Adalgiza 2005, fragmentos del diario de campo).

---

<sup>12</sup> Sustancia china empacada en sobres con una rata muerta dibujada, del que se dice, acaba con las ratas y los gatos También se dice que nadie sabe cuales son los componentes del veneno porque está escrito en chino y que en la ciudad hay escasez de gatos porque Campeón los ha exterminado.

En el trasegar del trabajo de campo, cuando indagaba en la vida de los vendedores, la respuesta a la pregunta de dónde vienen, fue arrojando una gran variedad de destinos y una multiplicidad de circunstancias. Ante esta cantidad, se transcriben sólo ejemplos de las procedencias y formas más frecuentes de llegada a la ciudad, o como en el caso siguiente, de su paso por ella. Entre los vendedores encontramos comerciantes nacionales que ofrecen sus productos por todo el país, sin mantenerse en un lugar específico.

“Caminaba por la 5ª entre las calles 15 y 16, en el sector de los puestos de jugos, observo un hombre de pie, con la cabeza rapada, poco protegido del intenso sol detrás de una pequeña mesa alta de madera sobre la que picaba pedazos de fruta: piña, tomate de árbol, mango, al mismo tiempo anunciaba por una amplificación y a través del micrófono que colgaba sobre su pecho las maravillas del producto ofrecido. En ese momento la clientela es poca, me acerco y noto que se trata de un artefacto cilíndrico con múltiples y pequeños huecos que se coloca dentro del vaso de la licuadora, observo la demostración en la que dice:

“Vengo de Medellín, este aparato, lo exhibimos a nivel nacional, somos los diseñadores creadores y fabricantes de este producto. Es algo muy indispensable en el hogar. Nosotros hicimos una investigación y hace más de cien años que la señora todavía utiliza el sistema del colado. Las licuadoras se han modernizado, han salido cincuenta o sesenta marcas diferentes, pero nadie había pensado en reemplazar ese sistema, pues tan, tan antiguo, que tenemos directamente en la cocina, entonces por eso, de ahí salió la idea para que nosotros diseñáramos y fabricáramos este filtro que es un extractor de jugos que se le puede instalar a cualquier marca de licuadora (Relato recogido en campo, Díaz, 2004).

A continuación me acerco a él, le pregunto y en un tono personal me dice:

“Yo vine a Santa Marta, porque como recorremos al país de ciudad en ciudad, primero arrancamos todo Medellín, visitamos Bogotá, Villavicencio, el eje cafetero, Boyacá, Bucaramanga, todo el Santander y de Bucaramanga vinimos a Santa Marta hace quince días a la gente le ha gustado mucho el producto, es algo que realmente sirve en el hogar nos presta economía, ahorramos tiempo y fruta; no tenemos que hacerlo de la manera como te lo había comentado anteriormente, y bueno... pienso que ahora empezaremos a recorrer la Costa, completa: Barranquilla, Cartagena, Riohacha” (Entrevista, Díaz, 2004).

Cómo se expresa en los dos fragmentos anteriores la condición del vendedor es situacional con relación al tiempo y espacio. Varios de los vendedores dedican muchos años a la actividad en el mismo lugar. Sin embargo, se da el caso en el que la venta estacionaria se realiza en determinados periodos, en diferentes

ciudades. De igual forma, la venta es opción al desempleo, se realiza en momentos de falta de trabajo, aunque en ocasiones las personas optan por quedarse definitivamente en esa labor.

La mayoría de los vendedores estacionarios, son personas provenientes de lugares del país diferentes a la ciudad. Sin embargo, existen también samarios dedicados a la venta callejera, que debido a diversas circunstancias han encontrado en esta actividad su trabajo por muchos años. Para ellos la situación es diferente, han estado presentes en la historia de la ciudad.

“Mi encuentro con un vendedor samario se dio un día de recorrido en el que me topé con una cara conocida. El dialogo fue abierto, espontáneo y como si fuéramos amigos de otros tiempos. Él dijo:

“Yo soy de Santa Marta, yo nací en la calle Madrid<sup>13</sup>. Por los años sesenta empecé trabajar como vendedor ambulante en la carrera 5ª con la calle trece al lado de un señor de apellido Zúñiga, Miguel. Buen hermano, buena gente por haberme dejado trabajar ahí y ahí se ubicaron otros vendedores en esa época, pero anteriormente, había una cantidad de vendedores ambulantes en la playa. En la playa se vendían cositas...era la economía informal. Siendo alcalde de Santa Marta el doctor Edgardo Vives Campo, recogió esa cantidad de gente que vendía en la playa y la reubicó en donde era el mercado público, que quedaba en la calle 13 entre carreras cuarta y Quinta” (Entrevista, García, 2004)

Una mirada hacia la procedencia de los vendedores y hacia las circunstancias en que llegaron a la ciudad, los presenta como un conjunto de personas que han recorrido el país en busca de oportunidades y que al llegar a la ciudad han encontrado en la venta callejera un medio para la obtención de los recursos. Los vendedores estacionarios de la carrera Quinta, en su gran mayoría son personas del interior del país y en menor medida de la región y la ciudad, ellos se han establecido en el andén de la carrera 5ª como una de sus últimas opciones laborales” (Fernandez, Adalgiza 2005, fragmentos del diario de campo).

La historia de la procedencia y llegada a la ciudad de los vendedores estacionarios, los conecta inmediatamente con la necesidad de la obtención de los recursos y por lo tanto, como posibilidad, con los andenes de la carrera 5ª. En este sentido y de acuerdo con la intención de describir las prácticas culturales de los vendedores estacionarios, a continuación se describen las formas a través de las cuales un grupo de personas se ha articulado a un sistema de comercio callejero. Considero que esto es de gran importancia, debido a que aquí se dan los procesos de ocupación del espacio público y construcción territorial.

---

<sup>13</sup> La calle de Madrid es su antiguo nombre, hace referencia a la calle 12 entre 5 y 6 en el centro histórico.

### 3. 3 OCUPACIÓN Y TERRITORIALIZACIÓN

Como se ha señalado en el capítulo I, el comercio callejero de la carrera 5ª se desarrolló a partir de diferentes aspectos. Alrededor de los años 60s, con la creación de los Sanandresitos, la falta de empleos por el deterioro de la economía local y por la apertura del Almacén Ley. Sin embargo, durante esos años, las ventas informales han aumentado, hasta el punto que hoy en día ocupan amplios sectores de los andenes de la carrera 5ª. Ante estas circunstancias en este punto nos enfrentamos con aspectos cruciales, los cuales podemos sintetizar en las siguientes preguntas ¿cómo se accede a un espacio público? o ¿cómo se dan los procesos de ocupación y privatización de lo público, especialmente de los andenes y calles?

La ocupación del espacio 'público' es un proceso complejo en el que son de gran importancia los lazos sociales o *contactos* que se tengan en la ciudad, sobre todo, con aquellas personas que se encuentran insertas en las dinámicas del comercio callejero. Esta ocupación se da de diferentes maneras, transformando ampliamente el significado de lo público. El espacio puede ser heredado, comprado, alquilado o en algunas ocasiones, si se corre con suerte y el sitio no es estratégico, simplemente es ocupado. Inicialmente, durante el surgimiento del comercio callejero en la carrera 5ª el proceso de ocupación consistía simplemente en tomar un espacio determinado y hacer uso diario de él, en ese momento el significado de lo público se asociaba con el estado natural de una vía y los únicos obstáculos para que los vendedores ocuparan el espacio eran las acciones realizadas por el gobierno local a través de la policía.

En la ocupación del espacio público ha sido importante el papel del gobierno local. En años anteriores, cuando la elección de alcaldes no se ejercía a través del voto popular y la 5ª ya contaba con un gran número de vendedores, la situación del espacio público era diferente. Este aspecto lo ilustra muy bien la memoria de un vendedor de jugos ubicado en el andén de la calle 19 al costado norte del Almacén Ley. De 50 años de edad, corpulento, de bigotes, con la piel de la cara dañada por un acné juvenil y con una bata blanca abierta completamente, atiende su carro de jugo de más de 2 metros de largo pintado de azul con blanco, y semejando una media luna, está inscrita en letras de varios tamaños y colores: Refresquería Juventud. Propietaria: Esperanza Jiménez. Seis canastas penden de alambres blancos del entramado del techo de latón cubierto con una lona azul, sucia por la contaminación de la calle. Cada una con frutas diferentes: maracuyá, zapote, guayaba, mango, níspero y papaya. En otros recipientes de plástico con tapas: agua, leche, azúcar y el hielo en una batea de madera con caucho grueso negro donde lo pican para depositarlo en las 4 licuadoras que baten las frutas para

verter el jugo en unos pequeños baldecitos de plástico de colores que ofrecen al sediento transeúnte con un pitillo y una empanada, buñuelo o caribañola. Sobre el tema dice:

“En una época, cuando Alfredo Lacouture fue alcalde [1980,81], que también nos hizo la vida imposible, porque no nos quería dar permiso y dividió el sindicato. Fuera de la 5ª. Estuvimos dos años. Seguíamos aquí pero con mucha dificultad. La gente vendía con la mercancía en las manos y el camión de la policía pasaba cada hora, cada media hora y todo el que encontraba lo recogía y se lo llevaba e inclusive, a veces hasta se le perdía la mercancía. Hasta cuando él se retiró de la alcaldía no pudimos tener permiso. El mismo Lacouture se encargó de dividir el sindicato. El mismo dijo: “Saquen a ese cachaco”, en ese momento era Héctor Pérez Cortés el presidente del Sindicato y muchos se la creyeron. Cuando nosotros le hicimos la guerra a Héctor, el alcalde nos hizo, como se dice vulgarmente, “mamola” porque no nos dio *na*. Les dio a unos cuantícos y a otros no” (Entrevista, Carlos Lizcano, 2004).

Inspirado en el recuerdo de otras épocas, para redondear, ofrece un dato importante:

“Bueno, de ahí para acá, desde que se inició la elección popular, la de alcalde, se nos ha venido componiendo la situación de vendedores de la calle porque como nosotros somos un gremio de seiscientos vendedores, ahora tenemos menos, antes éramos mil y pico de vendedores, entonces los políticos cuando están en campaña nos tienen en cuenta para dialogar: el pirata, el conservador, el liberal, el oficialista, todos, todos nos llaman. Entonces ahí les preguntamos que qué opción hay para nosotros los vendedores estacionarios y ambulantes, entonces ellos nos proponen, nos dicen que si quedan ellos nos garantizan la estabilidad laboral o buscaran la forma de construirnos un centro comercial. Hasta ahora no se ha visto nada”. (Lizcano, 2004)

Durante la temporada de la ‘fiesta democrática’ los vendedores justifican políticamente su ocupación, consiguiendo por un lapso temporal que el gobierno local desvíe su mirada hacia ellos. En la actualidad la ocupación del espacio es diferente. Lo público se encuentra tergiversado por una propiedad funcional del espacio, es decir, una persona posee un espacio determinado del andén debido a circunstancias previamente establecidas, las cuales son ratificadas por su presencia actual con la venta que a diario realiza en ese lugar. La persona que quiere acceder a un espacio determinado en el andén, tiene diferentes opciones para hacerlo. Puede heredarlo, es decir, que algún vendedor con derechos sobre un espacio determinado, puede ceder el suyo a otra persona, lo cual generalmente ocurre entre familiares o amigos muy cercanos. Por otro lado, puede ser vendido,

se da en los casos en que alguna persona que va a desistir de la venta en un sector y no tiene a quien cedérselo, se dedica a la búsqueda de una persona que lo esté solicitando, en ese proceso, los demás vendedores colaboran dando la información.

La ocupación del espacio público no se limita al uso diario del andén, ni mucho menos se trata de, en un día, quién llega primero a un espacio y lo utiliza. Tiene que ver con procesos históricos, que han permitido la configuración del comercio callejero, en el cual el uso del espacio público es determinante. En este sentido, podemos sugerir que la ocupación histórica y diaria de la calle como espacio público conduce hacia la noción de territorio, el cual, es para José Luís García (1976) “un espacio socializado y culturizado”. Pero entonces, ¿qué sujetos o actores realizan los procesos de ocupación y construcción territorial?

Varios son los protagonistas (vendedores y transeúntes) de la territorialización en la carrera Quinta, así como las características y formas de construcción de cada uno de ellos. Vendedores ambulantes y peatones tienen similitudes, porque la práctica que produce el lugar consiste en recorrer, sin embargo, en cada sujeto el recorrido es distinto. Para el vendedor es cíclico, no sólo por la repetición diaria, sino del año, mientras que el peatón lo hace casualmente. Para el vendedor estacionario –en el cual se concentra este trabajo- el territorio se construye a partir del habitar la calle, debe permanecer allí, estableciendo marcas y linderos. En este sentido las prácticas que construyen el lugar en la carrera Quinta son un asunto de recorrer y habitar.

En la ocupación de un espacio determinado son definitivos el gobierno local, los almacenes y los vendedores. Para los últimos, se asocia principalmente con la continuidad temporal para habitar el espacio. Es una relación que se establece como grupo, en el sentido que el conjunto de los vendedores comparten el mismo problema. Esta relación depende de los gobiernos de turno, en los cuales se establecen políticas y tratos específicos para los vendedores, de las cuales, dependen su permanencia y legitimidad en la calle.

Nuevamente los relatos y fragmentos del diario de campo pueden ilustrar la manera en que las personas han accedido a un espacio entre los andenes de la Quinta. En este caso, el testimonio de Ricardo García nos muestra la manera en que tuvo acceso a su actual puesto de trabajo, afectado por las políticas nacionales frente a la economía informal.

“Como yo era ambulante<sup>14</sup>, entonces me ubicaron en Sanandresito y yo vendía cosas varias, en el año cuando fue [Carlos] Lleras Restrepo presidente de Colombia [1966 – 1970], fueron muy atacados los

---

<sup>14</sup> En este caso usa indiscriminadamente la noción de ambulante y estacionario.

vendedores ambulantes, porque decía que nosotros éramos los que estábamos acabando con la economía”. (Entrevista, García, 2004).

La ocupación y territorialización, como práctica cotidiana depende no sólo de conseguir al espacio, sino de las acciones que se realizan día a día. Una actividad común, que ilustra la vida en los andenes de la Quinta fue registrado en el diario de campo. Se nota en este caso la relación cercana entre trabajadores de almacenes medianos con los vendedores estacionarios que desde hace tiempos se instalan en sus afueras:

“En otro momento, en la cuadra de la carrera 5ª con calle 20, mientras hablo con Claudia (una vendedora) suena el amplificador, es la voz del animador de ventas del almacén de ropa Distribuidora de Medellín que canta: *“estas son las mañanitas que cantaba el rey David, hoy por ser día de tu santo te las cantamos a ti...”* Cumpleaños de Sara, una vendedora ubicada al lado del puesto de Claudia que vende artículos para el pelo y maquillaje. Hay algarabía, felicitaciones de los vendedores vecinos. En un instante ese segmento de la calle se transforma en una fiesta de cumpleaños, las personas continúan pasando, la mayoría sonríen ante la situación y otros caminan indiferentes. ¡*Cumple 33 años!* Dice alguien, se unen a la celebración los empleados de la Compraventa Prestayá. Llega un pudín que entre todos han comprado, vasos y gaseosa que reparten en medio del canto del *cumpleaño feliz*, que lo cumplas feliz. Yo miro y me divierto, la fiesta termina tan rápido como comenzó, los ánimos se han calmado, el anunciador que antes cantaba me dice que hable con ella [la cumplimentada a quien yo observaba y fotografiaba su festejo], me acerco, la alegría no se le ha borrado completamente del rostro, me contagio un poco, supongo que se notaría en mi rostro, el mismo con el que me presento frente a ella la felicito, luego le pregunto y luego de varios interrogantes indago por la manera en que accedió al puesto:

“Una amiga que se fue para Venezuela me cedió el puesto de venta de champús, gel, jabones, rulos, ganchos, masajes, desriz [alicer], porque éramos amigas bastante. Las ventas en todo el año son malísimas. Se arreglan es a fin de año. Tengo 4 hijos y con lo que vendo aquí les doy la alimentación.” (Entrevista, Santoya, 2004).

Me cuenta muchas cosas de su vida. Tiene cuatro hijos, estudian y todos dependen de la venta que ella realice, vive en casa de alquiler y es separada, ella cuenta que es la que más tarde llega al puesto, porque es pequeño y lo puede armar y desarmar rápidamente, pudo surtirlo porque se ganó la lotería<sup>15</sup>, a diferencia de la mayoría de los vendedores que lo hacen con los prestamos realizados por los paga diarios. Estas personas en la mayoría de los casos hacen posible el inicio de las ventas o que se pueda surtir el puesto, debido a que son la

---

<sup>15</sup> Más exactamente La Rápida, una lotería informal que juega a diario, con la que por \$ 1000 se ganan \$ 2.000.000.

principal fuente de financiación. Sobre este tema, Luz Elena Rodríguez, vendedora de gafas comenta (Fernandez, Adalgiza 2005, fragmentos del diario de campo):

“El que ve allá, (señalándome un puesto estacionario repleto de mercancía en la esquina norte del Teatro Santa Marta) está muy endeudado. Si uno presta quinientos mil pesos, todos los días le vienen a cobrar veinte mil diarios a un mes. Si uno quiere hacer un préstamo a un banco le piden fiador, Cámara de Comercio, así no se puede. Aquí todos trabajamos amenazados. Si no es con préstamos de esos no podemos trabajar. De esto tenemos que comer, pagar arriendo, colegios.” (Rodríguez, 2004).

En otra ocasión el señor Camargo, muy desconfiado dice pocas palabras que sin embargo llaman la atención: “aquí vienen con frecuencia a hacer encuestas, preguntas, nos toman fotos, vienen de la alcaldía. Este puesto lo compré por \$1.500.000 hace 9 años”. (Entrevista, Camargo, 2004).

Los pagadarios desempeñan un papel importante en el proceso de ocupación y mantenimiento de las dinámicas del comercio callejero, actuando como fuentes financiadoras de los vendedores. La dependencia económica de los vendedores hacia los pagadarios surge incluso antes de la ocupación del espacio. En algunas ocasiones cuando se necesita pagar por el espacio y el capital no es suficiente, frecuentemente se recurre a los préstamos, no obstante, en la mayoría de los casos se realizan para surtir el puesto con nuevos productos. Hacer una buena elección de lo que se compra y en qué cantidad es determinante, debido a que garantiza el éxito del negocio y posibilita los pagos oportunos que eviten el endeudamiento.

Los pagadarios de la 5ª son un pequeño grupo de personas que prestan dinero sobre intereses del 10 %. El préstamo se basa en la palabra que da el prestatario al prestamista quien accede teniendo en cuenta que ya lo conoce, o porque es recomendado de conocidos (generalmente otros vendedores) o en algunas ocasiones con la firma de pagarés. Las deudas deben ser canceladas diariamente a través de cuotas que se establecen de acuerdo al monto solicitado, con el fin de que en un mes el saldo esté cancelado, de ser así por lo general se vuelve a realizar el préstamo y así sucesivamente durante todo el año. Existen pagadarios en toda la ciudad, sin embargo, en la mayoría de los casos, los que funcionan en la Quinta prestan sus servicios a los vendedores y en algunos casos tienen sus lugares de trabajo en los andenes de la carrera 5ª.

En el tema de los pagadarios es importante conocer la historia de Luís Fonseca. Muy canoso, de estatura mediana, el señor Fonseca vende libros de segunda en el extremo norte de la carrera, sobre el final de la actividad del comercio callejero cerca de la calle 12, una de las principales vías que utilizan los caminantes para ir del centro al mercado público. Llegó a la ciudad hace cuarenta años y se inició en

la venta callejera durante esos años con cigarrillos y dulces. Durante esos años conoció al señor Nicolás, un antioqueño que le fue mal en los negocios en Medellín y vino a probar suerte en la tierra de su esposa samaria. Entonces decidió prestar dinero sobre el 10%:

“...Don Nicolás llegaba todas las mañanas y se paseaba toda la Quinta y llegaba a mi puesto y yo le prestaba una banquita, ahí se sentaba a sudar, porque era gordo, bajito, se agitaba. Y miraba para un lado y para otro, mejor dicho, se conocía todos los negocios. Entonces él sabía a quién le podía prestar y a quién no. Sabía bien qué productos daban más ganancias, es que viéndolo bien, él era como el dueño de casi todos los negocios, que no eran tantos como ahora, y entonces se puede decir que iba a la fija, y sí, hubo gente que se le fue, pero ese es el riesgo, y para eso pedía el diez, para que no lo hicieran daño los que se le volaban” (Entrevista, Fonseca, 2004).

El señor Fonseca sigue contando y dice que:

“Él cayó en cama y se murió a los diez días, yo creo que tenía como ochenta años. ...Yo le cobré a algunos, pero cuando supieron que se había muerto, pues nadie más volvió a darme nada, ni bobos que fueran. Entonces, la gente empezó a pedirme a mí y yo les prestaba entonces, a lo mismo, al diez” (Entrevista, Fonseca, 2004).

Pagadarios es el nombre con el que los denominan la gran mayoría de los vendedores y la gente en la ciudad. Sin embargo, en la conversación, el señor Fonseca hablaba de prestadiario o ganadiario. En ambos casos se observa que tales denominaciones se construyen a partir de la mirada de los actores involucrados (prestante-vendedor/prestamista). Para el vendedor la denominación que realiza proviene de la acción a realizar por él: pagar diariamente, mientras el que presta lo señala desde la suya.

El pagadiario actúa como fuente de financiación de los vendedores, quienes con su trabajo diario, deben cumplir con el pago de las cuotas señaladas. En este sentido, son parte importante en los procesos de ocupación y mantenimiento de las prácticas comerciales en el espacio público de la carrera 5ª.

### **3.4 COHESIÓN Y ORGANIZACIÓN SOCIAL**

Durante los años de ocupación de los andenes de la cra 5ª de Santa Marta, los vendedores han construido diversas formas de organización social, que les ha

permitido a todos hacer un frente común a los problemas que trae la comercialización de productos ilegales y la invasión del espacio público. En este proceso es indispensable la cohesión social, como práctica cultural que permite mantener unidas a un grupo de personas, bajo una serie de características particulares. Incluye jerarquías, lazos familiares y estatus, entre otros.

El fenómeno de la cohesión, para este caso tiene dos dimensiones: uno, la desarrollada a diario, durante la realización de la práctica cultural, y dos, la labor política, en la cual los sindicatos, cooperativas, asociaciones y sus representantes cumplen un papel importante, y en el cual los vendedores empiezan a interactuar con las políticas locales, figurando como actores políticos.

Las personas ubicadas sobre los andenes de la carrera 5ª son agrupadas inicialmente bajo la denominación de vendedores, palabra que es aceptada sin problema por todas las partes, incluyéndolos a ellos mismos, quienes encuentran en ella la primera designación para un nosotros. No obstante, esta noción adquiere un sentido más específico al tener en cuenta la práctica comercial que realizan y el lugar en que es realizada: venta callejera en la cra 5ª. En el transcurso de estas prácticas se van tejiendo una serie de lazos sociales basados, en consanguinidad, parentesco, amistad etc., que pasan a ser determinantes en la configuración del sistema del comercio callejero y de las dinámicas urbanas de la ciudad.

En un documento de la CEPAL<sup>16</sup> se define cohesión social como “la dialéctica entre mecanismos instituidos de inclusión y exclusión sociales y las respuestas, percepciones y disposiciones de la ciudadanía frente al modo en que ellos operan” (CEPAL 2007). Para Gellner (1989) es un fundamento para del nacionalismo. Por su parte Durkheim (citado en Merton 2002), la entiende como la parte de la solidaridad social necesaria para que los miembros de la sociedad moderna sigan vinculados a ella. En el caso de la economía informal de la carrera Quinta, las acciones de sus protagonistas son claramente una expresión de respuesta a las formas institucionalizadas de exclusión, que se constituye en parte clave de las estrategias de supervivencia.

El carácter ilegal e informal de la actividad, por la procedencia de sus productos y de la ocupación del espacio público, los ubica a los vendedores en una situación problemática frente a las leyes defendidas por el Estado y el gobierno local. Ante esta situación de compartir los mismos problemas, además de las posibilidades mencionadas, se desarrollan los procesos de organización social basadas en la práctica de la cohesión social, como estrategias de visibilización política y defensa de sus derechos. En estos procesos las principales acciones han sido la conformación de sindicatos y cooperativas, en las cuales se reúnen un gran número de personas que dependen de la venta callejera y con las que logran establecer negociaciones con el gobierno local.

---

<sup>16</sup> Cepal, Comisión económica para América latina y el Caribe, en Colombia.

### 3.4.1 Solidaridad del día a día

Las prácticas de cohesión social que funcionan diariamente se basan en los lazos sociales contruidos a través del tiempo, fundamentados en el parentesco, la amistad y en la solidaridad. Es frecuente encontrar familias entre los vendedores o por lo menos vinculados a una actividad similar, que en algunos casos, comparten su trabajo en el mismo puesto, dividiéndose los tiempos y en otros cuentan con puestos independientes, en ocasiones la mujer atiende el puesto y el hombre se dedica a comprar la mercancía cuando corresponde. Por lo general las mujeres atienden los puestos<sup>17</sup>, siendo visitadas frecuentemente por sus hijos quienes en ocasiones la acompañan o ayudan a empacar o desempacar la mercancía.

Varias de estas familias se han conformado durante la venta en la calle, siendo compañeros de puesto. Las relaciones se extienden a diferentes formas de parentesco, más allá de la familia nuclear, en algunas ocasiones tíos y sobrinos o hermanos comparten puestos de ventas. La frecuencia con que se encuentran familiares entre vendedores, fortalece los lazos de solidaridad y cohesión social. Lo cual se constata y conduce a situaciones identitarias a partir de la manera frecuente en que se enuncian a través de un nosotros. En ese sentido, 'nosotros los vendedores' hace referencia también a un nosotros familiar (mi sobrino y yo, mi marido y yo, etc.) que se extiende a lo social.

La venta se asocia a un asunto familiar. En ocasiones una persona no comparte su puesto con algún familiar, pero la familia sí depende de la actividad, esto se debe a diferentes circunstancias, como en la historia de una madre soltera que, preocupada porque sus hijos estudien no los deja que la ayuden, temiendo que lo abandonen su formación para ponerse a trabajar; otra mujer que sus hijos mayores tomaron otro rumbo y ella a los 60 años tiene que velar por si misma o la que fue abandonada con sus hijos pequeños y antes de ir al puesto debe buscar quien se los cuide o el que todos los abandonaron y trata de sobrevivir solo<sup>18</sup>. Muchas familias dependen de los puestos se encuentran inmersas en la venta callejera, esto fortalece los lazos sociales entre los vendedores, debido a que los que no son familia, son amigos, amigos de los familia o amigos de los amigos.

Estos lazos, familiares, de amistad o compañerismo se reflejan en la vida cotidiana, estando pendientes de los demás o cuidando se sus puestos cuando la

---

<sup>17</sup> Hasta el momento no he precisado una relación entre el género y los productos vendidos, pero al parecer las mujeres venden artículos de mujeres y hombres, mientras los hombres únicamente para hombres.

<sup>18</sup> Diferentes situaciones de las personas entrevistadas que no se citan por motivos personales y porque no se considera necesario.

ocasión amerita salir. Cumplen un papel importante en los procesos de ocupación del espacio, debido a que a través de la familia o amigo se puede acceder a un espacio de las maneras ya mencionadas. Los siguientes relatos son testimonios que hablan de la unión de los vendedores, el primero de ellos, el locutor de páginas arriba, él dice que:

“Aquí<sup>19</sup> hay personas que se aprovechan de las otras, pero entre los vendedores se ayudan. El otro día a un anciano que vende frutas le cogieron una caja. Gracias a los compañeros que están alrededor le pudieron recuperar la cajita de frutas al señor. Eso se ve a diario por el desempleo en la ciudad, en Colombia”. (Entrevista, Bracho, 2004)

En segundo relato, un poco extremo en temas de solidaridad, es de un policía que dice:

“Cuando los sacamos de la 5<sup>a</sup>, los demás vendedores le caen encima a los auxiliares<sup>20</sup> y los amenazan de muerte. Es un problema sacar a un vendedor sin permiso de la Quinta”. (Testimonio expresado durante una reunión que trataba sobre la identificación de vendedores, 2005).

Las formas de cohesión social generadas por los vendedores estacionarios de la cra 5<sup>a</sup>, es un proceso clave en las prácticas del comercio callejero, en el sentido que fortalece el proceso a partir de la constitución de un tejido social basado en lazos de parentesco, amistad y compañerismo. No se trata de un ideal, es frecuente encontrarse también con rivalidades, sin embargo, no se superponen a la solidaridad cotidiana, fundada básicamente en los lazos familiares.

### **3.4.2 Sindicatos, cooperativas y asociaciones**

Las formas de organización social generadas en la carrera 5<sup>a</sup> son la Cooperativa Multiactiva de los Asociados de la 5<sup>a</sup>, la Asociación de Vendedores Estacionarios del Magdalena y el Sindicato de Vendedores de la 5<sup>a</sup>. Cada una de ellas presidida por vendedores estacionarios, elegidos durante las respectivas asambleas de cada organización. A través de ellas los vendedores son visibles políticamente ante el gobierno local y logran entablar un diálogo directo, solicitando beneficios y permisos temporales para la venta callejera por medio de los carnés.

---

<sup>19</sup> Para evitar malas interpretaciones aclaro lo siguiente: el aquí es la ciudad, no habla de vendedores entre si, sino de cualquier persona que transita la calle.

<sup>20</sup> Policía bachiller de menor rango, su arma de defensa es un bolillo.

Los vendedores vieron en la elección de sus directivos a las personas idóneas para que los representaran. Todos los presidentes han tenido contacto con la política y tienen manejo del discurso. Entre ellos Juan Ballesteros, presidente del sindicato de vendedores. Procedente de Cartagena, Ballesteros se estableció en la ciudad en los años 70 como vendedor ambulante inicialmente y estacionario posteriormente; en aquella ciudad se había desempeñado como sindicalista, en Santa Marta, gracias a la venta callejera consiguió el título de abogado y actualmente labora en la oficina del trabajo. Tres de sus familiares son vendedores de los andenes que el recorre todos los días saludando a sus antiguos compañeros.

En las reuniones llega cargado de propuestas y alienta a los vendedores a hacer un buen trabajo. En una reunión llevada a cabo entre vendedores, los presidentes de los sindicatos y asociaciones, representantes del gobierno local y la policía, en la sede de la Sociedad de Pensionados del Terminal Marítimo, Sopensterma, calle 21, cra 4ª, Noviembre 14 de 2004. Ballesteros cuenta su vida y propone:

“Compañeros, desde hace más de treinta años he tenido la oportunidad de servir en la lucha sindical...en la playa, en El Rodadero, he sido abogado en la oficina del trabajo, pero comencé como vendedor en la calle como todo ustedes y con sacrificio he llegado a una formación profesional que me permite poder estar todavía con mayor ahínco defendiendo la causa de las personas menos favorecidas por la fortuna. Pero también para pedirles que espero de ustedes una mayor participación. Propongo que los vendedores tengan un chaleco que los identifique, que los vendedores participen en agarrar a los ladrones, que la 5ª no es un camino real para Raimundo y todo el mundo, propongo uniformarse con los colores de la bandera de Santa Marta: Azul y blanco. Los muebles de los vendedores, pintarlos también con esos colores. Los vendedores de la 5ª deberían dar ejemplo porque aquí hay profesionales que ha coronado sus carreras universitarias así como sus hijos” (participación de Ballesteros, Noviembre 14 de 2004).

En la reunión se exponen los problemas con la DIAN, la policía, de la sociedad de la calle, participan vendedores, policía, secretario de gobierno distrital y los presidentes del sindicato, cooperativa y asociación. A todos nos llaman la atención los pocos vendedores asistentes a la reunión. Sobre el final, la reunión se descontrola y todos hablan, no se deja nada en claro. Los representantes del gobierno se van y sólo quedan los vendedores. La tensión que sentí sobre el final se confirma al salir y encontrarme con un grupo de policías antimotines. Los vendedores hacen las últimas discusiones del tema entre sí y al final se concentran en una autocrítica, hacia el por qué si son tantos en la calle, la mayoría

no asistió a la reunión. Esta pregunta, me induce a pensar en la relación entre vendedores y los diferentes gremios.

Las relaciones que se establecen entre vendedores y las diferentes formas de asociación, conservan el mismo carácter de sus prácticas, pero para este caso las denominaré instrumentales. Una relación sólida para la mayoría de los vendedores es inexistente y sólo se presenta en los momentos cuando tienen problemas con la policía, alcaldía o la DIAN. En esos momentos acuden a los representantes y están pendientes de las últimas noticias que corren más rápido que los carros. Otro momento en el que se activan las asociaciones es en la época electoral, si no hay reuniones, los representantes comunican a los vendedores con quienes se está pactando y a quien hay que apoyar y ellos lo hacen aun sabiendo que no les van a cumplir promesas, pero en el fondo teniendo claro que de esa manera pueden continuar ahí.

Los gremios de los vendedores, los cuales activan los circuitos de representación política, tienen como base los lazos sociales establecidos en el día a día. Sin embargo, la relación con estos se define a partir de los usos y beneficios que se puedan obtener individualmente y no a partir de una participación activa, cosa que es imposible para muchos, debido a que su tiempo se va entre la 5ª y su casa. No obstante, estas formas de organización se articulan a sus prácticas en el sentido que a través de ellas logran visibilidad política que les sirve en dos direcciones, la primera, para entrar a negociar directamente con el gobierno local y la segunda, los hace atractivos para los políticos quienes ven en ellos un gran número de votantes, y por lo tanto, un conglomerado que conviene dejarlos donde están, claro está con los necesarios mecanismos de intimidación.

### **3. 5 AUTOREPRESENTACIONES DEL COMERCIO INFORMAL**

En el transcurrir histórico de las prácticas comerciales en la carrera 5ª, los vendedores han sido protagonistas y testigos de las transformaciones de la calle y de las dinámicas que se generan en torno al uso del espacio público, incluidas las representaciones y nociones acerca de un sentido de lo urbano. Inicialmente se intenta mostrar la mirada que los vendedores tienen de su trabajo, del espacio público y de la ciudad, tratando de encontrar entre estas representaciones, elementos que señalen la tensión generada en torno al uso del espacio público y dinámicas urbanas de la ciudad de Santa Marta.

Las representaciones que de la calle, la ciudad y el comercio callejero han construido los vendedores, se encuentra disperso entre un gran número de visiones y opiniones. El significado que le dan a sus actividades reproduce las ambigüedades y temporalidades en las que están insertas, producto de la

inconsistencia que constituye una labor basada en la ilegalidad e informalidad. De esta manera, se evidencia la incertidumbre del vivir día a día que se desarrolla de manera simultánea a la costumbre creada a partir de la permanencia prolongada durante varios años.

Sobre este tema el señor Lizcano, vendedor de jugos de buena memoria hace comentarios de las dinámicas de la vía:

“La Quinta es la arteria principal de la ciudad por la afluencia de público, porque toda la gente camina por la 5ª porque está todo el comercio o porque a la gente le gusta caminar por acá. Antes la 4ª estaba sola, ahora caminan por 4ª, por allí no caminaba nadie. La acera izquierda, de aquel lado no había ni un vendedor. Todos los vendedores estaban y estamos en la acera derecho y ahora es que se ha comercializado la acera izquierda. Nadie se quería poner de ese lado. Como ya no caben de este lado, cogieron la acera izquierda porque allí hace más sol que acá. La construcción del nuevo Ley a mi me ha convenido porque han aumentado las ventas. Antes la puerta del Ley quedaba en la mitad y era sólo una entrada, ahora queda en la esquina y tiene dos entradas más. Al parqueadero y por la cafetería”. (Entrevista, Lizcano, 2004).

Las opiniones y representaciones positivas no tienen en cuenta parámetros estéticos, priorizan los usos y beneficios de la calle y el tránsito peatonal, porque posibilitan sus prácticas comerciales. Se basan principalmente en la relación que a través de los años han mantenido con el espacio y en la funcionalidad comercial que a través de la circulación peatonal se ha desarrollado sobre los andenes de la cra 5ª, sobre todo con el turismo y en la época decembrina. Sobre estos temas un vendedor de maracas, José Fuentes, me cuenta lo siguiente:

“Acá me vengo desde las 7 de la mañana a mi puesto de trabajo. A esa hora no hay casi tráfico ni gente y me dedico a hacer música sobre el ambiente, sobre Santa Marta, el último tema que hice fue sobre el turismo. Me ha gustado la nota que le hice al turismo porque prácticamente es la única empresa que tenemos y es la que nos deja el pan de cada día. Cuando viene diciembre llega el turismo y es algo que nos llena de regocijo, llegan con los guías que les dan la confianza y se relacionan con nosotros, así se demuestra el interés que tiene un pueblo para con el turismo que es lo que más llega a esta ciudad. Como llego a las 7 de la mañana aquí desayuno, almuerzo y la comida. Me paso todo el día acá. Cuando llegamos a la casa ya estamos listos para dormir. Es decir, nosotros<sup>21</sup> vivimos acá en la 5ª”. (Entrevista, Fuentes, 2004).

---

<sup>21</sup> Habla de su sobrino y él.

En este caso, la visión del vendedor coincide con la relevancia que se le da al turismo en el imaginario de la ciudad, resaltando las ventajas que le ofrece a su oficio. Se destaca la manera en que articula la vida con su oficio y familia.

Siguiendo la misma corriente, el anunciador del almacén Distribuidora Medellín, que en páginas anteriores cantaba el cumpleaños feliz opina sobre la calle, habla sobre la gente, al tiempo que insiste sobre la posibilidad de las prácticas comerciales a partir del tránsito de personas.

“Me gusta estar en la Campo Serrano, lo que más me gusta es la gente. Porque uno aquí a diario trata con toda clase de personas. Hay personas amables, hay personas groseras, entonces uno más bien trata así sea uno grosero, uno trata de enseñarle, ya. No ceñirse o medirse a uno mismo sino enseñarle buenos modales. Si no dan los buenos días uno se los da. Uno está para eso, para atender a toda clase de personas. Lo principal que le falta a esta avenida son canecas. Lo que es cuestión de aseo. No hay donde arrojar un papel. Todos están en el suelo. El gobierno colocó unas, pero hay personas ociosas que las destruyen, ya, Sabiendo que este es un beneficio para nosotros mismos. La Campo Serrano es la cantera de nuestro comercio”. (Entrevista, Bracho, 2004).

La gran mayoría de las opiniones positivas de los vendedores acerca de la calle, son construidas a partir de la posibilidad de las prácticas comerciales. En ese sentido sus discursos destacan la movilidad de la gente, además de expresar los lazos con el espacio, generados durante los largos años de ocupación. No obstante, como señalé arriba, estas opiniones no son homogéneas, ni siquiera entre las mismas personas, es decir, no es que un grupo de vendedores piensen una cosa y los otros lo contrario, si no que sus visiones y opiniones incorporan una doble mirada de los hechos, debido al carácter temporal e informal de sus prácticas.

La ‘otra’ visión, basada en una mirada crítica de su trabajo, la ciudad, la calle y el gobierno, aporta nuevos elementos para la comprensión del entramado complejo de significaciones que se desarrollan en la cra 5ª en torno a los vendedores estacionarios, el comercio informal y el uso del espacio público. Estas representaciones que podríamos denominar negativas, presentan a la ciudad como un caos, producto de malas administraciones y planificaciones y al comercio callejero como un resultado de eso. Son pocas en comparación a las positivas.

En el siguiente caso el vendedor establece una relación entre calle – ciudad y desarrollo histórico. Precisamente esta es una de las visiones que más se repite, de una ciudad atrasada, congestionada y carente de servicios, cuya población ha crecido más rápido que su infraestructura y servicios. La mayoría de los relatos fueron recogidos durante el año 2004, durante ese tiempo, los centros comerciales

del Ocean Mall y Buenavista aun no habían abierto las puertas al público. La actividad comercial estaba en el centro y sus extensiones: almacenes Vivero, Sao Centro Comercial Plazuela 23 y otros almacenes que se encontraban cercanos en el recorrido entre ellos.

En ese entonces la actividad comercial se concentraba en el centro de la ciudad<sup>22</sup>, por lo que los relatos que siguen a continuación, se desarrollan en esos momento, estando presente la expectativa de esos nuevos centros comerciales, los cuales, en la actualidad alcanzaron a transformar las dinámicas urbanas de la ciudad asociadas al comercio formal, pero que no representaron un cambio drástico en las prácticas comerciales de la carrera 5ª.

“Es la calle que tiene más movimiento tiene, que tiene dinamismo de la ciudad, que tiene comercio y tiene todo eso y ya le quedó corto a Santa Marta. En Santa Marta hay mucha gente, ha crecido mucho, tanto, que la gente no sabe para donde coger. Nos encontramos en una calle que los almacenes no alcanzan a atender la cantidad de gente que se presenta. Se presentan problemas de tránsito, se presentan muchos problemas, además de eso Santa Marta necesita otras cosas, otros lugares...” (Entrevista, Jiménez, 2004).

Por otro lado, es necesario anotar las visiones que se generan en torno al gobierno local, pero que no se desprenden de lo que significa el espacio y la ciudad. Sobre este tema, se generan una serie de circunstancias de gran importancia en el marco de mis planteamientos y que en el siguiente caso se encuentran reflejados muy bien.

“La alcaldía nos quiere desalojar. Estuvimos una charla con el secretario de gobierno y el señor alcalde y ellos dicen que por ahora no nos van a mover porque el Distrito no tiene dinero. El no ha pensado en eso. Pero sí el plan centro que están haciendo unos trabajos en cuanto a la recuperación del centro histórico y nosotros estamos a expensas de que cualquier día nos saquen de acá. Esto no es de nosotros, esto no es nuestro a pesar de que tenemos 20, 30 años de estar aquí pero esto no es nuestro. La 5ª. Es de Santa Marta. Ella pertenece a la ciudad. Nosotros queremos la ciudad pero queremos que nos reubiquen bien, que nos den una buena reubicación, nosotros les dejamos la 5ª” (Entrevista, Enrique Acosta), 2004).

---

<sup>22</sup> En la ciudad de Santa Marta la concepción del centro se extiende desde la carrera 1era o playa hasta la avenida del Ferrocarril en algunos casos o hasta las carreras 7 u 8, entre las calles 10 y 24. Para las personas que no viven allí, el centro se asocia con la actividad comercial u otras diligencias.

De los elementos encontrados en estas afirmaciones se destacan una serie de aspectos importantes, en primer lugar, la relación exterior y excluyente con la calle y la ciudad. Exterior en el sentido que se excluyen (como grupo de vendedores) de la ciudad, afirmación que se sustenta en la voz “les dejamos”, ¿a quiénes? Sería la pregunta, a los otros, la respuesta hipotética, sobre todo porque debemos continuar con la idea –como he mencionado- que los discursos son circunstanciales.

Sobre esos otros destaco un segundo elemento de la afirmación. Aunque no es frecuente encontrar declaraciones al gobierno local, en las ocasiones que se hace se asume desde la posición de un nosotros: los vendedores, debido a que, como ya he señalado, las circunstancias asociadas a su actividad comercial (ilegalidad, informalidad) es la base para su cohesión social. Según los vendedores, los otros son todos los no vendedores, comenzando con el gobierno local (y sus leyes), a partir de los cuales sienten la necesidad de organizarse formalmente a través de sindicatos. Entre los otros también se incluye a los transeúntes anónimos que transitan los andenes sean o no compradores, en torno a ellos y el quehacer de la venta callejera los vendedores van estableciendo los lazos sociales que a diario se construyen.

En la relación que establecen con el gobierno local y con las medidas que ellos dictan se generan opiniones<sup>23</sup> que van alimentando el sentido por el espacio, no de pertenencia como en los otros casos, en los que se sustentan por un trabajo de largos años, sino de propiedad a partir de un pago de impuestos, como se puede deducir en las siguientes opiniones.

“Que pago todos los meses doce mil novecientos pesos de impuesto por permanecer en este puesto de la calle; que ese dinero lo recaudan todos los meses los empleados de la alcaldía y que todo se lo roban; es para ellos. Que esa plata se supone que es para reubicarnos y hacernos un centro comercial. Esa oficina se llama Espacio Público y que fue eliminada con la Ley 550, pero que nace en otra oficina. Que el recaudo en la tesorería por el alquiler del espacio público a los vendedores, es más de ochocientos millones de pesos y que todos se los roban.” (Abel Baños, 2007)

Tenemos 15 años de estar en la 5ª, los lentes los compro en Barranquilla. Los permisos los saca él, (su compañero). Este andén es del distrito. Pero de aquí no nos pueden sacar porque pagamos doce mil pesos en planeación”. (Elena de Jaramillo, 2004)

---

<sup>23</sup> Hablo de opiniones y visiones, las primeras son personales, las segundas las inscribo en el marco de discursos colectivos. Para confirmar la distinción note el tono del relato acompañado de un nosotros en el caso de las visiones y el personal (yo) de las opiniones.

Como respuesta a la acusación de que los vendedores son los culpables de la suciedad de la calle, ellos exponen su versión de los hechos. Nunca se acusan entre ellos, por lo que es común encontrar las siguientes afirmaciones al respecto.

“Los dueños de los almacenes sacan sus basuras y las ponen en la calle, en el andén. Eso crea un desorden y suciedad. Nosotros barreos y mantenemos limpio cada sector, pero pasa el peatón y tira el vasito de cartón, o de jugo al suelo, que la bolsa de agua... Como no hay canecas, todo al suelo. Los establecimientos deben mantener sus frentes limpios y manejar sus basuras, pero a nosotros nos queda muy difícil ese manejo” (Entrevista, Tony Palmera, 2004).

“Nosotros mantenemos el sitio de trabajo limpio, y no botamos el agua a la calle, es que los almacenes también ensucian, que se hace indispensable que la Quinta tenga canecas para la basura. (Entrevista, Fuentes, 2004)”

Las representaciones que los vendedores estacionarios tienen de la calle, la ciudad, el gobierno y la venta callejera, son dispersas y en muchas ocasiones distan mucho entre una persona y otra, contribuyendo a pensar por un momento en la ausencia de elementos que los unifique en términos sociales y culturales. No obstante, entre el universo de sensaciones, visiones, opiniones y pensamientos se destacan una serie de elementos que en términos de identidad, cohesión social y sentido de pertenencia conducen a afirmar la existencia de procesos de orden social y cultural.

Esta multiplicidad de voces fue sintetizada en un doble juicio en torno a los elementos mencionados y que diferencié entre positivos y negativos, ambos tomados como discursos circunstanciales, debido a que mantienen el carácter temporal y ocasional de sus prácticas. Los testimonios traídos al texto fueron seleccionados entre una amplia cantidad de relatos, para los cuales tuve en cuenta aquellos que sintetizaran aquellas visiones comunes y que permitieran al mismo tiempo una síntesis polifónica de la versión que aportan los vendedores al entramado complejo de significaciones generado en torno al comercio callejero de la carrera 5ª de Santa Marta.

La doble visión plantea una dualidad en el sentido que los vendedores han construido en torno al espacio público, a la ciudad y a la venta callejera. Por un lado, el sentido se basa en una apropiación de estos elementos como suyos, teniendo en cuenta que le brinda la posibilidad de las prácticas comerciales, en este sentido, el espacio es su casa, el lugar donde viven y laboran, procesos que se desarrollan durante la ocupación y uso de la vía como lugar – movimiento (Arturo,) pero también como espacio socializado y culturizado (García, 1976). Por otro lado, se excluyen de la ciudad, al mismo tiempo que fortalecen la construcción

de un nosotros (los vendedores), elementos importante para la comprensión de sus prácticas culturales.

### **3.6 VENDEDORES ESTACIONARIOS DE LA CARRERA 5ª**

A lo largo del presente capítulo se han descrito diferentes aspectos de los vendedores estacionarios de la cra 5ª de Santa Marta. Han sido abordados conceptualmente a partir de las ideas expuestas por Julián Arturo (1999), sobre todo con la definición del vendedor ambulante como mercader que habita el espacio público y que se encuentra inserto en las dinámicas urbanas de la ciudad y Delgado (2003). Esto los ubica como actores y protagonistas de una serie de procesos que suceden en Santa Marta, sobre todo bajo una atmósfera de 'problema' debido al carácter informal e ilegal de sus actividades.

Se describieron algunos aspectos de los vendedores, partiendo de la hipótesis basada en la existencia de una cultura del comercio callejero. Bajo esta idea encontramos que en la mayoría de los casos, son personas de diferentes lugares del país, en su gran mayoría del interior, quienes han recorrido el territorio nacional en busca de opciones laborales y han encontrado en los andenes de la 5ª la posibilidad de la obtención de los recursos a través del rebusque o comercio callejero. La mayoría de ellos encontraron una adelantada ocupación del espacio y sólo fue cuestión de identificar los mecanismos de acceso. En torno a este proceso se desarrolla la práctica cultural de la ocupación, pilar fundamental de la cultura del comercio callejero.

La ocupación del espacio público se encuentra articulada a los diferentes aspectos del ejercicio de la venta callejera. Como se ha señalado, depende inicialmente de la posibilidad de acceder al espacio, para lo que existen diferentes opciones, entre las que se encuentran el pago, la herencia o la simple ocupación. Ha adquirido mayores dimensiones debido a su continuidad prolongada a través de los años, lo que ha permitido su articulación a las dinámicas del centro de la ciudad. La presencia diaria de vendedores en los andenes, es algo común para los miles de transeúntes que recorren el centro de la ciudad. Ambos –recorriéndola o estando ahí- hacen parte de las dinámicas urbanas del centro de la ciudad, a partir del ejercicio de dos prácticas, de dos sujetos, que se encuentran en la comercialización, es decir, de compra y venta de productos.

En el proceso de ocupación es necesario destacar otro elemento, vinculado directamente con el sistema funcional de la actividad comercial: los pagadarios. Ellos prestan mensualmente dinero a los vendedores, para que puedan iniciar la venta o surtir nuevamente su puesto. La deuda debe ir siendo cancelada diariamente, de tal manera que al mes, se encuentre saldada. Esto se repite

durante todo el año. Se articula perfectamente al sistema del comercio callejero, debido al costo relativamente bajo que deben pagar con lo conseguido durante el día. De acuerdo a esto, con el pago se considera que la inversión ha sido cubierta y que por lo tanto, lo demás es ganancia, es decir, puede utilizarse para comer, pagar arriendos, colegios, y seguridad social. De esta manera, se van solucionando las situaciones económicas, permitiendo la continuidad al proceso de ocupación y dinámica del territorio.

La práctica de la cohesión social es otro de los pilares de la cultura del comercio callejero. Es de gran importancia en los procesos de ocupación, comercialización, simbolización y por lo tanto, para el mantenimiento del sistema del comercio callejero. Se basa en los lazos parentesco, de amistad y solidaridad, que día a día se construyen o fortalecen y que a través de los años se ha constituido en la base para el acceso al espacio, y para la permanencia cotidiana, durante el ejercicio de la actividad comercial. Se desarrolla en dos niveles: cotidiano y organizaciones. En la primera, la cohesión se relaciona con el ejercicio de vender; la segunda, con estrategias políticas de ocupar el espacio, asociadas con los organismos y representantes, que actúa como mediadores entre vendedores y instituciones estatales y políticos. Las relaciones son instrumentales, los vendedores acuden a las organizaciones para beneficios individuales: carnés, problemas con el estado etc. Las organizaciones (representantes), durante las elecciones cobran los favores.

La venta callejera es la opción que al final han encontrado estas personas para sobrevivir. Es frecuente –como se ha visto en los casos citados- que antes de llegar a ella hayan atravesado una cantidad de calamidades que han alimentado sus visiones, representaciones y opiniones que en estos momentos tienen de la calle, la ciudad y su oficio. El resultado del registro de estas visiones, muestra dos tendencias que he denominado positivas y negativas, ambas, circunstanciales, manteniendo el carácter ocasional de las actividades comerciales. No obstante, de ellas se destacan diferentes elementos, relacionados con la construcción de sentido de pertenencia por el espacio y de la figura identitaria de un nosotros construido frente a un otro que es la ciudad (transeúntes, alcaldía etc.).

Estos dos elementos se asocian con un sentido de territorio constituido bajo dos circunstancias. En primer lugar, por la ocupación histórica de los andenes y porque con estas prácticas encontraron en algún momento una solución a su problema laboral y que con el tiempo la han empezado a ver como suya, estableciendo una relación entre espacio, transeúnte, almacenes y venta. Sin embargo, el carácter ilegal e informal de sus actividades, los ubica en la incertidumbre. Es por esto que los elementos anteriores se encuentran inmersos en lo circunstancial. Los vendedores, siendo conscientes de la ilegalidad de sus productos y de la ocupación del espacio público, contradicen sus visiones positivas con opiniones en las cuales se distancian de su actividad y del espacio, de las que se deduce la negación de los elementos arriba mencionados. Sin

embargo, es de estas visiones negativas que surge la noción de un nosotros, articulado a la práctica cultural de la cohesión.

Podemos concebir el espacio público de la 5ª es dos direcciones: como lugar – movimiento (Delgado, 2002: 101) y como espacio socializado y culturizado, es decir, territorio, de acuerdo con García (1976). El primer caso se establece desde la perspectiva del ciudadano transeúnte o incluso del vendedor ambulante, quien simplemente recorre el espacio, sin darle significado suficiente como para ser considerado lugar antropológico, (Augé, 1997). No obstante, desde la noción del territorio, los juicios pueden ser diferentes a partir de los significados que se construyen a través los usos. En este capítulo vimos como los vendedores estacionarios han hecho del espacio público un lugar, a partir de la dinámica cotidiana e histórica del uso de los andenes.

## **4. REPRESENTACIONES DEL ESPACIO PÚBLICO Y LA CIUDAD**

### **4. 1 PANORAMA DEL COMERCIO CALLEJERO EN COLOMBIA**

#### **4. 1. 1 La nación**

El comercio callejero existe en la mayoría de ciudades como Nueva York, Buenos Aires, París o ciudad de México. Sin embargo, las dinámicas urbanas que en torno a ellas se generan son muy diferentes, sobre todo por las formas en que se presentan las relaciones entre vendedores, Estado u otros actores como los almacenes de cadena, restaurantes o transeúntes

Colombia no es la excepción. Grandes y pequeñas ciudades tienen sus principales vías repletas de vendedores. Como en el mundo, en el país la venta callejera se desenvuelve en contextos diferentes, en algunos casos más problemática que otros, en la mayoría de las grandes ciudades se ha implementado políticas para el espacio público y la venta callejera.

Un ejemplo claro ha sido el caso de Bogotá, en la cual se han implementado una serie de medidas para la recuperación del espacio público, sobre todo aquel que había venido siendo ocupado por parqueaderos y vendedores. Estas medidas hacen parte de políticas del distrito, iniciadas en el mandato de Antanas Mockus, durante la creación de la denominada cultura ciudadana, en la cual el espacio público ha sido un elemento importante. Los alcaldes posteriores continuaron con la lógica del proceso, llegando a desocupar andenes de importantes avenidas como la Séptima, Décima y la 19 entre otras. Cito el caso de Bogotá porque ha sido de los pocos que se ha dado de tal manera en el país y porque ha ocupado muchas páginas de diarios y revistas de circulación nacional en la cuales se ha debatido en torno a los usos del espacio público.

Para este caso, con el desalojo de vendedores, se remplazaron formas de ocupar el espacio basadas en el comercio callejero, por otros usos, por lo general de tránsito ágil de personas, transformando de esta manera el carácter público/privado del espacio y de las dinámicas de la ciudad. Para este caso, los imaginarios del miedo, como los llama Julián Arturo (1997) fueron grandes responsables de la transformación urbana.

De la revisión de la prensa nacional<sup>24</sup> se destacan dos formas de ver la situación: La opinión y la noticia. La primera, de columnistas de los diarios, y ciudadanos veedores de la ciudad, quienes en la mayoría de los casos hacen fuertes críticas acerca de la invasión del espacio público por parte de los vendedores, ellos tocan un punto central: el problema de los vendedores estacionarios, es un problema de desempleo. En el caso de una columna de opinión de Rudolf Hommes toca el tema y lo deja abierto al debate, “el problema es de desempleo no de espacio público o de dejar que la gente se rebusque” (Hommes, El Tiempo, junio 4, pag.4 2004). Corrobora esta afirmación en el mismo diario, Daniel Samper: “La economía informal y el rebusque son alarmantes pero no inspiran debates” (Febrero 14, pag. 1-27, 2010). Sin embargo, en la mayoría de los casos, el tema se deja de lado y emprenden la crítica contra los vendedores y el uso espacio público.

En segundo lugar, los diarios publican breves crónicas o historias de vida de vendedores estacionarios, describiendo historias específicas con las que se intenta plantear la otra cara de la situación con historias reales y conmovedoras de personas que desde hace años han podido sobrevivir con el oficio del rebusque. De esta manera, se presenta las dos caras de la situación, aunque la opinión crítica frecuentemente ocupa más páginas.

La prensa nacional ha concentrado su descripción de los vendedores en la ciudad de Bogotá con pocas referencias a otras ciudades. En el proceso de informar ha construido la imagen de los vendedores desde una historia doble, asociada a la ocupación del espacio público y el problema del desempleo, y desde crónicas e historias de vida en la que se describen humanamente las hazañas diarias para sobrevivir. Dos ejes de la representación de los vendedores, para el oportuno ejercicio del poder.

#### **4. 1. 2 La visión regional**

Para la región del Caribe colombiano la situación del espacio público es caótica y compleja, aunque en los últimos años se ha avanzado en el tema en dos direcciones: ampliación y recuperación. Una rápida mirada por las capitales de la región es suficiente para presentar el panorama del espacio público. En Valledupar, el aumento del espacio público ha sido notable, sobre todo en materia de zonas verdes y de amoblamiento urbano, en el cual se incluye diferentes monumentos a la música vallenata. Montería, capital del departamento Córdoba, recientemente (2007) se ha sumado a esta tendencia de recuperación y

---

<sup>24</sup> Diferentes secciones de los diarios El Tiempo y El Espectador. Esta parte del trabajo se realiza con base a la revisión de los diarios correspondiente a los años 2004 y 2005 (período de trabajo de campo), pero tiene en cuenta noticias relevantes en años posteriores.

adecuación del espacio público con la construcción de la Ronda del Sinú, en el cual el comercio informal ha sido controlado, sin embargo, en el sector del mercado está articulado claramente a las dinámicas históricas de uso y ocupación de los espacios.



Foto 16. Ronda del Sinú. Montería. Foto tomada de:  
<http://www.cordobaparaelmundo.com/monteria/la-ronda-del-sinu.html>

En Cartagena y Barranquilla se han ejercido fuertes medidas para la recuperación del espacio público en el marco de su planificación urbana. En Barranquilla ha sido parcialmente efectiva, principalmente en el sector de la calle 30, además de la adecuación del espacio público y zonas verdes de los alrededores del estadio Metropolitano y las zonas aledañas al sistema de transporte masivo Transmetro. En Cartagena ha sido intensa, pero es una batalla que aún se da. Según cuentan los cartageneros se lograron retirar muchos vendedores de la avenida Venezuela, durante el proceso de adecuación de la calle y los andenes, en el marco de las obras de TransCaribe<sup>25</sup> (sin culminar). Estos lugares estaban asociados a ventas específicas como dulces y mariscos. Es necesario aclarar que en el caso de Cartagena, en el sector del Centro Histórico la venta callejera es ambulante.

Resulta difícil afirmar que existe la prensa regional en el Caribe colombiano. Diarios como El Heraldo de Barranquilla y El Universal de Cartagena, aunque plantean una proyección regional su cobertura no es completa. La sección de El Tiempo, Caribe, hizo un esfuerzo durante los últimos años, pero el cubrimiento en torno a estos temas fue relativamente poco durante los años de la revisión. Son pocas las referencias que se hacen al tema, sobre todo las que abarcan el tema

---

<sup>25</sup> Es el sistema de transporte masivo que se planeó para Cartagena.

regional, sin concentrarse en ciudades específicas. El siguiente es un ejemplo de la manera en que se aborda el tema. El titular dice:

“La agonía del espacio público en la costa. Nuestras ciudades, grandes e intermedias, se han convertido en el blanco de la irresponsabilidad y lo antiestético”. (El Tiempo, 2003).

El artículo no hace referencia en ningún momento a los vendedores, sólo se concentra en el manejo que se le ha dado al espacio público. Sin embargo, llama la atención sus planteamientos, en cuanto a su idea de lo antiestético, ante eso cabe preguntarse acerca de la estética de las ciudades del Caribe colombiano y a la relación histórica de sus pobladores con el espacio público y la manera en que se oponen a la planificación moderna de las ciudades, principalmente bajo el imaginario turístico Caribe, que intenta incluir el exotismo local, con la planificación urbana del adoquín. En la misma página, en la parte de abajo, hay otro artículo, en este caso dedicado a Santa Marta, titulado “La tertulia del Parque Bolívar”, en él se dedica a hablar de actividades cotidianas del parque bajo un buen tono, pero al igual que el anterior artículo, omite en su descripción a los vendedores.

Como veremos a continuación eso no sucede en los diarios locales, sin embargo, si mantienen la tendencia nacional de presentar historia dobles de los vendedores: los que invaden el espacio público y los que trabajan y se rebuscan día a día para sobrevivir.

#### **4. 2 EL ESPACIO: ¿PÚBLICO O PRIVADO?**

El espacio público es un tema que cada vez va generando mayor atención en la ciudadanía y la administración pública, pasando a ser parte importante de la política pública. El espacio corresponde a un sector o área determinada, es físico, pero con continuas alusiones abstractas. Lo público es un poco más complejo de definir, pero se resalta la noción como un ámbito o instancia en la cual la participación de la gente no es restringida. Las acepciones del espacio público se asocian al gobierno: ‘como asunto suyo’, es algo que pertenece a todos pero del que ‘nadie’ puede sacar provecho. Inmediatamente tiene un referente que generalmente se ha planteado en términos duales, pero no necesariamente opuesto: lo privado. Según Monnet (1996):

“La conceptualización social de “lo privado” (la identificación de lo que es privado) no se elabora independientemente de “lo público”, y recíprocamente. Incluso, la oposición terminológica público/privado podría aparecer como ausente de ciertos idiomas, y carente de la menor pertinencia social en determinadas culturas”. (Monnet, 1996: 11)

Lo anterior, como lo señala posteriormente su autor no es una situación de occidente. En nuestro caso, estas dualidades asocian a lo privado con lo individual y lo público con lo colectivo, incluso, reproduce la concepción griega en la que opone lo político y lo económico. Para este caso, el primero, con lo público y el segundo con lo privado:

“Cuando consideramos una calle como espacio público, es por referencia al hecho de que su manejo y cuidado es de la responsabilidad de la “colectividad” (jurídicamente, los poderes “públicos”). Desde este punto de vista, una plaza comercial es indudablemente un espacio privado. Pero, podemos ver que no basta con estas caracterizaciones para dar cabal cuenta de la realidad social, de la manera colectiva y/o individual de vivir lo público/privado. No cabe duda de que existe una definición práctica, inscrita en los comportamientos y las representaciones colectivas, de que la frecuentación, que es una forma de apropiación, da un carácter privado o público al espacio, independientemente de su estatuto jurídico”. (Monnet, 1996: 11).

La propuesta de Monnet consiste en

“Considerar lo público/privado, no como coincidente con lo político/económico, sino como materialización de lo compartido/reservado, o de lo social/íntimo. Según este punto de vista se podría considerar la ciudad como una concretización de lo público: no como mera casualidad de un espacio abierto a cualquier paseante, como suele ocurrir en el campo o en el monte, sino como manifestación del orden social, de una voluntad/manera de vivir juntos. Se trata de entender el espacio público como un instrumento/producto del intercambio fundador del vínculo social. Por consiguiente, se necesita considerar la definición del derecho de acceso a espacios públicos o privados como el resultado de diversos modos de regulación de todos los intereses en juego” (1996).

Lo anterior va en contravía con las formas en que socialmente se viene reproduciendo la idea de espacio público, sin embargo, esta mirada es de gran utilidad, en el sentido que permite comprender la doble relación establecida entre espacio público y comercio callejero, es decir, cómo se inserta el comercio callejero en las dinámicas de lo público y, por otro lado, de qué manera el espacio permite al comercio ser el motor principal de las dinámicas urbanas del centro de la ciudad.

Estas dinámicas reflejan la situación de la ciudad y el país, los conflictos entre el Estado, los vendedores y transeúntes hacen parte de ellas, las cuales se

desarrollan en la tensión entre el carácter público/privado del espacio, tensión necesaria para la vida social, debido a que, de acuerdo con Monnet (1996) es difícil la existencia de esta vida social completamente pública o completamente privada. Bajo este orden de ideas podemos encontrar que se desarrollen procesos de privatización, (privatizar lo público) y publicización<sup>26</sup> (Monnet, 1996) o publicación (Arturo, 1998) (hacer público lo privado).

En el centro de la ciudad de Santa Marta, además de plazas y parques, el espacio público para estar, se extiende a andenes, callejones o la entrada de sitios altamente visitados. Entre los primeros son de gran importancia El Parque Simón Bolívar, La Plaza de la Catedral, El Parque de Los Novios, El Camellón entre otros. En segundo lugar, se destacan El Callejón del Correo y los andenes de calles bastante transitadas como la 5ª. En cada uno de ellos confluyen diferentes personas que llegan al centro de la ciudad por diferentes motivos y que son los que en su gran mayoría hacen uso de los pocos espacios públicos de la ciudad.

En los últimos años, con la apertura de grandes centros comerciales como el Buenavista y Ocean Mall, las dinámicas asociadas a los espacios públicos han cambiado. En primer lugar se descentralizaron, extendiéndose a sectores apartados del centro de la ciudad como Mamatoco y Bavaria y en segundo lugar se diseñaron a partir de las dinámicas asociadas al comercio formal con las características de las grandes ciudades, en las que estos centros reúnen una variedad de atracciones (almacenes, cines, restaurantes, heladerías etc.) y empiezan a marcar nuevas dinámicas urbanas. No obstante, lo que produjo en este caso estos nuevos espacios, movilizó a los estratos altos de la ciudad, para quienes anteriormente los espacios eran reducidos<sup>27</sup>. Habría que entrar a mirar cómo desde estos lugares se están generando nuevas dinámicas de lo público en la ciudad de Santa Marta.

Lo anterior no ha alterado drásticamente las dinámicas urbanas del centro de la ciudad, tampoco las relaciones entre espacio público y comercio que se desarrollan en la cra 5ª de Santa Marta. Para este caso, se dan de manera inversa a la de los centros comerciales, en las cuales lo privado se convierte en público. En el caso de la carrera 5ª lo público (andenes y calles) adquiere cierto carácter privado/intimo a partir del proceso de la ocupación, sin embargo, es el carácter público que le permite estar ahí y hacer uso del espacio así como el transeúnte que se moviliza. En ese sentido la comercialización, que es la actividad en la que establecen relación vendedor y transeúnte entra a ser parte de encuentro de lo

---

<sup>26</sup> Un ejemplo de esto es el proceso que se da con los centros comerciales, cuando un espacio privado se convierte en público a partir del libre acceso, con motivos comerciales, pero sin la obligación de comprar.

<sup>27</sup> Esto no quiere decir que los otros estratos no lo frecuenten. No obstante es visible el sector que acude a estos lugares.

social/intimo que según Monnet (1996) es el motor del vínculo social y por lo tanto de las dinámicas urbanas de la ciudad.

Actualmente, en la ciudad de Santa Marta todos los procesos de orden social y cultural se encuentran atravesados por el turismo, debido a esto el discurso oficial de la ciudad, construido por el Estado y la empresa privada gira en torno a la explotación turística. Para esta actividad, es de gran importancia la belleza y estética de los principales destinos turísticos de la ciudad, constituidos por lugares históricos y de gran belleza natural como los parques naturales y playas. Bajo esta idea, se ha fraguado el proyecto de la recuperación del centro histórico, como ya ha sucedido en otras ciudades de Colombia y el mundo, pero en este caso impulsado más por la necesidad de explotación turística que por la conservación del patrimonio histórico y arquitectónico.

#### **4. 3 REPRESENTACIONES DEL ESPACIO PÚBLICO Y VENDEDORES ESTACIONARIOS**

A partir de la idea de la explotación turística de la ciudad, se intensificó el problema del comercio callejero y con él se empezó a problematizar el espacio público. En ese proceso, la venta ambulante se ha convertido en un obstáculo y se ha desarrollado al margen de la imagen turística a manera de polos opuestos y de realidad y ficción, de lo que está o de lo que se es y de lo que se pretende creer que es.

Un ejemplo es clave para ilustrar lo anterior. En el año 2004, durante la segunda semana de enero se puso en circulación al público el Directorio Telefónico de Santa Marta y el Magdalena 2003 – 2004. La portada la compone una imagen del camellón de la bahía de Santa Marta, con ilustraciones rojas, que junto al azul del mar y el cielo del fondo rinden tributo a los colores del Magdalena. Los elementos que componen la imagen son los siguientes. En primer plano un vendedor de raspao junto a un poste para el alumbrado público, en segundo plano carpas, niños jugando en la arena y al fondo, el mar y el promontorio solitario ubicado al lado de punta de Betín.

Durante los días siguientes de circulación en público, los diarios de la ciudad por primera vez hicieron duras críticas contra la empresa de teléfonos encargada de la preparación del directorio. Duraron alrededor de una semana y denunciaban indignados la situación. Una de las notas fue sintetizada de la siguiente manera en su primera página por el Hoy Diario del Magdalena, en la nota titulada: ¡NO HAY DERECHO! Debajo de la imagen de la portada del directorio, impresa a todo color dice:

**“DISTINTOS ESTAMENTOS** de la comunidad, pero principalmente la industria turística de la región, mostraron su indignación por la última portada del directorio telefónico de la ciudad contratado por Telesantamarta con la empresa Publicar S.A. No es lógico ni sensato que una ciudad con tantas bellezas naturales, con excepcionales lugares históricos y un preciado legado cultural, merezca que la portada de su Directorio Telefónico sea la venta de un carro de raspao. A diferencia de otras ciudades que utilizan dicha guía para promocionar sus bondades, la nuestra, presenta la cultura de la informalidad y no propiamente algo de lo que nos podamos sentir orgullosos. Desafortunadamente en esta ocasión la empresa que explota el monopolio del Directorio Telefónico se equivocó y de qué manera.” (Hoy Diario del Magdalena, 2004: 1)

En la nota, como se puede observar al inicio, el diario habla en nombre de la ‘comunidad’ y reproduce uno de los elementos que han constituido la base de las representaciones en torno a los vendedores ambulantes y el comercio informal. En este caso, se expresa una actitud común de la prensa frente al comercio informal, aunque, como veremos adelante, su posición es un tanto ambigua. En este caso, el diario censura la presencia del comercio informal en las representaciones de la ciudad, en este caso incluida por la empresa de teléfonos, este hecho es condenado por la prensa local en la que expresan su indignación por la visibilización del comercio informal.

La presencia de la venta informal en la portada del directorio telefónico, es un acto sin reversa –por lo menos en un año, mientras cambian el directorio-; esto constituyó un acto de inclusión en las representaciones oficiales de la ciudad. Era imposible desde entonces que las acciones de los diarios logran invisibilizarlo –sobre todo si cada día escribieran al respecto-, sin embargo, contribuyeron a que la balanza de las representaciones se inclinara sobre lo negativo. Esto se dio inicialmente a través de las críticas a la edición del directorio que he mostrado, no obstante, las alusiones noticiosas en torno a los vendedores aumentaron durante las fechas, sobre todo las críticas.

El 18 de enero del 2004, el mismo día de la nota citada arriba, el periódico Hoy Diario del Magdalena incluyó una noticia relacionada con el espacio público en la ciudad y la venta callejera. El artículo aparecía en primera página con foto a color, el título y comentarios de tres líneas y se extendía en toda la página 7<sup>a</sup> (Hoy Diario del Magdalena, 2004: 1). El título dice: “se perdió el espacio público. Las fritangas en la plaza de la catedral” y los comentarios dicen:

**“LOS PUESTOS DE VENTA DE COMIDAS<sup>28</sup>** que se han establecido en horas nocturnas en la Catedral serán retirados por la Alcaldía. La presencia de esas ventas, además de darle una mal aspecto al lugar histórico, ocupa todo el espacio público y afea el sector” (Hoy Diario del Magdalena, 18 de enero, 2004: 1).

La nota incluye los dos elementos que he venido tratando: espacio público y venta callejera. El manejo que le dan los diarios a estos temas se articulan a los procesos de producción de sentido o representaciones<sup>29</sup> generados en torno a los vendedores y el espacio público. Lo público –en el discurso manejado por los diarios- no es definido ni se expone una noción clara de lo que debería ser, sin embargo, concentra el problema en dos actores: vendedores y Estado. Según la cita anterior son responsables del estado actual del espacio público, concebido desde lo estético.

Dos diarios de la ciudad advierten el problema de lo público:

“El espacio público de la ciudad está hoy perdido. Se encuentra en poder de los particulares. Las ventas ambulantes y estacionarias se han tomado las calles y avenidas de la ciudad. Y todo ello porque hace falta autoridad. Ante la ausencia de autoridad, cada quien hace lo que le viene en gana” (Hoy Diario del Magdalena, 18 de enero, 2004: 7A).

Con el título Espacio Público, Todo un Negocio, el Diario El informador presenta las opiniones con respecto al hecho:

“Este (el espacio público) se ha convertido en uno de los (negocios) más lucrativos del Distrito. Y esto es consecuencia de la permisividad y la tolerancia por parte de las autoridades, afirman comerciantes” (25 de octubre, 2004: 5B).

Espacio público y venta callejera en el centro de la ciudad son dos temas inseparables, de acuerdo a las representaciones de los diarios, las cuales generalmente, presentan la presencia de los vendedores en el espacio público como un elemento negativo, con constantes alusiones despectivas. Igual que en el caso nacional y regional, consideran que es un problema estructural de la sociedad, pero no se tiene en cuenta para la reflexión general.

---

<sup>28</sup> Mayúsculas y negritas de los originales.

<sup>29</sup> Hago referencia a los planteamientos de Hall acerca de la representación el dice que “la representación es la producción de sentido a través del lenguaje. [...] el sentido es producido por la práctica, por el ‘trabajo’, de la representación. Es construido mediante la significación –es decir, por las prácticas que producen sentido”. (Hall, 1997).

“Nadie niega ni desconoce que se trata de un grave problema social, que ante la falta de empleo, la gente se aprovecha de la situación, coge cuatro butacas, un anafe, una nevera de icopor y monta un “restaurante” en plena vía pública. Eso no debe ser. Propiciar soluciones de tal índole, es sencillamente, violentar el derecho colectivo que nos asiste a todos por igual de contar con el espacio público” (Hoy Diario del Magdalena, 18 de enero, 2004: 7A).

Las líneas finales son una muestra de lo confuso del significado que de lo público se presenta en los diarios. Sin embargo, se podría advertir cierta exclusión en las nociones que se exponen de todos y lo colectivo. ¿Quiénes son todos? Esto indica que los vendedores son construidos como los otros, generalmente quienes amenazan el carácter público del espacio. En el mismo texto se incluye entre los actores responsables, sujetos anónimos, señalados únicamente como *avivatos*.

“Para nadie es un secreto<sup>30</sup>, que a la Avenida Campo Serrano se la han apropiado unos “avivatos” que arriendan el espacio público como si se tratara de una propiedad particular. Los andenes de las carreras y las esquinas de las calles son entregadas al mejor postor a cambio de una paga diaria” (Hoy Diario del Magdalena, 18 de enero, 2004: 7A).

El texto denuncia una doble explotación del espacio público, vinculando dos sujetos: quien lo alquila y quien ejerce las prácticas comerciales. Asocia a un tercero: dirigentes locales:

“Pero además, otro factor también ha sido determinante para que la ciudad hoy esté como está. La politiquería ha puesto igualmente su cuota para vivir como nos encontramos. Es sabido por todos<sup>31</sup>, que los concejales ejercen presiones de todo tipo ante el alcalde de turno para conseguir los permisos de las ventas ambulantes y estacionarias. Es más, para nadie es un secreto que en un pasado reciente un concejal se ufanaba de ser el amo y señor de esos permisos. Inclusive que mandaba por encima del alcalde y era el que ordenaba la expedición de nuevos y renovación de otros permisos. Y por cada documento de embolsillaba millones de pesos.” (Hoy Diario del Magdalena, 18 de enero, 2004: 7A).

---

<sup>30</sup> En el imaginario que muchos tiene de la ciudad, existe la idea que en Santa Marta todo se sabe. Esto lo podemos encontrar en un artículo de Gabriel García Márquez, dedicado a la desaparición de Bateman Cayón, publicado por la revista Semana (Semana, 2001).

<sup>31</sup> Insiste en los aspectos de la nota anterior.

Las continuas alusiones del texto al conocimiento común de los hechos comentados (como es sabido por todos, para nadie es un secreto), se presentan como elemento para que fortalecer sus argumentos, sin embargo, lo que se reproduce en el texto son prácticas discursivas que no han alcanzado un nivel aceptado en las representaciones, un discurso no formalizado, (en el nivel del rumor) aunque incorpora signos clave de estas, asociados con lo político.

En el capítulo anterior he descrito las relaciones entre vendedores y representantes del Estado, realizando cierto énfasis en la manera en que los vendedores actúan. Este tema, los diarios lo ilustran desde dos miradas. Siguiendo con el texto anterior dice:

“Los permisos de las ventas ambulantes se emplean de dos maneras: Uno, pagando una alta suma de dinero por el carnet, y otra, entregando una alta cuota de apoyo político para quien la consigue. Y también hay una más, la del pago diario, que no es nada distinto a aquella en la cual el vendedor le paga a uno de los “dueños” de la Quinta por el arreglo que él previamente ha adquirido y viene explotando” (Hoy Diario del Magdalena, 18 de enero, 2004: 7a).

Estas descripciones no precisan a quién le pagan los vendedores y si el pago de los carnets es ilegal o no<sup>32</sup>. Sin embargo, se asocia el pago diario con la cancelación del alquiler del espacio<sup>33</sup>. La participación política de los vendedores se presenta desde una doble mirada. Una la que se plantea en la cita anterior y en segundo lugar, como la acción normal del proceso democrático, por ejemplo, durante la campaña para elección de representantes del 2004 -2007, El Informador publicó un artículo titulado “Vendedores de la 5ª adhirieron a Chico, Margarita y Romualdo (El Informador, 23 de septiembre del 2003: 7A). Casos similares sucedieron con el candidato a la gobernación Domingo “Chelo” Dávila (ver anexo 6).

Uno de los hechos que puso como centro el tema del espacio público y los vendedores estacionarios y que generó polémica en la ciudad fue la propuesta del concejal Edgar Santos Romero. A mediados del mes de mayo del 2004, durante el análisis que se hizo en el consejo al Plan de Ordenamiento Territorial del Distrito para el periodo 2004 – 2007, el concejal Santos propuso “entregar la Avenida Campo Serrano a los vendedores ambulantes, quienes por más de 40

---

<sup>32</sup> El viernes 25 de junio del 2004, el diario El Informador publicó datos en los cuales se señala que 605 de los 1068 vendedores pagan tributos al Distrito. El pago se debe realizar por concepto de ocupación del espacio público (p 3A).

<sup>33</sup> Las denuncias realizadas en los diarios carecen de pruebas claras y se basan en rumores. De acuerdo con la observación y entrevistas realizadas estos pagos existen pero obedecen a circunstancias descritas en el capítulo III.

años han desarrollado esa actividad en ese lugar” (El Informador, 15 de mayo del 2004: 3A; Hoy Diario del Magdalena, 15 de mayo del 2004: 7A).

El debate se planteó inicialmente en el concejo, pero los diarios la extendieron a la ciudadanía a partir de sus interpretaciones. Los diarios publicaron la posición de otros concejales quienes calificaron la propuesta como “fuera de contexto, insólita e ilógica” y por su parte los representantes del gobierno como “antijurídica y populista”<sup>34</sup> (El Informador, 15 de mayo del 2004: 3A; Hoy Diario del Magdalena, 15 y 17 de mayo del 2004: 7A).

En cuanto al contenido del debate, los diarios registraron lo siguiente. El concejal planteaba que: “A una persona que habite por más de 20 años en un inmueble en ciertas condiciones, hay que entregárselas. Esto merece un estudio serio, porque a la competencia no se debate con represión, indicó Santos Romero (...) sostuvo que lo que propuso no es nada ilógico, y que esto lo contempla el código civil” (Hoy Diario del Magdalena, 15 de mayo de 2004: 7A). Además señaló:

“El tema de los vendedores ambulantes no se combate todos los días llamando al Comandante se Policía y pedirles que los retire, se combate con darles un espacio libre para que la gente se desarrolle en la ciudad y ellos mismos se van a escudar en la medida que el negocio no les sea rentable. Ahí vemos muchos casos en Argentina, Chile; en Bogotá se encuentran calles que se les han entregado, y en Barranquilla,” (palabras del concejal Edgar Santos, publicadas en: Hoy Diario del Magdalena, 15 de mayo, 2004 y El Informador, 15 de mayo, 2004). FOTO DE LA PRENSA

Según los diarios la propuesta del concejal fue rechazada por sus homólogos. Entre ellos Luís Miguel Gómez Cotes, quien ante la propuesta y afirmaciones dijo que conocía las diferentes jurisprudencias que ha habido respecto al tema y sostuvo: “En Bogotá ese problemita costó más de 83 mil millones de pesos y nosotros tenemos que mirar, me asusta eso sí, que usted nos diga a partir de la fecha podamos decir que los bienes públicos son prescriptibles, por eso no se puede” (palabras del concejal Luís Miguel Gómez, publicadas en: Hoy Diario del Magdalena, 15 de mayo, 2004: 7A y El Informador, 15 de mayo, 2004: 3A).

Según el concejal Gómez, la situación merece una mirada más detallada y una política del distrito, que hagan una investigación sociológica de las familias y comprueben que no son víctimas del testaferrato, sino que ejerzan la actividad por la necesidad que tienen de llevar el pan a casa, además, que la ciudad enfrenta un

---

<sup>34</sup> El secretario de gobierno Alex Velásquez Alzamora (Hoy Diario del Magdalena, 17 de mayo del 2004).

gran problema de estructura vial y espacio público (Hoy Diario del Magdalena, 15 de mayo, 2004: 7ª)

“Nosotros aquí no tenemos avenida, nosotros tenemos es que recuperar el espacio público, porque el derecho que tiene el vendedor al trabajo, también lo tiene el otro a la libre locomoción. Es un derecho que también está contemplado en la Constitución, nosotros lo que tenemos es que construir una ciudad en la que quepamos todos, sin tropezarnos los unos a los otros...” (Hoy Diario del Magdalena, 15 de mayo, 2004: 7A).

En la edición del 18 de mayo de 2004 el Hoy Diario del Magdalena presenta un artículo que resume la polémica e incluye la opinión de 25 personas, ninguno de ellos presentado como vendedor. Las opiniones, como el diario señala, estuvieron divididas entre los que comparten la propuesta y los que la rechazan. La mayoría de las opiniones expresan estar de acuerdo, una minoría dice que no y otros son ambiguos: dicen que no deberían ocupar el espacio público pero reconocen que es su única fuente de sustento, algunos de estos opinan que deben reubicarlos.

La apertura que da el diario a la opinión de los vendedores permite inferir una serie de aspectos en torno a las representaciones que los ciudadanos transeúntes tienen del espacio público y los vendedores ambulantes, los cuales serán presentados párrafos abajo.

Las representaciones que construyen los diarios de la ciudad en torno al espacio público y el comercio callejero son dispersas, ambiguas y polifónicas<sup>35</sup>. Lo público, aunque inmerso en diferentes opiniones de los redactores, se asocia con la idea de calles y andenes libres para el flujo de personas, con condiciones estéticas apropiadas y al cual el Estado debe cuidar. En el proceso de defensa de lo que ellos consideran público, construyen a los vendedores ambulantes desde una mirada despectiva y los señalan como los principales responsables de la amenaza de lo público. Como lo expresan las opiniones de ciudadanos referenciados por ellos mismos, las calificaciones peyorativas hacen parte de la minoría, pero a lo largo de las publicaciones aparecen en mayor cantidad.

Este proceso de subjetivación plantea un ejercicio del poder desigual sobre los vendedores, son señalados como responsables de que el espacio público no cumpla los parámetros estéticos de una ciudad imaginada. Con relación

---

<sup>35</sup> Ver en la bibliografía la lista de los diarios revisados que en el 2004 y 2005 contienen artículos en torno al espacio público y comercio callejero. El Diario de la Costa circuló durante poco tiempo, las representaciones de los vendedores fueron siempre negativas y planteadas desde opiniones personales.

al espacio, las representaciones giran en torno al caos y el desorden, señalando a los vendedores y al Estado como los responsables, considerando prácticas ilegales a sus actividades diarias y de representación frente a las autoridades.

#### **4.3.1 Samarios y transeúntes**

Con el título los samarios opinan, el periódico Hoy Diario del Magdalena, presenta diferentes opiniones de las relaciones y usos que los transeúntes y samarios tienen con el comercio informal. A la pregunta ¿adquieren o no productos piratas? La mayoría de las personas contestó que no por diversas razones, entre las que se destacan la ética, durabilidad y calidad del producto. La minoría dijo si, por economía y cantidad. Sin embargo, el diario tituló el artículo “compramos productos ‘piratas’ por economía” (23 de octubre, 2004: 7B). Estas opiniones hacen parte de las representaciones que de los vendedores se construyen en la ciudad por parte de los transeúntes, además de que debido a su aparición en los diarios se presentan como las más oportunas y comunes.

Las opiniones publicadas relacionadas con el debate señalado renglones arriba, ofrecen más elementos para el análisis de las representaciones del espacio público y vendedores ambulantes y estacionarios. En este caso, las opiniones que expresan su acuerdo con la situación asocian a los vendedores con personas necesitadas de trabajo y que están ahí para conseguir para el sustento. Ellos no hacen alusión al espacio. Los que opinan sobre el espacio, asocian lo público con lo vacío y libre, dicen que es importante, pero consideran que los vendedores necesitan trabajar y por lo tanto ser reubicados o dejados ahí.

Las relaciones sociales desarrolladas entre vendedores estacionarios y transeúntes hacen parte de las dinámicas urbanas del centro de la ciudad. Algunas personas que la transitan expresan su inconformidad por la permanencia de los vendedores en el lugar, otros lo aceptan y justifican su ocupación ante la ausencia de fuentes de empleo. Sin embargo, la mayoría de las personas que transitan por los andenes, expresan su interés por los artículos comercializados. Algunos pasan indiferentes, otros sólo los miran, preguntar por su valor o los compran. Algunos transeúntes dicen que caminan por la 5ª porque se distraen mirando lo que venden, porque de pronto pueden encontrar algo que necesiten<sup>36</sup>.

La relación entre transeúntes y vendedores es altamente activa. Se establece a partir del acto comercial, es decir del interés de la persona que camina por algún

---

<sup>36</sup> En el capítulo II se mencionó el hecho que por las vías paralelas a la 5ª (4ª y 6ª) circulan personas en menor proporción. En el seguimiento a los recorridos de las personas observé que la mayoría buscaban la 5ª para recorrer el centro de la ciudad (generalmente entre las calles 14 y 22).

artículo y de la necesidad del vendedor de que le compren sus productos. Es la base de la actividad comercial y el acto principal para el ejercicio de un conjunto de prácticas que he intentado describir a lo largo de este texto. La permanencia de los vendedores en el lugar es la prueba de que las relaciones existen y que por lo tanto, a través del tiempo han constituido la base del vínculo social y uno de los motores de las dinámicas urbanas del centro de la ciudad. La reflexión es obvia si no venden para qué estar ahí.

#### **4.3.2 Gobierno local**

Las políticas locales implementadas en torno a la reglamentación del espacio público ha variado de acuerdo al mandatario de turno. Generalmente han girado en torno a la recuperación, adecuación y reglamentación del espacio público, aunque en los últimos años se ha planificado e iniciado pequeñas obras de ampliación, sobre todo en el marco del plan centro. Entre estos espacios las zonas verdes han merecido poca atención, debido quizás a la Sierra Nevada y a la variedad de playas que hay en la ciudad. El problema del espacio público del centro de la ciudad se ha concentrado en el tema del comercio informal.

Durante la realización del trabajo de campo<sup>37</sup>, la relación entre gobierno local y vendedores estacionarios fue ambigua. Por un lado, la Secretaría de Planeación adelantaba un proceso de organización de la venta callejera a partir de la definición de normas, carnetización y capacitaciones, y por otro, la Secretaría de Gobierno en conjunto con la policía adelantaba operativos de desalojo y decomiso de mercancía, sin tener en cuenta los acuerdos establecidos con la alcaldía por intermedio de la Secretaría de Planeación, entre ellos, los carnets que autorizaban la presencia en el lugar<sup>38</sup>.

El comercio informal y espacio público son temas siempre presentes en las políticas del Distrito. Durante el gobierno del alcalde José Francisco (Chico) Zúñiga Riascos (2004 - 2008) varias veces se anunció la reubicación de vendedores en diferentes centros comerciales. Algunos se hicieron efectivos, pero en pocos meses los vendedores retornaron a sus puestos en la calle porque las ventas no eran suficientes para pagar el alquiler de los lugares asignados. Las acciones del gobierno local incluían capacitaciones, reuniones para concertar con

---

<sup>37</sup> Se hace referencia al año 2004 – 2005. Algunos datos y hechos posteriores fueron incluidos para actualizar los datos, sin embargo, lo que quiero resaltar es que las descripciones que siguen a continuación se centran en ese tiempo, durante el gobierno del alcalde José Francisco (Chico) Zúñiga Riascos.

<sup>38</sup> Este problema es complejo y amerita en seguimiento caso por caso. Los representantes del gobierno local sostienen que los operativos son dirigidos a vendedores no autorizados (sin carné), sin embargo, los vendedores dicen que a personas con carnet les fue decomisada la mercancía.

vendedores y jornadas de desalojo y decomiso de mercancías ilegales o productos piratas (principalmente música y películas).

A continuación se citan apartes del diario de campo realizado para este trabajo, en el cual se describen el ambiente de la reunión entre los vendedores y representantes del gobierno local, quienes asisten para concertar medidas al problema del espacio público. Por los primeros asistieron vendedores y los representantes de las diferentes organizaciones, por los segundos, el Secretario de Gobierno, delegados, asesores y el Comandante de la Policía con sus respectivos colaboradores. Considero que fue un espacio propicio para describir y entender la relación entre el gobierno y los vendedores, sobre todo porque se expresan diferentes problemas a los que los vendedores responden.

“A las 5: 00 p.m llego al puesto de Virginia, la modista que trabaja en la 5ª con 22 debajo del puente de la araña. Ella me dice que la reunión es después de 6:30 de la tarde, luego que hayamos recogido y guardado los negocios. Me pregunta que si quiero ir. Que sí, inmediatamente contesto. Virginia me dice para esta época la DIAN y la policía empiezan a joder, eso es todos los años. Ya decomisaron mercancía en Sanandresito ayer. Guardamos sus cajas en el depósito de siempre y llegamos a la calle 21 entre carreras 3ª y 4ª, como a las 7 de la noche. En el andén hay como treinta personas sentadas esperando que abran la puerta de una gran edificación con una gran puerta de madera y su aviso en dorado: SOPENTERMA, (Sociedad de Pensionados del Terminal Marítimo) Sigue llegando gente. Abren las puertas como a las 7: 30. El salón tiene una especie de antesala donde está de pié Carlos Jaramillo saludando a los recién llegados.

El salón es amplio, como para 500 personas. Está pintado todo de blanco, con aire acondicionado y grandes abanicos de pie y de techo. A la izquierda del gran salón hay un escaparate de madera gigante y encima de él unas cajas de cartón en un gran desorden. Las sillas blancas están apiladas y los que llegamos tomamos cada uno una y tomamos posesión. Yo llevo la libreta de anotaciones. Me siento con Virginia en la cuarta fila. Previa a la llegada a Sopenterma, Virginia y yo hemos hecho un recorrido por la Quinta en busca de casetes baratos. Los compro en Variedades la 5ª, el hiperalmacén de baratijas y chucherías ubicado en la 5ª con 16.

Hay un escenario de 10 metros de fondo por 20 de largo donde se instala una gran mesa, equipo de sonido, un televisor de pantalla gigante. En la mesa están sentados el capitán de la policía comunitaria, Luis Díaz; el secretario del interior distrital, Alex Velásquez, el cabo Pedro Torres, Miguel Duarte, de la cooperativa multiactiva de los asociados de la 5ª. Carlos Jaramillo, presidente de la Asociación de Vendedores Estacionarios del Magdalena y Juan Ballesteros, presidente del Sindicato de Vendedores de la

5ª. Este último no se sentó en la mesa principal del escenario. Permaneció de pié donde estábamos los demás sentados.

Los temas que se trataron: La implementación de zonas seguras con jóvenes policías en bicicleta para hacer frente común para la prevención del delito contra los ladrones que llegan de todas partes y eso es responsabilidad de la policía. Se propuso una brigada de aseo para el domingo 28 de noviembre similar a la que se hace en El Rodadero y en la Playa [bahía del centro]. Todos los estacionarios y vendedores deben colaborar. Se exigirán los carnés a los vendedores que no tienen permiso, todos deben portar su carné en el pecho. La policía debe comprometerse con la seguridad del sector. A las 8 de la noche la avenida queda sola y no hay quien vigile a los almacenes. Los robos son frecuentes y con ventosas, a pesar de las cortinas de hierro y las rejas que todos tienen. Los vendedores deben apoyar la seguridad, denunciando al CAI que está en el andén de la Catedral, deben respetar los puestos, no tirar basuras a las calles, la policía dice que si un vendedor no tiene el permiso, lo tratan de retirar y los demás les caen para que lo dejen vender. Así no se puede mantener el orden. Que la policía está para conciliar y para apoyar, a los sospechosos hay que denunciarlos y no apoyarlos. Cuando la policía sorprende a uno robando, los demás vendedores exigen que los suelten. Así no se puede.

El secretario del interior, Alex Velásquez, dice que la alcaldía no tiene la intención de retirarlos del espacio público. Lo que se exige de ellos que tengan el espacio público limpio, que el artículo 224 reglamenta que los puestos del vendedor estacionario en la economía informal del centro histórico deben ser de 1 metro con 20 centímetros de largo por 90 de ancho. Informa que los operativos de seguridad se han disminuido por falta de personal pero se van a volver a implementar con la policía, con ella ganamos todos, debemos ser buenos vecinos, la Quinta está sucia, entre todos debemos mantenerla limpia. Los vendedores que trabajen sin permiso no deben aceptarse. El principio de autoridad hay que respetarlo. Al respecto un vendedor señala: “los dueños de los almacenes sacan sus basuras y las ponen en las calles”. Eso crea un desorden y suciedad. Nosotros barremos y mantenemos limpio, pero pasa el peatón y tira el vasito de cartón, o de jugo al suelo. Como no hay canecas, todo al suelo. Los establecimientos deben mantener sus frentes limpios y manejar sus basuras. El señor Jaramillo: nosotros estamos amparados por principios jurídicos que dependen de la secretaría del interior. Exigimos que no se atente contra nosotros, tenemos aquí lazos de amistad y de parentesco que hay que respetar.

Los vendedores deben portar un nuevo carné por 4 meses, el que no, tendrá una multa y quedan por fuera. La carnetización debe hacerse donde el señor Acuña, allí se tomarán las fotos de los vendedores.

Duarte denuncia: “Del Ley sale agua hacia la calle, así como de otros almacenes. El rebusque en la acera del Ley es prohibido, a todos los vendedores los retiran de allí. Ellos también tienen derecho a un espacio para vender. Por el contrario, a los vendedores que antes estaban en la acera los quitaron de allí y los reubicaron. Es necesario que nos uniformemos con un chaleco. Para mayor seguridad de la calle pido que la policía comunitaria haga vigilancia calle por calle; en la Quinta no hay canecas. Por eso la gente tira las basuras al suelo. Dígale al alcalde, (dirigiéndose al secretario del interior), que nos dejen trabajar, que hay que sacar la 5ª adelante”.

El Cabo Torres: “Atendiendo a la solicitud de la inseguridad en la 5ª se organizó una requisa y se encontró celulares sin papeles, cédulas empeñadas; tres vendedores de aguacate que vienen de Ciénaga, 5 vendedores de llamadas y accesorios para celulares sin permisos. Cuando los sacamos de la 5ª, los demás vendedores le caen encima a los auxiliares y los amenazan de muerte. Es un problema sacar a un vendedor sin permiso de la Quinta. Deberían circular por las otras vías, por la 6ª o por la 4ª, no, todos se vienen para acá y que no manden padrinos cuando los detenemos. Sucedió lo siguiente hace unos días: Unos sujetos, 7, robaron una gran cantidad de oro golfi en un almacén. Un grupo de estacionarios les guardó la mercancía. Nosotros nos enteramos que quién fue y lo que hicieron fue insultarnos y decirnos que no seamos sapos, a la policía nos la tienen montada.

Otra cosa que está prohibida son los juegos en el espacio público. Se decomisa a cada rato juegos de macana, 10 o 15 la semana pasada, Dominó en la 5ª con 21 y cartas. Otra cosa que está reglamentada son las sillas. Debe ser una. Hay puestos que tienen hasta 7 para 7 señoras. Parece que hicieran visita o recibieran a toda la familia allí. A un ciudadano le llevaron la bicicleta y nadie dijo nada, se la robaron en las narices de un poco de gente. Como es posible que haya 5 puestos de venta unidos y el dueño nunca está. También se presentan riñas en la 5ª. La policía no tiene el apoyo de ustedes, de nadie. En la 5ª. hacen carrusel: El mismo carné le cambian la foto y ponen otro nombre, los clonan Hemos encontrado drogas: marihuana y coca. Los patrulleros caminan y hacen ronda calle por calle. Cuando la autoridad coge preso a alguien, la gente de la 5ª se cabrean<sup>39</sup>. Si se les permite abusan, si se les sanciona se cabrean”.

---

<sup>39</sup> En el argot popular significa molestia, disgusto.

Habla el señor Ballesteros, ha sido líder sindical de los vendedores por más de 30 años en la calle 13, en Sanandresito y en la playa. Es abogado de la oficina del trabajo. Comenzó como vendedor callejero y sindicalista. Es recibido con un gran aplauso. Propone que los vendedores tengan un chaleco que los identifique, que los vendedores participen en agarrar a los ladrones, que la 5ª no es un camino real para raimundo y todo el mundo, propone uniformarse con los colores de la bandera de Santa Marta: Azul y blanco. Los muebles de los vendedores, pintarlos también con esos colores. Los vendedores de la 5ª deberían dar ejemplo porque aquí hay profesionales que ha coronado sus carreras universitarias así como sus hijos (aplausos). Continúa Ballesteros: El problema de la DIAN, no hay porque la mayoría de la se compra en Colombia a mayoristas en talabartería, ropa hecha en talleres familiares. También hay mercancía en su mayoría ilegal. La proporción es 5% nacional y 95% vienen de Maicao. Estos vendedores se van con un millón de pesos. De eso hay que cuadrar a la policía para que los deje pasar: 39% que el Estado pide por legalizarla y cincuenta mil de cuadre. La DIAN califica la mercancía por \$9.000 la unidad. Hay que hacer largas colas en los bancos en Maicao para legalizarla (traer la factura) porque hay que tener factura de todo para que no le decomisen a uno la mercancía. Nosotros tenemos que expedir recibos. Las medidas que aquí se tomen, que se cumplan. Hay que informarle a la prensa de lo que se ha dicho aquí. Hay que capacitarnos con un proyecto liderado con el Sena mediante un seminario para el sector informal sobre valores, justicia, solidaridad, respeto y responsabilidad

Duarte: En Bogotá la DIAN les cae a los vendedores estacionarios en vez de caerles a los grandes contribuyentes que aportan para las campañas políticas. Arrasar la 5ª con los operativos por parte de la DIAN a la parte más débil que somos nosotros, en vez de caerle a los grandes mafiosos del contrabando. Además, Santa Marta es una ciudad subdesarrollada porque no tiene fuentes de empleo, poco poder adquisitivo. Solo nos queda protestar. Este Salón debería estar lleno a reventar de gente.

BALLESTEROS: Dice que todos los vendedores deberían marchar en protesta por el abuso contra los estacionarios. Es un atentado contra el gremio. Se buscaría el apoyo de otros sindicatos para que la ciudadanía conozca que hay solidaridad con los vendedores estacionarios y conozcan de nuestras necesidades. Aplausos Jaramillo. No estoy de acuerdo con esto porque con la DIAN ha habido diálogos. Estos no se están metiendo con nosotros. Asistentes. Con vehemencia el vendedor Roberto Piña dijo que ellos lo que venden es contrabando y que de eso es que viven. Que no les pueden prohibir lo ilegal si no hay nada más que hacer. Ir a Maicao y no pagar los impuestos, eso es engorroso y trabajoso. Otros: Ellos mantienen sus sitios de trabajo limpio, que no botan agua a la calle y que los almacenes

también ensucian, que se hace indispensable que la Quinta tenga canecas para la basura.

Pasadas dos horas el secretario del interior se fue así como la policía, el capitán, el cabo Torres se quedó oyendo quejas de los estacionarios. El cabo dijo que siempre hay un CAI móvil cerca de la Catedral y que todo tipo de quejas y denuncias ellos están prestos a ayudar. Que deben confiar en ellos y apoyarlos. Si no, la 5ª se convertirá en un nido de ratas y nadie querrá llegar allá a comprar. Se acordó la brigada de aseo para el domingo 28 de noviembre del 2004<sup>40</sup> (Notas del diario de campo, Fernández, Adalgiza, 2005)

Lo anterior da cuenta de las múltiples interacciones entre vendedores (ambulantes y estacionarios) y los entes del Estado. La descripción resalta percepciones, problemáticas comunes y tensiones entre los distintos actores, pero evidencia también la existencia de espacios a través de los cuales se generan diálogos entre las partes, a pesar de que en muchos casos no se logren avanzar en torno a la solución de problemáticas.

#### **4.4 ESPACIO PÚBLICO, VENTA CALLEJERA Y DINÁMICAS URBANAS DE SANTA MARTA**

En el centro de la ciudad de Santa Marta y más exactamente en la 5ª avenida, las dinámicas sociales urbanas, relacionadas con los usos del espacio público no deben pensarse aisladas de la venta callejera. Lo planteado por Monnet resulta útil para la comprensión de los procesos del centro de la ciudad, sobre todo el planteamiento que dice que el comercio callejero es el motor del intercambio fundador del vínculo social. Este, por supuesto, no es regulado, ni se basa en principios claramente establecidos, por el contrario, es cada vez más cambiante e improvisado.

La intención de los aspectos desarrollados en esta parte no es, en ningún momento, la de analizar en profundidad el problema del espacio público y el comercio callejero en el centro de Santa Marta, sino examinar cómo a través del pronunciamiento en torno a estos problemas se construye la imagen de los vendedores estacionarios y se expresa su relación con el espacio público. En ese sentido se observa que en dicho problema el gobierno local y los vendedores son

---

<sup>40</sup> La brigada de aseo se realizó exitosamente con la participación de un gran número de vendedores.

presentados como los principales responsables de la configuración estética negativa de los espacios públicos de la ciudad (entre ellos la cra 5ª). Estos planteamientos entran en contradicción con las dinámicas urbanas que a diario se generan en la ciudad, en la cual el comercio informal actúa como uno de los principales motores de vida social.

Lo que es interesante pensar es que la construcción de la imagen de los vendedores no es un asunto gratuito e inocente, sino que hacen parte del ejercicio del poder, en los que los sectores más vulnerables son usados y construidos como los responsables de los problemas de la sociedad y en este caso de la estética negativa de los espacios público de las ciudades. La ambigüedad y la falta de reflexión en torno al hecho que los vendedores ocupan la vía porque no tienen opción de empleo, es el resultado o más bien la muestra de que las desigualdades sociales son evadidas en el ejercicio del pensamiento y se opta por la opción más fácil de señalar a los sectores sociales más débiles como obstáculos del desarrollo de la ciudad o como un mal que debe permanecer oculto.

Las diferentes prácticas de la 5ª son el resultado de diferentes tensiones. Sobre todo, es el resultado de situaciones de supervivencia, de estar en el espacio público para sobrevivir, de la pobreza y las desigualdades sociales, de la reflexión de cómo deberían ser las cosas, de las políticas que se disponen para que se pueda alcanzar, de cómo se ejecutan específicamente esas políticas, de la crítica que señala unos culpables y sobre todo de lo que a partir de una serie de inconsistencias a través del tiempo las personas se van acostumbrando a hacer y al espacio en el que a diario hay que vivir o transitar.

## CONSIDERACIONES FINALES

Las prácticas culturales asociadas al comercio callejero de la carrera 5ª de Santa Marta, hacen parte de un conjunto de fenómenos sociales y culturales que se generan bajo un contexto complejo que tienen que ver con problemáticas sociales no sólo en el orden de lo local, sino regional, nacional y mundial, pero que en Santa Marta adquiere una connotación distinta debido a particularidades históricas que incluye el contexto de violencia nacional, desempleo, pobreza, ser destino de migraciones internas, así como las iniciáticas del gobierno y sociedad por avanzar en un desarrollo urbano que sacara a la ciudad de una situación histórica de atraso. La intención de este trabajo -como se ha resaltado desde el principio- es realizar dicha descripción partiendo de la idea que, en la carrera 5ª de Santa Marta existe una incipiente cultura del comercio callejero, la cual, ha ido conformándose bajo circunstancias que a lo largo de este texto se ha venido mencionando y que a continuación se retomarán con el fin de presentar algunas inferencias realizadas a partir de los elementos expuestos en los capítulos anteriores.

La permanencia por más de cuatro décadas de un conjunto de personas que subsisten a partir del comercio callejero, ha conducido al planteamiento anterior. Tales ideas se argumentan al decir que existen tres prácticas a partir de las cuales dicha cultura mantiene su dinámica, sobre todo asociadas a las del centro de la ciudad (urbanas). Ocupación, significación y cohesión social, son esos procesos a partir de los cuales la venta callejera ha permitido que un conjunto de personas ejerzan sus actividades apostados en los andenes. Esta cultura del comercio callejero, se desarrolló en un contexto histórico específico, originadas a partir de tres aspectos principales: violencia, migración, desempleo en la ciudad, los cuales coincidieron con el aumento en el ingreso de productos de contrabando. Estas prácticas fueron representadas negativamente, en algunos casos debido al carácter ilegal de sus actividades, asociadas al contrabando, piratería, invasión del espacio público, a través de un proceso discursivo en el que los vendedores fueron construidos como los principales responsables, principalmente desde los diarios de la ciudad, que veían en estos hechos debilidades y artimañas de la administración Distrital y obstáculos a la proyección del imaginario turístico de la ciudad.

En los años setentas abren sus puertas el almacén Ley y se inicia la proliferación de ventas estacionarias en el centro de la ciudad, -sobre todo en los alrededores al Ley- aprovechando el aumento del flujo de personas que generó la apertura del almacén de cadena. En aquellos tiempos el país iniciaba un proceso que marcó todas las actividades posteriores. La violencia desatada en los cincuentas, a partir

del asesinato de Jorge Eliécer Gaitán, generó una migración de personas del interior del país a diferentes lugares de su territorio, incluyendo las ciudades del Caribe colombiano, entre esas Santa Marta. Aunque la mayoría se instaló en áreas rurales (Guachaca, Minca) algunos optaron por quedarse en la ciudad. En las siguientes dos décadas la migración continuó, aumentó el desempleo en la ciudad, coincidiendo con un aumento en el ingreso de contrabando de productos chinos de bajos costos.

Bajo este contexto se fue configurando espacialmente la carrera 5ª y se da inicio al comercio callejero y a nuevas dinámicas en el centro de la ciudad. Los puestos o estantes, casi de la misma manera que la vida diaria de las personas, se fueron adaptando a las características de los andenes, al mismo tiempo que empezaban a generar nuevas dinámicas en el espacio público del centro de la ciudad. Utilizaron paredes, árboles y otros elementos como recursos de estanterías. Las cajas de cartón, pasaron a ser de madera, luego a mesas, hasta convertirse en carritos de hierro para guardar y transportar los productos. De la misma manera, los vendedores se adaptaron a las medidas implementadas por los diferentes alcaldes de tal manera que lograron mantenerse a través del tiempo. A través de los años, violencia, migración y desempleo se fueron convirtiendo en los principales aspectos que contribuyeron al surgimiento del comercio callejero de la 5ª. Estas, fueron las condiciones para que se iniciara el proceso de ocupación del espacio público con las características descritas a lo largo del texto.

La carrera 5ª es actualmente más que una simple calle con andenes. Ella reúne una serie de elementos y actividades que se pueden deducir de los artículos ofrecidos que van desde medicina tradicional, pasando por frutas y comidas, hasta ropa y artículos para la belleza. No es ni homogénea ni estable. Se transforma a lo largo del día, de la semana, el mes y el año, en los que los viernes, quincena y fin de mes, y diciembre son los momentos de mayor movimiento y en los que la carrera presenta características diferentes. Cambian los ritmos, el colorido y los sonidos. Diciembre alumbra, se llena de colores y música decembrina. La calle se adapta a cualquier cosa. Con la remodelación de la carrera primera, los desfiles y procesiones volvieron a la 5ª. En el 2008, con el resurgimiento de los carnavales en la ciudad, liderados por pescaiteros, la 5ª fue invadida por los artículos contemporáneos de moda para el carnaval: pelucas de afro y coloridas, espuma y talco carnavalero. Todos estos productos ofrecidos, pero sobre todo el acto de comprar y vender, hacen parte de la práctica cultural de la comercialización y constituyen la base de los procesos sociales y culturales que se dan en la 5ª.

La 5ª es en apariencia o imagen lo que he resumido hasta el momento. Sin embargo, parte esencial para la descripción de las prácticas del comercio callejero corresponde a las personas que las producen, sobre todo atender a las cuestiones acerca de dónde vienen, cómo llegaron ahí y cuales han sido las estrategias para mantenerse. La mayoría de los vendedores son migrantes que han llegado a la ciudad en los últimos 50 años, los cuales han encontrado en la 5ª su principal

fuentes de empleo, alrededor de ellas han construido una serie de lazos, basados inicialmente en el parentesco y extendido a partir de los lazos de amistad, lo que les ha permitido generar un proceso de cohesión social. Estos lazos, al igual que el hecho de compartir intereses comunes para su lucha frente al Estado, los han llevado a constituir asociaciones y cooperativas con el fin de consolidarse políticamente.

Las organizaciones funcionan, sin embargo, las relaciones sociales se manifiestan a partir de dos formas. La primera, la formal, a partir de reuniones y acuerdos firmados entre las partes. La segunda, la informal, incrementada durante la época de elecciones regionales, período en el cual, los líderes de las organizaciones establecen pactos con los candidatos, los cuales, prometen solucionarles los problemas a corto y largo plazo. En ese tiempo, es fácil conseguir permisos y carnets. De esta manera, los vendedores garantizan su permanencia en los andenes, porque constituyen un número no despreciable de votos, al tiempo que se reproduce el padrinazgo político.

La significación, como se ha comentado, obedece a la acción de representar, representarse y ser representados. Hace parte del proceso de producción de sentido el cual no sólo hace parte del discurso, sino que incluye las prácticas (Hall, 1997). Este proceso, es plural o polifónico, sin embargo, traté de resaltar las voces y prácticas de vendedores, transeúntes-ciudadanos, diarios y gobierno local, cada uno de ellos dando sus opiniones desde sus perspectivas, pero no obstante, a partir de diferentes medios que evidencian relaciones de poder desigual. Esta práctica, cobija las anteriores e incluye el proceso mediante el cual los vendedores han sido construidos negativamente y como los principales responsables del problema del espacio público y la belleza de las calles y andenes de la ciudad.

A través del texto he mostrado que en las dinámicas urbanas del centro de la ciudad, se evidencia una articulación entre el espacio público y comercio callejero. De acuerdo a los planteamientos tomados del geógrafo francés Monnet (1996) acerca del espacio público, para el caso de Santa Marta, la práctica cultural de la comercialización constituye la unidad o el fundamento del vínculo social de las dinámicas urbanas del centro de la ciudad, prácticas que contrastan con los ideales de ciudad que se tienen para Santa Marta y la mayoría de ciudades del país, los cuales, no obstante, hacen parte de los procesos descritos y son de gran importancia para la comprensión de los fenómenos que se encuentran en la tensión entre lo discursivo y las prácticas cotidianas.

Territorialización, cohesión social y significación son las tres principales prácticas culturales, con las que se puede argumentar la existencia de una cultura del comercio callejero. Todas ellas, corresponden a estrategias sociales y culturales creadas por un grupo de personas ante situaciones históricas y condiciones específicas, asociadas a la violencia del país que ha generado migraciones a los centros urbanos que se constituyeron en territorios seguros para un conjunto de

personas, las cuales encontraron en ellas pocas fuentes de empleo y exclusión en los sectores económicos, así que optaron por dedicarse a la venta callejera, aprovechando el incremento de la actividad comercial y los productos de contrabando. Debido al carácter ilegal de estas prácticas (productos de contrabando, piratas e invasión del espacio público), y ante la imposibilidad de la invisibilización los vendedores han sido construidos negativamente, como sujetos responsables de los problemas del espacio público de la ciudad, a partir de un discurso crítico y señalador, que en ningún momento ha intentado comprender cómo ha sido la ciudad, sino que la ha juzgado a partir de los conceptos de la ciudad imaginada, para los visitantes y no para los residentes.

Por último, el análisis de lo arriba expuesto debe ser pensado en el marco de diferentes tensiones que incluyen, los discursos – prácticas, lo legal – ilegal, formalidad – informalidad, pertenencia – desarraigo, además de tener en cuenta las formas en las que las personas están pensando sus acciones, las cuales, se encuentran enmarcadas en el campo de la resistencia.

A manera de conclusión, se puede decir, que las prácticas culturales de los vendedores estacionarios de la carrera Quinta de Santa Marta, corresponden a un proceso histórico, desarrollado a partir de coyunturas que permitieron el surgimiento de una cultura urbana que, basadas en el comercio callejero, se articularon a las dinámicas cotidianas de la vía y el espacio público. Esto es así, porque en este sector, el comercio informal actúa como motor de la vida social urbana y permite la creación de la vía como lugar. Se destaca que, estas prácticas, surgen de estrategias humanas para la supervivencia, derivadas de los problemas de empleo, violencia y desplazamiento.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo Merlano, Álvaro. 2009. "Entre comida y resistencia. Un estudio etnográfico sobre las ventas informales de comida popular en la ciudad de Santa Marta". Monografía de Grado, Programa de Antropología. Santa Marta, Universidad del Magdalena.
- Arizmendi Posada, Ignacio. 1989. Presidentes de Colombia 1810,1990. Planeta Colombiana Editorial S.A. Bogotá.gc
- Asqueta María y Muñoz Clarena.1998. La fábula del buhonero. Universidad Jorge Tadeo Lozano. Corporación Minuto de Dios. Bogotá.
- Arturo, Julián. 1993. "Estudios contemporáneos de cultura y antropología urbana". En: Revista Maguaré, Volumen 8. Departamento de Antropología. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia.
- \_\_\_\_\_. 1998. "El Espacio Vivido. Territorio y apropiación en el espacio público de Bogotá". En: Cuadernos de Estudios Urbanos, N° 5. Bogotá, Instituto Distrital de Cultura y Turismo. Pag.. 6 – 30.
- Augé, Marc. 1997. Los no lugares, espacios para pensar el anonimato. Barcelona, Gedisa.
- Atkinson, Paul y Hammersley, Martyn. 2005. Etnografía: métodos de investigación. Barcelona, Editorial: Paidós Ibérica.
- Ayala, Ulpiano. 1984. "Las investigaciones del centro de estudios sobre el desarrollo económico de la Universidad de los Andes acerca del sector informal". En: La Actualidad del Sector Informal Urbano en Colombia. Memorias del taller sobre trabajos de investigación. 1984. Centro Internacional de Investigaciones para el desarrollo (CIID), Departamento de ciencia política, Universidad de los Andes. Bogotá.
- Bermúdez, Arturo. 1.997. Materiales para la Historia de Santa Marta. Santa Marta. Fondo Mixto de Promoción de la Cultura y las Artes del Magdalena.
- \_\_\_\_\_. 2003. *Álbum Histórico de Santa Marta. "Santa Marta, la ciudad de ayer.* Santa Marta, Universidad del Magdalena.

CEPAL. 2007. Cohesión social: inclusión y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe. Santiago de Chile, Naciones Unidas, CEPAL, Eurosocial, SEGIB, AECI.

Clifford, James. 2001. Los Dilemas de la Cultura. Antropología, literatura y arte en la perspectiva posmoderna. Barcelona, Editorial Gedisa.

CORPES, 1993. *Mapa Cultural del Caribe Colombiano*. Unidad educativa y cultural, Corpes Costa Atlántica, Tercer Mundo Editores.

Delgado, Manuel. 2003. "Naturalismo y realismo en etnografía urbana. Cuestiones metodológicas para una antropología de las calles". *Revista Colombiana de Antropología*. Vol. 39, pp 7 – 39. Bogotá, Instituto Colombiano de Antropología e Historia.

\_\_\_\_\_ 2002. Disoluciones urbanas. Procesos identitarios y espacio público. Universidad de Antioquia.

De Certeau, Michel. 1996. *La Invención de lo Cotidiano. I Artes de hacer*. México, Universidad Iberoamericana. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

De la Rosa, José Nicolás. 1945. La Floresta de la Santa Iglesia Catedral de la Ciudad y Provincia de Santa Marta. Publicaciones de la Biblioteca Departamental del Atlántico, Serie de autores costeños.

Del Real, Manuel José. 1992. Rasgos Históricos de Santa Marta. Santa Marta. Academia de Historia del Magdalena.

De Soto, Hernando. 1987. El Otro Sendero. Bogotá, Editorial Printer Colombiana.

De Soto, Hernando. 2004. El Misterio del Capital. Bogotá, Editorial Planeta. Traducción del inglés por Mirko Laurer y Jessica Me Lauchlan.

Eco, Umberto. 1994. Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de investigación estudio y escritura. Barcelona, Editorial Gedisa.

Fandiño, Santiago y Zorro, Carlos. 1984. "Investigación sobre empleo en actividades de pequeña escala (sector informal) en Bogotá". En: *La Actualidad del Sector Informal Urbano en Colombia. Memorias del taller sobre trabajos de investigación*. 1984. Centro Internacional de Investigaciones para el desarrollo (CIID), Departamento de ciencia política, Universidad de los Andes. Bogotá.

García Canclini, Néstor 2004. *Culturas Híbridas: Estrategias para Entrar y Salir de la Modernidad*. México. Editorial Grijalbo.

\_\_\_\_\_ 1995. Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización. México, Editorial Grijalbo, S. A. de C. V.

García Márquez, Gabriel 2006. Por la libre. Obra Periodística 4: 1974 -1995. Solapa posterior. Editorial Norma S. A. Bogotá

García Méndez, Carlos Alberto. 2009. “Del «Mercado Simbólico Global» a las prácticas culturales no articuladas a las normas de la globalización”. Ponencia presentada en II COLÓQUIO BINACIONAL BRASIL-MÉXICO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 01 a 03 de abril de 2009 – São Paulo – Brasil. Publicado en: [http://www.espm.br/ConhecaAESPM/Mestrado/Documents/COLOQUIO%20BXM/S4/carlos\\_garcia.pdf](http://www.espm.br/ConhecaAESPM/Mestrado/Documents/COLOQUIO%20BXM/S4/carlos_garcia.pdf).

Geertz, Clifford. 1993. La Interpretación de las Culturas. Barcelona, Editorial Gedisa.

Guber, Rossana. 2001. La etnografía, método, campo y reflexividad. Bogotá: Grupo Editorial, Norma.

Hall, Stuart. 1997. El trabajo de la representación. En: Stuart Hall (ed.), Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. London, Sage Publications, 1997. Cap. 1, pp. 13-74. Traducido por Elías Sevilla Casas.

Hall, Edward T. 2003. *La Dimensión Oculta*. Mexico, Siglo XXI Editores, S.A. de C.V.

Herrera y Romero. 1979. Zona Bananera del Magdalena. Historia y Léxico. Bogotá, Instituto Caro y Cuervo.

Hernández, Abraham; Rueda, Tatiana. 2000. Caracterización de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal y su incidencia en el desarrollo del distrito turístico, cultural e histórico de Santa Marta. Tesis, Universidad del Magdalena. Santa Marta.

Jiménez Bulla, Luís Hernando. 1992. Las tendencias espaciales y temporales de los comerciantes informales estacionarios de Santa Fe de Bogotá. Bogotá. Universidad Pedagógica y tecnológica de Colombia, Instituto Geográfico Agustín Codazzi. Tesis de Magíster.

López Díaz, Einer; Robert Ely Medina y William Enrique Jiménez Díaz. 2005 “Comercio informal en el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta, 1998-2005”. Monografía de grado. Programa de economía. Santa Marta, Universidad del Magdalena.

López, Hugo. 1984. "El comercio callejero: ¿marginalidad o sistema minorista indispensable?". En: La Actualidad del Sector Informal Urbano en Colombia. Memorias del taller sobre trabajos de investigación. 1984. Centro Internacional de Investigaciones para el desarrollo (CIID), Departamento de ciencia política, Universidad de los Andes. Bogotá.

Meza, Andrés. 2003. "Trayectorias de los Afrodescendientes en el comercio callejero de Bogotá". Revista Colombiana de Antropología, Vol. 36, pp 71 – 103. Bogotá, Instituto Colombiano de Antropología e Historia.

Monnet, Jérôme. 1996. "Espacio público, comercio y urbanidad en Francia, México y Estados Unidos". En: Revista Alteridades, # 6 (11): Págs. 11-25.

Murillo, Gabriel; Lanzetta Mónica y Helena Useche. 1984. "La articulación del sector informal y el sector formal en la economía de Bogotá". En: La Actualidad del Sector Informal Urbano en Colombia. Memorias del taller sobre trabajos de investigación. 1984. Centro Internacional de Investigaciones para el desarrollo (CIID), Departamento de ciencia política, Universidad de los Andes. Bogotá.

Noguera Diazgranadoz, Nancy. 1999. Patrón de Interacción verbal de los vendedores estacionarios y ambulantes de la ciudad de Barranquilla: un estudio de localidades. Tesis Universidad del Magdalena. Santa Marta.

Ospino Valiente, Álvaro. 2005. Santa Marta Vista por Viajeros. Fondo Mixto Distrital para la Promoción de la Cultura y las Artes, Alcaldía de Santa Marta. Editorial Trillas.

\_\_\_\_\_. 2002. El Drama Urbano de Santa Marta durante la dominación española. Ministerio de Cultura, Bogotá. Premio Departamental de Historia, Departamento del Magdalena.

Restrepo Tirado, Ernesto. 1975. Historia de la Provincia de Santa Marta. Subdirección de comunicaciones culturales, División de Publicaciones, Instituto Colombiano de Cultura. Bogotá,

Rodríguez Pimiento, José Manuel. 1993. *Apuntes Históricos Sobre el Departamento del Magdalena: Siglo XX. Desde la hegemonía conservadora hasta el frente nacional*. Santa Marta, Universidad del Magdalena.

Rojas Aguirre, Silvia Sabrina. 2009. Un espacio público de historia, transformaciones y conflictos entre los actores locales. Monografía de Grado, Programa de Antropología. Santa Marta, Universidad del Magdalena.

Salcedo, María Teresa. 2003. "Fisonomías de lo público y lo privado en Bogotá: identidad y percepción en espacio urbanos". Revista Colombiana de Antropología, Vol. 36, p.p 41 – 70. Instituto Colombiano de Antropología e Historia. Bogotá,

Signorelli, Amalia. 1999. "La antropología urbana: recorridos teóricos". En: Amalia Signorelli. Antropología urbana. Anthropos Editorial, México: UAM. Cap. 5, pp.67-88.

Rodríguez Echeverría, Gustavo y Omayra Jiménez de Pérez 1985. Caracterización del sector informal en la ciudad de Santa Marta. Monografía de grado. Programa de economía. Santa Marta, Universidad del Magdalena.

Uribe Echeverría, Francisco; Forero, Edgar. 1986. El sector informal en las ciudades intermedias. CIDER, Uniandes, Cerec. Bogotá.

Vives, José Benito. 1981. Pepe Vives cuenta su Vida. Barranquilla, Editorial Mejoras.

## LISTA DE ENTREVISTADOS

Esta es la lista de las personas entrevistadas durante el trabajo de campo que aparecen citadas en el texto y otras que se hicieron posteriores a 2004. Son testimonios vívidos por estas personas que narraron fragmentos de la historia contemporánea de Santa Marta a lo largo de la 5ª. Algunas están en los anexos. Incluye la fecha y lugar.

Avendaño, Rafael. 65 años. Samario. Periodista. Octubre 31 de 2005. Cafetería exterior del almacén Ley.

Baños, Abel. Estacionario de gorros, cachuchas y sombreros, 40 años. Octubre 31 de 2004. 2:30 p.m. 5ª entre la 20 y 21, acera oriental.

Bracho, Giovanni. 6 de noviembre del 2004. Carrera 5ª calle 20, acera oriental. Vigilante y anunciador del Almacén de ropa Distribuidora Medellín.

Ballesteros, Juan. 18 de noviembre del 2004. Sede de SOPENTERMA (4ª con Cl. 16). Ha sido líder sindical de los vendedores por más de 30 años en la 5ª, Sanandresito y en la playa. Es abogado de la oficina del trabajo. Comenzó como vendedor callejero

Brito Álvaro, marzo 10 de 1010, Sanandresito, calle 13 cra 4ª y 5ª, local 8. 7 p.m.

Bornacelli Adela, agosto 16 de 2008

Camargo, Luis. 7 de octubre de 2005. Esquina de la carrera 5ª con calle 16, acera occidental. Tarjetas prepago y llamadas a celulares, sombreros y ropa de niño y niña, adornos para el cabello

Ceballos Aníbal enero 26 de 2010. Periodista.

Centeno, Claudia. Noviembre 6 de 2004. Carrera 5ª con calle 20., acera oriental. Vendedora de flores artificiales y arreglos navideños. Llegó hace 13 años a Santa Marta proveniente del Socorro, Santander.

Dávila, José Rafael. Febrero 10 de 2010. Historiador.

Díaz, Omar. El Culebrero. 16 de octubre de 2005 Carrera 5ª esquina oriental del

teatro Santa Marta. Vendedor de artefacto para colar jugos, es de Medellín. Anexo

Duarte, Miguel. Noviembre 27 de 2004. Plaza de la Catedral durante una brigada de aseo. Presidente de la Cooperativa Multiactiva de Vendedores Estacionarios de la Quinta

Falco, Mercedes. 31 de octubre. 50 años, de Gigante, Huila. En una silla plástica: Bolsas para regalo. Bocacalle 19 y 18.

Fonseca, Luis. Noviembre 2 de 2004. Caracolí, Antioquia. Entre las calles once y doce, acera oriental. En años anteriores fue chatarrero. Actualmente vende libros y revistas de segunda.

Fuentes, José Ramón. Noviembre 6 de 2004. Carrera 5ª. Calle 19 acera occidental, enfrente al Almacén Ley. Hace y toca las maracas, Lamina documentos, vende gafas para el sol y discos compactos. Anexo

Ferrer, Marta Nívea. Octubre 30 del 2005. Acera oriental, 5ª con 21: Vendedora de dulces, salió desplazada de Ibagué y ha recorrido diferentes ciudades de Colombia.

García, Donaldo. Octubre 31 de 2004. Cafetería exterior del Ley. Antiguo vendedor de Sanandresito nació en Santa Marta. Desde los años 60 comenzó a vender contrabando ambulante en la 5ª. Anexo

González, Rosa agosto 6 de 2008, pensionada

Jaramillo, Carlos. Octubre 26 de 2004 de Medellín. Presidente de la Asociación del Comercio Informal del Magdalena. 5ª 16 y 17, andén occidental. Anexo

Jiménez, Víctor. Noviembre 10 de 2004. Pequeña oficina de la carrera 18 entre quinta y sexta que colinda con la Droguería Andina. Nota: Vendedor, economista samario.

Linero Alfonso, abril 29 de 2008. 70 años, samario, pensionado

Linero Eliécer, julio 23 de 2008. 65 años, ex gestor cultural

Lizcano, Carlos. Octubre 31 de 2005. Bocacalle calle 19 acera oriental: Vendedor de jugos de frutas tropicales, tiene 54 años, fue edil y siempre ha vendido jugos en la 5ª. Anexo

Mauri, Virginia. 2004. Guacamayal, Magdalena. 61 años. Teje bolsos y confecciona disfraces para niños en la esquina oriental con calle 22, debajo puente de la Araña. (Historia de Vida.)

Serna, Daniel. 66 años. Julio 23 de 2005. Ex director regional de la Federación Nacional de Comerciantes, FENALCO.

Palmera, Tony. Nov. 22 de 2004. 5ª, acera occidental calle 16, cerca de la entrada lateral de la Catedral. Compositor, guitarrista. Forros para artefactos eléctricos y monturas para gafas.

Plata, Oscar. Octubre del 2005. Esquina occidental de la calle 17. Bogotano, vendedor de veneno para ratas y ratones.

Prada, Alfonso. Noviembre 10 de 2004. 13:30. Nacido en Bucaramanga. Cafetería externa del Ley. Predicador, político y vendedor ambulante de accesorios para celular. Es miembro de la comunidad israelita. Anexo.

## ANEXOS

Estas son algunas narraciones y entrevistas del sinnúmero que se recopilaron en el trabajo de campo. En ellas se refleja la heterogeneidad de ese grupo de personas que comparten día a día las aceras de la 5ª. Sermones callejeros, sindicalistas, confeccionista de ropa en la calle entre otros constituyen una rica y variada muestra de la hipótesis planteada: ¿Hay una cultura de los vendedores estacionarios de la 5ª? Pregunta que se abre para futuras investigaciones antropológicas urbanas. Esta es una pequeña muestra.

### 1 Sermón callejero adventista:

Octubre 31 de 2004. 4 p.m.  
Carrera 5ª esquina calle 19, acera oriental

El hermano Felipe Martínez permitió que grabara su sermón. Acompañado de 7 miembros de su comunidad armados de plegables que repartían y usando un altavoz, llamaba la atención de los transeúntes Grupo de la Iglesia Adventista.

Fecha: Octubre 31 de 2004, 4 p.m.

Lugar: Carrera 5ª con calles 19 esquina, acera oriental.

PASTOR: “Compradores y peatones de la 5ª avenida de la ciudad de Santa Marta, reciban un saludo en el amor de Cristo. Hermanos, oigan nuestras advertencias con el día de hoy. Aleluya, aleluya, él vive y reina, y está a la diestra del padre y ha de venir a juzgar a los vivos y a los muertos. Compradores y peatones de la 5ª avenida de la ciudad de Santa Marta reciban un saludo en el amor de Cristo. Estamos aquí, querido amigo para compartir algunas realidades: Desde los siglos cuarto y quinto antes de Cristo existió en Escocia, Irlanda, España y Francia, la antigua Galia, un pueblo bárbaro conocido como los celtas que ocuparon una parte de Europa. Estos celtas tenían un cuerpo sacerdotal conocido como los druidas. Los druidas al principio eran personas instruidas. Manejaban conocimiento de las leyes, administraban justicia de los celtas, pero estos druidas ofrecían sacrificios humanos a sus dioses. Estos sacrificios correspondían al 31 de octubre, vísperas del 1 de noviembre al dios que le ofrecían sacrificios humanos era al dios Sabanin que significa dios de la muerte. Había la costumbre de celebrar el 31 de octubre y realizar una gran fogata.

De tal modo que los celtas se reunían alrededor de esta fogata. Cuenta la historia que los celtas se disfrazaban con túnicas o pieles de animales. Se colocaban máscaras para poder apaciguar la influencia espiritual de los muertos. Los celtas era un pueblo bárbaro que creyó en la reencarnación y la reencarnación dice que

las almas pasan de un cuerpo a otro cuerpo. Los celtas y druidas sacrificaban a las personas que tenían mala reputación. Estas personas eran sacrificadas por un sacerdote druida que les abría el vientre y les sacaba los intestinos, y a través de una lectura de los intestinos, ellos establecían el futuro del alma que había muerto. Además de eso había la creencia de que el espíritu de los difuntos iba a llegar a las casas de los familiares de los que habían muerto y preparaban comidas y ponqué, de tal manera que cuando vinieran los espíritus entraran a las casas y pudieran ver la bienvenida. Otra costumbre de los pueblos celtas era que los niños salían por las casas pidiendo materiales para una gran fogata que se realizaba el 31 de octubre. Recordemos que en el día de mañana se va a celebrar en el mundo católico el día de los muertos o día de los santos. Esto tiene una explicación: Cuando la iglesia católica en los siglos octavo y noveno permitió que las misiones en cabeza de San Patricio llegaran los irlandeses, muchos de los bárbaros celtas se convirtieron al evangelio, al cristianismo pero se cambió la connotación del sacrificio humano para establecer el primero de noviembre como día de los muertos, pero no se ha podido borrar del todo el día de los sacrificios humanos, no se ha podido borrar todavía de la historia esa huella, porque los documentos atestiguan que los druidas ofrecían sacrificios y además de eso permitían y celebraban los rituales de disfraces.

Amigo que estás aquí escuchando este mensaje, si participamos y vivimos el Halloween estamos participando de las obras de las tinieblas. Existen dos espíritus buenos: El Espíritu Santo y los demonios. No existen los espíritus de los difuntos. Las ánimas no penan. El que se muere, muerto está, dice la Biblia. La Biblia habla. Está determinado que el hombre muera una sola vez: Hebreos, capítulo 9, versículo 26, Ezequiel, capítulo 18, versículo 3, dice: "El alma que pecare no morirá". Romanos, capítulo 6, versículo 23, dice: "Porque la paga del pecado es la muerte". El mismo Jesucristo había dicho que el hombre necesita sanción en vida, que la reencarnación por lo tanto no tiene ninguna solidez bíblica. Si tú dices que eres cristiano vas a creer lo que enseña la Escritura y no vas a creer lo que enseñan muchas personas que creen muchas doctrinas erróneas y erradas que no tienen una validez bíblica.

Tal vez me digan fanático, tal vez estás pensando en tu corazón que somos locos, pero no, hemos venido aquí para traerte una información, para traerte un conocimiento que la trascendencia y el conocimiento del Halloween no es de Dios, por lo tanto hay que rechazar. Si has escuchado este mensaje te invitamos a que hagas una oración con nosotros y abras tu corazón a Jesucristo. Di conmigo esta oración: Señor Jesús te acepto y te recibo como Señor y Salvador. Borra todos mis pecados que he cometido hasta el día de hoy y escribe mi nombre en el libro de la vida, en el libro salvador, amén.

Dios bendiga a las vidas que escucharon este mensaje. La Biblia dice que es Dios, que la palabra de Dios escucha. De igual modo también te invitamos para a un servicio evangelístico en donde se estará predicando la palabra de Dios hoy

en el parque San Miguel a las cuatro y media de la tarde. Dios te bendiga y Dios te guarde y te invitamos a que investigues acerca del fenómeno del halloween. Yo estoy seguro que si comienzas a investigar, el Espíritu Santo, Dios te guiará para que no permitas comprar gorros, máscaras, disfraces a los hijos a estas fiestas. Los druidas permitían los disfraces. Los celtas se disfrazaban. Hoy el mundo occidental también se disfraza pero se disfraza porque están siguiendo la corriente y la costumbre de esta sociedad. Pero si tú quieres ser una persona distinta para principio de Dios, has de abstenerte de estas prácticas para que vivas en santidad y puedas irte a la Gloria Eterna.

## 1. ENTREVISTAS

### 1.1 Entrevista Carlos Lizcano.

Fecha y hora: Octubre 31 de 2004. 2:30 p.m.

Lugar: Carrera 5ª. Esquina de la calle 19. Costado norte de la Surtidora de Confecciones.

Nota: Fabricante urbano de jugos de frutas tropicales.



CARLOS LIZCANO: La 5ª. Ha tenido mucha evolución porque el comercio ha cambiado, han venido muchos almacenes nuevos, han edificado, han hecho muchas cosas a favor del comercio, este ha cambiado, pero aquí seguimos los vendedores viviendo las inclemencias del tiempo, el sol, el agua, las autoridades que atropella al vendedor cada vez que les da la gana. Yo tengo 38 años de estas aquí en la 5ª. Cuando

estaba Muebles Juliao (5a. con 19), ahora está el almacén Sensación, allí donde usted oye el toque de tambora; cuando estaba la Caja Agraria. Uno abría una cuenta de ahorros con cincuenta pesos. Donde está el Almacén Chic (ahora Calza-Costa de la 18), había una casita de barro. El único Telecom que había en Santa Marta era el de la 18. El de la 13 no lo habían abierto.

Donde está hoy el Ley quedaba la Capitalizadora Magdalena y Bananeros Asociados y quedaban unos apartamentos en el edificio de al lado. Antes era de

doble vía. Se formaban trancones y las autoridades la pusieron de una sola vía. De sur a norte. Yo empecé a trabajar en la 5ª. a la edad de 15 años con un cuñado mío que me pagaba cincuenta pesos diarios. Ese era mi sueldo. Así fui ahorrando y creciendo y aprendiendo hasta que decidí independizarme. Tengo 54 años y he vivido de los jugos. He criado seis hijos ya todos adultos. El último tiene 18 años. Así ha sido mi vida. Gracias a Dios ahí vamos sobreviviendo. Toda la vida este oficio ha sido mi sustento, a través de treinta y ocho años he estado aquí en la Quinta con la diecinueve, alrededor del Ley y la difunta Caja Agraria; toda una vida

Vivo en el barrio Simón Bolívar, por el puente colgante sobre el río Manzanares, cerca al barrio Las Vegas por donde pasan los estudiantes hacia la Universidad del Magdalena. Vivo allí hace 22 años. Somos invasores. Desde que invadimos ahí estamos. No sé qué irá a pasar; los terrenos no sé si los irá a comprar el municipio.

En repetidas ocasiones en la 5ª los alcaldes que llegaban querían quitarnos de aquí a la fuerza, metiendo camiones y patrullas pero nosotros logramos sortear esos peligros. El señor Ballesteros lideraba y lidera a los vendedores. Era un trabajador de la 5ª y con sus esfuerzos estudió abogacía. Hoy día es un abogado que salió de la 5ª y sus hijos que también son graduados salieron de la 5ª. La 5ª. Es la arteria principal de la ciudad por la influencia (sic) de público, porque toda la gente camina por la 5ª porque está todo el comercio o porque a la gente le gusta caminar por acá. Antes la 4ª estaba sola, ahora caminan por 4ª, por allí no caminaba nadie. La acera izquierda, de aquel lado no había ni un vendedor. Todos los vendedores estaban y estamos en la acera derecho y ahora es que se ha comercializado la acera izquierda. Nadie se quería poner de ese lado. Como ya no caben de este lado, cogieron la acera izquierda porque allí hace más sol que acá. La construcción del nuevo Ley a mí me ha convenido porque han aumentado las ventas. Antes la puerta del Ley quedaba en la mitad y era sólo una entrada, ahora queda en la esquina y tiene dos entradas más. Al parqueadero y por la cafetería.

Hace quince o veinte años todos los entierros, pasaban por la 5ª, no por las carreras aledañas sino todo el mundo lo querían meter por la quinta. Después fue que las autoridades le pusieron coto al asunto y dijeron que eso no, que buscaran las avenidas, las calles, las carreras y no por la carrera 5ª porque obstaculizaban la vía.

La 5ª y el comercio en general han cerrado cuando ha habido paros de comerciantes. Unas fuerzas vivas y extrañas como el miércoles 23 de mayo del 2005 pasaron en moto amenazando a la gente: como saquen la mercancía, hay problemas. Entonces la gente se queda en la casa, por temor a su vida. Las procesiones y los desfiles pasan por acá, a cada rato, eso se ven marchas,

comparsas, como es la arteria principal, todo el mundo pasa por aquí, como no hay más por donde esta es la vitrina de la ciudad.

En una época, cuando Alfredo Lacouture fue alcalde, (1980-1981) nos hizo la vida imposible, porque no nos quería dar permiso y dividió el sindicato. Fuera de la 5ª. estuvimos dos años. Seguíamos aquí pero con mucha dificultad. La gente vendía con la mercancía en las manos y el camión de la policía pasaba cada hora, cada media hora y todo el que encontraba lo recogía y se lo llevaba e inclusive, a veces hasta se le perdía la mercancía hasta cuando el se retiró de la alcaldía no pudimos tener permiso. El mismo, Lacouture se encargó de dividir el sindicato. El mismo dijo: "Saquen a ese cachaco", en ese momento era Héctor Pérez Cortés el presidente del Sindicato y muchos se la creyeron. Cuando nosotros le hicimos la guerra a Héctor, el alcalde nos hizo, como se dice vulgarmente, "mamola" porque no nos dio ná. Les dio permiso a unos cuantos y a otros no. A los que le dio, debieron ubicarse en las bocacalles. En la 5ª, nadie. El que se pusiera, el camión de la policía pasaba cada veinte minutos y los recogía. A recoger gente con su mercancía.

De ahí para acá, desde que se inició la elección popular de alcaldes, en 1988, se nos ha venido componiendo la situación de vendedores de la calle porque como nosotros somos un gremio de seiscientos vendedores, ahora tenemos menos, antes éramos mil y pico de vendedores, entonces los políticos cuando están en campaña nos tienen en cuenta para dialogar: el pirata, el conservador, el liberal, el oficialista, todos, todos nos llaman. Entonces ahí les preguntamos que qué opción hay para nosotros los vendedores estacionarios y ambulantes, entonces ellos nos proponen, nos dicen que si quedan ellos nos garantizan la estabilidad laboral o buscaran la forma de construirnos un centro comercial. Hasta ahora no se ha visto nada.

Votamos por el que tiene más opción, aunque no todos porque tú sabes que todos tienen su candidato de su predilección, entonces uno votará por él y otro hará el paro que votó por él. Siempre sale el que nosotros le vemos más opción. Yo participé en las elecciones pasadas y salí de Edil por el Polo Democrático Independiente, PDI. Tenemos voz pero no voto. Cuando hay reunión voy y hablo a favor de los vendedores, necesitamos un centro comercial para ubicarnos porque como van a hacer el plan centro; entonces no es más que decir: ¡quítense!..¡quítense! para que se mueran de hambre, sabiendo que aquí en Santa Marta la única fuente de trabajo es el rebusque, aquí no hay nada. Aquí los políticos acabaron con todo. Acabaron con la Licorera, acabaron con el Hospital, acabaron con Postobón, acabaron con Bavaria. Todo aquí está ahora en manos capital privado.

Las mejores temporadas son en diciembre y mitad de año porque vienen los turistas.

Para mí el rebusque es: cada cual sale a la calle a vender lo que puede. Por el desempleo, bote gente de la alcaldía, de la gobernación, de los hospitales, de la salud y eso no lo tienen en cuenta. Cada persona que sale desempleada sale a la calle a buscar algo que hacer. Algún rebusque se busca para sobrevivir y llevarle la comida a los hijos, a su familia. Lizcano. 2004

1. CARLOS JARAMILLO Presidente de la Asociación del Comercio Informal del Magdalena. Su oficina: Acera occidental entre calles 16 y 17. Espacio posterior de la Catedral. 25 de octubre de 2004:



Foto A.F. 2004 Carlos Jaramillo, su esposa Luz Elena Hernández y su hijo Juan.

Oficina de Carlos Jaramillo, Presidente de la Asociación del Comercio Informal del Magdalena. 5ª entre calles 17 y 16, andén occidental. La primera puerta tiene su vitrina donde vende gafas, vidrio, monturas, estuches y hace fórmula para lentes de aumento. Un parasol y dos sillas plásticas roja y azul. Tras la vitrina está Luz Elena Hernández, esposa de Jaramillo. Espero a que despache a un cliente de acento y pinta español que mandó a hacer sus gafas de fórmula. El sujeto se las prueba, las aprueba, paga veinte mil pesos y se va. Pregunto por Carlos, me identifico y me comenta que acaba de salir en su bicicleta y que a cada rato lo vienen buscando periodistas, estudiantes, abogados, sindicalistas y funcionarios de gobierno distrital. Él llega y me concede una cita para el día 30 de octubre.

Hablo con Luz Elena. Tiene 5 hijos, 5 nietos, vive en la calle 12 con 8ª, en el centro. Arregla y vende gafas. Siempre tiene que pedir plata prestada a los pagadarios. El que ve allá, me señala la esquina norte del Teatro Santa Marta, un puesto estacionario repleto de mercancía, está muy endeudado. Si uno presta quinientos mil pesos, todos los días le vienen a cobrar veinte mil diarios a un mes. Si uno quiere hacer un préstamo a un banco le piden fiador, Cámara de Comercio, así no se puede. Aquí todos trabajamos amenazados. Si no es con préstamos de esos no podemos trabajar. De esto tenemos que comer, pagar arriendo, colegios.

Tenemos 15 años de estar en la 5ª, los lentes los compro en Barranquilla. Los permisos los saca él, Carlos. Este andén es del distrito. Pero de aquí no nos pueden sacar porque pagamos doce mil pesos en planeación.

Noto que Luz Elena no quiere seguir hablando del tema, le pregunto por los jugadores de ajedrez que se sientan en el andén contrario al de su vitrina. Me dice que allí no se puede entrar a jugar, que ellos apuestan plata, que no se explica por qué las autoridades no los han sacado de allí, que ocupan el espacio público y que algunas personas se han caído del andén. Hasta allí está la conversación con Luz Elena. Regresa el señor el señor Jaramillo, que aclara. No, en esa esquina no se juega a plata. Allí llegan abogados, economistas, arquitectos y profesores al que le guste ese juego y se sientan. Allí puede jugar el que quiera y sepa.

La cita con Carlos Jaramillo: Sábado treinta 30 de octubre, de 2004 11 a.m. FOTO

.En su oficina, con calor y sol porque el árbol de trébol, a esa hora no proporciona sombra, solo la del pequeño alero del nicho de la puerta en arco donde colocan las sillas y sobresale la vitrina. Miro hacia el árbol y hallo un pequeño cartel que anuncia: Carlos Jaramillo, edil, vote por él. Es lo que se alcanza a ver porque está desdibujado por el tiempo. Luz Elena se abanica y se queja del calor, como yo, que también lo sufro. De pie, Carlos acepta que grabe:

Como presidente de la Asociación de Vendedores Estacionarios del Magdalena, soy el representante legal de ese sindicato, por lo tanto mi deber es el funcionamiento del bienestar de ellos. Los represento ante el gobierno central para cualquier eventualidad.

El Estado y el otro comercio nos han tratado de contrabandistas porque acabamos con la economía del país, pero eso no es así porque somos trabajadores informales, estamos afiliados al sistema de salud, otros pensionados. Además tenemos en cuenta el buen trato a la gente para las ventas, que sean atentos, en fin, es la actividad que está sacando adelante la desocupación en este país. Esa es la verdad.

Si, nosotros tenemos permisos del Distrito que nos rige y un Código de Policía. Pagamos un derecho al espacio público. Digo yo que a nosotros lo que nos falta es una voluntad política y que haya más organización, que es lo que nosotros queremos. Porque aquí mismo en la Avenida Campo Serrano se pueden organizar los vendedores y esto quedaría como un sitio turístico; pero organizarlo bien. Pero no hay voluntad política a lo propuesto a varios alcaldes, ellos dicen: “Vamos a reubicarlos, vamos a reubicarlos” pero yo digo: ¡A dónde! que si no hay plata se busca, lo importante es el interés,

El señor Jaramillo acciona con las manos para reforzar su propuesta de ensanche del espacio público con agregar más andén. Le parece que con cuarenta centímetros más de andén se logra un mejor uso. Habla imaginándose un espacio y ubicación de los vendedores mientras señala con las manos y agrega:

Nosotros como personas también necesitamos el espacio público. Pero de hecho la aglomeración nos perjudica más que a cualquier otra persona. Vea, uno se da cuenta: uno está con una persona mostrándole las gafas, una que viene de allá y pasa la otra y la empuja, entonces el cliente se disgusta y dice: Yo me voy. ¿Quién se perjudica? Yo que no vendo. Si todos estuviéramos a este lado, organizadamente y ahí hubiera el vacío del espacio público seguramente sería mejor. Se hace mejor labor.

Pero aquí cuando hay autoridad es cuando viene la policía a darles bolillo a los vendedores. Al que cumple con las normas no lo dejan trabajar, esa es la otra.

Nací en Andes, Antioquia y llegué a Santa Marta buscando trabajo, hace más de 40 años, llegué jovencito. Soy pionero de las ventas ambulantes antes que Ballesteros, llegué vendiendo bolsos que traía de contrabando y los colocaba en la 5ª con 17. La policía nos espantaba. Di vueltas hasta que decidí quedarme en Santa Marta y poner la óptica. Fui edil. Los políticos le abren a uno las puertas antes de elecciones y después, pistola

## 1.2 Entrevista a Miguel Duarte.

Fecha y lugar: Noviembre 27 de 2004. Plaza de la Catedral.  
Presidente de la Cooperativa Multiactiva de Vendedores Estacionarios de la Quinta.



Foto Miguel Duarte junto a Virginia Maury, en una brigada de Aseo en la Campo Serrano. Foto A.F. 2004.

MIGUEL DUARTE: Estoy al frente de la organización de la Cooperativa desde hace 3 años. Esta se compone de un Consejo de Administración, gerente y un comité de vigilancia y otros cargos. Pero la verdad es que en este momento, nosotros vemos como una alternativa las cooperativas por lo que está presentando el gobierno a través de sus programas sociales y creemos pues, que es necesario que el gobierno también mire estos sectores que son sectores vulnerables, informales y que no les queda mayor espacio en esta sociedad sino que salir a los andenes a rebuscarse, así sea peleando con la policía o contra el que venga porque es la subsistencia, y usted sabe que es un derecho.

La posición del gobierno nacional en la aplicación del Decreto 2685 del 99, consideramos que es demasiado, digamos, demasiado riguroso en lo que tiene que ver con la parte al más débil. Yo siempre he manifestado que el gobierno está en la obligación de luchar en contra del contrabando, porque es algo que le hace daño al país. Pero que debemos empezar con los grandes peces, las personas que verdaderamente traen cantidad de contrabando a esta nación y son los que se favorecen. Nosotros, pues, nos vemos obligados a vender contrabando muchas veces, porque eso nos proporciona, de pronto un mayor ingreso, ya que muchas veces nosotros dependemos de lo que vendemos en el día y no porque tengamos un salario. A veces nos vamos sin bajar bandera, como decimos, y así como abrimos...a veces nos toca pedir hasta para el pasaje para poder regresar a nuestra casa.

Yo soy lotero. Tengo 32 años de vender lotería y hago parte de este sector informal. Yo soy de aquí. Y estoy en la Campo Serrano, porque es un centro de acopio, digamos, porque es el comercio formal. Ya que verdaderamente el centro de Santa Marta es el de una ciudad pequeña que se compone de la primera de pronto hasta la carrera doce, y de la calle 10 hasta la 23. Eso nos ha llevado a que en cualquier momento este sector empiece a colapsar, porque día a día aparecen más vendedores, o desplazados que no tienen mayores argumentos,

que de pronto no manejan una capacitación, la educación, lo único que se dedican es a vender cualquier cosa que la gente les ponga.

La última vez que se hizo un censo y habían 923 vendedores carnetizados sin meter a las personas que no tienen carné, y eso se nos sale del manejo; porque muchas veces cuando empiezan los operativos de parte de la policía, ellos son los primeros que se van y la policía entra a trabajar en contra de los que estamos legalmente establecidos. En esta brigada de aseo los asociados deben portar su carné para saber quienes vinieron porque se dispuso de dos días de sanciones para las personas que no vinieran a aportar o a apoyar este trabajo, porque de alguna u otra manera nos favorece embelleciendo la Quinta Avenida. Pronto vamos a tener la época navideña, la época de turismo. Y lo que necesitamos es que la gente que venga a visitarnos se lleve una buena imagen, no sólo de Santa Marta, sino de sus vendedores estacionarios.

Los carné se lograron mediante un proceso de concertación por allá en los años ochenta, ante la posibilidad de desalojar a los vendedores estacionarios. Nuestros argumentos tuvieron validez cuando decíamos que dependíamos de esto y el distrito no creaba frentes de trabajo y que la única alternativa que le quedaba a la gente era eso. Y que era mejor ponerse en una avenida y vender cualquier chuchería por decirlo de alguna manera, que salir a atracar a maltratar a cualquier persona. La verdad es que cuando uno no tiene el plato de comida para llevarles a sus hijos, uno está dispuesto a lo que sea.

Estamos en la calle por la necesidad. Nosotros le hemos planteado al distrito, al alcalde, que nosotros estamos dispuestos a entrar a un proceso de concertación para la reubicación, es más, estamos pendientes de la recuperación del Centro Histórico de la Ciudad de Santa Marta y ese plan conlleva también el proceso despejar las vías, como una forma de poder mostrar a Santa Marta en otro ambiente.

Nosotros hemos propuesto que estamos dispuestos a escuchar propuestas del señor alcalde, y se está hablando alrededor de los quince mil millones de pesos la reubicación de vendedores más de mil vendedores que hay en el sector comercial del centro de Santa Marta.

Bueno digamos que en un momento dado de crisis que se presenta alguna cuestión que nos toque hacer alguna protesta, pues hacemos aportes de mil o quinientos pesos, depende del gasto que vayamos a tener, pero no están pagando en este momento por asistir a una reunión del sindicato o cosas de esas, no.

Digamos, este es un sindicato digamos de prevención. Se convoca a la gente por ejemplo a una reunión, no caen todos; supongamos que viene el diez por ciento y cuestiones así. Entonces nosotros aprovechamos reunir a la gente en el sector, digamos en el sindicato y la asociación porque, en la cooperativa la gente es más

disciplinada; el proceso en la cooperativa es más diferente: ellos tienen su aporte y eso es internamente pues ellos aportan para administración y toda esa cuestión. Los del sindicato sí pues son cuestiones que son coyunturales que ellos esperan que se haya una crisis como ésta y entonces los compañeros les dicen que hay que aportar porque la crisis está dando duro.

### 2.3 Primera parte de esta entrevista a José Ramón Fuentes

Fecha y hora: Noviembre 6 de 2004. 1 a 3 p.m.

Lugar Carrera 5ª. Calle 19 esquina, enfrente al Almacén Ley.



ADALGIZA: Señor Fuentes, veo que está usted entretenido con las maracas al compás de la música, ¿Quién es el intérprete de esa canción?

JOSE. Ese era Frankie Ruiz. Ritmo salsero, yo toco con las maracas para acompañarlo...para sacarle el jugo a la música.

ADALGIZA: ¿Usted se ha presentado últimamente en algún evento musical, recientemente?

JOSE: Bueno, no he estado así como espectáculo; pero fui invitado a la Terraza Latina en un encuentro de salseros que hubo

el domingo, allá estuvimos varios grupos: maraqueros, cencerreros, y claveros; nos unimos y tocamos unos con otros, una integración muy buena y tuvimos un rato muy feliz, escuchando la salsa, rescatando lo nuestro y estamos programados para el once de noviembre, otro encuentro acá en el puente salsero.

ADALGIZA: ¿Dónde queda ese lugar?  
Eso queda acá en la Ciudadela 20 de Julio.

JOSE. No, es el puente salsero, el puente de la salsa, lo llaman. Sí para el Once de Noviembre tenemos otro encuentro.

ADALGIZA: ¿Ese encuentro lo hacen en la noche?

JOSE: A veces desde la tres de la tarde en adelante y se extiende hasta las dos o tres de la madrugada.

ADALGIZA: A ese lugar, ¿solamente van hombres o pueden ir las mujeres?

JOSE: No, puede ir cualquier tipo de persona porque ese es un ambiente sano.

ADALGIZA: ¿Entonces yo podría ir?

JOSE: Sí, claro, la invitamos, para que escuche.

ADALGIZA: Gracias, trataré de ir. ¿Cómo te ha ido esta semana en las ventas?

JOSE: Las ventas han estado un poco duras, pesadas, estamos soportando esto porque ya viene diciembre porque es el mes que todos esperamos.

ADALGIZA. ¿Cuántas maracas has vendido?

JOSE. Bueno, esta semana he vendido dos pares. Las hago con calabacitos de bangaña, las semillas son de capacho y el cabo es de madera. Los calabacitos me los traen de Fundación o de Aracataca y de Sevilla. Me los trae José Villadiego, el también hace maracas, las construye. Las maracas que vendí esta semana las compró un filipino y un canadiense. Las compraron porque les gusta como yo toco. Entonces esa es una forma de vender mi producto.

ADALGIZA. ¿A qué horas sale de su casa?

JOSÉ: Acá me vengo desde las 7 de la mañana a mi puesto de trabajo. A esa hora no hay casi tráfico ni gente y me dedico a hacer música sobre el ambiente, sobre Santa Marta, el último tema que hice fue sobre el turismo. Me ha gustado la nota que le hice al turismo porque prácticamente es la única empresa que tenemos y es la que nos deja el pan de cada día.

Cuando viene diciembre llega el turismo y es algo que nos llena de regocijo, llegan con los guías que les dan la confianza y se relacionan con nosotros, así se demuestra el interés que tiene un pueblo para con el turismo que es lo que más llega a esta ciudad.

Ahora estoy separado. Vivo con mi mamá. Tengo muy buena integración con mi mamá, mis hermanos, mis sobrinos, estamos bien coordinados.

ADALGIZA. ¿Cómo es su día en la 5ª?

Tengo 20 años de trabajar aquí y me gustan mucho los desfiles musicales que pasan por la 5ª, que uno no ve todos los días. Desfiles, marchas, protestas y

también casos tristes y penosos para nosotros. Recuerdo hace como 3 años cuando estábamos en la acera del Ley nos desalojaron. Nos compraron una casa, nos construyeron unos locales pero eso no ha servido de nada. Nosotros estamos como se dice, en el acabose. En esos locales tocaba pagar predial, agua y luz. Esto no da para eso. Esa casa nadie la quiere. Apenas hay 3 vendedores que se pasaron y no venden nada. Están arrepentidos.

ADALGIZA: ¿Usted siempre ha tenido este puesto de laminación y de venta de discos?

JOSÉ. No, siempre he variado. Anteriormente tenía un puesto de ropa, después cambié a bolsos y después al arte de la laminación. Laminar es muy bonito. Después que uno sepa de laminación se enamora del trabajo. El cliente siempre está ahí cuando uno le trabaja bien. Este puesto es con un sobrino. Siempre nos rotamos porque estar todo el día es un esclavismo. El estar aquí es algo que estresa mucho.

Esos CD son piratas. Los traen de varias partes Barranquilla, Cartagena, Bucaramanga, Medellín, Bogotá. En todas partes hay vendedores piratas. Esos vienen de todas partes. Uno les compra porque hay la necesidad de vender la música. Uno los compra en dos mil pesos y los vende a cuatro y no tiene que invertir mucho, mientras que otro artículo lo compras en seis mil y lo tienes que vender en diez mil y no se vende frecuentemente, en cambio la música se está vendiendo constante, constante.

Lo que más se vende en la 5ª es la música y la comida. Estos vendedores de música son los que mas andan un poco solventados. Hay gente que se queja demasiado de las ventas pero es porque prácticamente el producto no tiene salida, no tiene la competencia que debe tener para tener salida al comercio.

ADALGIZA. ¿Cómo son las relaciones de los vendedores con las autoridades?

JOSE: La alcaldía nos quiere desalojar. Estuvimos una charla con el secretario de gobierno y el señor alcalde y ellos dicen que por ahora no nos van a mover porque el Distrito no tiene dinero. El no ha pensado en eso. Pero sí el plan centro que están haciendo unos trabajos en cuanto a la recuperación del centro histórico y nosotros estamos a expensas de que cualquier día nos saquen de acá. Esto no es de nosotros, esto no es nuestro a pesar de que tenemos 20, 30 años de estar aquí pero esto no es nuestro. La 5ª es de Santa Marta. Ella pertenece a la ciudad. Nosotros queremos la ciudad pero queremos que nos reubiquen bien, que nos den una buena reubicación, nosotros les dejamos la 5ª.

Yo no practico religión. Voy a la Iglesia en época de Semana Santa. Me gusta ir en Semana Santa porque sale uno de todos sus males, de todos los pecados, pero otra religión no. La música no me da tiempo de practicar tanta cosa

Segunda parte de la entrevista, 30 de octubre de 2004. Frente al Ley, quinta con calle 19. Calzada occidental en la acera del Almacén "Sensación".

JOSE RAMON: Yo soy un compositor, samario, nacido aquí en la ciudad de Santa Marta. y estude música en Medellín. En Bellas Artes Medellín y en la Universidad Autónoma Latinoamericana. Allá estuve en teatro, danzas, pero me incliné más por la música porque los compañeros me vieron las partes inclinadas a esta profesión. La música porque es un arte que tiene uno para demostrar sus capacidades, por eso la hago, quiero hacerle saber a la gente, al pueblo, al mundo, lo que es un compositor, un artista.

Tengo varios proyectos sobre la paz de Colombia. Tengo cinco temas racionados con la paz en Colombia, que se llaman: Por ti Colombia, Porque serás, Quiero la paz, El himno a la paz y los niños de la calle. Esos temas los construí en la ciudad de Medellín, y otros temas los construí aquí en la Quinta Avenida. Tengo veinte años de estar en este trájín. A veces he vivido de la música. Mucha parte de esa vida pasé tocando serenatas, cuando tocaba guitarra. Bueno daba la coincidencia que, me embriagaba cada vez que daba una serenata. Tomaba mucho, los compañeros seguían tomando. Decidí dejar la guitarra por eso. Me encontré con un profesor en Bogotá en la Casa de la Cultura, llamado Ángel Amador y el me dijo que yo tenía un oído muy fino para la música, que yo podía dejar la guitarra que la podía tocar cualquiera, por su notas por su re por su do, que cualquiera podía aprender; pero las maracas era un género que se estaba muriendo. Entonces me dijo, si tú te dedicas a tocar maracas, yo te lo agradezco porque tienes un oído perfecto para la música.

E género de las maracas se esta muriendo, entonces yo le hice caso y dejé la guitarra a un lado, y empecé a tocar maracas, a mi nadie me ha enseñado. Aquí en este puesto en donde estoy estacionado, han venido grupos, grupos de la ciudad de Santa Marta a convidarme a que ensaye con ellos para yo acompañarlos. El problema es factor tiempo, aunque si he acompañado a la orquesta la sonora Baracoa, que la dirige Jony Pacheco, a él le he enseñado bastantes maracas. El me dice: José, yo quiero que tú me enseñes a tocar maraca para yo tocar maracas en mi grupo o tú vayas al grupo mío. Me he puesto de acuerdo con él en varias presentaciones. He cantado aquí en muchas presentaciones, en Sao. Cuando llega la semana por la paz canto en la cárcel, en sitios como la catedral; donde me invitan ahí estoy, porque me gusta la música. A veces lo hago por dinero, a veces lo hago gratis, y eso me llena de regocijo.

No pertenezco a ninguna asociación. Acá tenemos sindicato y hay otra asociación. Yo estaba en el sindicato...pero, no, me he marginado un poco. Pero si, los muchachos han conversado conmigo, han tratado de volver a localizarme para sus reuniones y eso, siempre he tratado de asistir.

Cuando llega la temporada colegial, salen los bolsos. Eso va rotando. ya cuando se acaba la temporada colegial, entonces uno trata de meter otro artículo, ves. Y así, cada temporada tiene su producto. Cuando llega diciembre, pues la navidad atrae, y así, para los carnavales, que los turistas, y las innovaciones que llegan. De un momento a otro se inunda el mercado con algún producto chino.

### 1.3 Entrevista Alfonso Prada

Fecha: Noviembre 10 de 2004, 1:30 de la tarde.

Lugar: Cafetería Externa del Ley

Nota: Miembro de la Comunidad israelita.

ADALGIZA. Me contaba que usted es un hombre soltero, que tiene 4 hermanos...

ALFONSO PRADA: Si, hice hasta 5º. De primaria, y me estoy preparando para presentarme a las pruebas del ICFES, quiero ser abogado.

ADALGIZA: ¿Desde cuándo pertenece a la congregación?

ALFONDO PRADA: Tengo ocho años de pertenecer a la congregación y soy comerciante ambulante de accesorios para celulares. Ofrezco los productos en el mercado, en la zona bancaria y en la 5as. Almuerzo todos los días en esta cafetería, me estoy preparando para aspirar al concejo distrital de un movimiento ideológico que lidero.

ADALGIZA. Cuénteme de sus actividades en Santa Marta.

ALFONSO PRADA: Yo le vendo accesorios de celulares a las personas que tengan es decir, solidez económica...para que le cumplan a uno el sistema que uno maneja a consignación, porque ya con el vendedor informal, es un poco imposible ya que en cualquier momento, un problema que se le presente el pequeño ingrese que tiene o lo que uno le pida se lo tiene que gastar, y entonces no tiene con qué responderle a uno, y en el caso de uno para pues no perder la línea con los contactos que uno tiene con el fabricante, tiene que pagar uno puntualmente a ellos.

ADALGIZA: ¿Entonces muy poco crédito a los informales?

ALFONSO PRADA: Si muy poco. Se les vende de contado y a nivel de los locales comerciales si se les da un placito.

ADALGIZA: Pero yo los veo más que todo en la Avenida Campo Serrano. A la congregación de ustedes.

ALFONSO PRADA: Bueno, por el momento... generalmente eh...se camina...porque se tiene más o menos un itinerario de movimiento de diferente horarios de gente donde hay sectores que fluyen más por la mañana y otros la tarde, entonces generalmente en la mañana se entran por el mercado y trabajan unas dos horitas por allá.

ADALGIZA: ¿Qué hacen por el mercado?

ALFONSO PRADA: En el caso de los hombres, vendiendo, igualmente trabajan vendiendo cosas de celular: accesorios, pero ya buscando clientes que tengan un celular, y en el caso de las mujeres, ellas tienen un sistema de trabajo, que en el mercado hay un puesto en donde hacen buñuelos, empanadas, arepas de huevo y ellas madrugan a las cuatro de la mañana y les dan ahí facilidades para que pidan y vayan y lo vendan en los bancos, entonces ya personalmente cada una de ellas tiene un sector específico, ya las conocen y también la que medio pueda mover mejor solvencia, les da crédito al ciudadano de su sector, y en la quincena y cuando le pagan la mensualidad le pagan todo.

ADALGIZA Cómo es su trabajo

ALFONSO: Siempre hay un trato muy amable con los clientes del trabajo mío. De pronto nos tomamos un tintico, dialogamos de la familia del invierno que en este momento está pasando por Santa Marta bueno, a uno cada y para todo hay tema. Bueno; entonces después de la pequeña charla ya les pregunto si hay algo para hoy o no hay nada, en efectivo, entonces tengo esto, yo les recibo lo que me den ya: Que me debe tanto, le descuento tanto y me queda debiendo el resto. Si no hay; mañana será otro día. Como decía también nuestro señor Jesucristo hace dos mil años: Bástale a cada día su propia paz. Ya, tratamos pues de asimilar esas enseñanzas para no tener problemas más tarde.

ALFONSO PRADA: Si, manejo muchos ratos en esa parte, y como te decía...el trato con las personas no es el mismo en materia de temas, como te decía: hay unos que les gusta sólo fútbol, entonces yo me les apego a hablar de fútbol. Que me dice que es del Junior o del Unión Magdalena; entonces les hablo del Junior o del Unión Magdalena. Les hablo de la problemática que tiene los equipos, porque no salen adelante y por qué no pueden quedar campeones, por qué no clasificaron en los cuadrangulares. A todos les pongo tema.

ADALGIZA: ¿La congregación se reúne en Bonda?

ALFONSO PRADA: Es correcto, en la vereda El turbal.

ADALGIZA: ¿Allá tienen su templo y asisten todos o qué clase de personas?

ALFONSO PRADA: Sí vamos nosotros y las amistades que uno comercialmente conoce y cuando una persona le pregunta, uno le cursa una invitación para que la persona que pueda ir cualquier sábado pueda ir allá, le da uno la dirección, los datos para llegar y por quien preguntar, pero solamente en el día sábado, entre semanas estamos en el comercio, uno no se encuentra.

ADALGIZA. ¿Ustedes tienen actividades netamente comerciales?

ALFONSO PRADA. Ya le explicamos que estamos completamente integrados a los reglamentos de la congregación.

ADALGIZA: ¿Le ha ido bien económicamente?

ALFONSO PRADA: Bueno, al principio me tocó empezar desde cero. Yo también fui vendedor informal. Cuando yo llegué aquí a Santa Marta empecé vendiendo tiza china, aquí mismo en la entrada del antiguo Ley y por el mercado. Después compraba veneno para los ratones, y los combinaba; después compré antenas para los televisores, entonces iba ahorrando mercancía poco a poco y siempre tratando de ser un poco ahorrativo; no egoísta conmigo mismo, pero sí ahorrativo comercialmente tratando de no malgastar la plata. Entonces, así, poco a poco fui formando un ahorro y duré cuatro años trabajando así como vendedor informal trabajando en el mercado por la Quinta, en diferentes sitios de Santa Marta: en el Vivero...

ADALGIZA: ¿Por la Quinta o por el Mercado?

ALFONSO PRADA: Como le expliqué hace unos breves momentos que en diferente sector hay diferente aglomeración de diferente clase de gente. Por ejemplo: en el mercado es bueno por la mañana, como de siete a diez de la mañana, y desde las diez se pone bueno en la Avenida del Ley hasta las doce y media o una y de ahí ya viene, como dicen, la hora boba y entonces luego de tres y media a cuatro de la tarde viene el segundo tiempo; pero si uno quiere abrir un poco la cobertura comercial, se va a las dos para la zona bancaria, que a esa hora abren los bancos y le está dando vueltas por ahí hasta que cierran los bancos. Cuando cierran los bancos es de suponer que ya queda sola la zona bancaria y recién se conglomera la gente en el Ley y hasta las siete de la noche que la gente se va para su hogar.

ADALGIZA: ¿Usted vive solo?

ALFONSO PRADA: Actualmente vivo con una congregación. He tenido momentos que he vivido completamente solo. En épocas como ahora, de diciembre y enero, yo me vengo y pago dos meses de arriendo acá en el centro para poder trabajar

hasta más tarde. Es que hay que aprovechar el momento en que la gente tiene plata, porque después se vienen momentos difíciles; hay que guardar para tener después con qué sostenernos. Yo me he casado varias veces, tengo dos hijos. He andado por todo el país caminando, pero es Santa Marta donde me he amañado. Fui muy católico, también adventista, milité con sindicatos en Bucaramanga hasta que finalmente conocí a unas personas que llevaron de la mano a la congregación. Esta viene del Perú y llegó a Colombia hace 13 años. Somos trabajadores y honrados. De Santa Marta no hemos logrado integrar a ninguna persona. Vestimos así en honor a nuestro máximo líder: Jesús, él es nuestro guía. Hacemos congresos y en Colombia la comunidad crece día a día. Como yo le hablo bien a la gente, en época de elecciones le pongo votos al concejal Marta Abello. La conoce? Si, es prima mía. Continúa ALFONSO: Ella me ha hecho muchos favores para mis compañeros y mis posibles electores. Tengo conexiones en transportes Brasilia. Si usted quiere viajar por tierra a Bogotá o a otra parte por esa línea, búsqume, ( me da el número del celular) que yo le consigo el pasaje a mitad de precio. Eso lo hago a cada rato con personas que lo necesitan. Salúdeme a Marta Abello. Nos

ADALGIZA: ¿Cómo hizo para llegar hasta allá?

TONY: Por intermedio de unos familiares que vivían allá, entonces me invitaron; pero estaba muy joven. Eso hace muchísimos años ya. Pero bien, muy rico, agradable. Conocí la calle Queens, Manhattan

ADALGIZA: ¿Se la pasó en esa época parrandeando?

TONY: No tanto, porque era muy niño todavía pero sí....

ADALGIZA: ¿Por qué no se quedó por allá?

TONY: ¡Oiga!...Cosas de la vida. De pronto quedé con ganas de volver, pero a realizar el sueño americano, pero no sé, no sé porque razón no lo hice. Había bastantes compromisos aquí en Colombia. Y como era bien eso, soy músico y buen músico...hombre, esa es mi profesión...

ADALGIZA: ¿Pero te consideras compositor, básicamente?

TONY: Sí, soy compositor.

ADALGIZA: ¿Algunas de sus composiciones ha trascendido, aparte de tener la satisfacción personal de componer?

TONY: Sí, por supuesto que sí: Pastor López me graba Dios te bendiga Helena. Claro, hace muchos años, sí...hace muchos años, una de mis mejores canciones...

ADALGIZA: ¿Cuál otra así de famosa?

TONY: Sí hay varias que han sido gravadas, así que sea famosa, este... pero no sé si aquí se hayan escuchado, fue...que me acuerde yo, Venezuela, que me gravó, pero no sé si aquí...

ADALGIZA: ¿Me iba a explicar por qué le compuso a ella una canción?

TONY: Resulta que ella estaba aquí y llegaba alguien a preguntar por un forro, por ejemplo para un computador, o cualquier cosa; y ella no contestaba nada, absorta en su pensamiento de su viaje que no había podido realizar, no había podido irse. Entonces yo la veía muy triste, muy triste y preocupada fue cuando hice esta canción en ritmo de son, un son original como en realidad lo es en clasificación de los ritmos vallenatos: merengue, pulla, son y paseo rápido, y dice así:

“Me da tristeza cuando miro a Nancy Tapias  
Muy confundida y pensativa en el silencio.  
Me da tristeza cuando miro a Nancy Tapias  
Muy confundida y pensativa en el silencio”.

Yo la comprendo porque soy sentimental, soy su compañero leal, se lo que le está pasando

Por eso mismo yo te lo digo mi vida, no pienses tanto que nada vas a ganar, y hay que darle tiempo, y al tiempo es el que decide, esas son las cosas normales y naturales.

Te felicito porque quieres a tu tierra, quiere a tu familia y esa es una cualidad

Hay muchos que se olvidan de la tierra donde nacen, y esa es la vida y esa es la pura verdad.

Ya Marinita ya se va para Plato, mandále una carta y diles que en diciembre vas.

Que el viejo Milecto seguro la ésta esperando, y la vieja Chenchá con toda seguridad.

Que el viejo Milecto seguro la ésta esperando, y la vieja Chenchá con toda seguridad.

Eso era lo que le daba tristeza, por eso como le dije; yo nombro Plato y Marinita era una amiga de ella. Yo le cuento de que no pudo realizar el viaje para que me la entienda bien. No pudo realizar el viaje como dice la canción y yo la veía muy triste. Y al verla yo quise fue unir el verdadero sentimiento de una persona cuando le nace de su corazoncito.

(CANTA) Me da tristeza cuando miro a Nancy Tapias...que es mi compañera, y eso es lo que le pasaba Me da tristeza cuando miro a Nancy Tapias. Muy confundida y pensativa en el silencio. Yo la comprendo porque soy sentimental, soy su compañero leal. Soy su esposo y su compañero leal..., se lo que le está pasando. Yo le digo: Por eso mismo yo te lo digo mi vida no pienses

tanto que nada vas a ganar, y hay que darle tiempo, y al tiempo Te felicito porque quieres a tu tierra, quiere a tu familia y esa es una cualidad. Hay muchos que se olvidan de la tierra donde nacen, y esa es la vida y esa es la pura verdad. (EXPLICA) Había una amiga que se iba para Plato, entonces yo le dije: Mira, hazles una carta y mándales lo que le vas a mandar, los presentes, mándales la carta y diles que en diciembre vas. Entonces eso es. Yo le dije que la hiciera la carta y la mandara con la amiga que se iba para Plato, entonces yo le compuse: Ya Marinita ya se va para Plato, mandále una carta y diles que en diciembre vas. Que el viejo Milecto seguro la ésta esperando, y la vieja Chenchá con toda seguridad. Para-ra para ra-ra rá. (TATARAREA LA MUSICA)

ADALGIZA: ¿ Cómo viene Tony a dar a la Campo Serrano?

TONY: Mire, yo vengo de darle la vuelta a Colombia. Yo arranco de Bogotá, aproximadamente hace unos doce años. Vengo y me voy por Boyacá, luego a los Santanderes, y como soy compositor...compositor de música llanera; porque yo hago toda clase de música, soy polifacético, yo hago de todo, hago ranchera, de todo. Entonces cuando llegué al Llano, dejé mi nombre muy bien y eso...hay canciones que están grabadas. Hay una que se llama... La vida de Tony Palmera, es una pasaje y dice Ayyyy ya llegó Tony Palmera, ese que canta bonito, ese que le gusta to, pero todo lo bonito( TARAREA) tan tan, tan tan....Cuando conoce una reina, le regala el corazón, le regala su cariño, pero es con condición, porque a él no le ha gustado, que le llamen la atención, cuando llegue enguayabado o llega de un parrandón...no, no, no señores, eso no he vivido yo, porque yo he vivido la vida y es igual que el chupaflor que ha vivido toda la vida chupando de flor en flor. Qué por qué no vino anoche...qué por qué no madrugó...qué dónde estaba tomando...con quién se encontró...que estaba con la misma... que si fue que la perdió...no, no, no señores, esa cantaleta no...porque yo he vivido la vida y es igual que el chupaflor que ha vivido toda la vida chupando de flor en flor. Siete hogares, dieciocho hijos. Esa es la respuesta: Ayyyyy, ya llegó Tony Palmera, ese que canta bonito, ese que le gusta to, pero todo lo bonito (TARAREA)

Eso de llamar avenida a esto es una mofa, un remedo. Eso representa lo absurdo, lo bajo e insignificante que es la gente de aquí.

#### 1.4 Entrevista Rafael Avendaño.

Lugar: Cafetería exterior del Ley  
Fecha: Octubre 31 de 2004, 11.30 a.m.

ADALGIZA: ¿Que puede comentar de la Quinta Avenida?

AVENDAÑO: Llamar a esta calle tan estrecha: avenida; da risa. Cuando la abrieron tuvieron el descaro de compararla con la 5ª. Avenida de Nueva York. Yo he hecho escritos para los periódicos, tuve uno. Ahora me dedico a la hípica.

Vivía en Medellín pero hace 3 años me vine para acá. Yo soy de aquí. La principal avenida de Buenos Aires tiene 100 metros de ancho, es ornamentada y son muchos los carriles que tiene para tiendas y vehículos. En esta 5ª ni un edificio bonito, el único es el Edificio de la familia Lacouture en la 5ª con 15, es Republicano. . En esta ciudad, por ejemplo, usted no consigue donde desayunar decentemente a las 7 de la mañana, ni hay abierto una sala de Internet ni de cualquier otro tipo de comunicaciones antes de las 8. Esta es una ciudad turística. En Aguachica, Cesar usted encuentra lo que le he dicho. En Valledupar también, ciudades más jóvenes que Santa Marta. ¿Por qué? Qué quedados somos, siendo tan bonita con esta calidad de gente.

AVENDAÑO: Usted debería invitar a los vendedores a capacitarse. Yo le digo: qué interesante, pero que si su espíritu no se los sugiere, yo no puedo ni debo hacerme cargo. Que si ellos quieren hacerlo, lo hacen. Lo fundamental de este atraso de ciudad es porque no hay industria y comercio en armonía. Santa Marta acoge a los de afuera y de menores recursos. Esta cafetería es por donde pasa la ciudad por la avenida. La mayoría de las cosas que venden, son ilegales.

#### SUCESOS DE LA 5ª.

Miguel Mauri, de 75 años, propietario de un puesto de compra-venta y alquiler de revistas y libros ubicado en la acera oriental en la 5ª entre calles 11 y 12. Es director de una banda papayera con sus 4 hijos, relata lo siguiente:

“Antes de los 70, la quinta era de doble vía Los mejores almacenes de ropa de la ciudad eran los de los turcos Anuar y Samir. En esos años se paseaba, en las mañanas el loco Chevalier. Venía de la playa siempre con un pote pidiendo comida. Aquí todos lo queríamos por su vestimenta y porque no le hacía daño a nadie. Otro loco que llegaba en las tardes era Caymán (Santiago Meléndez.) Cantaba y bailaba por toda la calle como si protagonizara una fiesta y cantaba: “Mardita, mardita, por ti se murió mi hermano, te odio, te odio.” Este sector, cuando llegué, hace 35 ó 40 años era un basurero, un lote enmontado. Estos edificios, son nuevos de hace 40 años. Antes que abrieran la 5ª, la 4ª era la vía principal. En los años 70 la vía del ferrocarril fue retirada.

La refresquería El Oasis de la familia Barletta, descendientes de italianos, era la más popular y apetecida por los samarios. Hoy día hay un estadero donde expenden bebida de todo tipo y se llama La Única. La única familia que aún tiene su vivienda en la quinta es la familia Iglesias. En desfiles, el de los 450 años de la

ciudad con bandas de música, banderas, de las naciones bolivarianas, y especialmente los escoceses con sus faldas de cuadros y sus sombreros altos, tocando unas gaitas con sonidos desconocidos para mí. Ese desfile finalizó en el Terminal Marítimo. Todos los desfiles de carnaval, de las fiestas patronales, las protestas de los obreros, los gamines, pordioseros, pasan todo el día. Para esas fechas, recuerdo una balacera entre Cárdenas y Valdeblanquez desde la aceras de la 5ª con 13 enfrente al almacén 007 y el Banco Industrial Colombiano. Allí recibió un tiro en la frente un empleado del almacén de ropa del 007. “

Otro de esos casos: El asesinato del gerente de J.Glottmann, almacén de electrodomésticos a crédito porque no le fió a uno de esos individuos. La 5ª también fue escenario de las “guajiradas”: competencias de camionetas Ranger y Totoyas que manejaban los “culo puyú”, mafiosos de los 70. 80, años en los cuales la exportación de marihuana hacia Estados Unidos alcanzó su mayor auge, convirtiendo a Santa Marta en un campo de batalla entre dos bandas: Los Cárdenas y Valdeblanquez.

Rosa González, pensionada del poder judicial, cuyas oficinas quedaron en el edificio Lacouture de 5 pisos, ubicado en la carrera 5ª con calle 19 esquina oriental,, que en los años 60, 70 funcionaron algunas oficinas y vivienda, destaca lo “sabroso que era caminar por la 5ª, tomar batidos de frutas en la esquina de la 19 con 5ª, helados en Delicrem, acera occidental, la 5ª entre 17 y 18, ir de compras al recién inaugurado almacén Ley, al almacén de telas de William Chams, ropa en Edgardo Pereira. Antes, en esa equina hubo una venta de muebles: Muebles Juliao, de una familia judía. La señora Teresita Viecco, el almacén de Rut Manotas, eran establecimientos donde abríamos crédito para adquirir muebles, zapatos y ropa, principalmente. Era chévere mirar desde el segundo piso las comparsas del carnaval, las protestas de algunos gremios, los desfiles cívicos, recuerda que en 1968 el Unión Magdalena logró su primera y única estrella de campeón en el fútbol nacional, el desfile del triunfo tomó la quinta para la celebración, en donde eso no se entendía: Los jugadores montados en el carro de bomberos, y todo tipo de vehículos con pitos, tamboras, papayeras, gritos de la muchedumbre de ¡ viva el Unión, nojoda, Resultado de esta algarabía se presentó un accidente en el cual pereció una joven de apellido Lacouture que se salió del vehículo camioneta en la esquina de la 5ª con 18 y murió, hecho profundamente lamentado por la ciudadanía. (Agosto 6 de 2008).

### Anexo 3. Del contrabando

En 1972, visitó a la ciudad el Presidente Misael Pastrana, su esposa María Cristina y Doña Berta Hernández de Ospina. Lo primero que solicitaron las dos señoras al bajarse del avión fue: “Llévennos al sanandresito”. Compraron de todo. (Brito, 2010)

Aquí, a mi puesto llegaban ministros y funcionarios públicos de alto turmequé a comprar tabacos cubanos, naipes finos, el mejor champaña y vino. (Brito, 2010)

Álvaro Brito. Dueño del local N°. 8 del Sanandresito de la calle 14 entre carreras tercera y cuarta, mayo 8 de 2010. 7p.m.

“Nací en Divulla, Guajira hace 65 años. Mi papá tenía finca de ganado y sembraba plátano y mi mamá nos cuidaba. Empecé a negociar contrabando desde los 17 años. Traía los bongos repletos de plátano por arriba, y en la mitad, mercancía que salía en barco desde Panamá, Aruba y Curazao. Llegaba a Puerto López y de allí en camiones hasta Maicao y entraba a Santa Marta de noche. Entre los dueños del matute recogíamos plata para que los guardas de renta departamentales dejaran pasar los vehículos. Otras veces los barcos del contrabando llegaban a las playas de Divulla, algunas veces seguidos por fragatas del Estado (El ARC 16 de julio) encargados de decomisar la mercancía. Si los cuadrábamos bien con merca o plata, pasaban. Si no había plata, perdíamos. También entraba por la bahía de Santa Marta, Concha, Taganga y Puerto Zúñiga. Teníamos bodegas camufladas en algunos puntos de la ciudad: Manzanares, Mamatoco y de allí sacábamos algunas cosas, poquitas, para no dar papaya. Fui de los primeros en vender en El Patio, propiedad de Aristides Marimón, solar de día y parrandadero de noche, en la 5ª con 14, acera oriental. Con la señora Emma, con la Española, con Aquiles y Raquel Almanza, Manuela León, Carmelina Martínez, Rosaura Prieto, Carlos González y otros, vendíamos lo que hace 48 años no se conseguía en el país o se conseguía pero caro y de peor calidad: Talcos para el cuerpo My Fair Lady, loción mentolada Pingüino, jabones Camay, de pera y de pepino, chocolates Milky Way, y Cadbury, Planters, vino dulce Manichewitz y Chianti caramelos Kraft, cigarrillos Kent, Marlboro, LM, whiskys Ballantines, Sello Negro, White Horse, galletas Verkade, Club Social, mantequilla y queso holandés, jamones de York y de Virginia. A esto se le ganaba el 200%.

En esos años también se “bajaba “de los barcos en pequeñas lanchas y de noche: Licores, cigarrillos, enlatados: carne, caviar, salchichas y mariscos.”

Continúa Brito: Como la venta de contrabando se extendió por el camellón y la 5ª, el alcalde de ese entonces, Edgardo Vives, 1963, 1965, decidió “recogernos” en el lote donde estamos hoy. Según dicen, esa era la carnicería del antiguo mercado de la plaza de San Francisco. Era enmontado y lleno de basuras. Armamos kioscos de madera y zinc. Nos moríamos de calor, nos caía la lluvia y la aduana nos decomisaba las cosas porque esa venta era ilegal y porque el comercio se quejaba de que la gente prefería a sanandresito porque era mercancía era más barata y americana.

Este sanandresito fue el primero del país. Los artículos también los traían por avión desde Cúcuta y San Andrés. Por los problemas de Colombia con Venezuela, Maicao y Cúcuta casi se cerraron. Ahora me traen las cosas aquí. También vendo cosas nacionales. De lo americano, hay que legalizarla pagando

impuestos en algunas cosas. La mayoría es de contrabando. La plata perdió valor. La época de oro: finales de los 70 hasta el 84 por la bonanza marimbera. Los mafiosos no se medían en nada. Compraban en dólares y por cajas los mejores y más caros licores y comida “(Brito,2010).

Anexo 4. Discurso del culebrero del artefacto para jugos licuados

Omar Díaz

Fecha: sábado 16 de octubre de 2004 Hora: 10:30 a.m.

Lugar: Carrera 5ª esquina norte del teatro Santa Marta.



Omar Díaz. El artefacto está dentro de la licuadora. A.F. 2004

ADALGIZA: ¿Señor, puedo grabar lo que está diciendo, es para un trabajo de la universidad?

CULEBRERO: Bien pueda, que no hay problema; escuche pues señora: Vengo de Medellín, este aparato, lo exhibimos a nivel nacional, somos los diseñadores creadores y fabricantes de este producto. Es algo muy indispensable en el hogar Nosotros hicimos una investigación y hace más de cien años que la señora todavía utiliza el sistema del colado. Las licuadoras se han modernizado, han salido cincuenta o sesenta marcas diferentes, pero nadie había pensado en reemplazar ese sistema, pues tan, tan antiguo, que tenemos directamente en la cocina, entonces por eso, de ahí salió la idea para que nosotros diseñáramos y

fabricáramos este filtro que es un extractor de jugos que se le puede instalar a cualquier marca de licuadora.

ADALGIZA: ¿Y la familia?, cuéntame de ella ¿Viene recorriendo al país desde dónde?

¿Cómo llegó a Santa Marta y aquí a la 5ª?

CULEBRERO: Ah...Yo vine a Santa Marta, porque como recorremos al país de ciudad en ciudad, primero arrancamos todo Medellín, visitamos Bogotá, Villavicencio, el eje cafetero, Boyacá, Bucaramanga, todo el Santander y de Bucaramanga vinimos a Santa Marta hace quince días a la gente le ha gustado mucho el producto, es algo que realmente sirve en el hogar nos presta economía, ahorramos tiempo y fruta; no tenemos que hacerlo de la manera como te lo había comentado anteriormente, y bueno...pienso que ahora empezaremos a recorrer la Costa, completa: Barranquilla, Cartagena, Riohacha.

ADALGIZA: ¿Y cómo hiciste para hacerte en este sitio? Bueno...yo estuve preguntando con los vendedores, pues que en dónde era posible ubicarnos para hacer una demostración, porque como esto requiere hacer demostración en público. Ya está listo y completamente empiyamado el aparato, usted le marca posteriormente la cuchilla y mire la manera tan elegante en que la forma como le va a rendir con este accesorio siete veces el juguito, mucho antes. Aquí por ejemplo la señora ya no va a tener que hacer lo mismo de toda la vida, no le quite las piezas ni las cáscaras ni a la piña ni a la papaya ni a la curuba ni al melón ni al banano ni al mango ni al maracuyá. Cuando la señora le quita las cáscaras a la fruta está desperdiciando en potencial terapéutico nutritivo natural afrodisíaco del mineral que bota porque no tiene la información. Aquí se la vamos a dar verbalmente y por escrito. Con esto precisamente usted va a preparar diferentes clases de jugos, mire: la cáscara del tomate de árbol es demasiado amarga, pero si usted la combina con piña va contrarrestar el amargo el amargo de la cáscara y es muy buena para los nervios por las propiedades terapéuticas que contiene. Lleve las frutas previamente lavadas y picadas con cáscara y todo al interior del aparato y luego le agrega el agua o la leche al mismo nivel que le echaste la fruta. Todo va en el centro del aparato y más o menos todo al mismo nivel, aquí le agrega la azúcar el hielo, la miel el endulzante la vitamina la cola granulada, lo que usted le quiera echar al juguito, y finalmente le coloca la tapa al extractor.

Desaparece la tapa del vaso de la licuadora ahora sí; mire: póngalo en marcha por veinte segundos. Mire lo que le voy a empezar a explicar: Y toda la vida somos los únicos en Latinoamérica, en donde la señora todavía cuele jugos en este sistema rudimentario, obsoleto, primitivo, prehistórico y ordinario como el colador. ¿y sabe cuál es el problema?, mire, no es uno si no tres. Por aquí se pasa las pepas de la curuba, la guayaba la mora y el maracuyá. Esta mayita no es tan efectiva. La

señora mete aquí las manos o los dedos o de pronto es muy refinada y lo hace con una cucharita, le da golpecito y lo bota a la basura. ¿Sabe que está botando aquí? La mitad del juguito lamentablemente. Ya le voy a mostrar y le voy a explicar por qué. Apague la licuadora y sirva con elegancia, sin cáscaras, sin pepas, sin semillas, sin bagazo; cremoso abundante, puro y agradable al paladar. Monte nuevamente el aparato pero sin agregarle más fruta ni más agua ni más nada, y mire como el aparato le llena el vaso nuevamente esto es lo que la señora bota, desecha, pierde y elimina cuando lo saca en el colador. Aquí por ejemplo, duplicó la cantidad de jugo y mire la manera tan elegante y tan agradable y tan diferente al servirlo directamente del vaso a la mesa. Si quiere otro poquito, quiere repetir, llegó la visita, el niño quedó con ganas, la familia muy numerosa, vuelva y monte el aparato. Mire: (RUIDO DEL MOTOR DE LA LICUADORA) y dese cuenta que con una pequeña cantidad de fruta usted saca una buena cantidad de jugo. La fruta, le queda completamente deshidratada y se está dando el gusto de consumirla completamente todo, si quiere más vuelve y monte una vez más, mire (Ruido del motor de la licuadora ) y dese cuenta hasta dónde y de qué manera, usted puede llevar la fruta de un proceso satisfactorio, en donde no se pierde ni se desperdicia absolutamente nada. Ya le voy a mostrar que quedó en el centro del aparato, para que usted se de cuenta la diferencia, la manera por la cual prevalece, por encima de cualquier procesador de frutas que tenga usted directamente en la cocina.

Ahí quedaron únicamente las solas cáscaras y las solas pepas, lo que realmente no se debe consumir. Pero créame, esto que quedó aquí, no es nada comparado con las manotadas de frutas que la señora bota cuando los casa en el colador. El aparato " COIN", tenemos una proporción importante ya que se trata del último día aquí en la ciudad de Santa Marta, entonces cancele lo que le vale un colador de palo, únicamente cinco mil pesitos, y como regalo le vamos a entregar un libro que se llama la enciclopedia del jugo; aquí la señora va a encontrar más de cuarenta recetas de jugos diferentes, el significado de la cáscara y la semilla; frutas y belleza y frutos y salud; las instrucciones para instalar el aparato, la combinación correcta para preparar batidos malteadas cócteles y bebidas especiales y así completo se lo lleva en una tula deportiva impermeable bien bonita y elegante únicamente por cinco mil pesos, hoy que es el último día...para la dama y el caballero ya que me entendió, porque eso es lo más importante, mire:...que le parece... setenta mil veces mejor que hacerlo con el colador...¡producto exclusivo! de quien les habla; somos diseñadores, creadores y fabricantes de este sistema tan original, por eso precisamente, hoy estamos con una promoción a precio de fábrica, este sistema no lo consigue usted en almacenes de cadena, en supermercados, ni en ferreterías, somos distribuidores, impulsores y fabricantes.

ADALGIZA: ¿Necesitas luz, agua..?.

Omar Díaz Sí, agua, luz...afortunadamente los vecinos han sido muy caritativos con nosotros no han colaborado prestándonos ese tipo de servicios...para nosotros poder hacer la exhibición acá y...así nos ha pasado en todas las ciudades, siempre nos han apoyado nos han ayudado y nos han brindado directamente las cosas que nosotros necesitamos como la luz el agua, el espacio para trabajar. No, yo no pago alquiler, absolutamente para nada, aquí nadie ha cobrado nada.

ADALGIZA: ¿Y todos los días te has puesto aquí o cambias de sitio?

No, yo he cambiado de sitio, me he ubicado arriba en el puente peatonal múltiple, en el pasaje del comercio, aquí en la avenida 5ª en diferentes puntos y me ha ido bien.

ADALGIZA: ¿Y de eso vives?

De esto vive mi familia, cuatro hijos, mi esposa...y vivimos bueno, chévere. Cuando hay ferias y eventos industriales, de pronto en recintos cerrados, con aire acondicionado, una feria agropecuaria, una feria ganadera, una feria artesanal, una feria industrial nosotros participamos en los diferentes puntos de Colombia. No solamente aquí sino por ferias o interferias en Manizales en Bucaramanga, en los centros de exposiciones feriales y nos ha ido muy bien. Continuación de la demostración al público: ... y esto que viene en forma de escalera y luego lo lleva al interior de la licuadora. Una vez que esté instalado, pegado, ensamblado, listo, puesto, colocado empiyamado, encajonado y completamente listo el aparato, usted le coloca nuevamente la cuchilla, mire que, cuando la señora lo vaya a lavar no lo tiene que estarlo desmontando de acá nuevamente para lavarlo, usted retira el aparato y lo lava, este anillo que queda no tiene ningún inconveniente si usted quiere licuar sin filtro por alguna circunstancia, vuelva y meta directamente el aparato en el vaso, y mire que con este sistema le va a rendir el juguito siete veces más. Aquí le voy a explicar por qué, mire: la mayoría de las señoras todavía le quitan las pieles, precisamente donde está la fibra.

Anexo 5. Recorte de periódicos.

# Política

4A Santa Marta, viernes 12 de septiembre de 2007

## Un éxito, la gran toma de Chelo a la Quinta Avenida

Fotos Orlando Marchena

El respaldo fue total. El candidato a la Alcaldía José Domingo 'Chelo' Dávila, fue ovacionado y vitoreado por un gran número de vendedores y transeúntes, que hicieron que la gran toma del Centro por parte de Chelo y sus candidatos a Concejo y Asamblea se constituyera en todo un éxito.

Fue un recorrido de aproximadamente una hora que se efectuó desde las primeras horas de la tarde del pasado miércoles y que inició desde el puente La Araña, hasta la calle 13 con carrera 5a.

Durante la caminata Chelo estuvo acompañado de un gran número de candidatos a Concejo, al igual que la candidata a la Asamblea Margarita Vives Lacouture y demás simpatizantes de su candidatura.

Chelo ingresó a cada establecimiento en donde fue recibido con agrado por sus empleados, quienes en ningún momento desaprovecharon la oportunidad de saludarlo personalmente.

A su paso por el sector del Ley fue ovacionado por los vendedores estacionarios, mientras una larga fila de mototaxistas lo seguían de cerca en una clara y contundente demostración de respaldo a su candidatura.

Después de saludar a los empleados, propietarios u ad-



El candidato a la Alcaldía José Domingo 'Chelo' Dávila, saluda a una vendedora de minutos de la Quinta Avenida, mientras un transeúnte le toma la mano como una forma de expresarle su apoyo.

ministradores de almacenes de tela, ropa y calzados, estuvo un rato observando a los jugadores de ajedrez que se ubican en uno de los sardines de la catedral sobre la calle 17, quienes le expresaron sus agradecimientos por la deferencia que tuvo con ellos.

Posteriormente, Chelo Dávila llegó hasta el sector de Sanandresito en donde también logró chocar la mano de los vendedores informales, dándoles a conocer su propuesta de gobierno.

Durante un buen rato, Chelo dialogó con la gente, a la que le planteó sus propuestas de gobierno y la necesidad de sacar adelante la ciudad con proyectos serios y bien argumentados.

Tras pasar por Sanandresito Chelo se dirigió hasta el Parque Bolívar, en donde fue recibido con agrado por un gran número de simpatizantes de su proyecto político. Por un instante Chelo intentó ingresar a la Alcaldía a saludar a la gente pero no le permitie-

ron hacerlo cerrándole las puertas. En el parque, Chelo exhortó a la gente a rechazar el continuismo aplicando el voto castigo para quienes quieren perpetuarse en la administración, con el propósito de ocultar los desaciertos que allí se han venido cometiendo, bajo dudosas intenciones. Chelo ha sido un duro crítico de la actual administración distrital, que de manera descarada ha venido apoyando a uno de los candidatos a la Alcaldía.



DISTRITO TURÍSTICO CULTURAL E HISTORICO  
ALCALDIA MAYOR DE SANTA MARTA  
SECRETARIA DE GOBIERNO

**LA SECRETARIA DE GOBIERNO DEL DISTRITO  
TURÍSTICO CULTURAL E HISTORICO DE SANTA MARTA.**

**CERTIFICA:**

Que de acuerdo al registro de vendedores estacionarios y ambulantes del Santa Marta de esta ciudad, se encuentran en la base de datos de la vigencia 2006, quinientos cuarenta y cinco (545) vendedores carnetizados en el sector de la carrera 5ª del Centro Histórico de Santa Marta, en los horarios diurno y nocturno.

La presente certificación se expide a solicitud de la señora **ADALGISA FERNÁNDEZ DE CASTRO**, hoy veinte (20) de Octubre de 2006.

  
**WILLIAM MORENO PARDO**  
Profesional Universitario

  
Verificador y expedidor de  
**WILLIAM MORENO PARDO**  
Profesional Universitario