

**TEJIENDO TERRITORIOS: PRÁCTICAS DE APROPIACIÓN TERRITORIAL  
EN EL MERCADO DE SANTA MARTA**

**MAYRA CASTRO CALVO**

**ÁLVARO ACEVEDO ACEVEDO  
TUTOR**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA  
ANTROPOLOGÍA  
SANTA MARTA  
2015**

**TEJIENDO TERRITORIOS: PRÁCTICAS DE APROPIACIÓN TERRITORIAL  
EN EL MERCADO DE SANTA MARTA**

**TRABAJO DE GRADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
ANTROPOLOGA**

**ÁLVARO ACEVEDO ACEVEDO  
TUTOR**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA  
ANTROPOLOGÍA  
SANTA MARTA  
2015**

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

El Presente de Memoria de grado y el  
Consejo examinador no serán  
Responsables de las ideas emitidas por el  
Autor.

**Nota de aceptación:**

---

---

---

---

---

---

**Firma del presidente del jurado**

---

**Firma del jurado**

---

**Firma del jurado**

---

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA  
ANTROPOLOGÍA  
SANTA MARTA  
2015**

## **DEDICATORIA**

A mis padres Xioma, LuzMa y Baggio  
por su apoyo incondicional.  
Los amo.

## **AGRADECIMIENTO**

Primero quisiera agradecer a Jehová mi Dios, porque mi victoria es en tu nombre.

A mis viejos, Xioma, LuzMa y Ballo, a quienes les dedico mis logros, a quienes les debo lo que tengo y lo que soy. Gracias por acompañarme en este camino, apoyar mis decisiones y aconsejarme para que continúe en la lucha.

A mi Juano, por su amor, compañía, sus consejos y cuidados.

A mis hermanas Milly y Mafe por su apoyo incondicional y por regalarme la mayor alegría, mis sobrinos.

A mi mentor, Álvaro Acevedo por su paciencia, su dedicación, sus regaños y su tiempo, este trabajo también es tuyo querido profesor.

A mi gran amigo Segismundo, gracias, porque juntos empezamos este proyecto, fuiste protagonista de mis preguntas iniciales, de mis preocupaciones. Sin ti la culminación de este trabajo no hubiese sido posible.

A mis amigos de la academia, de la vieja escuela, a Sory, mi animal, gracias por compartir tu vida conmigo, a Pachito, Pato, Nata, Mary.

A los vendedores que se abrieron a mí para que contara parte de lo que son. A mí querida Hilda, por su particular humor, a Jorge por sus halagos, a mi amiga Ana, al Profe, a Martin, a Wilson. Gracias.

## TABLA DE CONTENIDO

Introducción	8
Antecedentes	12
Cuadro Metodológico	15
1. La galería: ayer y hoy	17
1.1. La plaza de mercado: transformaciones en el tiempo	18
1.2. La galería: evocación de un colectivo	23
1.3. El mercado en dos espacios	27
2. De Pueblito a La Calle: Consolidación del mercado	31
3. Prácticas de apropiación territorial: Entre carpas y palos	50
3.1 “El puesto”	52
3.2. De padres a hijos: Transmisión de prácticas de apropiación	57
3.3. La compra y venta como práctica de apropiación	60
Conclusión	69
Referencias citadas	72
Anexos	78

## INTRODUCCIÓN

La investigación se desarrolla en el mercado de Santa Marta, zona comercial que alberga, a más de 1318 vendedores, ubicados en El Pueblito y en La Calle (entre carreras 8 y 12 y la calle 10 a la 14), quienes comercializan productos como frutas, verduras, carnes, pescados, granos, ropa, zapatos, artículos de taller y ferretería, cacharros, comidas, jugos, entre otros, lo cual hace posible la subsistencia de estas personas y sus familias.

A partir del proceso de reubicación, iniciado en el 2002, los vendedores del mercado sufrieron un cambio en su entorno laboral, situación que produjo cambios tanto en la constitución espacial como en las prácticas socioculturales. Anteriormente estaba ubicado entre las calles 11 y 12 y las carreras 9 y 10. En la galería habían unos puestos llamados “colmenas”, se comercializaba toda clase de productos, el desarrollo de estas actividades proporcionaba el sustento a comerciantes “formales” y a una vasta red de trabajadores “informales”, entre otros, lavadores de frutas y verduras, escamadores de pescado, molineros de carnes, carretilleros y vendedores ambulantes. En la parte externa del mercado habían graneros y negocios formales que vendían al por mayor y al menudeo; igualmente se encontraban “las mesas” o “chazas”, puestos de madera donde se colocaban vendedores de frutas, verduras, productos lácteos, ropa.

La mayoría de los puestos, colmenas y chazas, tanto los internos como los externos, eran de carácter hereditario “negocios familiares”. Los padres, vinculaban a sus hijos desde pequeños, construyendo saberes y prácticas populares recreadas por décadas. Sin olvidar



la presencia de bares y residencias, inmersos en la dinámica del mercado, abren actividades de compra y venta donde se configuran actividades de ocio, esparcimiento y violencia, configurándose en el argot popular el nombre del “callejón del crimen”.

La anterior situación cambia a finales del 2002 cuando se plantea la construcción de la nueva plaza de mercado, para ello se firmó un proyecto de concesión entre la empresa privada Sociedad Concesionaria Obras y Proyectos del Caribe, y el Distrito de Santa Marta. La mayoría de los vendedores que laboraban en la galería fueron reubicados en “El Pueblito”, espacio donde, años atrás, funcionó la Electrificadora del Magdalena, y un proceso que inicialmente iba a durar ocho (8) meses, por problemas de orden político/administrativo aún no se ha culminado. Después de trece años la nueva plaza continúa sin abrir sus puertas.

Con el pasar de los años los vendedores, que se reubicaron en “El Pueblito” y los que llegaron después, empezaron a ubicarse en La Calle, situación que posibilitó la pérdida completa del espacio público, incluyendo andenes, los vendedores empezaron a desarrollar prácticas económicas desde la perspectiva dicotómica de lo público/privado.

Esta coyuntura, la construcción de la nueva plaza de mercado y el proceso de reubicación de los vendedores, dinamizó la conformación de dos espacios, El Pueblito y La Calle, con esta última se transformó la circulación vial, se peatonalizó el mercado, y surgieron nuevas relaciones sociales, nuevos usos del espacio, que visibilizaron problemas

alrededor de la higiene y el hacinamiento, sin olvidar la ilegalidad, y la ocupación del espacio público.

El mercado, entonces, como espacio generador de prácticas económicas, en su función de proveedor transforma las actividades cotidianas, consolida espacios para el desarrollo de la vida en comunidad, permite la interacción vendedor-comprador, incide a su vez, en la elaboración y perfeccionamiento de técnicas de producción, preparación y consumo, conserva el “gusto” por la rebaja, el regateo, la “ñapa”, la “invasión”, la suciedad, el desorden y la contaminación visual y auditiva. (Coronado 2010).

Su desarrollo cotidiano propicia el espacio cotidiano para vendedores/compradores donde se establece la realización de prácticas que conllevan una toma de decisiones y el establecimiento de unos lineamientos de organización colectiva (De la Peña 2001), que convierten al mercado en un espacio asociado a la interacción, a lo colectivo, donde se visibilizan prácticas de confluencia social según lo vivido y compartido, donde las disputas de vendedores, formales e informales, por un lado y los entes gubernamentales por otro convierten al mercado en espacio de todos y de nadie.

La presente investigación trata de centrar su análisis en la apropiación del espacio en el mercado, de incorporarse en la cotidianidad del vendedor, de ver, como el vendedor, como dice Montañés (2001), lo convierte en su territorio, en espacio de tránsito y habitad, como establece lógicas de inclusión y exclusión en temporalidades definidas, de ahí la pregunta que guía la investigación ¿Cuáles son las prácticas de apropiación territorial que

configuran los vendedores del mercado de Santa Marta sobre su espacio laboral, a partir de su reubicación en el sector de El Pueblito?

La monografía está organizada en tres apartados. El primero expone las transformaciones que la plaza de mercado de Santa Marta ha tenido en el tiempo y en el espacio a partir de la revisión bibliográfica, entre otros viajeros del siglo XIX, datos históricos y prensa local. El segundo explica la consolidación territorial del mercado entre el 2002 y el 2015. Se muestra como la reubicación de los vendedores de La Galería (antiguo mercado) genera dos espacios, uno cerrado (El Pueblito) y otro abierto (La Calle).

En el tercer capítulo se muestra como el “impuesto de protección” (cobrado por los cachacos del mercado) y el “impuesto de administración” (por COMERCARIBE), consolidan las prácticas de apropiación territorial a través de “el puesto”. También se aprecia cómo “el puesto”, como negocio familiar, da origen a una práctica de apropiación basada en la herencia, “De padres a hijos: transmisión de conocimiento”. Finalmente se identifica la actividad de “compra y venta” como generadora de prácticas de apropiación.

## ANTECEDENTES

En la búsqueda de una respuesta a la pregunta problema punto de partida de la investigación, se realizó una revisión del estado del arte de esta temática encontrándose una producción bibliográfica estructurada en dos campos, uno conformado por estudios realizados desde la antropología urbana sobre la ciudad y las diversas problemáticas que se entretajan en ese espacio y el otro donde se recogen las investigaciones que se han realizado sobre el comercio informal y su relación con el entramado social urbano.

Entre los primeros está el texto de Signorelli (1999) el cual hace énfasis en los sistemas cognoscitivos-valorativos como elementos constitutivos de las dinámicas urbanas, de las transformaciones e hibridaciones que surgen en el proceso de la producción cultural y su desarticulación con las prácticas tradicionales existentes para recombinarse en nuevas formas.

El texto de Delgado (1999), “ciudad líquida, ciudad interrumpida”, muestra como los conflictos urbanos están enmarcados en la noción de espacio público y como este concepto elabora lo urbano, lo extraordinario, lo inapropiado, lo absurdo, lo inesperado, todo aquello que no es habitado. Igualmente muestra al espacio público como un lugar caracterizado por prácticas que logran organizarlo temporal y espacialmente.

Vergara (2009) aborda el espacio público como conflictividad emergente, toma como referente el espacio público de Medellín, identifica la reubicación de las ventas callejeras,

como alternativa para recuperar el espacio público en el centro de la ciudad. Presenta el espacio público como espacio físico, tangible, materializado y como espacio generado por las interacciones entre sujetos y actores; a través de estas dos dimensiones presenta el entramado social del espacio público, materializa, las políticas de planeación encaminadas al orden del espacio público y los procesos de institucionalización.

Con relación a las investigaciones que se han realizado sobre el comercio informal y su relación con el entramado social urbano se encontró el texto de Barbero (1981) el cual señala las plazas de mercado como un espacio vital para la producción de discursos y prácticas de masas populares, muestra como los vendedores convierten el puesto en un espacio expresivo y de encuentro, apto para desarrollar diversas formas de comunicación.

Pintaudi, en el año 2006, estudia los mercados públicos desde la geografía histórica analizando el origen de estos e interpretándolos como formas espaciales de intercambio que han sufrido una metamorfosis al adaptarse a diversas racionalidades de la producción social en el ámbito urbano, considera que los modernos centros de intercambios dan cabida a la transformación del mercado público como lugar de resistencia.

Silva (2007) muestra al comercio que se desarrolla en la vía pública como una forma de ocupación que cuestiona la imagen de lo que debe ser una ciudad al tiempo que plantea la dicotomía entre lo público y lo privado como expresión de poder; sus argumentos tocan un punto central, la influencia que tienen las dinámicas políticas en la comprensión de la dicotomía publico/privado.

Rojas (2009), en su tesis de pregrado, plantea la conformación histórica y política del mercado público de Santa Marta a partir de la interacción entre vendedores y comerciantes y los brotes de resistencia que se generan en este espacio.

Baquero, en un trabajo realizado en el año 2011, muestra el gradual deterioro de la movilidad, el desgaste del espacio público en el ámbito urbano, el conflicto por el uso del espacio en Bogotá, especialmente la relación espacial entre las plazas de mercado y su entorno ambiental con el fin de generar una coyuntura entre estos espacios y sectores contiguos, basado en el enfoque de catalizador urbano.

Los planteamientos expuestos en los anteriores trabajos, permiten una reflexión de los conflictos gestados en las ciudades y las estrategias y normas de regulación creadas para minimizarlos. Los postulados teóricos elaborados desde las ciencias sociales contemporáneas posibilitan una mirada a las problemáticas económicas y políticas presentes en el contexto del mercado de Santa Marta, permitiendo entender como se ha constituido en un entramado de relaciones que posibilitan la consolidación de hegemonías asociadas a los actores en juego, como lo son los comerciantes, los vendedores y el Estado.

## MARCO METODOLÓGICO

Teniendo en cuenta el contexto en el cual se desarrollara la presente investigación, el sector interno y externo del mercado, es decir, El Pueblito y La Calle, el ejercicio etnográfico es clave a la hora de una aproximación a los vendedores, como grupo social que permite conocer el entramado cultural que se vivencia en la cotidianidad de este sector a través de la interlocución.

La escogencia del tema de investigación está ligada a la experiencia adquirida en el desarrollo de mi práctica profesional en la empresa que tiene a su cargo la construcción y administración de la nueva plaza de mercado de la ciudad, “El Pueblito”. El diario caminar por este espacio me impulso a buscar la respuesta a muchas de preguntas que me asaltaban constantemente, así fue como comencé mi trabajo de campo al lado de personas que ya me miraban como una silueta más del paisaje, quienes confiaban en mi por mi condición de estudiante, situación que me permitió entablar un trato ameno con ellos.

El ejercicio etnográfico permitió comprender la realidad social, la vida cotidiana de las personas; escuchar, observar, recoger y registrar datos para interpretar la realidad social de la colectividad estableciendo una interlocución, otorgándole voz al Otro. Observar la interacción vendedor/espacio para identificar pautas identitarias y construcciones espaciales.

Se realizaron charlas y entrevistas que permitieron explicar algunos elementos culturales del territorio (léase mercado), la observación/participante permitió comprender la forma como los vendedores le dan sentido y forma a procesos sociales que se gestan en el ámbito urbano, como se modifican normas sociales y se transforman dinámicas urbanas, como se visualiza la ciudad desde el ámbito económico.

La muestra se determinó de conformidad con la antigüedad laboral (a partir de la información suministrada por la base de datos construida durante la práctica profesional), el muestreo fue aleatorio de acuerdo con los dos espacios que tiene el mercado, El Pueblito y La Calle. Los líderes de los vendedores fueron de gran importancia en el desarrollo de la investigación, su perspicacia y fluidez al hablar permitieron determinar lógicas culturales a partir de sus roles, relaciones e ideales.



## 1. LA GALERÍA: AYER Y HOY

Los grupos sociales al interactuar  
Producen sociedad y  
Al producir sociedad  
Están produciendo espacios.  
Dollfus (1991: 27)

La plaza de mercado surge con el poblamiento y la necesidad de la naciente población, conformando en sus inicios en la plaza Mayor, es un espacio de intercambio económico y cultural, donde se da el trueque entre alimentos, animales, ropas, enceres, un espacio diseñado por el pueblo y para el pueblo, donde nace lo popular, lo ambulante, externo a cualquier estructura fija. Es el punto de ingreso de alimentos a la localidad, lugar de encuentro y convivencia que comunica lo rural y lo urbano, el campesino con el comerciante, el mayoreo y el menudeo. Según Coronado (2010:10):

“mercar en las plazas es comprarle al campesino reviviendo y renovando gustos y costumbres gastronómicas, conociendo la utilidad medicinal de plantas y alimentos y acercando a las nuevas generaciones a la sabiduría popular vertida en refranes, modismos, hablas y saberes, transmitidos por los comerciantes de generación en generación. Los compradores tienen en las plazas de mercado la posibilidad de mercar al menudeo, de encontrarse con vecinos e intercambiar gustos en un espacio propicio para la solidaridad y la inclusión. Este espacio es, a nivel mundial, un punto necesario para la reunión de negociantes, por lo que cada ciudad o país, le atribuyo un nombre para referenciarlo. De esta manera hoy en día se le atribuyen más de diez sinónimos, los cuales en cualquier estancia, determinan su misma función; la compra y venta. El mercado, siempre ha sido el punto focal de la ciudad, una luz para el intercambio de bienes, en donde todo tipo de clases, emergen para conformar una dinámica peatonal y vehicular de gran alcance; esto ocurre cuando se logra convertir una zona de convivencia externa, en un centro de reunión muy visitado”.

En este contexto explicare las diversas transformaciones que ha sufrido el mercado. Santa Marta, en el tiempo y en el espacio, ha tenido, de conformidad con las influencias contextuales, seis (6) mercados públicos: El mercado primitivo ubicado en la plaza mayor que existió hasta 1830, luego tenemos el mercado de las murallas del Fuerte de San

Vicente del cual se tiene noticias entre 1830 y 1861. Posteriormente se habla del mercado de la Plaza Vieja (1861/1881). Al crecer la población y la necesidad de alimentos el mercado se trasladó para la plaza de San Francisco (1881/1956), el mercado de La Coquera, también llamado La Galería (1956/2002) y finalmente el mercado de El Pueblito (2002/2015).

### **1.1 LA PLAZA DE MERCADO: TRANSFORMACIONES EN EL TIEMPO**

Los españoles, y las demás naciones europeas que intervinieron en el proceso de colonización americano, establecieron lineamientos para la fundación de las nuevas ciudades. En España el rey Felipe II estableció, en 1573 las llamadas “Ordenanzas de descubrimiento y población” las cuales estaban fundamentadas en el texto de Marcus Vitruvio titulado De Architectura (1486) y en la obra de Leon Alberti denominada Da Re Aedificatoria (1550), para los cuales la fundación de las ciudades era parte de un plan imperial, conforme a las Instrucciones Reales las nuevas ciudades deberían ser fundadas bajo ciertas características, a saber:

“[...] se escogía el sitio adecuado, se nombraban sus autoridades, se trazaba el plano de la ciudad a cordel y regla, se asentaban vecinos, se distribuían tierras y se imponían demandas económicas a las comunidades indígenas. [...] Ese proceso de poblamiento formal [...] dio origen a una forma urbana ordenada, de trazado regular [...] que perduró hasta que el modernismo en la arquitectura se apoderó del urbanismo, desordenando la ciudad. Por ello, todas las ciudades de América Latina fundadas en los siglos de la conquista y colonización tienen la misma forma urbana regular cuadrangular que aún conservan en su casco central” (Brewer-Carias 1998, 4).

Las ciudades fundadas antes de la instauración de la Ordenanza de poblamiento de 1573, estaban organizadas conforme a un plano regular, por lo general cuadrulado, con una

plaza principal en el centro, en las ciudades costeras la plaza estaba abierta al mar, forma de ordenamiento urbano que se reflejó en Santa Marta, la ciudad desde sus inicios presento un plano o trazado hipodámico<sup>1</sup>, calles con lineamientos rectos y regulares, el tamaño de la plaza debía dar cuenta del número de pobladores que tenía la ciudad (Ver Mapa 1). Como ciudad costera, la primera plaza de Santa Marta estuvo ubicada frente al mar, como lo recomendaba Vitruvio: “Si la ciudad está al borde del mar, es necesario que la plaza pública esté cerca del puerto, por tanto que si la ciudad está alejada del mar, la plaza deberá estar en el centro” (Brewer-Carias 1998, 16). Para Alberti (Libro Octavo, 6): "La plaza puede servir de sitio de mercado para monedas y vegetales, para ganado o madera; cada tipo de plaza debe estar situada en su propio lugar dentro de la ciudad, y debe tener su propio ornamento”.

Según Bermúdez (1981) el primer mercado en Santa Marta, siguiendo las orientaciones del rey, estuvo ubicado frente al mar, en la plaza mayor. Este mercado funciono durante los dos primeros siglos, era un escueto depósito donde se guardaba todo tipo de provisiones (Ver Mapa 1). Esta plaza sirvió como lugar de comercio e intercambio, era el sitio donde se aglomeraba la población para abastecerse y promulgar su subsistencia. En 1825, el viajero Carl Gosselman (1981:23) en su pasó por La ciudad, señala:

---

<sup>1</sup> Trazado o plano urbano que organiza una ciudad mediante el diseño de sus calles en ángulo recto, creando manzanas (cuadras) rectangulares, en honor al arquitecto griego Hipodamo de Mileto, considerado como uno de los padres del urbanismo cuyos planes de organización se caracterizaban por un diseño de calles rectilíneas que se cruzaban en ángulo recto. Se utiliza un plano urbano llamado plano ortogonal, equirrectangular, en cuadrícula o en damero. Este tipo de planeamiento tiene la ventaja de que su parcelamiento es más fácil por la regularidad de la forma de sus manzanas. Aunque no es un trazado adecuado en ciudades de abrupta topografía.

“[...] por lo regular el mercado se alzaba en la plaza entre las cinco y las nueve de la mañana. Debido a las altas temperaturas que sacudían la ciudad, diariamente las mujeres llegaban a la plaza a realizar la compra, a falta de despensas donde guardar los productos en las casas. En el mercado se encontraba todo tipo de alimento que permitía la subsistencia de la naciente población [...]. En el mercado lo primero que salta a la vista es la carne. Su aspecto y sabor son los peores. Se la cuelga en varas, cortada en largas tiras que se secan al sol [...] Un tanto más abajo, presentando un aspecto mucho más asqueroso se ven enormes cubos de manteca como desagradable sustituto de la mantequilla, con la que preparan la comida [...] Continuando con el recorrido siguen los pescados, gallinas, pollos y palomas [...] La naturaleza entregaba una recompensa a través de los vegetales (verduras, frutas y hortalizas) [...] El plátano de aquí se encuentra en todos los tamaños, desde el amarillo de un pie de largo hasta el pequeño de color verde. En seguida los excelentes frutos de raíces, como la yuca y la arracacha [...] Luego están el coco, maíz y arroz [...] En otro sitio todo tipo de frijoles, rojos, negros, blancos, marrones y amarillos [...] También hay un tipo de cebolla parecida al ajo que, acompañada de ají, es usada en grandes cantidades por los cocineros. A la vez se ofrecen al público semillas de cocoa y bolitas de chocolate ya preparado, al igual que un pan hecho de maíz molido (arepas) y unos bollos en forma de huevo grande. Los mencionados son los alimentos más corrientes [...] Hay una enorme variedad de frutas de postre, que con el solo hecho de nombrarlas es suficiente: piñas, mangos, guayabas, melones, guineos, granadillas, papayas, limones, naranjas, guayabitas, etc. Al acabar la descripción encontramos huevos, quesos y algo de leche [...] Por supuesto, no falta el artículo corriente: tabaco”.

Este primer mercado adquirió, según Bermúdez (1981), nuevas características en 1830 cuando fue ubicado en las murallas del fuerte de San Vicente, junto a la playa, el cual funcionó hasta 1861 (Ver Anexo 1). Caracterizado por su condición primitiva, los productos exhibidos eran traídos por los nativos quienes organizaban los víveres de tal forma que fueran atractivos para los compradores, que eran principalmente señoras. En 1839 el viajero francés Auguste Le Moyne (1945:31-33) describe el mercado en los siguientes términos:

“Entre las ruinas del antiguo fuerte, situado a la orilla del mar, en el centro de la curva que hace la playa, en donde se instala muy de mañana el mercado principal de frutas y legumbres, carnes y pescado, las mujeres de la ciudad van allí de trapillo a hacer las compras para el día. Un gran número de tiburones se congrega en las aguas próximas a la playa atraídos por el olor fétido del mercado y por los residuos de todo género que se arrojan al mar [...] Pasadas las horas matinales, se celebra el mercado, durante el cual las calles están en plena animación, y luego, todo el mundo se mete en su casa durante el resto del día”.

El geógrafo francés Eliseo Reclus (1869:45) en su recorrido por Santa Marta en el año de 1855 describe en su obra “Viaje a la Sierra Nevada de Santa Marta” algunos detalles del mercado que funcionaba en la muralla y sus alrededores:

“Delante de las casas, en el centro de la extensa curva delineada para la playa, se levantan las ruinas de un antiguo fuerte, cuyas murallas medio roídas se desmigajan piedra a piedra en las ondas invasoras. Los bongos de lo Ciénega, cargados de plátanos, pescados y cocos, andan al pie de lo fortaleza, y es en medio de los montones de piedras, sobre la cima de las murallas, que los indios ostentan sus productos. Las mujeres de la ciudad, en general con vestidos demasiado cortos, vienen allí en tropel o buscar sus provisiones del día. Nada tan pintoresco como este mercado al aire libre sobre muros que se desploman en las azules ondas. Las grandes naves de Europa y de los Estados Unidos anclan o lo distancia de un kilómetro hacia el norte, en el fondo mismo de la ensenada y al pie del promontorio que lo protege contra los vientos del norte y del este [...] Por la tarde sirve de paseo a la población que la recorre en todos sentidos, una gran parte a pie, otra a caballo y otra en coche. La aduana, un almacén arruinado para depósito, un muelle, algunas enramadas levantados sobre los bultos de mercadería, son las únicas construcciones que se ven en el puerto, que, lejos de presentarse como un centro de actividad, parece más bien un lugar de placer [...] De repente, después de las primeras horas de la mañana, consagradas al mercado, las plazas y calles de Santa Marta pierden la fisonomía animada que les había dado lo concurrencia de los indios”.

En 1881 el gobernador del Estado Soberano del Magdalena, el General José María Campo Serrano<sup>2</sup>, aprovechando una estructura, situada en la Plaza de San Francisco, que en 1851 habían levantado para una Escuela Normal, ubico el mercado en este sitio (Ver Anexo 2).

Setenta y cinco años después, en el gobierno de Alfredo Riascos, el mercado es ubicado entre las calles once (11) y doce (12) y las carreras nueve (9) y diez (10) (Ver Anexo 3). Según Bermúdez (1981) este mercado fue conocido, inicialmente, con el nombre de La Coquera. Al respecto Hilda Barranco, vendedora de El Pueblito, en entrevista realizada, en entrevista realizada 22 de Septiembre de 2013, comenta: “ah, pero el nombre de La

---

<sup>2</sup> “El nuevo local fue inaugurado el 19 de Marzo de 1881. Este edificio estaba dotado de mesas de mármol para beneficio de la carne vacuna, y de una fuente de agua permanente en el centro del patio. Su costo fue de \$ 14.000.” (Bermúdez 1981:190)

Coquera, se lo pusieron porque esto estaba lleno de palmas de coco y quedaban las conchas del coco, y la gente lo llamaba así, La Coquera [...] pero La Coquera no era la plaza sino más que todo lo de afuera”. Al respecto Rojas (2009:29) señala:

“Transcurridos setenta y cinco años, el sábado 21 de Enero de 1956, por iniciativa del general Hernández Pardo, integrante de la junta militar presidencial, el alcalde de Santa Marta, Alfredo Riascos Labarcés inauguró el mercado de La Coquera, que tenía los puestos de venta repartidos en pabellones así: 40 mesas para venta de pescado, 102 puestos para la venta de carne de res y cerdo, 204 para verduras, 36 para queso y panela, 51 puestos para graneros y 36 para aves de corral y jaulas, según lo refiere el periodista historiador López. La Plaza de La Coquera estuvo funcionando en este lugar durante cuarenta y cuatro años, hasta que fue desalojado de vendedores y comerciantes entre el 20 y 22 de Noviembre de 2002, para demolerlo en el mes de Enero de 2003”.

En la última década del siglo pasado el espacio aledaño al mercado, el terreno ubicado entre las calles diez (10) y once (11) y las carrera once (11) y doce (12), al frente del Colegio Laura Vicuña, donde actualmente funcionan una serie de ferreterías y almacenes distribuidores de artículos de carpinterías y materiales de madera, era conocido en los años 90 como La Coquera. En este espacio se intentó reubicar a los vendedores estacionarios o informales pero finalmente termino convertido en espacios comerciales (Ver Anexo 4).

En el año 2002, el alcalde de ese entonces, el doctor Hugo Gneco Arregoces, firmo el contrato de concesión entre el Distrito y la empresa privada Sociedad de Economía Mixta: Mercado Público de Santa Marta S.A, para tumbar la Galería y construir un nuevo mercado. Ese año se inició la reubicación de los vendedores, estos fueron trasladados a El Pueblito, espacio donde funciono, por muchos años, una planta de la Electrificadora del Magdalena.

A partir de este momento el mercado de la ciudad ocupa dos espacios, claramente diferenciados, La Calle, inicialmente la once y El Pueblito, muchos de los vendedores que se habían ubicado en El Pueblito abandonaron este sitio y poblaron las calles contiguas a esta edificación (Ver Mapa 2).

## **1.2 LA GALERÍA: EVOCACIÓN DE UN COLECTIVO**

La plaza de mercado, nombrada por Bermúdez como “la Coquera”, fue conocida popularmente como “La Galería”, tenía 7 entradas, tres se ubicaban sobre la calle once (11), una sobre la carrera diez (10), dos más sobre la calle doce (12) y la última estaba frente a la bahía de taxis, en la carrera nueve (9). De acuerdo con Jaime Silva, vendedor en El Pueblito, en entrevista realizada el 23 de Septiembre de 2013 y quien tiene más de 40 años de estar en el mercado:

“[...] la plaza de mercado vieja cogía toda la carrera 9, entre la 12 y la 11. Esto era cerrado, la gente venía acá porque era amplio, había donde caminar... Yo recuerdo que era un lugar cerrado, no había vendedores en las calles, si por acá entraban las busetas, esas de las grandes. Ahora! Para pasar a la once tienes que pasar por encima de todo el mundo”.

La Galería aprovisionó, durante más de 50 años, a la ciudad de productos comestibles como verduras, frutas, carnes, granos, quesos y una diversidad de artículos comerciales, era el sector de mayor desarrollo económico de la ciudad. Estaba ubicada entre las calles once (11) y doce (12) y las carreras nueve (9) y diez (10); estructurado en dos espacios, La Galería, y la parte externa a ella donde se ubicaban unos puestos llamados

“colmenas”<sup>3</sup>. El señor Roger quien frecuenta el mercado como comprador comenta, en entrevista realizada el 15 de Abril de 2015:

“[...] Mi mama nos mandaba a mis hermanas y a mí a comprarle carne a un señor Robles [...] el vendía adentro, tenía colgada la carne de ganchos frente al puesto. [...] te estoy hablando del año 65 más o menos, la libra de carne blanda podría costar 300 pesos. [...] al costado por la calle 11, se empezaron a poner más vendedores en chazas, lo que uno llamaba las colmenitas, ellos sí vendían zapatos y ropa.”

La mayoría de estos vendedores tenían parcelas en las afueras de la ciudad y cultivaban toda clase de alimentos, principalmente los vendedores de verduras y frutas. Muchos de los vendedores que aún se encuentran laborando en el mercado, recuerdan como era la dinámica que se vivía en este lugar. Al respecto Elver Martínez vendedor de la calle, en entrevista realizada el 19 de Octubre de 2013 comenta:

“[...] la prima de mi papa tenía un puesto acá... vendía granos y arroz y ella le dio un lugar a mi papa [...] el vendía verduras, se las traían de la Sierra un señor llamado Gonzalo, un cachaco que le repartía a varios de acá [...] cuando yo me case el me dio un puestecito al lado de él y ya yo sabía cómo se manejaban las cosas y me puse a vender también verduras y frutas [...] yo vendo acá de todo, la papa, yuca, zanahoria, el tomate, lulo, maracuyá.”

La plaza abría sus puertas más o menos desde las tres de la mañana hasta las tres de la tarde, todos los días, cerca de 1318 vendedores<sup>4</sup> ofrecían, de lunes a domingo, sus productos a la población samaria. A la letra, Miguel Borrero, vendedor, dice, en entrevista realizada el 13 de Octubre de 2013:

“[...] Mi papa tenía un puesto, lo llamaban el Turco, por lo mono, el vendía pollo, vendía al por mayor a los hoteles de acá de la época. Nosotros llegábamos a las cinco de la mañana, el bus nos dejaba en la esquina, aquí en la esquina de la nueve, había una estación del bus.”

---

<sup>3</sup> Casetas de madera y lata llamadas también chazas estaban ubicadas en la parte de afuera de La Galería.

<sup>4</sup> Según censo realizado en el año 2002 por COMERCARIBE, empresa administradora de El Pueblito.



La accesibilidad a la plaza de mercado se optimizaba gracias a las “chivas”, nombre con el cual eran conocidos los buses que prestaban el servicio de transporte público, como dice Lacera (2002:21):

“[...] la “Olimpico 28” y la “Olímpico 32” llegaban hasta la calle 11 entre carreras 9 y 10, ir al mercado de Santa Marta era una actividad practicada por la comunidad en general, las “chivas”, utilizaban como “central de transporte” el frente de la mencionada plaza del mercado.”

Inmersos en la dinámica del mercado encontramos hoteles y “residencias” que servían de lugares de paso, generalmente a campesinos que llegaban a la ciudad en tiempos de cosecha. También se encontraban lugares de confluencia, bares, billares, ubicados especialmente en la carrera diez (10) entre calles diez (10) y once (11), sector que en la época de la bonanza marimbera fue conocido como “el callejón del crimen” por los actos delictivos que allí se propiciaban. El señor Jorge Bolaño, vendedor, evoca esa época en los siguientes términos, en entrevista realizada el 5 de Septiembre de 2013:

“Antes de la bonanza marimbera, se dio la guerra está entre los Cárdenas y los Valdeblanquez, todavía la plata que tenía esta gente salía del contrabando, de esa zona de la guajira, ellos eran de allá y cuando vinieron a Santa Marta creo que eso fue para el año 72 algo así, no recuerdo bien, empezó una matazón entre ellos mismo y el que se le cruzara por enfrente. Acá al mercado se metía uno de ellos el Toto Cárdenas con los guardaespaldas, ese man era un loco, todas las mujeres que trabajaban en las cantinas lo buscaban. A veces se formaban balaceras pero nunca lo mataron [...] cuando la época de los chamizos, o los cachacos del mercado, el que mandaba era “El Patrón” así llamaban a este Hernán Giraldo, el llevo al mercado cobrando por la seguridad de nosotros acá y de los dueños de los graneros. En la noche los trabajadores de él celaban este lado de la calle 10 por que estaba lleno de cantinas y residencias y siempre se formaba una balacera con ese poco de borrachos [...] para el tiempo que esa gente estaba acá, no se veían rateritos ni extorciones como ahora. Después que meten preso al patrón, en su reemplazo llega “La Cachaca”, que le llamaban también “La tetona” [...], era blanca y bajita y usaba el cabello corto. Ella era la que cobraba el impuesto y la celaduría. Después supe que la habían metido presa. Yo nunca tuve problemas con ella ni cuando nos mandó a desocupar el mercado.”

En los alrededores de La Galería estaban los graneros o mercado de abarrote, negocios formales que vendían al por mayor y al menudeo. Los propietarios de estos lugares por lo

general venían del interior del país. La mayoría de negocios (graneros, puestos, colmenas y chazas) eran de carácter familiar. Los padres vinculaban a sus hijos al negocio desde temprana edad, construían saberes y prácticas populares que se recrearon por décadas. En la época de la marimba estos negocios eran los que abastecían a quienes tenían trabajadores en sus tierras, bien sea sembrando productos o coger coca. El mercado fue el primer escenario de acción de Hernán Giraldo, comenzó realizando transacciones con madera para posteriormente ser el jefe de “Los chamizos” y quien inicio, posteriormente, el impuesto de protección, como dice Hilda Barranco, vendedora de El Pueblito, en entrevista realizada 22 de Septiembre de 2013:

“[...] la práctica del impuesto viene de hace muchos años. Ese impuesto cobijaba el derecho a laborar y a no ser molestado por nadie, incluyendo la alcaldía. Una de las “recolectoras” más famosas fue Carmen Rincón alias “La Tetona”. Esa vieja era famosa acá, eso lo miraba a uno por debajo, yo recuerdo que muchos vendedores tuvieron problemas con ella sobre todo después que nos pasaron para pueblito porque cuando la gente se comenzó a salir a la calle, también le cobraba por estar en espacio público, como te parece, esa vieja era teza ahh! Yo te cuento esto pero sin tanta bulla porque tú sabes cómo es la gente acá y uno no sabe quién se delique con estos temas [...] mira mi amiga ella cobraba diario, al principio cuando empezó Pueblito que esto era todo bonito, los de COOMERCARIBE nos cobraban la administración que incluía la luz y el aseo pero cuando la gente puerca y sin educación que son estos que están acá al lado mío empezaron a dañar la imagen de Pueblito y la gente se comenzó a salir, entonces estos señores cobraban también afuera. Escuche más de un chasco con la tetona por que no querían pagar los que estaban en la calle [...] después que a esta vieja la meten presa los de COMERCARIBE siguieron cobrando lo mismo y hasta más caro, por ejemplo ponle tu que a nosotros los que vendemos frutas y verduras nos cobraban 1000 pesos cuando estaba mandando La Tetona, después los de COMERCARIBE nos cobraban 2000”.

Casi 4 décadas después de haber iniciado actividades el alcalde Hugo Gneco firma, el 30 de Septiembre del año 2002, el contrato de concesión para la remodelación de la plaza de mercado, incluyendo la realización del diseño, obra, financiación, construcción y comercialización del mercado de alimentos. El contrato de concesión contemplaba la

entrega de la plaza de mercado (La Coquera)<sup>5</sup>, la plaza de taxis y El Pueblito<sup>6</sup>. Para la realización de dicho traspaso el Concejo Distrital de Santa Marta, a partir del acuerdo 024 de 19 de Octubre de 1995, facultó la creación de la sociedad de economía mixta: Mercado Central de Santa Marta S.A y entrego esos predios mediante el acuerdo 020 del 23 de Noviembre del 2001, para el cual el alcalde expidió el Decreto 295 de Septiembre del 2002 con la misma finalidad.<sup>7</sup> Este proyecto fue enmarcado dentro del plan parcial de redesarrollo del sector del mercado público, contemplado en el Plan de Ordenamiento Territorial Jate Matuna. Pedro Bonilla, gerente del proyecto del mercado, en declaraciones dadas a la prensa decía:

“Dentro del proceso de iniciación del proyecto del mercado, necesitamos desalojar por completo lo que es la nave, la plaza de taxis, porque es el sitio donde empieza la obra. En ese sentido y como viene programado en dos etapas, la primera la del mercado y la segunda la galería, vamos a reubicar en el lote de El Pueblito la totalidad de los comerciantes que están ubicados sobre la plaza de taxis, la nave del mercado, la carrera 9, la calle 11 y la carrera 10. Son en total cerca de 800 vendedores que están ya censados y en estos momentos estamos invitando a quienes no se han inscrito a que se acerquen a la planta El Pueblito, donde se adelanta la inscripción, porque no queremos que en un futuro nos aparezca más gente que no ha pertenecido al sector, donde hay muchos que tienen 20 y 30 años de ejercer esta actividad y el Alcalde quiere ser justo en este proceso.” (Hoy Diario del Magdalena, Santa Marta, 19 de Noviembre de 2002, p. 7<sup>a</sup>)

### **1.3 EL MERCADO, DOS ESPACIOS: LA CALLE Y EL PUEBLITO**

Algunos vendedores estuvieron en desacuerdo con el traslado a El Pueblito, pero pese a sus argumentos el 18 de noviembre del 2002 se realizó el proceso de desalojo y eventual

---

<sup>5</sup> Un área de 2.381m<sup>2</sup> donde se construiría la nueva plaza.

<sup>6</sup> Predio con una aérea de 7.953 m<sup>2</sup> con el fin de desarrollar la fase 2 y 3 del proyecto el cual completaba el diseño urbanístico contemplado en el plan de redesarrollo de la ciudad.

<sup>7</sup> Después de adjudicado el contrato a la empresa sociedad de economía mixta: Mercado Central de Santa Marta S.A. esta fue liquidada y si le añade un otro si al contrato de concesión a través del cual este proyecto paso a manos de la empresa constructora “Sociedad concesionaria obras y proyectos del Caribe S.A”

reubicación de los vendedores hacia este sector, donde permanecerían por 8 meses, tiempo estipulado para la construcción y entrega de la nueva plaza. Libardo Herrera, vendedor de verduras, recuerda en entrevista realizada el 20 de Septiembre de 2013:

“Los vendedores estábamos en desacuerdo. El Alcalde vino junto con el Secretario de Gobierno y nos dijo que la reubicación era por ocho meses, duraron tres días sacando a la gente que no se quería ir, cogieron la época de temporada que era buena para nosotros, lo que es noviembre y diciembre y parte de enero es donde se ve más movimiento, y nosotros le dijimos al alcalde que aplazara el desalojo y le importo cinco, acá se presentó con la policía y nos reventaron los puestos, que más nos tocó que salirnos y pasarnos para Pueblito, esa fue la ruina para muchos.”

Pasaron dos (2) años y los vendedores seguían en El Pueblito (Ver Anexo 5 y 6), cansados de la situación que vivían organizaron una parálisis general del mercado para manifestarles a la ciudadanía y al Alcalde su descontento y preocupación por la falta de oportunidades que este proyecto les había traído consigo. María Cantillo, vendedora en El Pueblito, comento en la prensa:

“El desorden que reina acá es impresionante, llegaron y tumbaron todo para no construir nada. Situación que nos ha afectado demasiado. La gente no quiere llegar a comprar [...] esto está podrido venimos en esta situación desde ha ce tres años. Sinceramente no hemos quebrado porque un tenemos clientes fieles [...] Uno se mantiene en su puesto por que no hay nada más que hacer. Mire que alrededor son varios los locales que están cerrados. La no construcción del nuevo mercado nos ha afectado considerablemente [...] hacia este sector nadie mira de ahí que las ventas hayan bajado de forma impresionante. A raíz de la destrucción de lo que había la gente ya no quiere llegar” (El Informador, Santa Marta, 3 de Septiembre de 2005, p. 4<sup>a</sup>)

Los problemas de higiene y salubridad que vivían a diario vendedores y transeúntes se incrementa. Verónica Hernández, vendedora en El Pueblito, comenta:

“la parte ambiental es caótica. Hay personas que se han visto afectadas en la piel por la contaminación que hay en el lugar. La suciedad, las aguas negras, todo eso influye para que la gente no venga. Lo criticable es que no hay solución a las aguas negras en el lugar. La insalubridad es impresionante en esta zona del mercado público. Aquí es notable la falta de aseo que hay sobre este sector del mercado. Las aguas negras corren constantemente sin que haya solución por parte de las empresas prestadoras de servicio, ellas deben mirar más hacia

el mercado público. Acá hay que hacer de todo para acabar con este foco ambiental que hay. Las basuras también desmejoran el lugar. Esto también influye para que la gente se aleje. Quiero agregar que esto también ha sido perjudicial para la salud de algunos, hay infecciones en la piel.” (El Informador, Santa Marta, 3 de Septiembre de 2005, p. 4<sup>a</sup>)

Los vendedores empezaron a sentir cambios laborales y económicos. Marina Chinchilla, vendedora en El Pueblito, expresa en entrevista realizada el 27 de Noviembre de 2013:

“El Pueblito cuando lo entregaron no estaba así, a nosotros nos entregaron los puestos uno a uno y estaban organizados pero con el tiempo y la mala administración la gente se tuvo que salir, imagínate acá uno llega a las 3 de la mañana y encuentra el puesto de uno lleno de ratas y cucarachas, tu pasas por el sector de las carnes y ese olor y el piso todo resbaloso de la grasa, así quien va a querer entrar aquí, además acá nosotros no tenemos dolientes, no le importamos a nadie, ni al alcalde ni a nadie, acá los ves tú solo en época de elecciones.”

Al descontento de los vendedores por las condiciones de El Pueblito se le sumo la protesta del gremio de tenderos, las tiendas cercanas al sector también se habían visto afectadas. Se inicia una serie de marchas pacíficas pero no se obtiene respuesta de las autoridades administrativas, inclusive envían, a principios del 2006, una carta al entonces presidente de la República, doctor Álvaro Uribe Vélez. Ante el silencio administrativo los vendedores empezaron a buscar sus propias soluciones, algunos se habían adelantado y habían poblado el sector de la calle doce (12) entre carreras diez (10) y once (11), sector conocido como el “Bloque H”. Otros se ubicaron en lugares más equitativos, o de mayor competencia como La Calle once (11), La Carrera nueve (9) y La Calle doce (12), La Carrera diez (10), La Calle doce A (12<sup>a</sup>), La Carrera once (11). La señora Marina, vendedora de La Calle, dice en entrevista realizada el 21 de Septiembre de 2013:

“yo me tuve que salir de El Pueblito, si no me muero de hambre yo y mi familia. Yo vendía pollo en lo que era la antigua plaza, yo empecé a vender pollo en la época de la bonanza del pollo venezolano, en esa época construí yo mi casa, allá en Altos del Pando, es lo único que me quedo. Nosotros quedamos en la ruina cuando nos pasamos para El Pueblito, las ventas bajaron mucho, la gente no entraba allá, prefería comprar afuera para no entrar y por eso están las calles del mercado así llenas de gente porque la gente se salió de la nave.”

Para finales del 2011 la mayoría de las calles contiguas a El Pueblito estaban ocupadas, las vías de acceso para el parque automotriz se redujo, los espacios públicos se peatonalizaron. El 23 de Noviembre de 2011 muchos vendedores expresaron al Hoy diario del Magdalena:

“ya nada es igual, el estado del mercado nos ha traído pérdida de clientes y ganancias [...] el mercadito está muy mal, no hay limpieza en las calles y la alcantarilla permanece destapada y ahora con las lluvias más porque el agua se estanca y se concentran los olores [...] Por el desaseo la gente se retira por las condiciones en que estamos trabajando, las aguas negras traen muchos malos olores y criaderos de moscas [...] Esperemos que nos trae el nuevo alcalde por que la situación se nos está mostrando color de hormiga. Lo que pasa es que los vendedores somos gente sana, pacífica, donde fuéramos gente violenta nosotros hubiéramos tumbado todo el zinc y nos metemos a la fuerza.”

## 2. DE PUEBLITO A LA CALLE: CONSOLIDACIÓN DEL MERCADO

Con el “traslado” del mercado a El Pueblito se consolidaron, a partir del año 2003, dos espacios, uno cerrado conocido como El Pueblito donde serían reubicados, por el período que durara la construcción y restauración de la nueva plaza (ocho meses), los vendedores de La Galería, y otro abierto, La Calle, “constituido” por los vendedores que no tuvieron “cupó” en El Pueblito o lo abandonaron después del traslado. A la letra José Roys, en entrevista realizada el 16 de Octubre de 2013, comenta:

“[...] aquí hay dos mercados, el pueblito y los que están afuera, los que estamos aquí es porque nos toca, llevamos 8 años esperando que nos reubiquen, estamos en quiebra, esto cada día es peor y sin embargo aquí seguimos con la esperanza que algún día el gobierno se acuerde de nosotros y aquí seguiremos esperando que eso pase, porque qué más podemos hacer salirnos a la calle a qué? Ya por lo menos tenemos nuestra clientela que mal o bien entra hasta acá y nos hacen la venta.”

Según censo realizado en el 2011 por la Sociedad Concesionaria Obras y Proyectos del Caribe S.A hay, en los dos espacios, alrededor de 1318 vendedores, distribuidos así:

Vendedores	Actividad	Artículos de Comercialización
459	Frutas, verduras, hierbas	Manzanas, peras, mango, melón, patilla, guayabas, zapotes, limones, naranjas, tomate de árbol, cebollas cebollín, tomate, ají, plátano, papa, yuca, guineo verde, ahuyama y ñame
134	Carnes	Carne de res, vísceras, cerdo y molida
101	Ropa	Interior y exterior
99	Refresquería	Comidas rápidas y jugos
86	Pescados y mariscos	
85	Calzado	Sandalias, Tennis, zapatos cerrados, Botas
54	Graneros	Arroz, botellas de aceite, condimentos, Harina, sal, Azúcar, leche en polvo
40	Restaurantes	Desayunos y almuerzos
39	Quesos, pollo, embutidos	
221	Varios	Gallina, bollos, condimentos, cacharros, ferretería, elementos plásticos, talleres, música, minutos, celulares, panes, dulcería, libros, lotería y peluquería

Fuente: Construida por la investigadora

Este dinámico espacio se halla “dispuesto” (léase organizado) en siete sectores<sup>8</sup> (Ver Mapa 3). Daimer González, vendedor de La Calle señala, en entrevista realizada el 2 de Noviembre de 2013:

“[...] si lo miramos por partes, el mercado está dividido por calles, primero está la calle del CAI, la 11, que venden zapatos y ropa sobretodo. Uno puede entrar por ese lado y caminar hasta la 9 también está ocupado toda la 9 de punta a punta, ya ni la gente puede pasar para comprar, después sigue bajando hasta la 12 y entra por pueblito [...] si!, se les podría llamar sectores del mercado y todos están ocupados hasta el pedazo de la 12 entre 9 y 10 que está invadido de carretillas, ninguna calle se salva de estar ocupada. Al principio no había tanta gente solo los que se salían de Pueblito y corrían para la calle, pero ahora hay en todas partes [...] aquí la gente llega por que conoce a alguno de los que están vendiendo, no todo el mundo se puede parquear en una zona así no más, no, aquí toca tener conocidos y que te quieran hacer el favor de regalarte un espacio para que pongas tu puesto, sino los mismos vendedores te sacan, te linchan.”

En esta totalidad heterogénea llamada mercado se encuentra, de acuerdo a su poder adquisitivo, dos tipos de comerciantes, los mayoristas y minoristas. Los primeros son aquellos que tienen la posibilidad de comprar a proveedores una buena cantidad de productos, generalmente por tonelada, según la oferta y la demanda. Los segundos son los que venden al detal, por lo general los mayoristas les “ponen” la mercancía, algunos, muy pocos, tienen la suficiente capacidad económica para comprar de contado a los distribuidores o proveedores e inclusive a los mismos mayoristas, por lo general compran para pagar diariamente, al final de la jornada, o quincenalmente. Rosa Fernández, vendedora en El Pueblito, dice en entrevista realizada el 13 de Octubre de 2013:

“Tú ves los camiones que están ahí, bueno ellos traen los productos del interior, de Bogotá. Lo que es la ahuyama, la piña se les compra a ellos, dan buenos precios. Los que tienen bodegas le compran en cantidad pero también ves tú el de la carretilla comprándoles en la madrugada [...] esos son vendedores mayoristas que uno dice y nosotros que vendemos poquito somos minoristas.”

---

<sup>8</sup> El Pueblito, el bloque H- calle 12 entre carrera 10 y 11, la calle 11, la calle 12<sup>a</sup>, la calle 12, la carrera 9 y la carrera 10.



Los vendedores al detal también se clasifican de acuerdo al pago o no del impuesto de Industria y comercio. Por un lado están los que se sitúan en la esfera de la economía formal, pagan el impuesto, son vendedores estacionarios y se ubican tanto en El Pueblito como en La Calle ( el 30% de ellos están ubicados en La Calle y tienen más de 40 años en este espacio, desde cuando existía la Galería). María Ochoa, vendedora de la calle 11 comenta, en entrevista realizada el 2 de Noviembre de 2013:

“Desde el desalojo de La plaza anterior, a todo el mundo le cobran, aunque estés en la calle, igual te toca pagar el impuesto de acá del mercado, pero también toca pagar los impuestos del gobierno y los que tenemos cámara y comercio se nos va una plática larga, pero tenemos ventajas en comparación con los vendedores ambulantes, que también están en la calle, ellos pagan solo los 3000 diarios de la administración, pero el día que nos quieran sacar tienen que ver cómo va hacer la cosa con nosotros, porque no nos vamos a salir así no más sin que nos den garantías, aquí estamos cómodos, tenemos lo que necesitamos, de pronto con tanta gente que ha llegado nueva es difícil acomodarse pero nos va bien, y para pasarnos a otra parte tiene que ser en un buen sitio con todas las comodidades porque acá estamos en espacio público y nos acomodamos bien si nos salimos debe ser a un sitio mejor. Pero si nos quieren dejar aquí no hay problema, nosotros seguimos aquí”

Por otro lado están los vendedores informales, no pagan impuesto y son semiestacionarios y ambulantes. Los primeros no tienen puesto de trabajo fijo pero tienen carretillas con las que recorren, durante parte de la mañana, el mercado para luego recorrer las diferentes calles de la ciudad. Los segundos recorren el mercado, preferencialmente, ofrecen sus productos a los mismos vendedores del mercado, sobresalen los vendedores de CD's, jugos, bollos, minutos, panes, dulcería y lotería. Marlon Barrio, vendedor de la calle once (11), comenta, en entrevista realizada el 1 de Noviembre de 2013:

“eso de formal y de informal yo no lo distingo bien porque aquí en la 11 tú ves el que paga hasta cámara de comercio pero también ves tú el que no paga nada y los dos están en la calle usurpando el espacio público, entonces ese que está en la calle y paga cámara de comercio es formal solo porque paga eso y nosotros que no lo pagamos somos informales. Pero date

cuenta que igual pagamos la administración<sup>9</sup>, y uno se pregunta, entonces también somos formales cierto [...] yo que vendo Cd's de música pago 2000 pesos diarios, y eso que me nuevo, casi siempre recorro varias calles del mercado y los de la administración recorren el mercado buscándolo, lo bucean a uno con tal de cobrar.”

El territorio, desde la óptica de Montañés (2001, 254), son espacios “que transitan y habitan los individuos, que se constituyen en la medida en que son defendidos e incorporados a sus rutinas cotidianas, donde los seres humanos se arraigan, por algún tiempo, con sus compañeros, los defienden como propios, buscan ampliarlos y establecer con otros habitantes pactos implícitos o explícitos según las lógicas de inclusión y exclusión”. En este contexto los vendedores del mercado organizan su territorio a partir de dos reglas, una establecida de conformidad con la ley, porque cumple con la normatividad institucional, y otra instituida socialmente, de conformidad con la lógica y tradición cultural de los vendedores. Celia Romero, vendedora de la carrera nueve (9), cuenta, en entrevista realizada el 20 de Octubre de 2013:

“cuando yo llego aquí, solo habían como diez vendedores, a mí me trajo uno de los cobradores de la administración, yo le comente que me quería salir porque la verdad las ventas en El Pueblito estaban malas, no entraba nadie, que tristeza la verdad, y yo en vista de la situación mejor decidí salirme, 20 años vendiendo en el mercado viejo y 5 años en El Pueblito y lo único que me dejó fue la ruina y le comente a Juancho, así le llamaban, si no me podía ubicar afuera porque me estaba yendo mal y el hablo con un señor en la 9 que también vendía y le dijo que me ubicara en la parte de la 9 con 12 que había espacio para ese lado, que me pusiera del lado de la acera izquierda que era donde estaban los de frutas y verdura, mijá aquí toca pedir permiso para poder poner su puesto, si te vas a mover tienes que hablar con los que están al lado tuyo para que te dejen y tienes que hablar con los de la administración para que también te autoricen sino te devuelven parar donde estabas.”

La suscripción a un espacio delimitado y definido, es decir la conformación de territorialidades a partir del vendedor, están determinadas, como dice Montañés (2001), por la configuración de relaciones y prácticas de pertenencia y permanencia que le

---

<sup>9</sup> Es el “impuesto” que se le pagaba a la “Tetona” y que después empezó a cobrar COMERCARIBE tanto a los vendedores de El Pueblito como a los de La Calle.

permitan a un sujeto, individual o social, desarrollar un conjunto de prácticas y de expresiones materiales y simbólicas. En este sentido la consolidación territorial del actual mercado, especialmente el “puesto” en La Calle, está determinado por la antigüedad laboral de los vendedores y el apoyo de un agente externo (legal/ilegal), el “impuesto de protección”, impulsado, en la década de los 90’s, por “los cachacos del mercado”, especialmente Carmen, “la tetona” o “la cachaca”, que movilizaba a los vendedores a su voluntad. Martin Sánchez, vendedor de la calle doce (12), en entrevista realizada el 13 de Octubre de 2013, dice:

“[...] cuando la cosa del traslado la que mandaba era la Tetona, ella organizo antes como nos íbamos a pasar, pero la gente se resistió, y la policía y la gente de la alcaldía empezó a tumbarnos los puestos, nos tocó salir a la mala, ya después cuando la gente se salió del Pueblito, bueno también empezó a mandar la tetona en la calle, ella era la que te decía dónde te ibas a poner tú, aquí nadie hacia nada sin su permiso, ahora los que te dicen quien se puede pasar y quien no son los de la administración, ellos mueven a la gente por temporadas cuando llegan muchos vendedores ambulantes, si te quieres pasar para otra calle tienes que primero hablar con ellos [...] lo del impuesto, eso se maneja acá así, yo te pago para que no me hagas nada, si tu no pagabas impuesto antes de reventaban la mesa todo el mundo estaba al día con eso, quien se iba a querer meter en problemas con la tetona, nadie, ahora con los de la administración uno cuadra con ellos, son más flexibles, entienden que la cosa esta mala, que ya la gente no entra como antes.”

A partir del año 2005 el “impuesto de protección” fue reemplazado por el “impuesto de administración”, COOMERCARIBE, la empresa administradora de El Pueblito, empezó a cobrar dicho impuesto a los vendedores que se ubicaban en La Calle, empezó a cobrar por el derecho a estar en el espacio público, es decir “legítimo” la conformación de territorios en el espacio público, “legalizando” el comercio informal, como dice Roldan (2007: 5), “el espacio ocupado por el vendedor remite a una forma de apropiación, utilización y ejercicio de un lugar, permitiendo así la producción de trayectorias, movilidades y cohabitabilidades que por lo general son efímeras, diversas y plurales”

Las territorialidades transformaron el mercado, se produjo un proceso complejo de territorialización y desterritorialización. “[...] La dimensión territorial está presente en toda configuración social ya que la pertenencia de un territorio por parte de cualquier grupo que persigue una consolidación, así como la necesidad de desplegar un dominio sobre el territorio” (Gordillo; 2005, 144). El Pueblito fue el primer sector en consolidarse. Esta estructura tiene dos áreas, una cerrada, donde funciono por muchos años las oficinas de la Electrificadora del Magdalena, denominada por los vendedores como “la nave” y donde se acondicionaron mesas de madera para los vendedores de frutas y verduras y locales enchapados para los vendedores de carne y graneros. La otra área es abierta, donde parqueaban los carros de la Electrificadora, es la zona donde construyeron colmenas de madera y se ubicaron algunos restaurantes y actualmente sirven como cantinas donde se expenden licores y refrescos. Ana Francisca Vásquez, vendedora de El Pueblito cuenta, en entrevista realizada el 15 de Octubre de 2013:

“a nosotros nos dieron un puesto para cada vendedor, nos pusieron a los de las verduras acá de este lado y a los de las carnes y el pescao allá en la parte de atrás, nuestros puestos eran mesas en madera pero eran muy pequeñas, nosotros estamos acostumbrados a regar en toda la mesa las verduras para que el cliente escoja las que quiere llevar, guardamos el bulto debajo de la mesa y cuando se empieza acabar la que esta acá arriba vamos sacando. Cuando llegamos acá al pueblito y vimos esto así nos empezamos a organizar y fuimos cogiendo de dos puestos cada uno, no como nos decía la alcaldía que solo uno, era tan pequeñito que no entraba ni yo, imagínate no entraba ni maría jajaja [...] Entonces yo le dije al mari’o mío que me tumbara la pared esa para poder coger el otro puesto y así hicieron todos los que están acá [...] Los que se salieron dejaron los puestos solos y uno los iba cogiendo, la gente iba trayendo la hija, la hermana para que trabajaran acá también.”

Actualmente El Pueblito tiene una población de 400 vendedores, entre mayoristas y minoristas. Los primeros utilizan los puestos como bodegas, los segundos venden sus productos al menudeo, distribuyen a tenderos y personas que compran en la plaza

cantidades pequeñas para utilizarlas en la casa o negocios. Osvaldo Ortiz, vendedor de El Pueblito, comenta, en entrevista realizada el 16 de Octubre de 2013:

“Aquí esto es muy maluco, cuando llueve la gente no quiere entrar porque esto es puro charco, a veces uno entra y hay puras ratas, esto está muy feo aquí prácticamente... yo también soy comerciantes, cuando la cosa se pone dura acá me toca salir a rebuscarme en la calles, me toca tirarme en la playa a ver que se consigue. La situación de pueblito está cada vez peor, económicamente la gente está en quiebra [...] muchos debimos aprovechar y salirnos con el resto de la gente pero ya a estas alturas no aguanta las calles están llenas de gente, uno no puede ni pasar y la gente ya no entra al mercado como antes, afuera la cosa también esta dura, hay mucho vendedor que se está rebuscando, salirnos ahora también sería la quiebra, la solución es que nos devuelvan el mercado y que nos ubiquen a todos adentro que no quede nadie afuera, porque si no pasa lo mismo que paso acá [...] la gente solo quiere conseguir el diario para mantener a sus familias no importa donde sea.”

La inadecuada estructura física, sumado a la mala administración, proporcio para estos, pérdidas económicas, quedando algunos en quiebra. Marta Quintero vendedora en la carrera 9 explica, en entrevista realizada el 15 de Octubre de 2013:

“La situación es muy mala para los vendedores del sector no en vano han levantado quejas permanentes para que se mejore el acceso al mercado [...] hace más de 20 años que trabajo en el mercado público de Santa Marta y realmente nunca había visto esto tan muerto, la gente ya no viene, si viene hace compras pequeñas y no como antes [...] yo he visto como mis compañeros se van a la quiebra, como abandonan sus puestos por falta de plata para surtir el negocio, para el pago del impuesto, como se quejan de que cada vez las ventas son peores y quien no persiste y administra no logra mejorar la situación, uno ya no tiene clientes, los que lo conocen a uno y uno sabe por lo menos que le van hacer la comprita diaria.”

La demora en la construcción de la nueva plaza ocasiono un desplazamiento colectivo hacia La Calle, preferencialmente hacia la zona de acceso vehicular y peatonal. Pabón, vendedor de El Pueblito, dice, en entrevista realizada el 20 de Septiembre de 2013:

“[...] vuelvo y te digo, la cosa comenzó cuando nos pasaron acá, este fue el problema principal, nos metieron y se acabó esta vaina, muchos ya han muerto esperando que entreguen el mercado y nadie dice nada ni hace nada. Aquí en Santa Marta han venido llegando nuevos súper mercados que no los habían y ahora esos supermercados están acaparando el comercio y cómo puedes darte cuenta el lugar no amerita para que la gente entre, que ha ocasionado esto, que nos vallamos a la quiebra, la gente entra acá para comprar la carne, nosotros tenemos nuestros clientes, pero que pasa los que venden en menor cantidad, los de las verduras o los graneros pequeños, no hay quien les venga a comprar, por muy baratos que les puedas dejar, la gente prefiere comprar en la esquina al de la carretilla,

entonces que paso que la gente se salió, se fue a competir a la calle con el carretillero, a salvar su negocio porque no hay otra solución [...] yo no recuerdo bien quienes se salieron primero pero una de las primeras calles fue esta de acá, la 12, el Bloque H que le llaman, ellos se salieron y construyeron en la calle de una vez, y así se fueron saliendo todos, el pueblito ya quedo solo prácticamente, esto está destinado a desaparecer nadie se preocupa por nosotros, si vendemos bien y si no también, pero eso sí, a las 9 de la mañana ya está pasando el de la administración a cobrarte l plata, te cobran hasta la luz y lo mas chistoso es que ni eso tenemos como la ves.”

Este desplazamiento colectivo de los vendedores hacia la vía pública posibilito el establecimiento de puntos estratégicos, de sitios de ventas que les permitiera continuar con su labor, es decir conformar territorialidades como el Bloque H (Ver Mapa 3), como dice Cross (1998), “estos actores son capaces de producir una resistencia frente al estado, pueden incidir indirectamente en las políticas que afectan sus propios intereses, sus acciones producen una resistencia que no es una oposición directa pero si una forma sutil de evasión y manipulación”.

Este espacio del mercado, el Bloque H, se consolida por el conocimiento que tenían los vendedores de esta parte del mercado, calle doce (12) entre carrera diez (10) y once (11), como dice Roldan (2007), es una especie de campo que deja como resultado la producción de relaciones sociales, la confluencia de alteridades y el funcionamiento de un lugar de acuerdo a una temporalidad. Al principio solo utilizan mesas de madera y techos de plástico, con el tiempo construyen colmenas de concreto y zinc. El señor Delfín De la Hoz, mayorista, en entrevista realizada el 20 de Octubre de 2013, dice:

“Cuando a nosotros nos ubican en pueblito, pensamos realmente que iba hacer solamente por el tiempo que nos dijeron, 8 meses, pero cuando tú ves que pasan 2 y 3 años y la cosa sigue igual o hasta peor uno piensa en la familia de uno, en el sostén de los hijos y la muje’ y toca mira a ver que se hace pa’ salir adelante en lo único que uno sabe hacer. Entonces unos compañeros me propusieron salirnos para esta calle que esta acá, la 12 porque no se transitaba mucho y decidimos armar las mesas de palo, de tabla y en la madrugada nos metimos y quien nos sacaba ya, nos pasmos como 40 personas, pero no hay que verlo como algo malo que hicimos, esa fue la salvación de nosotros y de nuestras familias. Actualmente

nosotros esperamos que el gobiernos nos ayude, nos de la mano, nosotros fuimos golpeados por la violencia del distrito, de nuestros dirigentes que vendieron el mercado y nos dejaron en la calle, somos víctimas del desarrollo de una ciudad, acosta de que nos despojaron de lo único que teníamos, porque eso era nuestro, ahora estamos en la calle a expensas que el gobierno nos quiera sacar de acá nuevamente. Nosotros somos unos desplazados, así es que tienen que llamarnos, y ellos son unos victimarios.”

El Bloque H está dispuesto en tres hileras verticales, cada una tiene seis (6) colmenas. Se utiliza principalmente como bodega para frutas y verduras, pero también hay ventas de productos desechables, graneros y venta de condimentos y salsamentaría (Ver Anexo 7 y 8). Una de las primeras personas que se ubicó en este sector fue Rigoberto García quien recuerda, en entrevista realizada el 14 de Octubre de 2013:

“yo fui uno de los primeros que se salió, nosotros que estábamos en pueblito nos reunimos y nos vinimos para acá, cuando empezamos a construir los locales, salieron tres hileras y parecía una H, entonces la gente empezó a llamar esto el Bloque H [...] el bloque H es toda esta calle, muchos son ahora locales para guardar la carga de los alimentos, pero en ese tiempo la gente vendía acá hasta la tarde, si tu vienes a las 3 de la mañana ves esto ocupado, la gente se mete a comprarnos acá temprano, pero ya no es lo mismo, las ventas son poquitas y somos bastante, a nosotros nos salva la gente que siempre nos compra [...] muchos de los que empezaron acá ya no están pero todavía quedamos algunos que fundamos este pedazo, estos materiales nos lo regalo un policía, nosotros le hicimos campaña y le dijimos que queríamos arreglar nuestros puestos en pueblito y mentira nos salimos y empezamos a montar los puestos, así que el día que venga el gobierno a sacarnos tiene que pagarnos e indemnizarnos porque llevamos años aquí y le hemos invertido plata a este pedazo [...] estamos en la calle pero es un lugar digno para nosotros, a pueblito no volvemos así que mire que van hacer con nosotros.”

Los vendedores ubicados en este sector no permiten la presencia de nuevos vendedores, para ellos es un lugar de todos y de nadie, es como una reparación, una compensación por haber sido desalojados de La Galería, la ocupación de este espacio no es para ellos una invasión es la defensa de una propiedad. Cesar Mendoza, vendedor del Bloque H, dice, en entrevista realizada el 20 de Septiembre de 2013:

“para el año 2002, no sacaron de nuestro mercado y nos metieron en pueblito porque querían arreglarnos nuestro mercado, que nos lo iban a entregar nuevo y mejorado, llevamos 11 años

esperando eso y aun no pasa nada, sigue sin abrir, en las mismas condiciones, entonces nos meten en el hueco de pueblito por ocho meses y nos arruinan, quedamos sin plante, perdimos lo que teníamos, solo nos dejó deuda el famoso pueblito, pero como somos gente luchadora y guerrera, no nos dejamos acabar, somos una plaga ni las palomas que están en la nave que no se van por nada del mundo, bueno así somos, entonces nos ubicamos nosotros mismo en un mejor lugar, un lugar diseñado para nosotros y hecho por nosotros, nadie nos dijo que nos moviéramos nosotros mismo nos organizamos y nos salimos y así como nadie nos dijo que nos pusiéramos aquí, así mismo nadie nos puede decir que nos tenemos que mover, la única forma en que yo me mueva de aquí es que me den un buen local en el mercado nuevo, así de sencillo, porque a mí me sacaron de mi puesto, donde yo tenía todas las comodidades, estaba bien, me iba bien tenía mi clientela fija, no me preocupaba por nada porque gracias a Dios me iba bien y un día para otro nos quedamos sin nada, sin sustento sin con que vivir, entonces nos tomamos la justicia por nuestras propias manos y nos metimos aquí y aquí estamos y aquí nos quedamos.”

La conformación del Bloque H dio origen al surgimiento de otra territorialidad, lo que se conoce como los vendedores de la carrera once (11) (Ver Mapa 3), vendedores de frutas y verduras al detal pero que también surten a carretilleros y a otros minoristas del mercado. No es raro ver a su lado básculas para pesar bultos o sacos (Ver Anexo 9).

Estos vendedores guardan los alimentos en las colmenas del Bloque H, pero aunque venden en La Calle se ubican en sillas y exhiben sus productos en canastos plásticos que acomodan en estructuras metálicas. Su jornada de trabajo va de tres (3) a nueve (9) de la mañana, cuando llega el tendero o el carretillero a buscar los alimentos por bulto. A la letra, Nadia Guerrero, vendedora de la carrera once (11), dice, en entrevista realizada el 20 de Septiembre de 2013:

“Yo tengo mi colmena en El Bloque H pero es mejor estar acá de este lado, no se siento que se vende más, es más transitado sobretodo en horas de la madrugada, se vende mucho, por ahí a las 9 ya nos recogemos porque ya hemos vendido y el sol nos pega de frente y empieza a pasar mucho carro, y como estamos sobre la calle eso congestiona más este pedazo. Mi mama vendía en el mercado viejo y después en pueblito y como eso se puso feo allá, se salió al bloque h pero siempre vendía de este lado, ahora yo también me pongo acá, el puesto es de ella pero como viaje yo estoy acá ahora [...] yo pago 3500 pesos diarios a la administración, a veces dejo acumular varios días y pago 20000 mil pesos o 25000 mil semanal.”



Este sector es un espacio constitutivo de sociabilidades que se configuran a partir de la relación con el espacio, determinados “campos” están condicionados por los distintos “capitales” que entran en la sociedad (Bourdieu 1997). Estos vendedores tienen bastante familiaridad con los camioneros que transportan los alimentos, por ejemplo, permiten que sus vehículos estén parqueados, durante tres o cuatro días, en La Calle aunque esto dificulte el acceso al sector (Ver Anexo 10). El ente administrador del mercado les cobra a los camioneros por el uso del espacio público entre 80 mil y 120 mil pesos por día, dependiendo de los ejes que tenga el camión. Estos tienen empleados encargados de descargar, almacenar, limpiar y vender el producto que transporta. Joaquín Benavides, dueño de camión, dice, en entrevista realizada el 16 de Octubre de 2013:

“Yo viajo casi semanal, yo soy de Bucaramanga, viajo 1 o 2 veces a la semana a traer piña, o auyama, es lo que más traigo [...] aquí en el mercado me quedo una semana o 5 días, hasta que vengo lo que traigo. Eso sale rápido, por que compran más que todo los mayoristas y los ambulantes que paran en carretillas, esos vienen diario y me compran cuando estoy aquí [...] la administración del mercado me cobran 90 mil pesos diarios, a veces arreglamos por el tiempo que voy a estar acá [...] si, yo tengo dos ayudantes que viajan conmigo y están permanentes acá me ayudan a trastear la mercancía de un lado a otro a vender también me ayudan”

Otro espacio o territorialidad que se generó a partir del establecimiento del Bloque H fue el sector de los vendedores de la carrera diez (10), de la entrada de El Pueblito hasta la calle once (11) (Ver Mapa 3). Se confunden vendedores de frutas, verduras, hierbas, carne de res, pollo, queso. Igualmente se encuentran billares, graneros y residencias (Ver Anexo 11 y 12). La actividad en este sector comienza a las dos (2) de la mañana cuando llegan los carniceros con sus ayudantes a despachar los pedidos. Uno de los primeros

vendedores que se asentó en este sector fue Andrés Castro, el cual dice, en entrevista realizada el 16 de Octubre del año 2013:

“Mi papa tenía finca en palomino, somos 12 hermanos, 5 hembras y 7 varones, la mayoría trabajan vendiendo verduras y frutas acá, nosotros empezamos con mi papa en el mercado que estaba antes aquí, y después cada quien cogió mujer y se hizo a su puesto. Mis hermanos y yo pasamos a pueblito cuando empezaron a construir el mercado. Pero la verdad es que nos estaba yendo mal, yo me salí, vi un día un espacio desocupado y le pregunte a los que vendían aquí si me podía poner ahí, les conté que estaba en pueblito y que la verdad me estaba yendo como perro en misa y un señor apellido polo yo creo que el ya murió vendía carne, él me dijo que sí que armara mi puesto y me quedara aquí, después los de administración vinieron y me dijeron que me pasara a otra calle, pero como yo vivo allá arriba en don diego me queda más fácil bajar la mercancía y traerla hasta acá que si me voy más lejos, y bueno me dejaron ponerme aquí, ya llevo 9 años de trabajar aquí y como 12 años en el mercado viejo. Yo creo que ya voy a morir aquí.”

La carrera diez (10) es uno de los sectores más concurridos durante el día, es un sector donde se movilizan vehículos, transeúntes y vendedores. En el día se escucha la reproducción de música popular (vallenato, champeta, salsa, rancheras) que ambienta la zona. De noche es un lugar de encuentro, las mujeres llegan en busca de clientes, los billares cierran sus puertas a la media noche. Es lugar de miedo y de respeto, donde siempre hay peleas y muertos. Jorge Bolaño, vendedor del sector dice, en entrevista realizada el 5 de Septiembre de 2013:

“yo creo que esta es la calle más alegre de todo el mercado y la más peligrosa también, eso se escucha hasta tarde el equipo de sonido a todo timbal, yo dure meses durmiendo acá en el puesto por que tenía problemas económicos y tú sabes que yo soy solo, y esa bulla no me dejaba dormir, a veces me quedaba acá afuera hasta tarde y veía pasar a mis amigas perfumadas para allá, y me convidaban pero ya estoy muy viejo para ponerme a jugar y además tú tienes que tener plata porque si no nadie te para bolas y pierdes tu noche con puro macho, es o no es, yo me quedaba aquí fiscalizando lo que pasaba, ojo a veces ahora no me vallas a decir chismoso jaja, pero si eso hasta tarde en la noche se ponen, también escucha uno cuando parten las botellas y se forma peleas uno no yo no sirvo para eso, eso era cuando estaba joven pero ya no, cuando yo escucho eso me encierro y miro por el huequito a quien sacaron muerto.”

En la calle doce A (12ª), como una prolongación de El Pueblito (Ver Mapa 3), se encuentra a los vendedores de pescados y mariscos (Ver Anexo 13). Como dice Abelardo Rodríguez, en entrevista realizada el 5 de Noviembre de 2013:

“[...] la situación en pueblito era complicada, uh eso estaba malo, hasta hambre te puedo decir que pase allá, pero la ventaja era que del lado de pueblito también hay colmenas y la gente a veces también se toma la calle, y los del bloque h ya estaban ahí, entonces me fui poniendo como quien no quiere la cosa, primero alquile una carretilla ya en pueblito la cosa estaba mala, yo me la pasaba recorriendo el mercado y lo que hacía era que ponía la carretilla por dos horas, tres horas todos los días, y como yo pagaba mi administración nadie me decía nada. Un día puse mi mesa con una sombrilla porque si pega el sol de este lado como a las 9 uhh! eso es verraco, vine y me senté ahí ya adelante se había puesto la señora Rosalba pero ella si tenía un local del lado de afuera lo que hizo fue poner mesa enfrente y ya así me vine yo, es que la ventaja fue que yo fui uno de los primeros en ponerme a vender acá, después fueron llegando los demás, me preguntaban si podían poner se ahí, yo también le conté a algunos conocidos que estaban pasándola mal en pueblito y ellos también se pusieron de este lado, pero si gracias a Dios nos salimos de ese hueco.”

Este sector es, como dice Roldan (2007), un espacio territorializado, reglamentado, nombrado y delimitado por los vendedores que lo ocupan, es un espacio socializado y culturizado que responde a procesos de significación, reconocimiento, aprehensión y pertenencia a pesar que con el pasar de los años se han ubicado, al lado de los puestos de pescado, carros con cuartos fríos, manejados por mujeres, que venden al detal, propiciando discordia entre ellos, pues son considerados usurpadores del espacio. Estas mujeres consideran que los diez mil (10.000) pesos que cancelan diariamente les dan derecho a vender en ese lugar. Sandra Montaña, vendedora de pescado, en entrevista realizada el 20 de Octubre de 2013, dice:

“Acá tenemos un problema con los señores de los cuartos fríos que venden pescado también y es que a veces ellos llegan primero que nosotros y nos dejan sin puestos, ellos no vienen todos los días, ellos vienen uno que otro día y se parquean sin pedir permiso, ellos saben muy bien que acá nos ponemos nosotros, que somos gente del mercado con años de trabajar acá, pero a ellos no les importa eso, cogen vienen y hacen con esta calle lo que quieren, hay unos que se parquean allá alante y deja escurrir el hielo del carro y esa agua se nos viene para nosotros que estamos acá atrás. Estamos cansados de esta situación, nosotros hemos habado con los de la administración para que nos colaboren y es como si no apasara nada, claro como ellos les pagan más que nosotros, ahí sí de chévere. No señor con nosotros la tienen difícil. Ya me agarre con uno de ellos que la próxima vez que me quite el puesto lo acuchillo.”

Dos territorialidades que son territorios desterritorializados, como dice Hiernaux y Lindon (2004), continuamente son reterritorializados y vueltos a desterritorializar, como es el espacio donde quedaba la antigua plaza de taxis (carrera 9 entre calle 11 y 12), al frente del Emporio, y la calle once (11) entre la carrera nueve (9) y el CAI de la Avenida del Ferrocarril (Ver Mapa 3).

La antigua plaza de taxis cambio totalmente su actividad a partir de la reubicación del mercado pero tuvo un “re poblamiento” con el desplazamiento sufrido por los vendedores de El Pueblito, los vendedores de carne de res, queso, huevos y pollo del Emporio vieron como el frente de sus negocios era poblado por vendedores de pescado y carne. La salida colectiva de El Pueblito produjo que algunos vendedores se ubicaran en los espacios desocupados de los andenes y ocuparan la carrera 9 en su totalidad (Ver Anexo 14 y 15).

El espacio comprendido entre la calle doce (12) y calle trece (13) con carrera nueve (9), fue ocupado inicialmente, por vendedores de libros, como una extensión del almacén Mil Novedades (Ver Anexo 16). Con muy pocos vendedores, es una actividad por períodos, principalmente en la temporada escolar (Enero a Marzo). Eladio Villamizar, vendedor en la carrera 9, en entrevista realizada el 20 de Octubre de 2013, dice:

“yo tengo años de vender acá, yo empecé vendiendo enciclopedias por tomos, mapas, atlas, libros de literatura, y para el colegio. Yo hacía préstamos y me daban los libros a crédito, pero antes era muy costoso comprar las enciclopedias, entonces la gente empezó a venir y preguntaban si yo compraba libros de segunda, que eran de sus hijos dl año anterior y ya no los utilizaban y yo le dije que sí! y para la época de la entrada a los colegios sobre todo se vende mucho libro de segunda, ya deje de vender enciclopedias y atlas, son carísimas y nadie las compra, ahora me rebusco con revistas, sopas de letras y cositas para entretenimiento. También para la temporada escolar compro libretas, colores, esferos por paquete de a docena y los vendo menudeados.”

Los antiguos vendedores de carne de res, pollo, huevo y queso, que le pagan arriendo al Emporio vieron cómo se “invadía” el espacio, muchos de ellos tuvieron que sacar sus mesas a los andenes. El señor Alfredo Mosquera, vendedor del sector, en entrevista realizada el 15 de Octubre de 2013, dice:

“cuando yo llegue acá ya había bastante personal, es complicado explicarte como sufrimos nosotros en el pueblito, pasarnos para acá fue una salvación, que si fue duro, si lo fue pero tocaba hacerlo, yo perdí mucha cliente en la primera reubicación y después cuando me pase para acá, también pero era algo que necesitaba hacer. Yo cuando decidí salir, le hable a un amigo mío que está casi en la otra punta de la 9 casi llegando a la 11 y le dije que me ayudara a ponerme acá que necesitaba trabajar, me dijo que iba hablar con no se quien para que me ayudara, y un día como a la semana de haberle dicho, me dijo que me pasara como un lunes algo así que no había mucho movimiento, y me ayudo el mismo a armar el puesto, con tablas que uno compra de segunda, ahí un señor que solamente vende eso para armar los puesto, y bueno montamos mi puesto y aquí me tienes, pero la verdad no se decirte como llegaron, ni quien fue el primero, porque antes de mi había gente, pero yo me imagino que así, por medio de un conocido o pidiéndole permiso a los que ya tenían puestos.”

En la carrera 9 también se encuentran vendedores semiestacionarios y ambulantes (Ver Anexo 17). Los primeros desplazan, en las horas de la mañana, sus carretillas,<sup>10</sup> propias o alquiladas<sup>11</sup>, por los alrededores del mercado, después salen a recorrer las calles de la ciudad ofreciendo los alimentos que les queda. Estos vendedores, como dice García (1976), crean itinerarios que incorporan a la cotidianidad, crean flujos de movilidad en espacios definidos, socializados y culturizados, espacios que toman significación cuando son apropiados. Dagoberto Villadiego, vendedor en carretillas, dice, en entrevista realizada el 2 de Noviembre de 2013:

---

<sup>10</sup> Las carretillas son estructuras metálicas que poseen 2 ruedas de bicicletas a los lados y permite rodar de un lado a otro y también tienen dos columnas metálicas en la parte de atrás que permite detener la carretilla al estacionarse el vendedor

<sup>11</sup> En el mercado existe la actividad de alquiler de carretillas por día, estas se ubican en la calle 12 entre carreras 9 y 10 y son alquiladas por valor de 2000 a 5000 mil pesos dependiendo de la hora y el tamaño de las carretillas.

“[...] como está el mercado en estos momentos no es rentable para quedarse en un solo lugar, hay que rebuscársela, moverse de un lado a otro para poder sacar el producido. Acá somos varios los carretilleros, algunos tienen carretilla otros la alquilan. Son 3000 pesos diarios una carretilla así, peor te permite sacarla del mercado y después en la noche la traes y no te ponen problemas por eso [...] yo por lo menos, compro la fruta en la 12 a una señora que le llaman la mona, ella me fía la mercancía y se la pago a paga diario o semanal depende como me vaya en la semana. Hay otros que le compran a la gente del Bloque H pero ellos son más pesados para fiar. Es más fácil vender frutas y verduras de esta forma. Se puede decir que uno compra en menor cantidad los productos para revenderlos, uno compra, muchas veces, frutas y verduras que rechazan los vendedores por estar maltratados, por ser muy pequeños, o simplemente por ser considerados productos de segunda, uno lo venden a precios más bajos de lo acostumbrado, por la necesidad de trabajar uno compra estos productos para luego salir a comercializarlos”.

En las relaciones de espacio/tiempo que se vivencian entre vendedores, compradores, transeúntes está implícito el uso y apropiación del espacio público, ese espacio que, como dice Delgado (1999: 6), produce “la epifanía de lo que es específicamente urbano: lo inopinado, lo imprevisto, lo sorprendente, lo absurdo”, un ejemplo de ello es el sector de la calle once (11) donde se comercializa todo tipo de artículos, tanto para uso personal como para el hogar y el trabajo (Ver Mapa 3). Por la capacidad adquisitiva de los vendedores de este sector los puestos son hechos en cemento y tienen esteras metálicas para proteger la mercancía de ladrones que frecuentan la zona o para protegéla de la suciedad.

Las relaciones cotidianas que establecen los vendedores sectorizados en la calle once (11) dan pie a “formas organizativas” que legitiman procesos de ocupación y construcción en el espacio público. En la ocupación de la calle 11 juega un papel activo algunos negocios que “extienden” sus locales hacia la calle, como el caso de la Ferretería el Hermano (hoy Gran Hermano), que empezaron a sacar a algunos de sus productos a la acera para darle más visibilidad y tener más ventas, situación que también sucedió con Tierra Santa los

cuales sacaron canastos donde exhibían los zapatos que tenían a la venta y la ropa en promoción. Luis Fernández, vendedor del sector, dice, en entrevista realizada el 13 de Octubre de 2013

“[...] la situación esta dura y lo único que importa es que uno tenga con que comer. Cuando llegue aquí, los que tenían ocupado el espacio público eran los de los locales, el de la ferretería, allá adelante donde venden ropa... Nosotros al ver que nos sacaron del mercado y nos metieron en pueblito donde la gente ni entra, entonces nos organizamos, sabes cómo es [...] la cooperativa se llama Coopeconce, cooperativa de vendedores de la calle 11, solamente estamos los de la calle 11. La mayoría de estos puestos son arrendados, pero no importa la gente que los arrienda también está en la cooperativa, aquí no importa si es el dueño o no del negocio si no los que vende, y por eso es que no nos han sacado, hasta cámara de comercio tenemos y pagamos impuestos, entonces con qué derecho va a tener el alcalde, o la policía o el distrito a sacarnos”

La competencia entre lo formal y lo informal también es propiciada por el manejo del tipo de mercancía, por ejemplo si ambos distribuyen ropa y/o zapatos (Ver Anexo 18).

Los vendedores que están en la línea de lo formal, expresan que con el tiempo les ha tocado comprar el espacio público:

“Tanto vendedor que se parquea frente al local impide la entrada a los clientes, no tienen por donde pasar en la calle, todo esto afecta la visibilidad del negocio, tampoco dejan entrar vehículos a cargar y descargar las mercancías, esto hace que cada día las calles del mercado estén más congestionadas y que más nos toca comprar parte del espacio público para no perder ventas ni clientes. Aquí es una lucha diaria, pidiéndole a los vendedores que circulen, que se ubiquen en otro lado, y como de maldad ponen la chaza en la entrada del negocio. Conmigo si les va mal, porque yo estoy aquí primero que ellos y si me toca salirme para la calle a competirles me salgo, mira la vitrina esa, me ha tocado sacarla para que la gente sepa que aquí hay un negocio, y no me importa pagarles a los de la administración, lo único que me importa es poder vender, y con esta gente toca así [...] ya me he quejado varias veces con el alcalde para que nos ayude con esta problemática y nada que dan solución... además eso se presta para todo, también ha traído robos e inseguridad, aquí roban en la mañana cuando hay mayor congestión de personas comprando, yo procuro cerrar los negocios temprano y mejor vuelvo y abro en la tarde, aun así con la presencia del CAI, siempre se ve la inseguridad, este poco de gente también ha traído que los mendigos se metan por este lado a ver que se llevan, yo he pedido presencia policiva en la zona, pero que va eso le toca a uno aumentar la vigilancia en los almacenes” (Robinson Trujillo, vendedor de accesorios).

En este sector también se comercializa elementos para la casa (habitaciones, baños, cocina), cacharros, música, celulares. Bertilde Quintero, vendedora del sector, en entrevista realizada el 16 de Octubre de 2013, dice:

“[...] bueno la ropa la compro por docena, las bermudas estas que son de marca, las traen de Maicao, vienen de Venezuela, entre más cantidad compre sale más barata la mercancía. Por lo general yo vendo en cantidad también, son muy pocos los que me compran por unidad. La unidad sale costosa por eso yo vendo más caro al menudeo. Para la época de elecciones se vende mucho suéter de colores y blanco para las campañas de los políticos, me compran bastantes y así les sale baratísima [...] yo le compro al que me la ofrezca más barata, no tengo un proveedor fijo, pero si trato de conseguir cosas de buena calidad, el precio y la calidad es lo primero que miro, si sale rentable hago el encargo y en una semana me traen la mercancía, a veces la fio y después la voy pagando hay muchos que hacen lo mismo.”

Otra tipo de venta es la comercialización de ropa de segunda, ropa usada en buen estado, comprada y vendida en menor valor. Ana Vergel, vendedora del sector, en entrevista realizada el 20 de Octubre de 2013, dice:

“[...] esta es ropa de segunda, yo la compro a un señor que la trae desde Barranquilla, ellos dicen que la ropa viene desde Estados Unidos. Las pacas pequeñas las venden en cuatrocientos mil pesos y te puede traer hasta 200 prendas, la grande cuesta setecientos mil pesos y te trae 500 prendas pero de mejor calidad que la otra. Esta ropa se vende mucho acá en el mercado, tiene buena salida [...] yo compro cada quince días un paquete y puede llegar a costar hasta 600.000 mil pesos dependiendo de la calidad y la cantidad.”

En una misma “mesas” puede haber zapatos, artículos de ferreterías (utensilios de reparación), cacharros (moñas para el cabello, vinchas, pinzas, ganchos, aretes, gorras, pulseras, bolsos, correas, repuestos de abanicos, ganchos de ropa, repuestos de licuadoras, control remoto y repuestos) y minutos. José Zabala, vendedor en carretilla, en entrevista realizada el 15 de Septiembre de 2013:

“esa es la ventaja de trabajar en la calle, tu puedes vender de todo, aquí como dicen se vive del rebusque, yo vendo chancletas, medias, colas pal pelo, correas, gorras, lo que consiga más barato y que se venda.”

La complejidad de este escenario pone de manifiesto la disputa por lo público desde una visión privatizadora en función de volverlo colectivo parte del comercio informal, como dice Galeano y Beltrán (2008, 294),



“La manifestación de la informalidad trasciende el oficio de vender, esto es solamente una actividad de intercambio económico; cuando la informalidad se convierte en modos de vida, ésta se presenta como un espacio de construcción de la vida social, del espacio público, en el cual es importante conciliar la lógica urbanística con las lógicas individuales y colectivas de los actores, en este caso los vendedores”.

En este sector lo público y lo privado está marcado por lo legal y lo ilegal, en la lógica de la legalidad están los vendedores integrados al comercio formal los cuales en su condición de propietarios le pagan impuestos al Estado, lo cual les permite hacer uso de este escenario, en últimas “vivir” del espacio público, aunque hay otros que como dice Vásquez (2005; 162), “[...] tienen una lógica de una legalidad extralegal; aquí se inscribe el sector informal que no paga impuestos, pero que hace uso de este.”

El vendedor informal de la calle once (11) vive del rebusque, sus artículos de venta depende de la temporada, por ello vende libros, libretas y colores para la temporada escolar; vende maicena y espuma para carnavales; vende artículos de la selección Colombia cuando esta juega y gana; vende incienso, velas y desahumerios cuando empieza la semana santa; también se encuentra el vendedor de tintos, de lotería, el del agua de limón, el de los buñuelos, el que tiene un puestecito en la calle y no paga impuestos. José Zabala, vendedor en carretilla, en entrevista realizada el 15 de Septiembre de 2013:

“[...] para la época de diciembre, vendo las velas y los faroles, el papa Noel, los pesebres, cuando viene semana santa, me gusta vender los desahumerios, unos cuadros del viacrucis, y así en cada temporada vendo cosas distintas, diferentes lo que se venda en el momento.”

### 3. PRÁCTICAS DE APROPIACIÓN TERRITORIAL ENTRE CARPAS Y PALOS

Caminos marcados marcan  
A sus usuarios en la historia.  
A su vez los habitantes  
Nombran y caminan su territorio  
Y al tiempo se lo imaginan.  
Silva 1998

El mercado como interacción es olor a muchedumbre y a desperdicios amontonados, es lo sucio y lo rupestre, es lo rural, es relación entre vendedor y comprador. El mercado se vive tanto adentro como afuera; el adentro es la plaza, lo legal, lo reglamentado, lo provisional, lo impuesto; el afuera es la gente cuando compra por que le dejan más barato, pasando por encima del mal olor, de lo marginal. Melquicedec Diazgranados, en entrevista realizada el 10 de Enero de 2013, dice:

[...] la calle está colmada de gente, cada día ves tú más [...] nos aguantamos estos malos olores, la ratamenta, las basuras, las moscas que se vienen para la época de Mayo, ves tú las moscas paradas en la verdura, en las carnes. También hay aguas negras en la entrada de pueblito, acá en la 9 no se puede ni pasar por el mal olor”

En Santa Marta, el mercado de La Calle es lo ilegal, lo improvisado, lo congestionado, es donde se vive el tránsito y la movilidad, el ocio, el miedo, el encuentro. Aquí habitan diferentes formas de apropiación, de interacción, es donde el extranjero y el turista pasa para ir a visitar el Parque Tayrona, Quebrada Valencia, Neguanje. Es donde habita el rebusque, las ventas ambulantes, el vendedor con las bolsas enganchada en el brazo pidiendo 200 pesos por la unidad, el desorden, el tráfico, la bullaranga. Salima vendedora de la carrera nueve (9), comenta en entrevista realizada en 21 de Octubre del año 2013:

“[...] la 11 es el paso obligatorio de los turistas y extranjeros para ir al Tayrona, desde las 5:00 am ves pasar tu a los gringos jediondos esos con unos morrales más grandes que ellos, eso pasan en grupos, hasta la 12 donde cogen los buses, y van con la mirada fija no miran pa’ los laos y que ni miren por que no hay quien les responda tampoco, no ves que yo no sé

hablar inglés [...] por la 11 pasa mucha gente, mucho vendedor ambulante, como hay espacio se mete el del jugo, el que venden las empanadas, el de los carritos pasa reymundo y todo el mundo, pero casi ninguno pasa pa' comprar.”

El mercado es visual y sonoro, es un espacio de encuentro, de proximidad, de contacto. Entrar al mercado y salir sin ser tocado es casi una odisea, te toca el que vende para llamar tu atención, chocas con el que está delante de ti con la misma intención de salir de esa calle estrecha y maloliente, tropiezas con el puesto de al lado o con el que está comprando, con el que está barriendo o con el que está simplemente pasando. Ir al mercado es ir a una fiesta. A la letra Emilson Ternera, vendedor de la calle doce (12), en entrevista realizada el 15 de Octubre de 2013:

“Que te podría decir que es el mercado para mí, el mercado es esto que tú ves aquí, es la gente en la calle montando sus puestos para vender, para subsistir, para darle de comer a sus familias, esto que hago yo me lo enseñó mi papa y yo se lo enseñé a mis hijos [...] el mercado no es el edificio ese, ni es la porquería de pueblito, es la calle, la gente que está en la calle [...] eso es lo que significa el mercado para mí”

Estas acciones, actitudes y prácticas fueron dinamizadas en los años 80 y 90 por una colectividad, los vendedores, que lo habitan, lo ocupan y transforman diariamente. Por una colectividad que consolidó espacios que fueron territorializados en la medida que fueron ocupados fortaleciendo espacios y prácticas de apropiación que van en contra de lo estipulado, de lo normatizado, lo establecido bajo la óptica de lo legal. En el mercado de Santa Marta están ligadas al “puesto”, a la herencia, y a la “actividad de compra y venta”, que en últimas es lo que le permite al vendedor seguir ejerciendo su actividad. Es por la consolidación de estas prácticas que los vendedores legitiman la apropiación del territorio.

### 3.1 “EL PUESTO”

Cuando un vendedor decide ocupar un espacio en el mercado para convertirlo en su “puesto” además del pago del impuesto, el vendedor crea un vínculo con el espacio, una relación simbólica que le permite acomodar “el puesto” a su gusto. El vendedor crea un rito que lo apropia de su espacio laboral o como ellos dicen su “puesto” incorporándolo a su cotidianidad, al punto de convertirlo en un espacio territorializado, que como dice Roldan (2007) remite a la personalización de los individuos con un espacio que consideran propio, y que ha de ser defendido y apropiado.

El puesto de un vendedor al detal de frutas y verduras de El Pueblito es por lo general una mesa de cemento o de tabla con un compartimiento en la parte de abajo donde guardan los bultos y canastas (Ver Anexo 19). En la parte de arriba exhiben alguno de sus productos, cuando el vendedor cierra su puesto le coloca en la parte de arriba un plástico a la verdura o fruta para protegerla sobre todo de los roedores que rondan en la noche por este lugar (Ver Anexo 20). Pero los productos deben ser ubicados estéticamente y ordenadamente, siendo agradable a la vista del comprador, Doris Lemus, vendedora de la carrera 9, en entrevista realizada el 11 de Octubre de 2013, dice:

“[...] así como uno organiza la casa, así debe uno organizar el puesto donde trabaja[...] a mí me gusta que la mercancía se vea, para que el cliente venga y escoja lo que más le gusta, si esta todo amontonado, se va quedando lo más feo abajo y se van llevando lo que está arriba, pero si lo ponemos todo regado, el cliente va a escoger de todo, por eso me gustan estas mesas amplias, los bultos van para debajo de la mesa, pero el resto queda arriba, yo más o menos sé cuánto puedo vender en el día, entonces yo saco dos o tres mallas de cebolla unas zanahorias, una que otra papa. Las frutas van del otro lado, las separo dependiendo de la clase de frutas las moras van en esta canasta de madera, la maracuyá, la tengo hoy al lado del tomate de árbol, pero me gusta ponerla allá donde está el lulo y la mora.”

Los vendedores de frutas y verduras de La Calle tienen una estructura de madera cubierta de plástico o zinc en la parte de arriba, que no solo les sirve para protegerse del sol sino como un compartimiento de almacenaje donde se ubican canastas, cartones, plásticos, alambres, palos entre otros utensilios que en algún momento determinado serán utilizados para la mejora del puesto (Ver Anexo 21). Estefanía Donado, vendedora de la carrera 9 cuenta en entrevista realizada el 15 de Octubre de 2013, como es la práctica de guardar materiales para el arreglo del “puesto”:

“[...] ese poco de palos y canastos que ves tu allá arriba, eso lo guarda uno por que no se sabe cuándo se valla a necesitar, a veces se da la oportunidad de ampliar el puesto sabes entonces uno coge lo que tiene guardado y lo utiliza para arreglarlo, también a veces se parte una tabla, se rompe el techo, por lo menos tú estabas acá cuando se cayó el techo del mercado, no lo han entregado y ya se está cayendo jaja [...]bueno vinieron los de los bomberos, y cortaron ese techo eran como laminas y a medida que iban cortando uno iba guardando, allá arriba tengo un poco de pedazos, para ir arreglando el puesto [...] no ves que después me toca comprar los materiales para ir arreglándolo, entonces para ahorrarme esa plata cuando puedo voy guardando que la tabla, que el canasto que uno se encuentra y así.”

Pero además de embutir sus chécheres, el “puesto” es decorado con imágenes, mujeres desnudas o cuadros religiosos, generalmente, santos que lo protegen. Hay también quienes los decoran con propaganda que es repartida por impulsadoras de productos que recorren diariamente el mercado proveyendo de artículos a los graneros que están en los alrededores (Ver Anexo 22). No se puede olvidar al que cuelga sábilas en las esquinas del puesto y una cruz que simboliza “estoy con Dios”, como el caso del “profe”, vendedor de hierbas y productos naturales, quien en entrevista realizada el 20 de Octubre de 2013 relata:

“[...] cuando estábamos adentro en el mercado viejo, yo podía tener como 12 años de trabajar ahí, los puestos eran diferentes, ósea, nos dieron el puesto con ciertas características, y así mismo paso cuando nos metieron a pueblito. Nos dieron el puesto y ya. Pero cuando yo me vine para acá para la 11, la cosa fue diferente, a mí me tocó hacer el puesto nuevo, al principio lo hicimos con unas tablas y arriba le pusimos unos cartones para que no nos pegara el sol, pero después vino la época de las lluvias y tocaba invertirle al puesto, entonces nos

tocó comprar láminas de zinc y arreglarlo bien eso fue otro gasto, y a medida que pasan los años, toca meterle y arreglarlo y así se va acondicionando. Ahora mira como esta, este es como el tercer arreglo que le hemos hecho. Ahora lo voy a pasar para allá, es que este es el puesto de mi señora, el mío esta allá enfrente, ya le voy a poner una estera ya le pusimos unas bases metálicas para mayor seguridad [...] nosotros somos lo que la gente llama evangelicos, no creemos en santos ni nada de eso, solo creemos en Dios, rey de reyes pero por lo que yo vendo, y el estudio que tengo sé que algunas plantas sirven como plantas medicinales, no es poner fe ciega, son cosas naturales y Dios las dispuso para nuestro beneficio, por eso me ves tú las sábilas aquí colgando y estas maticas pero son cosas naturales, no son nada de brujería ni nada de esas cosas.”

En las mañanas bañan las puertas de sus locales con agua de plantas y menjurjes preparados para la buena suerte. Hilda Barranco, vendedora de El Pueblito, cuenta en entrevista realizada el 22 de Septiembre de 2013 como son los puestos de los vendedores:

“Bueno Machi, aquí hay de todo, los puestos son diferentes como puedes observar, los de nosotros son en madera, los de los señores carniceros son embaldosados, los de los graneros son en las colmenitas esas que ves ahí. Los mayoristas tienen en la parte de atrás sus bodegas, ah! la de los restaurantes que son en madera pero son cerrados, y así cada quien con lo suyo son todos diferentes [...] aquí en pueblito no se ve casi eso, somos más pupis jajaj, pero en la calle si los llenan de parapetos, les pegan los papelitos de las propagandas, o ponen santos y sábilas tu sabes querida el poco de brujas que ahí aquí jajaja. ... la vieja que se ponía en la 11 por donde están las busetas que suben a Guachaca, esa vieja era una bruja firma, tenía el puesto lleno de santos, y ni pa’ decir que ella vendía eso porque se rebuscaba la vida vendiendo panes y lotería, bueno machi ella no podía dejar de echarle el agüita como yo le digo al puesto por que no vendía nada, un día me le acerque y le dije que compartiera el secreto, tú has de creer que la muy ni te digo machi, me ha dicho que se muere con el secreto pero que ella es la única que puede vender eso acá, como te parece la gente que tenemos de vecina.”

Las practicas organizativas establecidas en los puestos de trabajo fortalece la apropiación y permanencia en un lugar, un espacio algunas veces escogido, otras veces impuesto pero interiorizado por la cotidianidad del vendedor se convierte en algo propio. Los vendedores crean, como dice Goffman (2010), cierto tipo de apegos con su “puesto” lo dotan de sentido generando en estos, una extensión de su identidad personal. Esta prolongación se plantea desde la diferenciación individual la cual desempeña un rol estructurado, rutinario y estandarizado en la organización social, precisamente a causa de su unicidad. En el mercado, los puestos de trabajo están organizados individualmente, al

gusto del vendedor, se ve reflejado en la comodidad y en el ambiente. La identidad individual los disponen por separado, no hay nada revuelto.

El “puesto” del vendedor de carne además de diferenciarse por ser una mesa enchapada en baldosa blanca para limpiar fácilmente los residuos de carne, vísceras y sangre, tiene un piso resbaladizo por la sangre y grasa que expide la carne. El vendedor es fácilmente identificable, tienen batas blancas sucias de sangre. Ángel Blanco, vendedor de la calle doce (12) dice en entrevista realizada el 16 de Octubre de 2013:

“Los puestos no se enchapan por gusto, es para evitar contaminación en la carne, así como es necesario la utilización de los guantes y los elementos de trabajo, los cuchillos deben estar afilados y deben haber de dos clases, también todos los carniceros tienen que tener una bata para evitar que te salpique la sangre cuando se corta la res. Nosotros intentamos cumplir con las normas sanitarias pero en las condiciones en las que estamos es complicado que esto suceda. Si tu miras en los almacenes como Éxito, Carulla, las carnes están en congeladores, eso se llama cadena de frío, es para evitar que la carne se descomponga, pero nosotros acá no tenemos ni luz, como vamos a conseguir un refrigerador, lo que podemos hacer es guardar lo que queda en el día [...] los guardamos en unos cuartos fríos que están en la 13, cobran 5000 mil pesos por guardar las carnes.”

Hay puestos de carne que son una mesa de madera, funcionan, por lo general, en los puestos de La Calle. Por la falta de luz y la inseguridad no tienen refrigeradores para guardar sus productos, al terminar su jornada laboral la guardan en refrigeradores alquilados. En entrevista realizada el 10 de Septiembre de 2013, Dorismel Gutierrez, vendedora en la calle, explica:

“Los refrigeradores alquilados, son pequeños cuartos fríos que están en lugares estratégicos del mercado sobre todo donde venden carnes, pollo o pescados. Los dueños de los cuartos fríos cobran al vendedor por guardar la carne que no vendió en su día de trabajo”.

El mercado, como espacio territorializado, está cargado de sentido y significado (Montañez 2007), un ejemplo es el sitio donde se ubica la basura, “el puesto del

contenedor”, sitio donde se arrojan los desechos y que es recogido cada dos días, además hay un “puesto” por sector donde los vendedores pueden arrojar las basuras que posteriormente son recogidas por los trabajadores de INTERASEO (Ver Anexo 23).

Sin embargo los vendedores se organizan de manera diferente. Los vendedores de frutas y verduras por lo general amontonan los desperdicios, algunos lo vende como desecho y son procesados para hacer fertilizantes y abonos Rosa Ospino, vendedora de la carrera nueve (9), explica que hace con sus los desperdicios que deja el ejercicio de su actividad, en entrevista realizada el 13 de Octubre de 2013:

“El bulto de cebollín lo venden sucio, todavía con tierra y lodo, entonces le pago a uno de los lavadores de papas para que me lo limpie y el me guarda lo que queda de la suciesa, por acá pasa un señor que compra los desperdicios de las verduras, el tomate podrido, la papa podrida todo eso lo compra y dice que eso sirve como fertilizante. Los que tienen fincas por acá también se lo llevan y se lo echan a los cultivos que tienen.”

La basura también genera apropiación cuando se utiliza como control sobre el espacio público, cuando los vendedores la acumulan al lado del puesto para que no se estacionen carretilleros y vendedores ambulantes (Ver Anexo 24). A la letra Tomaza Núñez, vendedora de verduras en la calle doce (12) en entrevista realizada el 13 de Octubre de 2013:

“[...] como aquí todavía tenemos espacio los de las carretillas y los del jugo y los del buñuelo, todos esos vendedores ambulantes se parquean frente a nosotros y nos quitan visibilidad y a veces no dejan que la gente pase, entonces yo amontono durante el día la basurita que voy recogiendo que las verduras dejan y la pongo al lado del puesto, nadie se me parquea enfrente, ya en la noche cuando me voy la echo para afuera, para la calle y cuando vienen los del aseo la recogen, es que hay que ingeniárselas para que sigan ocupando el pedazo de uno.”



### 3.2. PRÁCTICAS DE APROPIACIÓN HEREDADAS

Los vendedores en el mercado son autónomos, algunos tienen puestos propios y otros arrendados. Algunos son dueños de sus productos, muchos son productores de los mismos, los vendedores cultivan los productos que venden en sus fincas o parcelas ubicadas en las estribaciones de la Sierra Nevada (Don Diego, Guachaca, Palomino, Minca, Bonda), situación que ha permitido que el hijo del vendedor trabaje, desde niño, en la parcela o como vendedor, el trabajo es reconocido y recompensado entre el núcleo familiar, el aprendizaje que el hijo recibe del padre es visto como un legado (Ver Anexo 25). A la letra Manuel Olivo en entrevista realizada el 21 de Octubre de 2013:

“el papa de mi mujer tiene una finca por Guachaca, donde se cosechan varias hortalizas y yuca, pero yo soy el que administro la finca y los frutos que deja los bajo para que se vendan, acá tengo un puesto en la 9y otro en la 12, que los atienden unos hijos míos, que desde peña quisieron venir a trabajar al mercado, ellos me ayudaban recogiendo la cosecha, regando, fertilizando pillando la jugada en la finca, yo al principio no les daba nada, estaba muchachos todavía, pero era una forma de colaboración, de ayuda, la recompensa que tenían era que en la mesa no faltara la comida y que tuviera ropa y zapatos y juguetes, ya cuando crecieron, el mayor se me salió con una muchacha de por ahí cerca, le dije que se viniera conmigo y que empezara ayudarme acá en el puesto, ya dividíamos las ganancias y compro un lote por allá cerca a la casa y empezó a cosechar también el mango, la papaya, la guanábana, y empezó a bajar la cosecha y se hizo al lado mío a vender, nos complementábamos el vendía frutas y yo verduras.”

En el mercado, según Pico y Salazar (2008: 95) “El trabajo infantil configura una práctica que reproduce y legitima la cultura de la supervivencia alrededor del trabajo y la vida familiar, es una práctica intergeneracional”, esto se visualiza mucho en las ventas de frutas, verduras, bollos y gallina. Víctor Castro vendedor de la calle doce (12), al hablar de la colaboración de los hijos en el puesto de trabajo relata en entrevista realizada el 16 de Octubre de 2013:

“Yo me traigo a mis hijos desde que estaban pelaos, ellos me ayudan en la parcela a cosechar la yuca, a recoger la ahuyama, la papaya, a ellos les gusta eso, la mama es la que jode con esas vainas porque después no quieren estudiar, pero es que ellos deben aprender a valerse solos, ya ellos saben cómo es el manejo en el puesto, a qué hora se abre, los precios, hasta saben regatearle al comprador, son avispaos los pelos de ahora [...] pero yo si digo que desde pequeños toca enseñarle el oficio de uno porque eso es lo que les queda, este trabajo es mi herencia para mis hijos”

El niño trabajador del mercado, según Gratiot y Zazzo (1979: 84), un niño “no es hombre, pero si es un movimiento hacia el hombre adulto, que debe ser educado en ese proceso transitorio [...] la infancia representa en la vida del hombre el periodo educativo por excelencia. Este periodo de vida va mediado por lo biológico y por lo social, es decir dependiendo del contexto social se define la noción de infancia”.

La mayoría de los que venden gallinas son familiares entre sí, son hermanas, primas, hijas que aprendieron el oficio de arreglar y vender gallinas de sus padres. Sixta Barrios, vendedora, comenta en entrevista realizada el 13 de Octubre de 2013:

“Desde chiquita a mí me enseñaron a desplumar una gallina, primero toca descuartizar la gallina, se le tuerce el pescuezo, eso se calienta el agua y se le van arrancando las plumas una a una, porque el cuero de la gallina es duro, después con la mano se le suben todas las vísceras y los huevitos se le ponen arriba como decoración, pero también se comen son sabrosos, esto mismo se lo enseñó yo a mis hijos y nietas, acá conmigo trabajan dos hijas y una sobrina, ellas tienen sus puestos propios, esto me lo dejó mi papa y yo se lo dejó a mis hijos. Es importante que sepan cómo valerse la vida.”

Para el caso de las ventas de bollo, la educación de los niños va acompañada con el ejercicio de la preparación de este alimento. Los bollos varían dependiendo del material que se utilice, hay bollos hechos con harina o con maíz, de mazorca, coco o de angelito, queso, yuca y el famoso “bollo e limpio”. Emilse Rojas, vendedora de El Pueblito, en entrevista realizada el 20 de Octubre comenta:

“Bueno mira, hacer bollos es lo más fácil del mundo, te voy a explicar cómo hago el bollo de queso, uno compra el maíz, yo no uso harina pan, uso maíz, y lo cocino cuando ya está blando lo muelo, bien molido y le hecho mantequilla y un chorrillo de leche pero una miguita

y le parto el parto el queso en pedacitos pequeños porque esta caro jajaja después trabajo en lo que es la envoltura, yo cojo la hoja que se le quita al maíz para envolver el bollo y compro la pita, todo esto lo consigo acá en el mercado, yo lo compro a unas señora que está en la 11, Rosmira se llama, ella me deja barato el maíz [...] bueno y después lo envuelvo. Yo vendo eso crudo no lo cocino ni nada, es más trabajo, a veces por encargo lo hago relleno, le hecho carne molda o pollo desmechado [...] mis hijos me ayudan siempre hacer los bollos, yo los tengo estudiando pero igual les enseño para que sepan hacer algo, yo conozco más de un profesional varado, si saben hacer algo eso les ayuda. A venderlos también me ayudan el mayor se viene conmigo para acá y los reparte y me cuida el puesto cuando me toca salir.”

El desarrollo de esta práctica permite no solo la producción y reproducción de conocimientos tradicionales, también implica la transferencia o herencia del lugar de trabajo, es por ello, que en el mercado se encuentran varios miembros de una misma familia, algunos han heredado el puesto sus padres y otros han construido toda una red interfamiliar de puestos en un mismo sector, como el caso de la familia Vergel, muchas de estas son mujeres que se han dedicado a la venta de ropa de segunda, se ubican en la carrera nueve (9) y se pueden contar más de diez miembros de la misma familia desarrollando la misma actividad, en diferentes espacios. Ana vergel nos comenta en entrevista realizada el 20 de Octubre de 2013:

“Mi mama y mis tías empezaron a vender en la casa este tipo de ropa, las compraban por pacas, un día una se vino y empezó a vender en la esquina de la nueve, antes esto lo compraban mucho las personas de acá mismo del sector, las muchachonas que se ponen en la esquina, uh si tenía salida pero más que todo la compraban esas personas ahora es que la gente fina nos compra, antes no... bueno niña y así se vinieron mis tías para acá y mi mama y cada una cogió un puesto en la carrera 9 le pusieron esteras de esas metálicas, tenían los puestos chévere y las hijas de ellas también empezaron a vender ropa al lado, y entre todos se ajuntaban y compraban la paca de 500.000 mil y se repartían las prendas y cada quien vendía lo suyo. Después la cada una se especializado en un tipo de ropa, una vende ropa para niño, otra para clima frío, chaquetas, ruanas toda esa vaina.... Pero sin mentirte en la 9 hay como 10 primas mías trabajando en eso, vendiendo ropa”.

La organización del trabajo en “el puesto” es vivida por medio de relaciones familiares, aquí el vendedor deja de ser un individuo y entra en cooperación con el núcleo familiar; hijos, conyugue, padres, tíos, sobrinos, abuelos son parte del trabajo, algunos organizan

los productos, otros los venden, otros los cuelgan, otro lo cambia, todos participan en el desarrollo de la actividad. Casimiro Gámez, vendedor, en entrevista realizada el 5 de Mayo de 2014 dice:

“esto de vender en el mercado es un negocio familiar, desde mi papa que empezó con la venta de las frutas hasta que termino vendiendo bijao en El Pueblito cuando la cosa se puso dura. Así mismo está sucediendo con mis hijos y espero que suceda con mis nietos, aunque acá la cosa esta fea, no entra la gente y solo alcanza para el diario y la comidita, yo quisiera que ellos estudiaran y salieran a delante, pero que también uno se quede con este puesto que ha sido un puesto familiar. Aquí mismo ha trabajado mi papa, unos tíos, mis hijos y ahora mis nietos, yo si espero que sigan la tradición de vender verduras [...] yo creo que la ventaja de nosotros es que tenemos un parcelita en las afueras de Bonda, se cosecha el mango, la yuca, el ñame, la guanábana, el tomate, la guayaba, la papaya, eso es una ayuda porque no te toca endeudarte con los mayoristas, si no que tienes la mercancía para bajar y comprar [...] la familia entera trabaja en el puesto, desde mi esposa hasta mis nietos, mi esposa a veces abre el puesto, a veces abro yo, de pronto nos turnamos, pero sobretodo entendemos, mis hijos me ayudan con la cargan, la traen todos los días en el carro y me ayudan a organizarla, a veces me hacen pedidos y ellos lo reparten. Mis nieto me ayudan hacer los mandaos, que traiga esto, que llévele a juanchito, que lávame la papa, organízame la fruta que se desordeno, que espanta las moscas [...] todos ayudamos acá por eso te decía que esto era un negocio plenamente familiar.”

### **3.3. LA COMPRA Y VENTA COMO PRACTICA DE APROPIACIÓN**

La compra y venta como práctica de apropiación territorial está ligada al concepto de trabajo, a través de dos actores primordiales, compradores y vendedores. Esta práctica, como dice Berger y Luckmann (2002: 4), está determinada “en acciones repetitivas constituidas a través de las interacciones entre estos sujetos y el espacio en el desarrollo de su cotidianidad, organizada en base a dos presupuesto el aquí y el ahora [...] este aquí y ahora es el foco de la atención que presto a la realidad de la vida cotidiana”. Eugenia Agudelo, vendedora de El Pueblito, dice en entrevista realizada 21 de Octubre de 2013:

“Cuando estábamos en la el mercado viejo, yo tenía mi clientela que llegaba y me compraba que la papa, que la yuca, que el tomate y de pronto cuando nos pasaron para acá sin clientes sin nada, nadie entraba [...] a varios nos pasó así, de pronto un día que paso por la 9 me encuentro a una señora que llevaba años comprándome en el anterior mercado y la saludo y me dice que ella no me quiso cambiar pero que acá le daban más barato y estaba más cerca

de rapi. Entonces que lo hace a uno, la clientela, sin clientes de que va a vivir uno? [...] por eso a mis clientes yo les doy la rebaja, les echo más de lo que llevan, para que sigan viniendo y me compren”

En el mercado se vive la cotidianidad tanto del vendedor como del comprador, caracterizada según Rossana Reguillo (1997) por prácticas, lógicas, espacios y temporalidades que garantizan la reproducción social. Estas prácticas a su vez se asocian a lo normal, adquiere una “rutinización normalizada”. Esto se da por ejemplo cuando un vendedor llega a su puesto, lo limpia, organiza los alimentos, sale a distribuirlo, o cuando el comprador adquiere una rutina de compra, por días o semanas, marca un recorrido de compra. En este sentido, las prácticas cotidianas en el mercado son legitimadas por el vendedor/comprador en el desarrollo de un “ritual práctico”.

Hay compradores que van al mercado con el fin de suplir las necesidades básicas del hogar, realizan la compra de la canasta familiar, ya sea diario, semanal o quincenal. Sandra, compradora frecuente del mercado, dice en entrevista realizada el 11 de mayo del año 2014:

“al mercado vengo casi todos los días, yo vivo en Pescaito y vengo hasta acá a comprar el mercado de la semana, me sale más barato que ir a la tienda [...] yo compro lo básico, el arroz en paca me sale más barato, el aceite, la azúcar, la sal, el tomate, la cebolla, la papa, todo eso lo compro acá en la 12.”

Los compradores al por mayor, ya sea para tiendas, restaurantes, hoteles, tienen sus propios vendedores, bien sea por la calidad del productos, por la posibilidad de escoger. Susana Cortina, vendedora de El Pueblito, en entrevista realizada el 16 de Octubre de 2013 relata:

“Yo tengo mi gente, a las 5 de la mañana, llegan los tenderos por la compra, yo les reparto a tres tiendas fijas cada dos o tres días vienen y se surten. A veces me llaman y me hacen los

pedidos y yo se los mando con uno de los señores que reparten la compra acá, son como taxistas pero tienen carros particulares [...] También vienen casi semanal mis clientes de los hoteles del centro y también tengo gente que compra para su casa [...] depende de la cantidad les hago rebaja, trato de darles comodidad para que vuelvan y me compren, por lo menos que si no pueden venir yo les llevo el pedido o se lo hago llegar, o si no con los hoteles, lo que hago es que les cobro cuando me deben bastante. Por eso te digo yo les doy facilidad a mi clientela y por eso es que siempre me buscan.”

La actividad de compra y venta, moldea la cotidianidad del vendedor, la cual está implícita en la interacción social con el comprador, desarrollada, sin importar el rol, rango, edad, sexo o estatus de los sujetos, una apropiación del espacio.

La cotidianidad, entonces, permite el establecimiento de redes relacionales, de empatía, de comunicación. Estos sujetos (comprador y vendedor), presentan sin cuestionarse, una cotidianidad subjetivizada que, según Berger y Luckman (2002), impone límites de acercamiento y alejamiento, como algo que está y que siempre ha estado presente; experimentando proximidades y alejamientos desde la espacialidad y desde la temporalidad de la cotidianidad permitiendo diferenciarla de otras realidades presentes en su vida. Pedro Rozo comenta en entrevista realizada el 9 de Septiembre de 2013:

“yo vengo al mercado más que todo por el pescado, me gusta venir y comprar el pescado acá, fresquito, en los supermercados es más caro y viejo, lleva quien sabe cuántos días congelado, es mejor comprarlo recién sacado, además sale más barato. Se lo compro a una señora en la 9, llevo años comprándolo acá, a veces le encargo que me consiga unos camarones o el pargo rojo que es escaso y es más caro, ella me trae lo que le pida, no sé dónde pero lo consigue esa señora ... creo que desde el 2005 le estoy comprando a ella el pescaco, a veces se ausenta, deja de ponerse pero cuando la vuelvo a ver le comprar... además me da rebaja, también depende de la cantidad que lleve pero siempre me rebaja que los 3 que los 5.”

Este ejercicio de compra, según Mariño (1994), define la dinámica del vendedor, llegar temprano al mercado indica que los compradores también lo harán, es una relación recíproca que permite la consolidación de prácticas de apropiación. Por ejemplo en el

desarrollo de la actividad del vendedor, cuando escoge la mejor carne, el mejor pescado, las mejores frutas, la mejor ropa, los mejores zapatos para distribuirlos a su clientela, se esmeran por organizar el puesto, por hacer promociones, por dar la rebaja.

Los vendedores y compradores establecen, según Ojeda (2008), relaciones desde lo económico con la compra y venta de productos, y desde lo social por medio de las costumbres que se establecen en el intercambio de usos y estilos. Por ejemplo descuartizar el ganado, (desmembrar la res, sobretodo la parte de la cabeza a la cual le sacan los ojos y sesos), moler la carne (el molinero), surgió como una necesidad para satisfacer el vendedor. Fredy Farelo en entrevista realizada el 10 de Mayo de 2011, comenta:

“yo no vendo nada, pero si trabajo aquí, soy molinero de carne, trabajo de 3:00 am a 11 am de lunes a Domingo, la gente me busca mucho porque soy el único molinero aquí en pueblito. La mayoría de mis clientes, compran la carne en las carnicerías que están acá mismo, muy pocos traen carne de afuera, lo que pasa es que es mejor comprar la carne y mandarla a moler que comprarla ya molina, porque? Porque así la gente garantiza que sea una buena carne la que se muele, no ves que aquí hay más de un vivaracho que muele hasta los huesos y así la vende, eso hasta piedras le encuentran a la carne, entonces si tú la compras, no sé, la libra, las dos libras, me la traes y yo la muelo [...] ese es mi trabajo, complacer a los compradores de carne de acá.”

La práctica de compra y venta se puede categorizar, como dice Bourdieu (1997) en prácticas distintas y distintivas, las primeras son las acciones cotidianas que realiza el sujeto en el ejercicio de una actividad aunque también son prácticas distintivas porque son precisamente estas las que lo diferencian de los demás sujetos. Estas prácticas permiten la articulación de sistemas clasificatorios entre los mismos vendedores, según lo que venda y como lo haga. Es necesario diferenciarlos por la realización de sus actividades, no es lo mismo hablar de vendedores de frutas y verduras que hablar de los

vendedores de carne o de pescado, estos vendedores difieren, tanto en sus prácticas sociales, como en el desarrollo de sus economías estableciéndose estatus, poderes e intereses entre estos, veamos:

A) Los alimentos en el mercado están organizados y separados, al igual que los productos que no son comestibles, son casi parte de la decoración del puesto. Se ubican en las mesas o se guindan en las cuerdas, de acuerdo a sus características ya sea por colores, por tipo, por tallas, por precios. Lo importante es que estén siempre al alcance del comprador, que puedan ser vistos, tocados, olidos, probados casi desnudos y sin empaques, imperantes ante la necesidad de ser comprados (Ver Anexo 26). Edith Candelario, vendedora de El Pueblito, en entrevista realizada el 13 de Octubre de 2013:

“[...] Te estás dando cuenta tu dé como pongo yo la verdura en la mesa, la cebolla va de un lado, el tomate rojo y el verde está separado y el cebollín va en la punta. La papa me gusta ponerla sola porque a veces tiene uno que otro gusanito así como la guayaba y el mango. El resto de la papa que compro lo meto debajo de la mesa [...] así todo queda en orden, no se ve el disparate de comida regado por todo lado. Es mejor que se vea compuesto el puesto para que la gente venga a comprar.”

B) Los vendedores de frutas y verduras manejan economías, horarios, ubicación, composición de puestos y estrategias de venta distintas de las que maneja el que vende pescados. Los vendedores de pollo, queso, huevos, embutidos, carnes frías (salchichas, chorizos, jamos, mortadela, salchichón) y enlatados, utilizan como mecanismo para atraer la clientela, promociones en los productos, los días en los que venden menores cantidades por la poca confluencia de compradores generan ofertas de 2 x 1.



C) Los vendedores de tinto, café en leche, aromáticas, agua, jugos (limonadas, jugo de naranjas, zanahoria, mandarina, frutas en agua o leche) y comidas rápidas (empanadas, deditos, papas, horneados, pasteles, chorizo, butifarras, emparedados), crean frases y refranes para llamar la atención del cliente, los mismos vendedores; por ejemplo: “el guanabanazo, le refresca el hígado y el vaso”, “con limón y agua le tengo su limonada”, “agüita de sábila pa’ la tos, la influenza el catarro, la fiebre y el frio”, “diez buñuelos en mil y veinte en dos mil”.

D) Los vendedores de ropa, calzado y cacharros también tienen sus frases, por ejemplo: Al ritmo de “venga, entre y compre”, “venga que busca”, “se lo tengo y si no me lo invento”, “mi doña le tengo el remedio pal mal de amor y el bicho seco”, incitan a la gente a entrar a los negocios; aquí no se necesita la publicidad de la mejor marca, o la etiqueta más bonita, aquí en el mercado solo basta con la publicidad del vendedor que recurre a estos discursos o a prácticas como la de hacer carteles, exponiendo los precios de lo que vende, eso es suficiente para conseguir un buen producido del día (Ver Anexo 27).

E) Los vendedores de carne laboran desde muy temprano, la mayoría abren las puertas de sus negocios a partir de las 2:00 am hasta las 11:00 am, pero tienen ayudantes que se encargan de pelar, descuartizar, partir la res, apartar los pedidos que las tiendas han realizado el día anterior. Nelson Mendoza, en entrevista realizada el 10 de Septiembre de 2013, comenta:

“yo salgo de la casa a eso de las 2:30 am y me dirijo al mercado, estoy llegando tipo 3:00 am, ya para esta hora los muchachos que trabajan conmigo tuvieron que haber llegado y tener listos los pedidos para las tiendas, tengo otro muchacho que se encarga de repartir esos pedidos, así es todos los días, porque las tiendas hace pedidos diario, el único día que no piden es para el lunes por que el domingo no hay matadero, entonces me piden más carne para tener suficiente para vender ese día [...] después ya como a las 12 me voy y a las 2 arranco para el matadero a escoger la res, yo por lo general compro res, res y media, porque tengo bastante clientela [...] una res me está costando como 1.200.000, pero a veces la venden despresa cuando no tengo mucho pedido pido media de res despresa.”

F) El horario es el punto de inicio y terminación de un ciclo, es lo que le permite tanto al cliente como al vendedor organizar su día, creando pautas y comportamientos entre la movilidad y el factor tiempo. Los carniceros en las horas de la tarde se trasladan al matadero para escoger la res que es dejada en horas de la noche en los puestos, cabe anotar que en los matadero no se labora los domingo por lo tanto los vendedores compran más de una res el día sábado para poder comercializar la carne el día lunes, y si logran vender todo el producto el día domingo entonces no abren el puesto el día lunes. Luis Fernando Sánchez, vendedor de carne en La Calle, en entrevista realizada el 15 de Mayo de 2015 relata:

“[...] la carne la compro ya despresa, hay algunos que van hasta el matadero, pero tú la puedes encargar y te la traen hasta acá. Allá van los que compran la res o la media res, que a veces ellos van a escogerla pero si quieres también la encargas y te la traen [...] acá ha habido dos mataderos Bira Bira y Frigomar que esta por Gaira... la carne que se vende acá la traen de Frigomar, ya Bira Bira no funciona.”

Los compradores de carne se amoldan a la rutina del vendedor, por ejemplo el día lunes es uno de los días con menos movimiento en el mercado, ese día de la semana es muerto como ellos dice, no se generan las mismas ventas. Ruth Campo, compradora frecuente en el mercado, en entrevista realizada el 26 de Septiembre de 2013, comenta:

“yo siempre compro en el mismo sitio, siempre vengo donde el señor Arnulfo por los plátanos, luego después donde la señora Nicolasa por lo que es el tomate, la cebolla, el bastimento y después luego donde Javier, el vende carne, siempre hago lo mismo cuando vengo. Yo vivo en Nuevo Jardín pero siempre he venido al mercado... no los lunes no vengo

al mercado, vengo el martes o el miércoles, entre semana, los fines de semana no vengo casi porque esto se llena, prefiero entre semana, la verdad no me gusta comprar el lunes, no es fresca es del día anterior, el mismo señor me ha contado que mejor no lleve la carne del lunes, bueno y si él lo dice yo por eso no vengo esos días.”

G) Muchos de los vendedores de pescados y mariscos (Ver Anexo 28), que vienen de Taganga y Pueblo Viejo, poblaciones que viven, en su mayor parte, de la extracción de alimentos del mar, compran los productos a los pescadores y pagan para que se los “arreglen” (les quitan las escamas, las vísceras y los lavan) <sup>12</sup> y posteriormente los almacenan en refrigeradores. Gretty Cardenas, vendedora de El Pueblito, en entrevista realizada el 11 de Septiembre de 2013, relata:

“yo nací en pueblo viejo, mi papa era pescador y mi mama tenía un restaurante a la orilla del mar, el plato principal era bocachico en cabrito, ya con el tiempo mis hermanos se pusieron a pescar y yo me ponía en la carretera a vender los pescados y las bolsas de camarón, después me convidaron para ponerme en el mercado de acá, un vecino me convido y me vine y monte una silla con la ponchera de los pescaos, al principio venia dos o tres veces semanal, después me quede fija en un puesto y me venía temprano hasta el medio día que me regresaba.”

Manuel Flores, en entrevista realizada el 17 de Octubre de 2013, comenta:

“esto que ves tú aquí es el poderoso, abre, saca y pela jajaja, el cuchillo querida dama es el arma de todo pescador, con este abres el pescado de punta a punta, sacas las tripas y de paso escamas por los lados, tres en uno, hasta pa acuchillar al mala paga o al roba clientes ese que está en la esquina [...] nuestro segundo instrumento de trabajo es el famoso rastrillo o si escobita, es un instrumento rudimentario, hecho por nosotros los pescadores, se hace con una tablita de madera y se le clavan varias puntillas en la parte de arriba, con esto escamas tu hasta una sirena mi amor [...] y de ultimo esta como tú lo has llamado el abanico, ese es el más importante, te ayuda a espantar las moscas jajaja te digo que es el más importante porque es nuestra presentación, si la gente ve ese poco de moscas te espanta la clientela, el que viene a comprar y ve una mosca parada en el pescao que te dice, guacala, jaja es o no es, así que por eso es el más importante [...] este balde con agua es para echar las tripas, si está el balde solo las escamas y las tripas se pegan, por eso toca echarle agua, hasta la mitad. Ya cuando me voy lo tiro y lo enjugo y queda listo para la faena mañana jaja.”

---

<sup>12</sup> El pescado y los mariscos traídos de pueblo viejo o Taganga son vendidos sin arreglar, es decir con escamas y con vísceras. En el mercado existe la actividad de escamadores de pescados, son personas que ofrecen los servicios de escamar y lavar los pescados. No son vendedores, solo son arregladores.

El pescado es organizado de acuerdo a su clase, la cojinoa, el bagre, la cachama, el pargo rojo, el bocachico, la mojarra, el lebranche y la famosa lisa. El arreglo de la lisa incluye el uso de las oxidadas láminas de zinc, donde son colocadas después de ser abiertas y saladas (Ver Anexo 29). La señora Rosa Duarte, quien tiene un restaurante en El Pueblito cuenta como prepara las lisas que compra en este sector del mercado, en entrevista realizada 15 de octubre de 2013:

“[...] las lisas cuando las abren le quitan todo por dentro y las salan y luego las cuelgan, a veces yo las preparo acá así, se las compro a los pescadores que tienen puesto aquí, a Sigilfredo y las cuelgo al sol [...] acá me conocen y me buscan por el arroz con coco y lisa. La lisa con patacón y arroz con coco es uno de los platos más pedidos en el mercado, eso sí tiene venta, yo compro las lisas en la carrera 9. [...] Mary, no sé si la conoces, bueno ella vende las lisas frescas no tan tostadas, a mí me gustan así por que como se van a fritar si están muy tostadas quedan duras.

## CONCLUSIONES

Considerando que las ciencias sociales nos ofrecen herramientas que, a nivel teórico y metodológico, constituyen un corpus de conocimientos que nos acerca a la problemática que se presenta con este trabajo espero contribuir en la comprensión del quehacer cotidiano de los vendedores y compradores del mercado público de Santa Marta.

Se abordó la plaza desde una dimensión sociocultural, por medio de observaciones que permitieron ver las dinámicas de apropiación en un espacio territorializado. El espacio, como producto de relaciones y alteridades nos remite de una forma u otra forma, como dice Roldan (2007), la apropiación, utilización de un lugar de acuerdo a una relación simbólica de significados, trayectorias y moviidades como espacio articulado por vendedores/compradores que hacen del mercado un espacio cargado de historia, símbolos y significados.

El vendedor del mercado está inmerso en una red de relaciones que permite su inscripción en un determinado entorno social, delimitado por las personas que lo habitan, lo apropian y lo consolidan como territorio a partir de la relación sujeto-espacio.

La apropiación territorial está definida por ejemplo en la adecuación de los puestos de trabajo, según gustos y necesidad del vendedor, la cesión del espacio ya sea por conceso o heredado, y los mecanismos de compra/venta, logran mantener este lugar como espacio público en la medida que se establecen relaciones y acuerdos de pertenencia y exclusión,

como dice Roldan (2007), es precisamente la coexistencia de múltiples territorialidades donde se atenúan fronteras, referidas a un territorio determinado, la convergencia de “microsociedades” que llegan a coincidir, en centros comerciales, plazas, calles.

El vendedor en el mercado ha creado estrategias como COOPECONCE para consolidar su permanencia, además, buscando los lineamientos legales necesarios para crear resistencia frente a las políticas de regulación del espacio público, pagan el impuesto de industria y comercio, reafirmando la tenencia de un espacio.

As mismo se visibiliza la coexistencia de distintas formas de cesión del poder sobre el espacio, bien sea por la comunicación entre vendedores, por las mediaciones del “impuesto de protección”, o por el “impuesto administrativo”, por lo que para la llegada de un nuevo vendedor se hace necesario tener un contacto, ser miembro del grupo. En palabras de Marc Auge (1992:62):

“[...] la geografía que nos es cotidianamente más familiar, se podría hablar, por una parte, de itinerarios, de ejes o de caminos que conducen de un lugar a otro y han sido trazados por los hombres; por otra parte, de encrucijadas y de lugares donde los hombres se cruzan, se encuentran y se reúnen, que fueron diseñados a veces con enormes proporciones para satisfacer, especialmente en los mercados, las necesidades del intercambio económico [...] construidos por ciertos hombres y que definen a su vez un espacio y fronteras más allá de las cuales otros hombres se definen como otros con respecto a otros centros y otros espacios”.

Son los límites simbólicos, producidos en el interior del mercado, los que delimitan los territorios constituidos por los mismos, una forma de control de lo público para fines colectivos, como es por ejemplo el permiso para trasladarse de un espacio a otro, negociación que tiene por principio el dominio del espacio que es apropiado cotidianamente.

En el mercado, lo público y lo privado está marcado por lo legal y lo ilegal. Entender estas dicotomías – espacio/territorio, legal/ilegal, público/privado –, como categorías de análisis implica, como dice De la Peña (2001), verlas no como oposiciones sino como partes de un mismo sentido, es decir como “un híbrido entre dos opuestos” que deja entrever la dinamización del espacio público desde características materiales/movimiento, interconexión, anonimato.

## **REFERENCIAS CITADAS**

### **DOCUMENTOS GUBERNAMENTALES**

Concejo Distrital de Santa Marta Acuerdo 024 de 19 de Octubre de 1995,

Concejo Distrital de Santa Marta Acuerdo 020 del 23 de Noviembre del 2001

El contrato de concesión 001 de 2002 entre la sociedad Obras y Proyectos del Caribe y El Distrito de Santa Marta

Alcaldía Distrital de Santa Marta Decreto 295 de Septiembre del 2002

Plan de ordenamiento Territorial “Jate Matuna 2009”

### **PRENSA LOCAL**

Hoy Diario del Magdalena, Santa Marta, 19 de Noviembre de 2002, p. 7<sup>a</sup>

El Informador, Santa Marta, 3 de Septiembre de 2005, p. 4<sup>a</sup>

Hoy Diario del Magdalena, Santa Marta, 23 de Noviembre de 2011, p4

### **ENTREVISTAS**

Abelardo Rodríguez, vendedor. 5 de Noviembre de 2013

Alfredo Mosquera, vendedor. 15 de Octubre de 2013

Ana Francisca Vásquez, vendedora. 15 de Octubre de 2013

Ana Vergel, vendedora. 20 de Octubre de 2013

Ángel Blanco, vendedor. 16 de Octubre de 2013

Bertilde Quintero, vendedora. 16 de Octubre de 2013

Casimiro Gámez, vendedor. 5 de Mayo de 2014



Celia Romero, vendedora. 20 de Octubre de 2013

Cesar Mendoza, vendedor. 20 de Septiembre de 2013

Daimer González, vendedor. 2 de Noviembre de 2013

Dagoberto Villadiego, vendedor. 2 de Noviembre de 2013

Doris Lemus, vendedora. 11 de Octubre de 2013

Dorismel Gutierrez, vendedora. 10 de Septiembre de 2013

Eladio Villamizar, vendedor. 20 de Octubre de 2013

Elver Martínez, vendedor. 19 de Octubre de 2013

Emilse Rojas, vendedora. 20 de Octubre

Emilson Ternera, vendedor. 15 de Octubre de 2013

Estefanía Donado, vendedora. 15 de Octubre de 2013

Eugenia Agudelo, vendedora. 21 de Octubre de 2013

Hilda Barranco, vendedora. 22 de Septiembre de 2013

Jaime Silva, vendedor. El 23 de Septiembre de 2013

Joaquín Benavides, dueño de camión. 16 de Octubre de 2013

Jorge Bolaño, vendedor. 5 de Septiembre de 2013

Jose Luis Pabón, vendedor. 20 de Septiembre de 2013

José Roys, vendedor. 16 de Octubre de 2013

José Zabala, vendedor. 15 de Septiembre de 2013

Libardo Herrera. 20 de Septiembre de 2013

Luis Fernández, vendedor. 13 de Octubre de 2013

Miguel Borrero, vendedor. 13 de Octubre de 2013

Manuel Olivo, vendedor. 21 de Octubre de 2013

Marina Chinchilla, vendedora. 27 de Noviembre de 2013

María Ochoa, vendedora. 2 de Noviembre de 2013

Marina, vendedora. 21 de Septiembre de 2013

Marlon Barrio, vendedor. 1 de Noviembre de 2013

Marta Quintero, vendedora. 15 de Octubre de 2013

Martin Sánchez, vendedor. 13 de Octubre de 2013

Melquicedec Diazgranados, vendedor. 10 de Enero de 2013

Nadia Guerrero, vendedora. 20 de Septiembre de 2013

Oswaldo Ortiz, vendedor. 16 de Octubre de 2013

Pedro Rozo, comprador. 9 de Septiembre de 2013

Rigoberto García, vendedor. 14 de Octubre de 2013

Roger, comprador. 15 de Abril de 2015

Rosa Fernández, vendedora. 13 de Octubre de 2013

Rosa Ospino, vendedora. 13 de Octubre de 2013

Salima, vendedora. 21 de Octubre del año 2013

Sandra, compradora. 11 de mayo del año 2014

Sandra Montañó, vendedora. 20 de Octubre de 2013

Sixta Barrios, vendedora. 13 de Octubre de 2013

Susana Cortina, vendedora. 16 de Octubre de 2013

Víctor Castro vendedor. 16 de Octubre de 2013

## ARTÍCULOS Y LIBROS

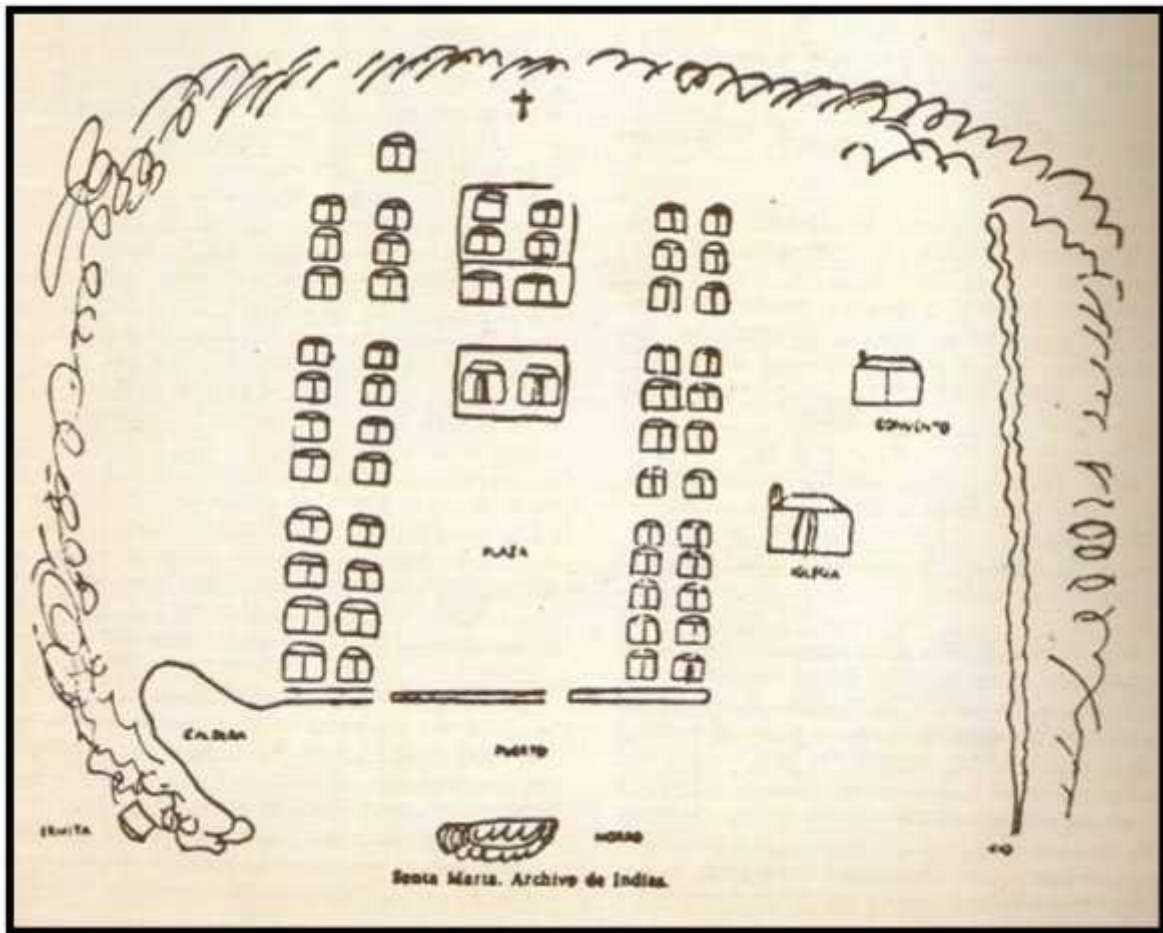
- Auge, Marc. 2000. Los no lugares. Espacios del anonimato: una antropología de la sobremodernidad. Barcelona. Edit: Gedisa.
- Barbero, Jesús Martín. 1981. Prácticas de comunicación en la cultura popular: mercados, Plazas, cementerios y espacios de ocio. En: M.Simpson (comp).
- Baquero, Diana. 2011. Las plazas de mercado como catalizadores urbanos. Trabajo de grado, Magister en Diseño Urbano. Bogotá. Universidad Nacional de Colombia.
- Berger, Peter. Luckman Thomas. 1979. La construcción social de la realidad. Buenos Aires. Edit. Amorruru.
- Bermúdez, Arturo. 1997. Materiales para la Historia de Santa Marta. Bogotá. Edit. Kimpres.
- Bermúdez, Arturo. 2002. Álbum histórico de Santa Marta, la ciudad de ayer. Santa Marta. Universidad del Magdalena.
- Bourdieu. Pierre. 1997. Razones prácticas sobre la teoría de la acción. Barcelona. Edit. Anagrama.
- Brewer-Carias, Allan. 1998. Poblamiento y orden urbano en la conquista española de américa. Memorias de las jornadas internacionales sobre derecho urbanístico. Universidad de Santiago de Compostela.
- Coronado, María Cecilia. 2010. Plazas de Mercado: Una tradición continua. En: Revista digital apuntes de arquitectura. Obtenido en: <http://apuntesdearquitecturadigital.blogspot.com/2010/12/plazas-de-mercado-una-tradicion.html>. Consultado: 2015/05/6
- Cross, John. 1998. Informal Politics. Street vendors and the state in México City. California. Stanford University Press.
- De la Peña, Gabriela. 2001. Público-Privado, Espacio-Territorio: ¿De la dicotomía a la convergencia? Revista de Humanidades: Tecnológico Monterrey. 10: 95-108
- Delgado Ruiz, Manuel. 1999. Ciudad líquida, ciudad ininterrumpida. Medellín. Universidad de Antioquia.
- García, José Luis. 1976. "Hacia un concepto de territorialidad humana". Madrid. En: Antropología del territorio. Taller Edición.

- Goffman, Irving. 2011. Estigma. La identidad deteriorada. Buenos Aires. Edit. Amorrortu.
- Gordillo, Fernando. 2005. El habitat: mutaciones de la ciudad y el territorio. Bogota. En: Tabula Rasa. Vol. 3: 137-149
- Gratiot-Alphandery, Hellen y René Zazzo. 1979. "Tratado de Psicología del niño". Volumen 1. Madrid. Edit. Morata.
- Hiernaux, Daniel. Lindón, Alicia. 2004. Desterritorialización y reterritorialización metropolitana: la ciudad de México. Iztapalapa, México D.F. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Lacera, Armando. 2002. Recuerdos propios y ajenos de Santa Marta. Santa Marta. Impreso en los talleres de litografía distribarrios.
- Le Moyne, August. 1945. Viajes y estancias en América Del Sur, la Nueva Granada, Santiago de Cuba, Jamaica y el istmo de Panamá. Bogotá. Edit. Centro-Instituto gráfico.
- Mariño, German. 1994. Etnografía de las Plazas de Mercado de Bogotá. Revista Aportes N°. 35. Segunda Edición. Dimensión Educativa. Agosto
- Montaños, Gustavo. 2001. Espacialidad y Territorio. En: Espacio y territorios: Razón, pasión e imaginarios. Bogotá. Universidad nacional de Colombia.
- Organización Internacional del Trabajo. 2003. Plan nacional para la erradicación del Trabajo infantil y la protección del trabajo juvenil 2003-2006. Bogotá.
- Pico. María Eugenia y Salazar Myriam. 2008. El trabajo infantil como práctica de crianza: contexto de una plaza de mercado. Hacia la Promoción de la salud. Vol 13: 95-120.
- Pintaudi, Silvana. 2006. Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales. Vol. X, núm. 218 (81).
- Reclus, Eliseo. 1869. Viaje a la Sierra Nevada de Santa Marta. Tomo 112. Bogotá. Biblioteca popular de cultura Colombiana.
- Reguillo, Rossana. 1998. La clandestinidad de la vida cotidiana. Revista Causas y azares, Vol. 5: 98-110

- Roldán, Hernando. 2007. Conflictos urbanos: espacios, territorios y hegemonías. En: Cifuentes, María Teresa y Adrián Serna (Eds.). Encuentro sobre conflicto urbano. Memorias. Bogotá: Universidad Distrital Francisco José de Caldas
- Rojas, Sabrina. 2009. El Mercado de Santa Marta: Un espacio público de historia, transformaciones y conflictos entre los actores locales. Trabajo de grado, Programa de Antropología. Santa Marta. Universidad del Magdalena.
- Signorelli, Amalia. 1999. Antropología urbana. México. Edit. Anthropos.
- Silva, Armando. 1998. Imaginarios urbanos. Cultura y comunicación urbana en América Latina. Bogotá. Edit. Tercer mundo.
- Silva, Diana. 2007. Conflictos por el espacio público urbano y el comercio en vía pública: percepciones acerca de la legitimidad sobre su uso: El cotidiano 22: 48-56.
- Vásquez Ramírez, Teresita. 2005. Espacio público: un territorio en disputa. Revista de Ciencias humanas UTP: 161-172.
- Vergara Arias, Marcela. 2009. Conflictividad urbana en la producción y apropiación del espacio público: El caso de los bazares populares de Medellín. Bitácora Urbano Territorial, Vol.14: 141-160.
- Vitruvius, Marcus Pollio. 1486. De architectura. Edición de Johannes Sulpitius Verulanus. Roma. Edit. Heroldt.

# ANEXOS

Mapa 1  
Santa Marta



Tomado de la exposición "Cartografía histórica de Santa Marta" Curador Alvaro Acevedo Acevedo

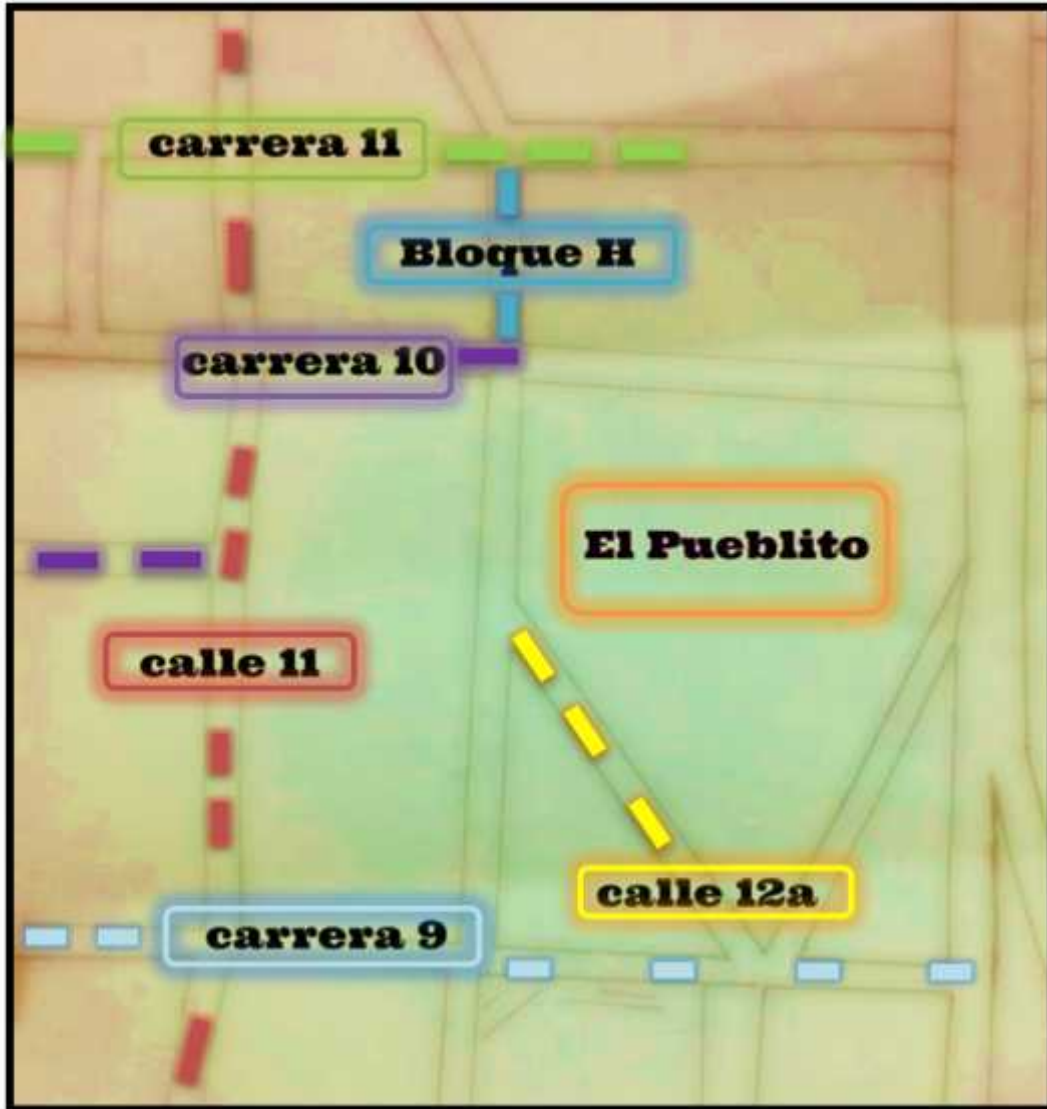
Mapa 2  
El Mercado



Fuente: Construido por Mayra Castro

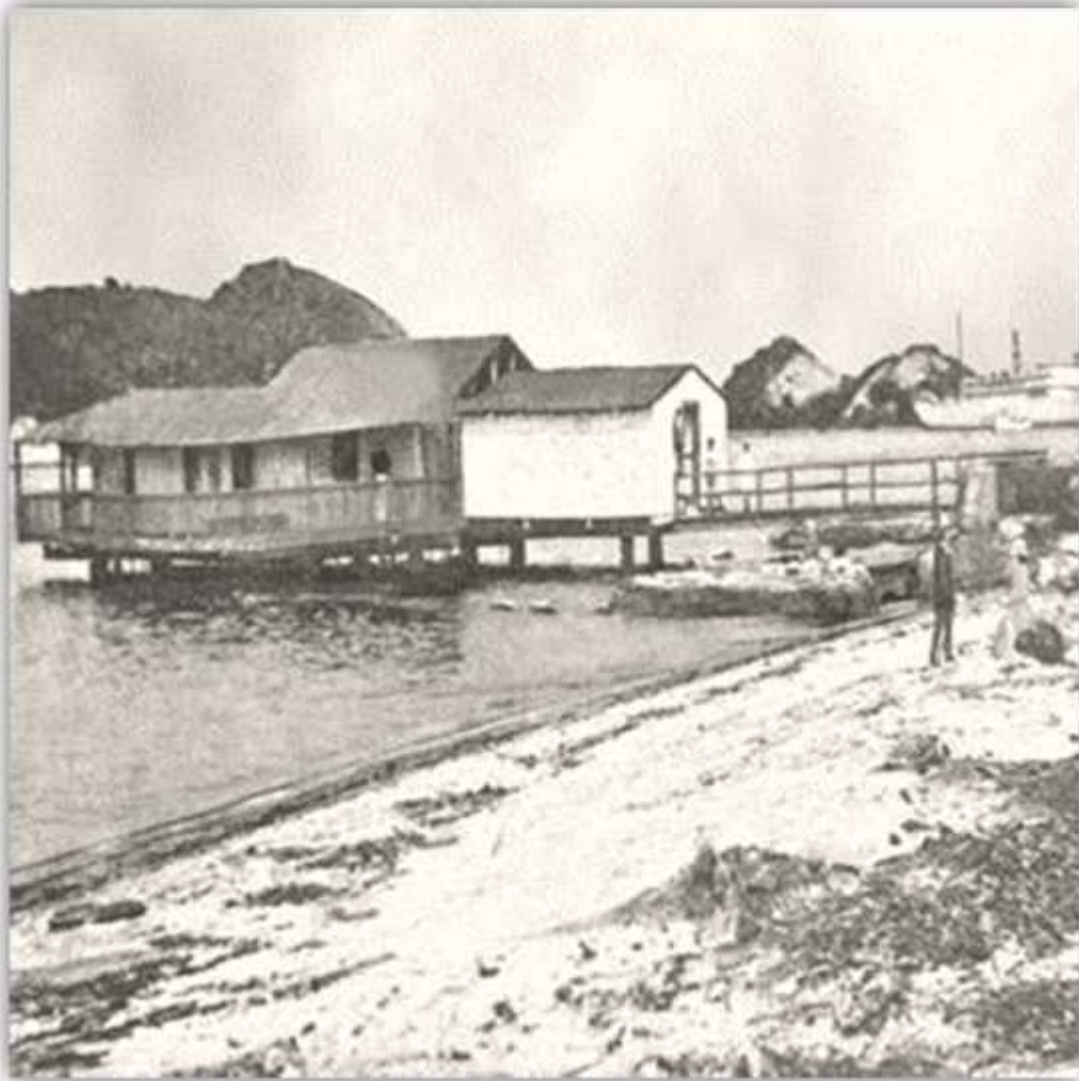


Mapa 3  
Mapa sectores del mercado



Realizado por Mayra Castro.

Anexo 1  
Fuerte San Vicente



Fuente: Bermúdez, Arturo (2002:37)

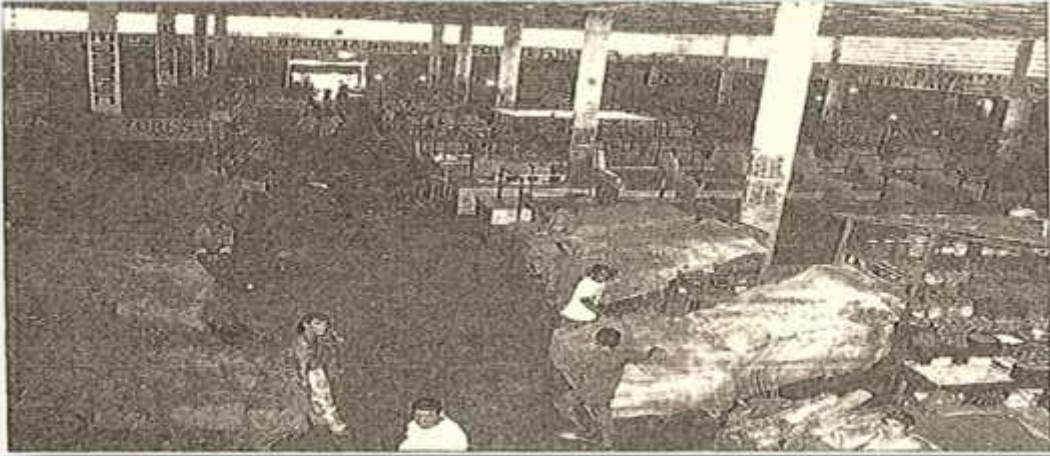
Anexo 2  
Plaza San Francisco.



Fuente: Bermúdez, Arturo (2002:169)

Anexo 3

Plaza de mercado “La Galería o La Coquera”



Fuente: HOY Diario del Magdalena, 30 de septiembre de 2002, pág. 7A

Anexo 4  
Calle once (11) y las carrera once (11) y doce (12)



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015.

Anexo 5  
El Pueblito



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015



Anexo 6  
El Pueblito



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015

Anexo 7  
Sector Bloque H



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015.

Anexo 8  
Sector Bloque H



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015

Anexo 9  
Carrera once (11) entre calles once (11) y doce (12)



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015

Anexo 10  
Carrera once (11) entre calles once (11) y doce (12)



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015

Anexo 11  
Carrera diez (10) entre calles once (11) y doce (12)



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015



Anexo 12  
Carrera diez (10) entre calles once (11) y doce (12)



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015

Anexo 13  
Calle doce A (12a) entre carreras diez (10) y nueve (9)



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015

Anexo 14  
Carrera nueve (9) entre calles once (11) y doce (12)



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015

Anexo 15  
Calle doce (12) entre Av. Ferrocarril y carrera nueve (9)



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015

Anexo 16  
Venta de libros en la carrera nueve (9)



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015

Anexo 17  
Carrera nueve (9), sector de ventas en carretilla



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015



Anexo 18  
Carrera nueve (9) entre calle doce (12) y once (11)



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015

Anexo 19  
Puesto de frutas y verduras en El Pueblito



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015

Anexo 20  
Puesto cerrado de frutas y verduras



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015

Anexo 21  
Puesto de frutas y verduras en La Calle



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015



Anexo 22  
Puesto de productos naturales en La Calle



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015

Anexo 23  
“Puesto” Contenedor de basuras



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015

Anexo 24  
Basuras ala lado de los “puestos”



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015

Anexo 25  
Niño limpiando verduras en el Bloque H



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015



Anexo 26  
Puesto de condimentos Bloque H



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015

Anexo 27  
Carretillas de frutas, exhibiendo los precios en letreros



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015



Anexo 28  
Puesto de pescados



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015

Anexo 28  
Puesto de pescado calle



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015

Anexo 29  
Lisas expuestas en láminas de zinc



Tomada por: Mayra Castro, 20 de Mayo de 2015