

**CULTURA POPULAR A PARTIR DE LA PLAZA DE MERCADO DEL BARRIO
BOLÍVAR.POPAYÁN 2001-2010**

LUISA FERNANDA CANIZALES HOLGUIN

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE DERECHO, CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
DEPARTAMENTO DE CIENCIA POLÍTICA
POPAYAN
2013**

**CULTURA POPULAR A PARTIR DE LA PLAZA DE MERCADO DEL BARRIO
BOLÍVAR.POPAYÁN 2001-2010**

LUISA FERNANDA CANIZALES HOLGUIN

Trabajo de grado para optar el título de Politóloga

**Director
CARLOS ANDRES GONZÁLEZ**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE DERECHO, CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
DEPARTAMENTO DE CIENCIA POLÍTICA
POPAYAN
2013**

AGRADECIMIENTOS

Toda mi gratitud por la paciencia, la compañía y la colaboración durante este largo y casi inacabable recorrido que represento el proyecto de investigación.

A mi familia, a Alejandro, a Carlos González y, en especial a todas y todos los vendedores de la Plaza de Mercado del Barrio Bolívar.

CONTENIDO

RESUMEN	8
INTRODUCCIÓN	9
1. PLAZAS DE MERCADO Y CIUDAD	12
1.1. UNA MIRADA AL VIEJO CONTINENTE: APROXIMACIÓN HISTÓRICA A LAS PLAZAS DE MERCADO	12
1.1.1 El mercado y la configuración de las ciudades en Europa	12
1.1.2 Invasión española y refundación de territorios americanos	15
1.2 APARICIÓN DE LA PLAZA DE MERCADO EN LA GEOGRAFÍA URBANA DE POPAYÁN	21
1.2.1 CARACTERIZACIÓN DE LA PLAZA DE MERCADO DEL BARRIO BOLÍVAR DE POPAYÁN	26
2. LA PLAZA DE MERCADO: EL ESPACIO EN DISPUTA	36
2.1 Otra forma de vivir la vida y el espacio	40
2.2 Hegemonía política	42
2.2.1 Estado y Poder	45
3. CULTURA POPULAR Y PRÁCTICAS POLÍTICAS EN LA PLAZA DE MERCADO DEL BARRIO BOLÍVAR	49
3.1 La Plaza en el marco del modelo urbanístico hegemónico en Colombia	49
3.2 Sujeto político en la Plaza: entre la reproducción y la resistencia	58
3.2.1 La pobreza que reproduce pobreza	58
3.2.2 Los usos rebeldes del espacio en la Plaza	69
CONCLUSIÓN	83
BIBLIOGRAFIA	86

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Actividades comerciales plaza de mercado barrio Bolívar	27
Tabla 2 uso del suelo pabellón 1 de la galería	29
Tabla 3. Uso del suelo pabellón 2 de la galería	30
Tabla 4. Uso dado al Planchón	31
Tabla 5. Uso dado a la galería pequeña	32
Tabla 6. Locales Plaza de Mercado Barrio Bolívar	34

LISTA DE FOTOS

Foto 1. Plaza de mercado 1929.....	25
Foto 2. Cocinas “Mesa larga”.....	29
Foto 3. Vendedora del mercado campesino	31
Foto 4. Separadores o casetas calle 5.....	33
Foto 5. Vendedores en los Exteriores de la plaza.....	60
Foto 6. Coterio	62
Foto 7. Locales de agro insumos y vendedores parte externa de la plaza	66

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Pertenencia a una minoría étnica.....	61
Gráfica 2. Desplazados por la violencia.....	61
Gráfica 3. Distribución por sexo de los comerciantes de la plaza.....	62
Gráfica 4. Niveles de escolaridad de los comerciantes de la plaza	63
Gráfica 5. Ultimo año aprobado.....	63

RESUMEN

El presente documento refleja el camino recorrido durante tres años de investigación en un escenario como la plaza de mercado del barrio Bolívar de la ciudad de Popayán; en el cual se realizó una etnografía que indaga sobre las manifestaciones de la cultura popular tomando como referencia las prácticas políticas, que se presentan al interior de los sectores subalternos.

Para la indagación se hizo uso de análisis documental a través de prensa, documentos de investigación, legislación, y documentos de la administración municipal, por otra parte las observaciones realizadas en los diversos espacios de este escenario popular ofrecieron indicios de las prácticas políticas y culturales propias de los sectores subalternos. Además de estos recursos, durante el trabajo de campo se hizo uso de entrevistas a los líderes de la asociación de comerciantes y trabajadores de la plaza de mercado del barrio Bolívar (ASOCTB), administrador de la plaza de mercado, consumidores, a los vendedores y vendedoras de la plaza.

Palabras claves

- Cultura popular
- Sector subalterno
- Prácticas políticas
- Plaza de mercado
- Hegemonía

INTRODUCCIÓN

CULTURA POPULAR A PARTIR DE LA PLAZA DE MERCADO DEL BARRIO BOLÍVAR. POPAYÁN 2001-2010

Las plazas de mercado han estado a lo largo de la historia occidental marcadas por un componente comunitario. A éstas se les ha asignado un importante rol dentro de la configuración de los espacios urbanos, una vez se consolida la ciudad como un lugar de vivencias, encuentros, interacciones y donde se ejercen múltiples relaciones de poder. Es así como la plaza de mercado, se convierte en el “nudo” en el que confluyen este sinnúmero de redes, donde se entrelazan las vivencias de los diversos sectores de la población que requieren del intercambio comercial para la satisfacción de sus necesidades.

En América Latina, las plazas de mercado tal como se conocen hoy en día, se instalaron con el proceso de colonización que conllevó a una reconfiguración total de las formas de organización de las comunidades que habitaban estos territorios. De esta manera, las ciudades latinoamericanas se convierten en la proyección del mundo de los colonos mercantiles, que poco a poco, fueron instaurando escenarios que les permitieran obtener mayores riquezas. Por lo tanto, el mercantilismo fue promoviendo la creación de las plazas como plataformas para el intercambio de productos y en las que de manera sutil se instaló una compleja red de intercambio cultural.

Las plazas de mercado en Colombia tienen una herencia de origen español. En el país del viejo continente éste escenario se gestó con mayor fuerza en la ciudad de Valencia¹, donde surgieron una serie de mercados que fueron instalados en calles

¹*Historia del mercado central.* Consultado el 12 de Diciembre de 2009. En: <http://www.mercadocentralvalencia.es/mercado/webmvcv.nsf/Historia%20del%20mercado.pdf>

y pequeñas plazas en las que se ofrecían una gran variedad de productos, desde los agrícolas hasta las telas con las que se fabricaban las vestiduras.

Ahora bien, en Popayán la Plaza Caldas sirvió como primer escenario para el intercambio mercantil, posteriormente el barrio Bolívar abre el camino para instaurar la plaza de mercado, sin embargo, las cosas no resultan tal cual han sido planeadas por la clase gobernante y el uso de este espacio se amplía para que en su seno confluyan una diversidad de gentes y mercancías mayor a la que inicialmente se encontraba en la Plaza Caldas, de tal suerte que el espacio se convierte en receptor de multitud de experiencias populares. Por supuesto, se trata esta vez de un escenario público al que asisten especialmente sectores subalternos, condición que determina de antemano el carácter mismo de las relaciones políticas que se configuran en la plaza.

Es justamente esa la condición que hace su estudio especialmente relevante y pertinente para la Ciencia Política, pues aún cuando la plaza de mercado se ubica a lo sumo en los márgenes del escenario político institucional, la riqueza de las relaciones que la componen abre la perspectiva para el análisis de la política en otras circunstancias. Esta vez se trata de las prácticas y maneras que los sectores subalternos construyen en interacción, de tal suerte, la política que allí acontece es la política de los generalmente excluidos, gestionando ellos sus propias vidas en el acto mismo de la plaza de mercado.

Por otra parte, la historia de la plaza de mercado desde su constitución ha cambiado conforme las transformaciones de la sociedad y el modelo productivo. Así, la plaza que previo fuera un intento por concentrar en un mismo lugar a los pequeños productores impulsados por el progreso hacia el mercado, en las condiciones actuales su rol se ha venido desvaneciendo o mejor, cobrando nuevos tintes. La emergencia de grandes cadenas de supermercados, la afluencia creciente de turistas en busca de espacios “armónicos” y “limpios”, hace que la

plaza de mercado se convierta en un inconveniente por resolver. En este sentido, la investigación busca encontrar pistas sobre aquello que se comprende por cultura popular en cuanto a las formas en que se manifiestan los sectores subalternos en los márgenes de una plaza de mercado y más aun, indagar sobre los factores que impulsan las masivas reubicaciones de las plazas en el país a partir de un estudio de caso, teniendo como objetivo central, analizar la cultura popular a partir de las prácticas políticas de los sectores subalternos en la plaza de mercado del barrio Bolívar, en el periodo comprendido entre 2001 a 2010.

Así mismo, la investigación consta de tres capítulos a saber, el primer capítulo: plazas de mercado y ciudad, realiza una aproximación histórica de la creación de las plazas de mercado desde Europa hasta América Latina, como también se ubica y caracteriza la Plaza de Mercado del Barrio Bolívar en la geografía urbana de Popayán, con lo cual se intenta situar los lectores en el espacio sobre el cual se desarrolló la investigación etnográfica y se señala como territorio urbano en disputa.

Acto seguido, en el segundo capítulo titulado: la plaza de mercado: el espacio en disputa, se elabora un análisis desde algunas teorías generales que pretende establecer los motivos por los cuales la plaza de mercado responde a problemáticas más amplias del orden de la globalización en el que se abordan temas como; cultura popular, ciudad asepsia y hegemonía.

Por último, el tercer capítulo: Cultura popular y prácticas políticas en la plaza de mercado del barrio Bolívar, se aborda la visión urbanista hegemónica aplicada por el Estado en Colombia, dando cuenta de un criterio dominante que pretende reubicarlas privilegiando un uso del espacio aséptico; por otro lado, se evidencian las condiciones de vida de la población que habita específicamente la Plaza de Mercado del Barrio Bolívar, y las prácticas políticas que constituyen pequeñas resistencias cotidianas.

1. PLAZAS DE MERCADO Y CIUDAD

1.1. UNA MIRADA AL VIEJO CONTINENTE: APROXIMACIÓN HISTÓRICA A LAS PLAZAS DE MERCADO

La historia es un elemento central a la hora de indagar sobre antecedentes para esclarecer un interrogante, ¿De dónde viene la idea de las plazas de mercado como centros de abastecimiento y cómo llegan a nuestros territorios? Este es el punto de partida para iniciar un viaje breve de pasos largos, se remonta a la construcción de las ciudades en Europa en torno al mercado desde el cual se establece la plaza central como eje cardinal del movimiento, consecutivamente, se hace mención a la forma como esa tendencia europea se impone en América a través de la colonización.

Es importante, no perder de vista que tanto en el viejo continente como en el nuevo, las plazas de mercado son el resultado de las necesidades humanas en materia alimenticia, social, comercial y urbanística, lo que cambia es la forma como se crea en Europa, como se impone y luego se apropia en América.

1.1.1 El mercado y la configuración de las ciudades en Europa

Es bien sabido que en la antigüedad las sociedades eran esencialmente rurales-agrícolas, con el pasar de los años la agricultura dejó de ser un elemento de pan coger único para campesinos, puesto que se gestaban asentamientos urbanos que requerían de abastecimiento, en ese momento no sólo se encontraba el campo y la habitación en él, sino que se incrementaba la configuración de espacios a los que se les denominaría ciudades.

Estas nuevas unidades poco a poco fueron adquiriendo dinámicas que conducían a una inevitable transformación en la que se conjugaban tensiones, búsquedas para satisfacer necesidades, encuentros y desencuentros, división del trabajo,

jerarquización y paralelamente formas de intercambio que darían la apertura a uno de los elementos que mayor dinamismo insertó en las ciudades; el mercado, se postula conformando lugares para el desplazamiento y la permanencia, la producción y la comercialización, logra instaurarse más allá de un proceso de planificación urbanístico y crea escenarios que hagan posible sus movimientos como puertos y plazas centrales, desde las cuales se trazaba el resto de la ciudad.

Desde la época romana las ciudades se fundan por dos razones básicamente; campamentos o asentamientos sobre espacios aun no poblados, y por colonización o mejor “romanización”, soportada sobre principios económicos y políticos que permitían conquistar y someter a los antiguos pobladores². Luego de la fundación se da lugar a la construcción de espacios para organizar la vida urbana. El Foro en Roma fue el primer lugar que representó el centro, junto a él se extendió el mercado diario y las reuniones públicas. De esta manera, el mercado se impone como vértice a lo largo de la historia para dar paso a la configuración de las ciudades, no sólo en Europa sino en las que serían sus colonias.

No hay ciudad sin mercado y no hay mercados regionales o nacionales sin ciudades. Se habla a menudo del papel de las ciudades en el desarrollo y la diversificación del consumo, pero pocas veces de un hecho no obstante importantísimo, a saber, que el ciudadano más pobre pasa obligatoriamente por el abastecimiento del mercado, que la ciudad, en suma, generaliza el mercado. La división fundamental de las sociedades y de las economías se establece a partir del mercado³

2 MORRIS, J. *Historia de la forma urbana: desde sus orígenes hasta la revolución industrial*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1984.p.16-62

3 BRAUDEL, Fernand. *Civilización material, economía y capitalismo siglo XV- XVIII. Tomo I, las estructuras de lo cotidiano: lo posible y lo imposible*. Alianza Editorial. Madrid, 1984.p.420

La producción de lugares comunitarios consolida la expresión de la ciudad, no obstante, es necesario mirar hacia atrás para establecer un marco global de las situaciones que conducen a dichos escenarios, escudriñando en la historia de los hábitos alimenticios se logra el acercamiento. Para el siglo XIV, Europa era fundamentalmente carnívora dado que sus terrenos se encontraban poco cultivados y cedían paso al mantenimiento de una ganadería extensiva como principio alimenticio; a causa del incremento poblacional se hacía urgente encontrar nuevos alimentos que suplieran la escases de la carne, los campos se vieron sumergidos por algunos productos propios de la región y así, la tradición carnívora se fue volcando sobre los vegetales. El campo europeo, jugó un rol determinante en el abastecimiento humano. “Pasan los siglos, y los hombres cada vez más numerosos van siendo empujados hacia los alimentos vegetales, crudos o cocidos, a menudo insípidos, siempre monótonos, estén o no fermentados: gachas, sopas o panes”⁴.

Estos alimentos en su mayoría eran los consumos de las clases medias y populares, que vieron en la llegada del campo a la ciudad una alternativa de aprovisionamiento, los campesinos empezaron a distribuir los productos en los centros de las ciudades, en las plazas de mercado, que desde antaño gozaron de alta importancia por ser no sólo espacios de comercialización, sino fundamentalmente comunitarios. El ágora y el foro son ejemplo de ello, conversaciones e importantes decisiones se tomaban rodeados de un compuesto de colores, resultado de la mezcla de vegetales y diversas mercancías que se ofrecían tendidas en los suelos. Y fueron ellas las que en variadas ocasiones salvaron de las hambrunas constantes a la Europa aun no expandida.

Los mercados urbanos hacen tangible, en todas partes, la función del movimiento. Pero toda ciudad, cualquier ciudad era ante todo un mercado. Sin él, la ciudad es inconcebible... toda ciudad, en efecto,

4 BRAUDEL. 1984. *“Civilización material, economía...”*. p.78

necesita estar enraizada, nutrida por la tierra y los hombres que la rodean. La vida diaria se alimenta en los mercados semanales o diarios de la ciudad cerca del cual se reunían todas las mañanas, los comerciantes: estaba lleno de frutas, de verduras, de carne; un poco más lejos, se vendía el pescado... El abastecimiento lo aseguraban los campesinos de los alrededores.⁵

1.1.2 Invasión española y refundación de territorios americanos

Para el siglo XV al XVIII gran parte del territorio europeo estaba siendo amenazado por pestes, hambrunas y crisis económicas. La mirada se dirige a España, una corona ambiciosa, un país fundido en una grave crisis agraria y un poder económico en declive por las guerras europeas, elementos suficientes para incitar la búsqueda de nuevos rumbos ¡y qué mejor que el trópico!

Los recursos naturales y el mercado americano representaban una gran oportunidad para la recuperación de España. Todo esto siguiendo políticas europeas, tales como el mercantilismo. Dentro de las doctrinas fisiócratas de los franceses existe la idea de que la riqueza de una nación reside en sus productos naturales y la propiedad se entiende como una consecuencia del trabajo, la tierra y sus productos son de quien los sabe trabajar. Este argumento podría legitimar la apropiación de tierras habitadas por otros que no la trabajan.⁶

La llegada de los españoles en 1492 a territorios americanos no sólo representó el descubrimiento, la conquista y posterior colonización, sino una inminente figura

5 BRAUDEL. 1984. *"Civilización material, economía..."*. p.438

6 NIETO, Mauricio. *Remedios para el imperio, historia natural y apropiación del nuevo mundo*. CESO. Bogotá, 2006. p.36-37

de salvavidas, pues se lanzaron al agua como náufragos y desembarcaron en lugares donde no había una piedra bruta de la cual hay que descomponer sustancias para hallar la ansiada joya, lo que encontraron luego de tanta agua, fue la ansiada joya en su máximo esplendor. América, el trópico, bañada por dos océanos, inmensas llanuras y montañas, pobladores aborígenes que contaban con sorprendentes formas de organización, y tierras que parían como hijos suyos, variados y desconocidos alimentos además de los tesoros minerales.

Después del siglo XVI, América no sería la misma, desde ese momento indígenas y europeos debían compartir a fuerza el mismo templo, la misma tierra, los primeros, aunque resistieron a gran parte de la invasión se vieron esclavizados por los intrusos del viejo continente, “Latinoamérica se había constituido a partir del siglo XVI en una proyección del mundo europeo, mercantil y burgués”⁷. España haría de las tierras descubiertas lo que de ellas hicieron en el mundo antiguo, mercaderes fenicios y griegos habían llegado a explotar sus riquezas minerales y, más tarde lo haría el imperio romano⁸, de la misma manera se llevó a cabo la invasión y el saqueo en América, una fiel réplica de la cultura romana se utilizó para la penetración de territorios y construcción de ciudades. Entretanto, José Luis Romero distingue que la mentalidad fundadora se resumía en crear sobre la nada una nueva Europa.

Así se constituyó esa tendencia inédita de la mentalidad fundadora. Se fundaba sobre la nada. Sobre una naturaleza que se desconocía; sobre una sociedad que se aniquilaba, sobre una cultura que se daba por inexistente. La ciudad era un reducto europeo en medio de la nada. Dentro de ella debían conservarse celosamente las formas de la vida

7ROMERO, José Luis. *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*. Siglo XXI. Argentina. 1976. S.P

8 MORRIS, J. *Historia de la forma urbana: desde sus orígenes hasta la revolución industrial*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1984.p.79

social de los países de origen, la cultura y la religión cristiana y, sobre todo, los designios para los cuales los europeos cruzaban el mar⁹.

El principal designio, se encontraba tendido sobre la posibilidad de fundar ciudades que le fueran útiles a Europa para diversas obras, qué bajo un acto político y simbólico encarnado en la figura sagrada del cristianismo daba por hecho la conquista, en la mayoría de los casos, un grupo de soldados exploraba los territorios sobre los cuales más adelante se instaurarían con el propósito de quedarse allí y que, “apoyado en la fuerza- ocupaban la tierra y afirmaban el derecho de los conquistadores. El acto político se completaba de diversas maneras. La celebración de una misa – como las que consagraron la fundación de Bogotá”¹⁰.

En consecuencia, la exploración del territorio colombiano inicia con los primeros descubrimientos en la Guajira, por medio de la cual se extienden variadas expediciones sobre la Costa Atlántica y Pacífica que dan lugar a un largo ciclo de fundaciones; la ruta encuentra el camino en cabeza de Bastidas con la fundación de Santa Marta en 1525, posteriormente el turno es para Heredia fundando a Cartagena en 1533¹¹. Las rutas continuaron hasta llegar al interior del país donde las ciudades destacarían el papel de centros administrativos desde los cuales se regía la actividad económica, militar y política. Otras serían los puertos y los centros agrícolas, de esta manera, la fundación de las ciudades conforma centros de poder.

La regla de la fundación fue el trazado en damero, generalmente con manzanas cuadradas y con una plaza aproximadamente en el centro de la traza. La plaza Mayor debía ser el núcleo de la ciudad; a su alrededor

9ROMERO. 1976. “*Latinoamérica...*”p.62

10ROMERO. 1976. “*Latinoamérica...*”p.55

11CASTILLO, Nicolás. *Descubrimiento y conquista de Colombia*. Banco de la República. Bogotá, 1988. p.60

se construirían la iglesia, el fuerte o palacio para sede del gobierno y el cabildo o ayuntamiento. Para las iglesias y conventos de las diversas órdenes se reservaban los solares, y el resto se repartía a los pobladores en lotes regulares. Fundada la ciudad, restaba transformarla en una realidad física.¹²

El evento fundacional ponía el acento para dar vida a la ciudad, porque era en torno a ella que se consolidaba el sistema de producción, el ascenso económico y comercial de los colonos, pero además profundizaba la división social de los diversos sectores, provocaba la exaltación entre ricos y pobres, entre campesinos-indígenas y las nacientes aristocracias, en últimas, la ciudad era la figura de la sociedad urbana jerarquizada. El auge de las fundaciones condujo a la rápida formación de múltiples actividades económicas, que se confabulaban para que España realizara con sus colonias los propósitos se le habían asignado desde un principio.

En el siglo XVIII, España sufrió una serie de crisis agrarias en las que las malas cosechas causaron escasez de alimentos, aumento de precios y hambre. La producción nacional de cereales no satisfacía las demandas internas del grano. La agricultura por condiciones de estructura y técnica deficientes no respondía a las necesidades... Las colonias deberían proveer materia prima y crear un mercado cerrado.¹³

Entretanto, Europa fue una vieja privilegiada, más aún cuando logró realizar un inventario del mundo descubierto para conocer a fondo la variedad natural de las tierras, y de esa manera acrecentar sus capacidades de expansión y explotación territorial, una vieja astuta que supo apropiarse de lo servible para embarcarlo rumbo a Europa y dar inicio a una larga trayectoria de mercado y comercialización, a partir del cual, se le otorgó el rol a cada ciudad; en Latinoamérica se

12ROMERO. 1976. "*Latinoamérica...*"p.56

13 NIETO. 2006. "*Remedios para el imperio...*" p.25

establecieron dos ciudades principalmente, la ciudad –fuerte y la ciudad-emporio.¹⁴ Ambas pensadas desde la proyección de una red urbana con base económica.

Los colonos poseían conocimiento de la riqueza natural colombiana más no de la totalidad espacial, la geografía era desconocida para ellos, lo que condujo necesariamente a que muchas de las ciudades que fundaron se vieran reubicadas con el tiempo. Sin embargo, la ciudad fue el elemento preciso para refundar y reorganizar la vida de los antiguos pobladores.

El concepto de ciudad, alude no solamente a la congregación física de grupos humanos, edificios y lugares en sus contornos sino también al complejo conjunto de su historia, costumbres, prácticas religiosas, sistemas de gobierno, etc.; es decir, a su misma individualidad cultural. En el caso de una situación colonial, la relación entre estos elementos humanos y construidos que le dan forma a la ciudad supone también un complejo de relaciones de explotación, saqueo y resistencia entre el colonizado y el colonizador¹⁵.

La intención de controlar y fabricar el territorio descubierto por parte de los españoles, no lleva un signo distinto que el de poder transformar hasta que todo fuera reconocible y tuviera garantías de comodidad para ellos. Ahora bien, tras haberse instalado y fundado las ciudades trascendiendo el ejercicio ceremonial, se procedía a la materialización de los espacios, quizá el de mayor connotación sería la plaza central, porque condensaba las formas de dominio bajo el requerimiento simbólico y de representación cristiana. Al igual que en Grecia y Roma, las plazas

14ROMERO. 1976. “*Latinoamérica...*” p. 40

15 BOLAÑOS, Álvaro. “*Frontera, ciudad y plaza pública americana del siglo XVI: escritura, violencia y statu quo deseado en cronistas españoles de la conquista*”. Boletín cultural y bibliográfico, No 65. Consultado el 20 de Junio de 2010 en: <http://www.lablaa.org/blaavirtual/publicacionesbanrep/boletin/bole65/bole1a.htm>

en América debían ser lugares dispuestos para que los habitantes de la ciudad consumaran diversas relaciones; religiosas, políticas, comerciales, entre otras de la vida cotidiana.

Por reglas generales como se anotó anteriormente, la plaza se trazaba desde el centro de la ciudad, siendo la herramienta para el mercado, que bien podía incluir la diferenciación de clases, en ése, el espacio de encuentro. Por otra parte, cabe resaltar que las plazas con función de mercado ya existían en culturas indígenas como las mexicanas y peruanas, a estos lugares se les denominaban tianguis¹⁶, cuya significación estaba enraizada a sus tradiciones, creencias y costumbres, el intercambio y algo de compraventa, pero no se debía a la diferenciación social; la colonización destruyó la significación de espacios y culturas, para erigir un modelo romano sobre las colonias.

El lugar central en la ciudad occidental es la plaza pública, aquel espacio exento de edificios (comerciales, oficiales o privados), nutrido de construcciones conmemorativas, como estatuas y monumentos, o construcciones regulatorias, como la picota; ese espacio abierto está reservado para diversas actividades de alto poder simbólico en la identidad cultural de la ciudad. Tanto la ciudad como la plaza pública están organizadas en torno a la satisfacción de necesidades y deseos humanos¹⁷.

En suma, a la ciudad se le otorgó la función de servir como centros de poder para asegurar el dominio y la permanencia de los intereses europeos, y a la plaza, el posibilitar la variedad mercantil para el abastecimiento de los españoles por parte de quienes se debían a las labores del campo, fueron los indígenas como antiguos

16ROMERO. 1976. "*Latinoamérica...*" p. 44

17 BOLAÑOS. S.F. "*Frontera, ciudad y plaza pública...*"p. 9

pobladores los que bajaban al mercado diario o semanal ubicado en la plaza central para cumplir con dichos roles, ofertando frutas, verduras, trajes, carnes, todo lo disponible para el disfrute de otros, los otros en calidad de colonizadores.

1.2 APARICIÓN DE LA PLAZA DE MERCADO EN LA GEOGRAFÍA URBANA DE POPAYÁN

La exaltación provocada por los territorios americanos a los españoles, los condujo a la búsqueda de caminos con más ansiedad de encontrar nuevas tierras, luego de las expediciones que ya se habían realizado desde inicios del siglo XVI y bajo las cuales tuvo lugar algunas fundaciones, avanzaron por el Occidente llegando a Pasto, de ahí emprendieron el ascenso hacia el altiplano de Pubenza donde encontraron gran cantidad de población indígena y asentamientos con alta capacidad de producción agrícola¹⁸, ante estas virtudes los conquistadores aseguraron el dominio del territorio.

Una vez asentados en el altiplano, Sebastián de Belalcázar en 1537 dio paso a la fundación de Popayán asegurándolo como centro administrativo sobre el que descansarían las leyes de indias, norma que distinguía los parámetros desde los cuales se debía trazar la ciudad y como principio la plaza mayor, en torno a ella se organizarían las formas de control social y la población. La naciente ciudad sería escenario y su vez generadora de conflictos y contradicciones, puesto que en su interior se empezaban a condensar diferencias sociales, espacios para unos y para otros, en los que solo se mezclaban en el espacio comunitario para satisfacer

18 VALENCIA, Alonso. *Historia del Gran Cauca, historia regional del suroccidente colombiano*. Universidad del Valle. Cali, 1994. p.27

necesidades básicas, el ejercicio del poder se hacía visible en la cuadrícula de la ciudad, en la elección y distribución de espacios.

El centro será la plaza “de ella salgan cuatro calles principales, una por medio de cada costado; y además de estas dos por cada esquina. Las cuatro esquinas miren a los cuatro vientos principales, porque saliendo así las calles de la plaza, no estarán expuestas a los cuatro vientos, que será de mucho inconveniente”¹⁹. Desde entonces, este lugar lleva el nombre de Plaza Caldas, centro y primer espacio comunitario en el que confluyen actores de la más diversa índole. Territorio fundamental en el que la población payanesa confronta sus vidas y dirige el rumbo de la sociedad emergente.

Esta plaza de diez mil metros cuadrados, se constituyó en un lugar eminente donde se desarrollaron las más importantes actividades cotidianas de la vida comunitaria como el mercado público, los episodios más señalados de nuestra vida política como la meta de los desfiles religiosos y civiles, el lugar de cita de las autoridades y el tornavoz que impulsó el aliento de nuestro desarrollo y las modalidades sociales de nuestro folclor, de nuestras necesidades y tragedias y de nuestros triunfos²⁰.

Así mismo, se fue instaurando en la plaza la figura de vendedores mayoritariamente indígenas y campesinos, que llegaban de zonas cercanas ofertando los productos que hacían posible que colonos y mestizos satisficieran sus necesidades en materia alimenticia y comercial. Durante aproximadamente dos siglos la plaza de mercado tuvo lugar en la Plaza Caldas. Sin embargo, la clase gobernante payanesa pronto entiende que debe diferenciar los espacios en aras de abrogarse ella sola el gobierno del pueblo. Por ende el espacio comercial no debe confundirse con el político y así, los pequeños productores son agrupados

19CASTRILLON A, Diego. *Muros de papel*. Editorial Universidad del Cauca. Popayán, 2005.p.27

20CASTRILLON. 2005. “*Muros...*”p.345

para 1910 en lo que hoy se conoce como el Centro Comercial Anarcos, cuarenta años después por un proyecto de renovación del centro comercial y debido a las consideraciones de que la plaza de mercado presentaba problemas ambientales, urbanos y de movilidad²¹, se reubica.

Desde 1958 hasta la fecha, la plaza de mercado ha estado ubicada en el sector Barrio Bolívar llevando el mismo nombre, en la periferia del centro histórico o al nororiente de la ciudad. Su proximidad al centro la deja como la plaza central de abastecimiento para las y los pobladores de zonas cercanas, lejanas y de influencia, es decir, un motor vital para la ciudad y las relaciones urbanas.

Ciertamente, Popayán ha sido un lugar configurado a partir de la convivencia de múltiples sectores de la población, las diversas etnias y culturas han hecho de esta ciudad, un nicho rico en prácticas y representaciones del mundo de la vida. Sin embargo, debido a la posición estratégica que éste lugar implicó dentro del proceso de colonización y posterior configuración de la nación colombiana, conserva en su arquitectura, tradición y memoria colectiva una fuerte herencia de corte español que se ve representada en el centro histórico de la ciudad.

La legitimación por parte de la comunidad payanesa de sectores sociales altamente diferenciados, ha sido un hecho casi constante en la historia de la ciudad. Familias como los Arboleda, Valencia, Caicedo, Obando, Velazco y Angulo, fueron reconocidos hasta mediados del siglo XX como miembros distinguidos de la ciudad, como familias pertenecientes a la “Aristocracia” que instauraron en la ciudad estereotipos y prácticas culturales propias de su clase. Tal como narra Whiterford “Mucho del sabor y del tono de Popayán se derivaba directamente de sus antiguas familias aristocráticas... La ciudad también parecía

21 PEREZ, Egna. *Diagnostico de la plaza de Mercado del barrio Bolívar de la ciudad de Popayán*. Alcaldía de Popayán. Popayán, 2009. p.13

aristocrática, con apacibles calles, sencilla belleza de las iglesias coloniales y casas con grandes balcones.”²²

Debido a que en la ciudad estos sectores eran reconocidos por un amplio fragmento de la población, las interacciones sociales y los espacios destinados para ello, fueron estructurados por este componente. El imaginario de zonas habitadas y frecuentadas por ciertos sectores sociales toma fuerza dentro de las representaciones de los habitantes de la ciudad.

En este sentido, la plaza aparece como uno de los “nudos” en el que se encuentran las diversas relaciones que conforman las redes sociales existentes en el espacio urbano. La plaza según Pérgopolis:

Ha tenido en la historia de occidente un claro significado comunitario, ha sido y en muchos casos, aún es – el lugar, el ámbito, para el encuentro de toda la comunidad o de algunos sectores especializados de ella. Quizá mejor que cualquier otro tipo de espacio, la plaza expresa un significado de ámbito contenedor²³.

La importancia de este escenario para lograr entender las dinámicas políticas, radica en la capacidad contenedora que éstas poseen, en la medida en que logran materializar en un espacio el conjunto de estrategias diseñadas por la clase dominante para establecer ciertos tipos de organización social. La Plaza de Mercado del Barrio Bolívar, ha sido considerada como un lugar propicio para el intercambio no sólo de productos sino de diálogos y encuentros de los que se gestan prácticas políticas. Para la década de 1950 cuando ya existían algunos vendedores informales en éste mercado, la participación de diversos segmentos o clases sociales se hacía visible tal como cuenta Whiterford:

22 WHITERFORD, Andrew. *Popayán y Queretaro; Comparación de sus clases sociales*. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Sociología. Bogotá, 1963. p. 41

23 PÉRGOPOLIS, Javier. *Plazas Latinoamericanas: Formas, usos y significados*. S.E. Bogotá, 1994. p.12

El mercado siempre era muy animado, las personas mantenían en eternas charlas o se abrían paso entre la aglomeración para llegar a los varios puestos de venta, obviamente no eran todos miembros de la aristocracia. La mayoría de la gente que trabajaba allí provenía de una de las tres sesiones en las afueras de la ciudad que eran considerados por todos como los barrios de los pobres, de la clase baja. Un gran número de ellos eran de un tipo físico pronunciadamente indígena...sus hogares eran comúnmente pequeñas casas de adobe techadas con paja o con zinc corrugado y apretujadas a lo largo de sórdidas callejas. Su educación era escasa, su vida sencilla y el contraste que presentaban con los miembros de la clase alta era protuberante en cada aspecto²⁴

Foto 1.Plaza de mercado 1929



Fuente: foto Ledezma

24 WHITERFORD. 1963, "*Popayán y Queretaro...*", p. 42.

El sector social que perdura en la plaza de mercado es el de las y los trabajadores que desarrollan varias formas de actividad comercial, que se distinguen en mayoristas, minoristas, formales, informales y proveedores, a su vez hacen parte de la plaza de mercado los trabajadores anexos²⁵ como; recicladores, vigilantes de la plaza y trabajadores de la terminal informal.

1.2.1 CARACTERIZACIÓN DE LA PLAZA DE MERCADO DEL BARRIO BOLÍVAR DE POPAYÁN

El topónimo del Barrio Bolívar o “Callejón de Bolívar”, deriva de la memoria social sobre el acontecimiento de un recorrido que realizó el libertador por el lugar, fue la entrada principal desde el norte hacia la plaza mayor, posee una obra de ingeniería colonial como el puente “la Custodia” o el “Humilladero”, acceso obligado hacia el centro de la ciudad colonial y lugar emblemático en la imagen identitaria de Popayán.²⁶

Dos manzanas posteriores al centro histórico de Popayán, descendiendo por el puente del humilladero se penetra los alrededores de la plaza de mercado; en sus primeras calles algunos hoteles y residencias, panaderías, cantinas, ferreterías, lugares de empeño y terminal informal de transportes. Al llegar a los semáforos la bulla y el tráfico hacen visible la plaza, sobre la puerta de la calle 1N se

25 CIDETER. *Informe consultoría de la intervención social del plan parcial sector barrio Bolívar*. Popayán, 2010. p.2

26 MONSALVE, Fabián. *Tema social diagnostico plan parcial sector barrio Bolívar*. CIDETER. Popayán, 2010.p 1

encuentran los remedios del Putumayo y las señoras que ofertan flores, junto a ellas los vendedores de frutas y una miscelánea, tres entradas se suman para permitir el acceso a la galería, por la carrera 6 se llega directamente a los graneros y artesanías, por la calle 2N a las cocinas y carnicerías y por la carrera 5 a las cocinas y puestos de frutas.

Tabla 1. Actividades comerciales plaza de mercado barrioBolívar

ACTIVIDAD	LOCALES Y/O PUESTOS
AGROINSUMOS	10
BAÑOS	4
BODEGAS DE EMPAQUES	14
BODEGAS DE FRUTAS Y VERDURAS	33
BODEGAS DE MAIZ	2
BODEGAS DE PANELA	6
BODEGAS DE PAPA	31
BODEGAS DE PERECEDEROS	13
BODEGAS DE TOMATE	4
CACHARRERIAS	21
CAVAS	33
COCINAS Y CAFETERIAS	116
COMUNICACIONES	7
DROGUERIAS	2
FERRETERIAS	5
FERRETERIAS AGRICOLAS	5
FUENTE DE SODA Y BAR	2
GRANEROS	32
HOTELES	4
LOCALES VACIOS	6

MERCADO CAMPESINO, PERECEDEROS	655
MERCANCIAS	43
OTROS	56
PANADERIA Y OTROS	17
PRODUCTOS PECUARIOS	11
PRODUCTOS PROCESADOS	9
PUESTO DE FLORES	5
PUESTO DE FRUTAS	35
PUESTO DE PERECEDEROS	115
PUESTOS DE PLASTICOS	6
TALABARTERIA	1
TIENDAS VETERINARIAS	4
TOTAL	1307

Fuente: PEREZ, Eгна. *Diagnostico de la plaza de mercado del barrio Bolívar de la ciudad de Popayán*. Alcaldía municipal. Popayán, 2009

Desde su creación en 1958, se edificó una infraestructura que abarca desde la esquina de la carrera 6 con calle 1N hasta la carrera 5 con calle 2N, ese espacio se conoce como galería grande, cuyo interior se divide en dos pabellones en los que se hallan 174 puestos, más 34 locales de la parte externa. En el primer pabellón se ubican graneros, artesanías, artefactos exotérico, cacharrerías, panaderías, venta de flores, productos perecederos- terminados y misceláneas. En el segundo, se localizan carnicerías, comunicaciones, venta de hierbas, lácteos, panela y las cocinas, que ocupan gran parte del pabellón, siendo pequeñas y contiguas, se organizan por grupos de tres que comparten las divisiones, es decir, los muros del mostrador de una es el muro del lavaplatos de la otra, están enchapados en baldosa blanca o azul, tienen barras que cumplen la función de mesas y bancas para el servicio de los clientes, que pueden observar la forma como se preparan los alimentos, y en su entorno, todos los productos

puestos sobre bandejas y vitrinas. Las cocinas, más conocidas como “mesa larga”, han cobrado mayor importancia en los últimos tres años, ya que se ha reconocido como un lugar que conserva la comida tradicional de Popayán y el Cauca, constituyéndose como patrimonio gastronómico para la ciudad.

Foto 2. Cocinas “Mesa larga”



Fuente: Luisa Fernanda Canizales

Tabla 2. Uso del suelo pabellón 1 de la galería

USOS	Nº LOCALES	PORCENTAJES
BAÑOS	1	1,18
CACHARRERIA	11	12,94
COCINAS Y CAFETERIAS	21	24,71
COMUNICACIONES	3	3,53
FLORES Y FRUTAS	3	3,53
GRANEROS	10	11,76
MERCANCIAS	9	10,59
PANADERIA Y OTROS	6	7,06

PERECEDEROS	2	2,35
PRODUCTOS TERMINADOS	19	22,35
TOTAL	85	100

Fuente: PEREZ, Eгна. *Diagnostico de la plaza de mercado del barrio Bolívar de la ciudad de Popayán*. Alcaldía municipal. Popayán, 2009

Tabla 3. Uso del suelo pabellón 2 de la galería

USOS	Nº LOCALES	PORCENTAJES
ADMINISTRACION	1	1,12
BAÑOS	1	1,12
CAVAS	21	23,60
COCINAS Y JUGOS	54	60,67
ALIMENTOS PROCESADOS	4	4,49
GRANEROS	2	2,25
HIERVAS Y LACTEOS	2	2,25
PANELA	1	1,12
COMUNICACIONES	3	3,37
TOTAL	89	100

Fuente: PEREZ, Eгна. *Diagnostico de la plaza de mercado del barrio Bolívar de la ciudad de Popayán*. Alcaldía municipal. Popayán, 2009

No obstante, con el pasar de los años, se fueron sumando los vendedores y la infraestructura se hizo demasiado chica, bajo esta necesidad se construyó la galería pequeña y el planchón, en los que se pretendía agrupar el mercado campesino, sin embargo, se destinó para bodegas, graneros y algunas cocinas. Esta sustitución del espacio llevó a que los vendedores provenientes de las zonas

rurales que representan el 71,54 %²⁷ de los comerciantes, ocuparan el espacio público de los alrededores de la misma, ofertando variedad de productos agrícolas y derivados. Este fenómeno de crecimiento ha generado que la plaza posea especial importancia, al desarrollar la actividad mayorista de la ciudad, a ella llegan mercancías provenientes de los departamentos de Nariño, Huila y Valle del Cauca, y la producción a pequeña escala de los municipios del departamento que se expenden a las plazas de mercado la Esmeralda y Alfonso López.

Foto 3. Vendedora del mercado campesino



Fuente: Luisa Fernanda Canizales

27 PEREZ, Egna. *Diagnostico de la plaza de mercado del barrio Bolívar de la ciudad de Popayán*. Alcaldía municipal. Popayán, 2009

Tabla 4. Uso dado al Planchón

USOS	LOCALES	PORCENTAJES
BAÑOS HOMBRES Y MUJERES	1	1,59
BODEGA DE EMPAQUES	6	9,52
BODEGAS DE PAPA	8	12,70
BODEGAS DE PERECEDEROS Y FRUTAS	10	15,87
CASETA SIN USO APARENTE	4	6,35
CASETA BODEGA DE FRUTAS	5	7,94
CASETA CON MERCANCIA ECUATORIANA	4	6,35
CASETA BODEGA DE EMPAQUES	5	7,94
COCINAS	15	23,81
PUESTOS DE PRODUCTOS PERECEDEROS	4	6,35
COMUNICACIONES	1	1,59
TOTAL	63	100

Fuente: PEREZ, Egna. *Diagnostico de la plaza de mercado del barrio Bolívar de la ciudad de Popayán*. Alcaldía municipal. Popayán, 2009

Tabla5. Uso dado a la galería pequeña

USOS	Nº LOCALES	PORCENTAJES
BAÑOS	1	8,33
BODEGAS DE PAPA	3	25,00
BODEGAS DE MAIZ	2	16,67
BODEGA DESOCUPADA	1	8,33
COCINA	1	8,33
GRANEROS	4	33,33
TOTAL	12	100

Fuente: PEREZ, Egna. *Diagnostico de la plaza de mercado del barrio Bolívar de la ciudad de Popayán*. Alcaldía municipal. Popayán, 2009

Tabla6. Locales plaza de mercado barrio Bolívar

SECTORES	Nº LOCALES	PORCENTAJES
GALERIA GRANDE PABELLOS 1	85	6,50
GALERIA GRANDE PABELLON 2	89	6,81
AREA EXTERNA DE LA PLAZA	34	2,60
PLANCHON	63	4,82
GALERIA PEQUEÑA	12	0,92
CALLE SEGUNDA NORTE	133	10,18
SEPARADOR, CARRERA 5 a	147	11,25
LOCALES ALEDAÑOS	89	6,81
TODO EL ESPACIO PUBLICO	655	50,11
TOTAL	1307	100,00

Fuente: PEREZ, Eгна. *Diagnostico de la plaza de mercado del barrio Bolívar de la ciudad de Popayán*. Alcaldía municipal. Popayán, 2009

Los puestos en la mayoría de los casos, son mesas hechas de tablas que se encuentran cubiertas con toldas grandes, algunas de tela o de plástico que protegen del agua y del sol, además, permiten armarlas y desarmarlas fácilmente todos los días, otros, los más ambulantes, ubican guacales o cajas sobre el suelo, para tender los productos y hacerlos visibles al público. A lo largo y ancho de la plaza, se encuentran personas transitando de un lado a otro, poniendo mesas, guacales, montando carretillas, arriando caballos, con carros y motos, todo haciendo posible el movimiento de las mercancías y su exposición al aire libre. Además del movimiento, los materiales rústicos y la mercancía, la población que se acoge en la plaza de mercado es aquella que muchos denominan pobres o sectores marginales de la ciudad, pero que aquí se cargan de un significado distinto, por compartir una condición a través de la que adquieren una connotación política: La subalternidad, entendiéndolo por esta una condición que atraviesa diversos sectores sociales que son excluidos y subordinados por la clase dominante.

Jesús Martín Barbero realiza un análisis de lo que implican las plazas de mercado dentro de las ciudades modernas, a continuación se expone la forma como se viven en dos ciudades de Colombia, Cali- Bogotá:

El entorno de la plaza de mercado es un montón de “negocios” no sólo de venta sino de juegos de heterogeneidad complementaria, y ubica las relaciones de la plaza no sólo con su exterior físico sino, sobre todo, en su rol de lugar articulador de prácticas que en la cultura burguesa se producen separadas, pero que en la cultura popular están siempre juntas, revueltas, atravesadas unas por otras. La plaza de mercado no es el recinto acotado por unas paredes, sino la muchedumbre y el ruido, los desperdicios amontonados o dispersos, todo lo que se siente, se ve, se huele desde mucho antes de entrar en ella. La plaza está en la calle, afectando el tráfico tanto de vehículos como de peatones: los andenes están llenos de gente que vocea loterías, que hace y vende fritanga, que vende afiches eróticos o estampas religiosas. Vista desde el entorno la plaza es desorden y barullo, abigarramiento y heterogeneidad, trabajo y a la vez no poco de fiesta.²⁸

La plaza de mercado en contraposición al supermercado, revela las apropiaciones, prácticas y usos que del espacio llevan a cabo los sectores subalternos. El juego social que allí se establece trae consigo una enorme carga de contenidos heredados y creados, en los que se conjuga la relación de fuerzas que emana la burguesía en su afán de dominio y los sectores subalternos²⁹ en su lucha por la supervivencia

28BARBERO, Jesús. “Prácticas de comunicación en la cultura popular: mercados, plazas, cementerios y espacios de ocio”. En: Comunicación alternativa y cambio social. UNAM. México, 1981.p.6

29 El sector subalterno para fines de la investigación es comprendido como la configuración de diversos actores políticos subordinados que comparten una identidad del hacer

2. LA PLAZA DE MERCADO: EL ESPACIO EN DISPUTA

¿Cómo configurar el espacio de tal modo que generará valor para unos pocos manteniendo mientras tanto inalterada o peor la situación de las inmensas mayorías?. Esto explica, la razón por la cual las formas de sociabilidad que existe en la plaza (y claro está, los desechos que produce) son intolerables para una administración comprometida con cierta Popayán dependiente del modelo. El asunto consiste sencillamente en hacer funcional un espacio que ahora es incómodo, transferir la pobreza dónde ya no sea tan visible para, en el nuevo espacio vacío elevar una babel higiénica y productiva.

Sin embargo, nunca la realidad se decidió solamente desde arriba, siempre hubo también desde otra parte palabras y hechos que se resistieron y mal o bien construyeron como alternativa formas de sociabilidad distintas. Los escenarios de disputa han sido todos, y lo han sido porque lo que está en juego es todo: las relaciones sociales mismas. Por un lado, el modelo capitalista sembrado por doquier y siendo reproducido la mayoría de las veces por inercia; por el otro gentes corrientes que por lapsos de tiempo casi efímeros han vivido su propia humanidad en los márgenes del modelo.

En la ciudad desde las fundaciones hasta tiempos actuales impera ese derecho cuya función principal es salvaguardar la propiedad privada, siempre que se garantice la ganancia de los propietarios se está en norma, aún cuando estarlo signifique catástrofe. Y si es ese el derecho, aún cuando cobije a todos no cobija a nadie, por lo menos no a las comunidades en general y a la plaza en particular: damnificados del desarrollo.

“Y si es aquí a donde conducen los derechos inalienables a la propiedad privada y al beneficio, no los queremos. Nada de esto produce ciudades que respondan a nuestros anhelos más profundos, sino mundos de desigualdad, injusticia y

alienación.”³⁰ Sin embargo, tal vez si fuera otra la forma de entender el derecho a la ciudad, ya no como la libertad de hacer negocio cueste lo que cueste con el espacio, sino, más bien de darle *otro* sentido a partir de *otras* formas de vivirlo, se trataría en el límite de convocar el derecho humano a hacer una ciudad radicalmente diferente, a adecuar el espacio y con ello reformar las relaciones sociales que lo habitan.

En este texto y siguiendo a García Canclini se llamara cultura al complejo entramado de dichas elaboraciones y prácticas humanas que le dan sentido a la vida:

Llamamos cultura a la producción de fenómenos que contribuyen, mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el sistema social, es decir todas las prácticas e instituciones dedicadas a la administración, renovación y reestructuración del sentido.³¹

La plaza de mercado es un espacio urbano de encuentro como se ha descrito anteriormente. Allí convergen distintas personas que cumplen diferentes roles. Tales roles solo existen en la medida en que el espacio está determinado por las relaciones que en él ocurren. Y a su vez, el espacio constituido es constituyente de los sujetos que lo habitan. Esto por lo menos en dos sentidos. En primer lugar la plaza es un espacio regulado por intereses económicos característicos, la relación de compra-venta entre vendedores y compradores y, por el otro la política urbana que pretende reubicarla.

³⁰HARVEY, David. *El derecho a la ciudad*. Consultado el 11 de agosto de 2010 en: http://www.ddooss.org/articulos/otros/David_Harvey.htm

³¹ GARCIA CANCLINI, Néstor. *Las culturas populares en el capitalismo*. Ed. Nueva Imagen. México, 1982. p. 41

Ahora bien, existe además otro lente bajo el cual la plaza adquiere nuevos tintes. Se trata de las prácticas cotidianas de la gente que habita el espacio, es decir, las formas cómo sus protagonistas *comprenden, reproducen o transforman* el sentido de las relaciones que constituyen la plaza.

La plaza de mercado del barrio Bolívar produce cultura. Es decir, las relaciones sociales que en ella se traman no equivalen exactamente a ningún código estricto, como si se tratara de máquinas con sus respectivos protocolos de funcionamiento. En los intersticios de la compra-venta ocurre el diálogo, el regateo, el consejo sabio, la protesta; y también ocurre la trampa, el egoísmo, la envidia. De eso se trata la cultura. Pues de la forma como las gentes interpretan lo que ocurre en su espacio depende en mucho que sus prácticas se mantengan, se renueven o perezcan.

El punto aquí consiste en que, a pesar de las diferencias económicas, tanto unos como otros coinciden en la representación que hacen del mundo y en el sentido que le dan a sus vidas. Es como si, sin importar la posición social, incluso enfrentando las limitaciones y penurias de unos con la riqueza grotesca de otros, uno sólo fuera el camino posible

Los sistemas sociales, para subsistir, deben reproducir (...) constantemente la adaptación del trabajador al orden social a través de una política cultural-ideológica que pauta su vida entera en el trabajo, la familia, las diversiones, de modo que todas sus conductas y relaciones tengan un sentido compatible con la organización social dominante.³²

Se trata de un complejo entramado de *aparatos culturales* (escuela, televisión, internet, universidad) que a cada instante bombardean indiscriminadamente a las poblaciones con informaciones de todos los carices, que a pesar de su diferencia formal, en todo caso indican qué en la vida es lo que más vale, cuál es el sentido

32GARCIA.1982, "*Las culturas populares...*",p.p 49-50

de la existencia. De otro modo, no se entendería por qué el hijo del pobre y el hijo del rico sueñan ambos con ser patriarcas y patronos en su medio, por qué los pobres reproducen en sus relaciones las condiciones que los empobrecen.

La acción de los aparatos culturales es internalizada por cada miembro de la sociedad. “Esta interiorización de las estructuras significantes genera *hábitos*, o sea sistemas de disposiciones, esquemas básicos de percepción, comprensión y acción.”³³ Es decir, dado que los medios de producción cultural (medios de comunicación, escuelas, iglesia) son propiedad de quienes a su vez son también dueños de todos los demás medios de producción, está claro que los hábitos que generan, son justo los necesarios para mantener el orden de la propiedad privada.

La plaza por ejemplo, no es un núcleo impenetrable al cual el capitalismo no tenga acceso. Y mucho menos, por tratarse de un espacio que conserva en su seno algunas prácticas tradicionales, culturalmente no es inmune a los aparatos culturales hegemónicos. Allí también se encuentran hábitos y prácticas que reproducen las condiciones necesarias para el capitalismo y en ello las circunstancias que motivan su reubicación.

Evidentemente no son los habitantes de la plaza quienes toman las decisiones. Ni siquiera entre ellos, quienes ostentan las mejores posiciones económicas son culpables en ningún sentido de la existencia del capitalismo. Tampoco puede decirse que sean ellos dueños de los aparatos culturales, pues carecen de cualquier influencia sobre sus contenidos y formas. Por el contrario, a grandes rasgos es posible coincidir al afirmar que sus condiciones de vida son producto de un sistema social que a ello los condena.

Sin embargo, tal sistema es a su vez constituido por las relaciones sociales que teje el pueblo. Es decir, aún cuando los sectores subalternos están al margen de

33GARCIA.1982, “*Las culturas populares...*”, p. 56

la toma de decisiones, siempre que sus hábitos y prácticas *no resistan ni transformen* las políticas que los excluyen, están por lo tanto reproduciéndolas y en síntesis alimentando el sistema.

Que cada quien en la plaza se ocupe por su propia supervivencia, que para solventar su salario diario trampee al vecino cuando haga falta, que por los azares del mercado renuncie a la producción de alimentos limpios y se entregue a las multinacionales agroindustriales, en una idea: que la gente de la tierra le compre y le venda a los mismos que la despojan de su tierra, no es gratuito. Todo en la vida empuja a los sectores subalternos a solventar la cotidianidad con los medios de los que disponga.

2.1 Otra forma de vivir la vida y el espacio

Así pues, cuando el pueblo no resiste y transforma las prácticas que a la larga lo sacrifican, entonces complace y protagoniza su sacrificio. Sin embargo, parece apresurado y producto de una lógica fatalista afirmar que la reubicación de la plaza equivale al exterminio humano. Y tal vez no sea así, quizá acabar con la plaza de mercado del barrio Bolívar no afecte sino y solamente a un puñado de familias.

La plaza es fundamentalmente una forma de *usar el espacio urbano* que en límite disiente de la forma dominante. Allí donde crecen la asepsia y los supermercados se elevan y multiplican, la plaza persiste como un espacio distinto. Un espacio que no es puro y ni siquiera anti-capitalista, un espacio que es sencillamente *diferente*.

“Tres condiciones básicas de la democracia (...) –reconocer la pluralidad de formas de vida, aprender a convivir con ellas, ejercer la crítica y la autocrítica- son proscriptas si nos convencen de que todo el mundo se parece al nuestro, o está en curso de parecerse.”³⁴ Lo que se olvida con la desaparición de la plaza no solo

34 GARCIA.1982, “*Las culturas populares...*”, p. 130

es a un puñado de gente, también son sus historias, las palabras, y pensamientos que entretujan para poder estar cada día detrás de un puesto de mercado; desaparece, aún más, su relación directa con la tierra y los conocimientos que de ahí se desprenden. Todo esto se contrapone con la idea de progreso que domina la sociedad, la mercancía *con historia*; esa que se sabe de dónde viene y lo que significa que de allá venga, es reemplazada por “lujosos galpones anónimos donde la abstracción mercantil llega a su máxima ostentación: en el ocultamiento del dueño, en la división técnica del trabajo, la reducción del trabajador a su rol, en la organización cerrada y aséptica del espacio, iluminado artificialmente de noche y de día.”³⁵

Cuando aquí se habla de cultura popular, se quiere insistir en que a pesar de la tendencia, la gente todavía se relaciona, aprende y desaprende, habita el espacio recreándolo, reinventándolo. Cultura popular es una suerte de insistencia, una realidad latente que en todo tiempo y lugar ha resistido la inercia asesina del capitalismo, que a toda costa ha persistido en la necesidad de ser, de darle sentido al mundo, allí donde no importa de dónde y cómo llega el alimento a la mesa, todavía insisten campesinos que establecen relaciones respetuosas con la tierra, que se valen de conocimientos (ancestrales o novedosos) propios y compartidos para subsistir *diferentemente*.

Ni la plaza puede vivir por fuera del modelo, todos deben responder cotidianamente a las presiones que ejerce el sistema. Los usos diferentes del espacio deben enfrentarse con la rentabilidad monstruosa que exige el uso hegemónico. Las mayorías son tentadas, sucumben ante la necesidad de adaptarse o perecer.

35 GARCIA.1982, “*Las culturas populares...*”, p. 140

Esa es la tensión de la cultura popular, ser y no ser al mismo tiempo, asumir sentidos divergentes y acomodarse al sentido hegemónico en el mismo instante. Es por eso que al hablar de cultura popular no se hace referencia a un concepto esencial o determinado completamente, no es ni una cultura pura heredada del pasado ni una cultura creada a imagen y semejanza del modelo, se trata más bien del lugar de una confrontación entre por un lado relaciones sociales que subsisten e insisten y se reinterpretan para transformarse y por el otro relaciones que sucumben y desaparecen en el torbellino inhumano del progreso capitalista.

En esa tensión ocurre la plaza, resolviéndose a cada momento en virtud de uno u otro de sus polos. Parece que el campesino testarudo, la propuesta diferente, el uso alternativo del espacio se reduce al caso periférico, al intento fallido y olvidado. El sistema favorece las opciones de vida que se le someten, mientras arremete al mismo tiempo con toda su furia contra las que se le resisten.

Decir que existe una cultura hegemónica es referirse a que a la hora de darle sentido a las relaciones sociales, es uno el sentido que prima sobre todos los demás. Y no cualquiera, sino ese que representa los intereses de la clase social propietaria de los medios de producción (maquinaria, tierra, tecnología, espacios, cultura). “La hegemonía es la capacidad de un sector o grupo de sectores de una clase social de generar consenso favorable para sus intereses y hacerlos equivaler como intereses generales.”³⁶

2.2 Hegemonía política

En apariencia, existe la libertad individual para interpretar las relaciones sociales que se protagonizan y a partir de ahí, decidir si reproducirlas ó resistirlas y transformarlas. Tal libertad podría interpretarse en otros términos como la posibilidad de construir la cultura que se desee, es decir, libertad para producir

³⁶GARCIA.1982, “*Las culturas populares...*”, p. 38

fenómenos que contribuyan, mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales a comprender, reproducir o transformar el sistema social. En teoría, cualquier trabajador o trabajadora de la plaza puede leer sus condiciones de trabajo, interpretarlas y decidir crear realidades que o bien las fomenten o las transformen. Sin embargo, tal libertad está restringida por una infinidad de estructuras rígidas que delimitan sus posibilidades de acción. A tales estructuras se les denomina: bloque histórico hegemónico.

En términos gramscianos “la hegemonía social es el consentimiento de las grandes masas de la población a la dirección impresa a la vida social por el grupo dominante, consentimiento que proviene del consenso logrado por la clase dominante a través del prestigio obtenido por su posición social.”³⁷

Hegemonía es la difusión permanente y por diversos medios de una sola filosofía de vida aceptable y posible, una que garantiza el statu quo del sistema. Gramsci llama a tal filosofía (la filosofía de los no filósofos) *sentido común*, y lo define como “la concepción del mundo difundida en una época histórica entre la masa popular.”³⁸

Es por ese motivo que aún cuando aparentemente cada quien es libre de darle al mundo el sentido que su análisis le indique, sin embargo hay una fuerza de otro orden, que esta vez rebasa las posibilidades de cualquier individuo indicándole que está bien y que está mal, cuales son los límites posibles de su inconformidad. “La hegemonía es, entonces, buscar la homogeneidad; crear un conformismo social que sea útil a la línea de desarrollo del grupo dirigente incluso, y especialmente, en aquellas zonas [como] la moralidad y las buenas costumbres.”³⁹

37. GRAMSCI, Antonio. *Cuadernos de la cárcel tomo III*. Benemérita universidad autónoma de puebla. Mexico.1999 .p 39.

38GRAMSCI.1999,“*Cuadernos...*”,p.327

39GRAMSCI.1999,“*Cuadernos...*”,p.39

Ahora bien, la hegemonía es política en la medida en que el modelo capitalista ha difundido entre las masas la idea de que su gobierno debe conducirlos al progreso.

En este punto es conveniente delimitar un poco el concepto “política” con el fin de analizar de qué forma la ciudad hegemónica efectúa transformaciones también en este aspecto. Se entiende por política a la forma en que una sociedad organiza sus relaciones sociales para crecer en poder, para hacerse poderosa. Por supuesto, la idea de política debe cambiar según cambie el concepto predominante de poder en cada sociedad histórica. Si, como indica el sentido común (en términos de Gramsci) actualmente, es poderosa aquella ciudad de protocolos intachables, la política entonces consiste en imponer un uso del espacio que excluye la identidad y la historia para reemplazarlas por un sistema que funciona, que no existe pero funciona.

Se trata de una paradoja: la política, el arte de organizar las relaciones sociales, organizando la desaparición de la sociabilidad. Paradoja que a su vez se repite tal cual en el análisis de la ciudad hegemónica: una ciudad cuyo objetivo es hacer desaparecer los usos del espacio que la hacen posible.

La plaza, cada puesto de mercado como lugar inconveniente, es nicho de sociabilidades que se resisten, visceralmente, a ser sepultadas bajo estantes repletos de vegetales enlatados. Sin embargo, la sola supervivencia es inútil; la periferia eterna es olvido. Aquellas relaciones sociales que contradicen con su práctica la cultura hegemónica solo tienen sentido si pasan de ser las ocurrencias de un puñado para convertirse en la *alternativa de los muchos*.

No basta ‘rescatar’ la cultura popular, evitar que se pierdan las leyendas, las artesanías y las fiestas. Tampoco es suficiente fomentar su producción mediante créditos benévolos [...]. Los mitos y la medicina

tradicional, las artesanías y las fiestas pueden servir a la liberación de los sectores oprimidos en tanto ellos los reconocen como símbolos de identidad para cohesionarse, y en tanto [...] las clases populares urbanas logren convertir esos 'residuos' del pasado en manifestaciones *emergentes*⁴⁰.

Los usos del espacio en la plaza pueden ser trazos de una cultura urbana que contradiga a la ciudad hegemónica, solo en la medida en que en la práctica disputen el *sentido común* que guía las relaciones sociales.

“Lo popular, por lo tanto, no puede designar para nosotros un conjunto de objetos (artesanías o danzas indígenas), sino una posición y una acción”⁴¹. Cultura popular es oponerse al capitalismo por *sentido común*, por *otro* sentido común que interpreta la realidad de forma crítica con perspectivas transformadoras. Cultura popular es *estar* en la diferencia y *hacer* para que esa diferencia se imponga a la inercia del modelo capitalista.

2.2.1 Estado y Poder

La política es social. Sin embargo, no todas las relaciones sociales son políticas, ni siquiera aquellas aparentemente auténticas que ocurren en la periferia. Al respecto, se ha dicho que las relaciones sociales capitalistas, cuyo objetivo final es una humanidad para la que el ser humano mismo es reemplazable por protocolos productivos, avanzan hacia la aniquilación de la política (seres humanos organizándose para hacer de ellos una humanidad poderosa), o en otras palabras, que la idea del poder capitalista (inhumanidad productiva) contradice los productos de la vida humana. Esto es así en cuanto la cultura hegemónica está guiada por el

40GARCIA. 1982, “*Las culturas populares...*”, p. 161

41GARCIA. 1982, “*Las culturas populares...*”, p. 197

poder de la acumulación individualista. Y de tal modo, si esta cambiara, en la medida en que cambiaran también los valores que determinan qué es poder en la sociedad, necesariamente otra cultura hegemónica debería emerger, creativa y antagónica frente al capitalismo.

Para clarificar y profundizar este argumento, me ubicare en Gramsci.

En primer lugar, a partir de un análisis marxista de la historia Gramsci comprende que las relaciones sociales que predominan en su tiempo son capitalistas: guiadas por la valorización del capital a costas de la pobreza de los trabajadores. Los capitalistas son la clase dirigente de la sociedad, es decir, de quienes se derivan los valores deseables, las ideas pertinentes. Por su parte “Estado es todo el complejo de actividades prácticas y teóricas con las cuales la clase dirigente no solo justifica y mantiene su dominio sino también logra obtener el consenso activo de los gobernados.”⁴² En otras palabras, para Gramsci, es a través del Estado que la burguesía se hace dirigente *natural* de la sociedad en su conjunto, imponiendo para ello entre los sectores subalternos sus valores y su cultura (cultura hegemónica).

En Gramsci el Estado no tiene sentido hasta que aparece la clase social que lo dirige. Y si ésta no es otra que aquella que impone el modelo civilizatorio desarrollista, el capitalismo solo perecerá en tanto los sectores subalternos (no dirigentes) logren escindirse del Estado, guiados por la necesidad de renovar los valores que guían su vida social.

¿[Pero] qué se puede contraponer de parte de una clase re-novadora a este formidable complejo de trincheras y fortificaciones de la clase

42GRAMSCI, Antonio. *Notas sobre Maquiavelo, sobre la política y sobre el estado moderno*. Ediciones Nueva visión. Madrid, 1980.p. 107

dominante? El espíritu de escisión o sea la progresiva conquista de la conciencia de la propia personalidad histórica.⁴³

En la medida en que las gentes a quienes el capitalismo en vida les ha obligado a relacionarse sin identidad ni historia, comprendan que justamente es su identidad y su historia la que puede organizarse para reemplazar al Estado, en el momento en que los sectores subalternos asuman colectivamente la dirigencia de sus vidas y se opongan a todo cuanto los enajena de ellos mismos, entonces puede hablarse de cultura popular.

Una cultura que reemplace el folclore (“aglomerado indigesto de fragmentos de diferentes concepciones del mundo”⁴⁴) lleno de heroísmos marginales y episódicos, por un plan consciente para re-tomar la dirigencia de la sociedad. He aquí otro aspecto fundamental en la lectura gramsciana. Frente al Estado es necesario que emerja una clase social antagonica, amenazante, posible.

No puede ser en la época moderna un héroe personal sino que debe ser el partido político, es decir [...] el partido político determinado que se propone fundar un nuevo tipo de Estado (y ha sido racional e históricamente fundado con este fin)” (...) [para] la formación de una voluntad colectiva nacional-popular [que sea] la expresión activa y operante y la reforma intelectual y moral⁴⁵

Partido es pues, el centro donde las prácticas periféricas alternativas convergen y se organizan para transformar la sociedad, para asumir la dirigencia de un nuevo

43GRAMSCI, Antonio. *Pasado y Presente*. Hombres del Tiempo. Buenos Aires, 1974. p. 220.

44 GRAMSCI, Antonio. *Observaciones sobre el folklore, Literatura y vida nacional*. Lautaro. Buenos Aires, 1961. p. 240.

45GRAMSCI. 1980 “ *Notas sobre Maquiavelo...*”p. 44

Estado. Del partido deben emerger los nuevos usos hegemónicos del espacio, el sentido común urbano, el hacer, pensar e interpretar de las mayorías en la ciudad.

Por eso, luchar por rescatar la plaza de mercado del barrio Bolívar debe implicar a la vez una lucha por transformar la manera en la que se producen los alimentos, la tenencia de la tierra, los proyectos de desarrollo nacional, las condiciones laborales del campesinado, el respeto al territorio, el uso hegemónico del espacio urbano. Partido político es la palabra que utiliza Gramsci para designar la unidad política de los sectores subalternos y sus prácticas periféricas, la máxima expresión del poder popular.

El problema de la reubicación de la plaza de mercado del barrio Bolívar no es coyuntural. No se trata, aunque pueda parecer paradójico, ni siquiera del hecho de si se quedan o se van. Lo que se está viendo es tan solo un síntoma. Actualmente en Colombia, los sectores urbanos subalternos (sin poder de decisión) carecen de alternativas reales, sostenibles y duraderas para practicar usos rebeldes del espacio, y mucho más, para ensayar modelos de ciudad anticapitalista. Del mismo modo se carece de caminos que conecten entre sí a las pequeñas experiencias de producción agrícola limpia, de uso responsable del suelo.

No hay recetas, ni caminos concretos marcados, sin embargo, tal vez escenarios como la Marcha Patriótica, el Congreso de Los Pueblos, la Minga de Resistencia Social e Indígena (incluso algunos sectores del PDA) sean atisbos de posibilidad. Lo que sí es cierto, es la urgencia de que cada espacio de confluencia popular asuma su vocación de poder, se convierta en camino que acorte el aislamiento, en posibilidad de vida para los sectores subalternos. Que dispute los escenarios de planeación, que logre desestabilizar la política urbana hegemónica haciendo que en la calle ya no pueda funcionar. La política popular urbana debe proceder tejiendo desde abajo (experiencias periféricas) hacia los lados, extenderse hasta convertirse en modelo de vida, en vida para quienquiera.

3. CULTURA POPULAR Y PRÁCTICAS POLÍTICAS EN LA PLAZA DE MERCADO DEL BARRIO BOLÍVAR

3.1 La Plaza en el marco del modelo urbanístico hegemónico en Colombia

La plaza de mercado amerita no solo análisis y respuestas de tipo particular, ella, se encuentra en los márgenes de políticas y mecanismos estatales e internacionales, que permiten distinguir algunas de las razones más generales por los cuales se mueven o se desplazan equipamientos de los centros de las urbes a las periferias. Entonces, el concepto de desarrollo se hace urgente con miras a establecer que los países atienden a transformaciones en los medios de producción y distribución de las riquezas para relacionarse entre sí, en los cuales, las ciudades juegan un papel relevante.

Quando en los años sesenta se hablaba del desarrollo se daba casi por supuesto que el desarrollo era algo natural, algo que se producía casi de forma necesaria (...) Lo que, en ese contexto se quería decir con <desarrollo> era que el ser en cuestión seguía de forma necesaria los pasos marcados por su naturaleza (...) hasta alcanzar una madurez que no era otra cosa que la manifestación de todas sus potencialidades.⁴⁶

En un primer lugar se dijo que *todo* estaba en el *crecimiento económico*, es decir, en el aumento del producto interno bruto. Y en ello gastaron sus mejores empeños los gobiernos del mundo. Crecer a toda costa, mientras unos pocos crecen o crecieron de formas espectaculares, la mayoría se mantiene en el terreno pastoso de la deuda impagable. Ocurre que incluso en aquellos casos

46 TORTOSA, José María. *El Juego Global Maldesarrollo y Pobreza en el Capitalismo Global*. Editorial Icaria. Barcelona, 2000. p. 26

excepcionales en los que hubo crecimiento económico los pueblos permanecen pobres. Hay algo que no permite que todos crezcan por igual; la ansiada meta se aleja o se reserva para los que ya llegaron.

Sabiendo aquello, más por evidencia innegable que por voluntad de saberlo “la reacción en años recientes ha sido, por lo menos, volver a recordar que el crecimiento económico es para satisfacer las necesidades básicas de las personas concretas y que, entre dichas necesidades no solo están las de comer.”⁴⁷ De ese modo *desarrollarse* sería más complejo que el simple crecimiento del producto interno bruto. Habría que saber qué entiende cada pueblo (según su historia, su saber, su tierra, su forma de relacionarse con todo ello, de soñar en adelante) por crecimiento, progreso o desarrollo. “Se llegaría a decir incluso que el desarrollo, desde este punto de vista, consistiría en hacer reales las potencialidades de cada cultura (...).”⁴⁸

Esta última definición puede ser útil, Sin embargo, parece que el cambio de orientación no es radical, siempre que persiste el concepto necesario (desarrollo). Habría que preguntar todavía *potentes para qué mundo*, para qué forma de relación. Si no, tal vez es simplemente *la misma ruina*. Al parecer se trata de *permitir*, y solamente permitir, a cada cultura transitar con sus *propios pasos* el camino a *la catástrofe*.

Algunos países (...) son más pobres que otros porque su situación interna, tradicional, no les impide acceder a los medios de producción modernos y, por ello, no producen suficientemente para responder a las necesidades de sus habitantes. La solución es igualmente sencilla: hay que modernizar a esos países mediante el apoyo financiero y

47TORTOSA. 2000, *El Juego Global...* p. 29

48TORTOSA. 2000, *El Juego Global...* p. 40

tecnológico proporcionado por empresas, gobiernos y actores sociales de los países ricos en general y de los Estados Unidos en particular.⁴⁹

Incluso si el apoyo es aparentemente respetuoso de las diferencias culturales. Inclusive, puesto que de todas formas el objetivo sigue siendo la modernización. Hay que decir que la modernidad supone la modernización como el trayecto obligado en procura suya. Y en este caso simplemente asociar modernidad con el *estado* de aquellos países que han sido denominados como “desarrollados”, es decir, aquellos que son poseedores de los medios de producción más avanzados.

En ese sentido, está más desarrollado aquel país que produce tecnologías de punta que aquel otro que tan solo puede producir bananos. El grado de desarrollo de un país depende del papel que juega en el marco de las relaciones internacionales de producción (cómo se relaciona con el mundo). Ahora bien, la aplicación del concepto “desarrollo” conduce a una carrera obligada hacia el progreso que desenlaza graves consecuencias a las ciudades, la urbanización arrasadora como una de sus principales.

(...) debemos superar esa fe estrecha en el progreso, para asumir desde una perspectiva revolucionaria un proyecto social que, sin renunciar ni a la razón ni a la ciencia ni al conocimiento, rompa con el culto ciego a las fuerzas productivas, que muestre el carácter inhumano de su conversión en *fuerzas destructivas*...⁵⁰

A primera vista, urbanización y desarrollo económico aparecen ligados, siguiendo el argumento de Castells, la reorganización espacial encuentra su base en dos conjuntos de hechos fundamentales:

49TORTOSA. 2000, *El Juego Global*... p .151

50 VEGA, Renán. *El Manifiesto Comunista y la urgencia de emprender una crítica marxista del progreso*. En Revista Herramientas No 8.Buenos Aires, 1998. SP

1. La descomposición *previa* de las estructuras sociales agrarias y la emigración de la población hacia los centros urbanos (...) proporcionando la fuerza de trabajo necesaria para la industrialización;
2. El paso de una economía doméstica a una economía (...) de fábrica, lo que significa la concentración de mano de obra, la creación de un mercado y la constitución de un medio industrial.⁵¹

Ambos hechos son en síntesis la transformación del espacio en respuesta a las necesidades del naciente capitalismo. Así, este fenómeno se extiende hasta los países subdesarrollados, permitiendo desde hace algunas décadas que el Estado colombiano argumente con mayor aforo que en procura del desarrollo, las ciudades deben planificar su crecimiento y organización, dado que casi nunca se cuenta con los elementos para afrontar la velocidad de las transformaciones económicas, políticas y sociales que imparte el mundo.

Bajo este requerimiento la previsión es formular políticas urbanas “que resulte de asociar el esfuerzo del Estado y la sociedad civil con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la población (...) sólo así será posible darle a las ciudades la oportunidad que merecen en los promisorios escenarios económicos”⁵² además, de una legislación en la que prevalezca la idea de “ciudad amable”, que conjugue de manera armónica con el desarrollo del sistema capitalista y el reordenamiento que el mismo impone.

La inserción, verdadera y sostenida, de las naciones en las grandes corrientes del comercio exterior depende del grado de competitividad que la ciudad alcance, llamada a ser la fuerza motriz del desarrollo. Y en ésta perspectiva la ampliación de la oferta de tierra, la planificación de

51 CASTELLS, Manuel. *La ciudad informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*. Madrid: Alianza Editorial, 1995. p .21-22

52 MARIN, Rodrigo. *Ciudades y ciudadanía la política urbana del salto social*. Ministerio de desarrollo económico. Bogotá, 1995. p. 20

las políticas de vivienda, la renovación de los servicios públicos, la racionalización y modernización del transporte y el mejoramiento del equipamiento habrán de ser el eje del mundo, fascinante y complejo, de la internacionalización⁵³.

De tal manera que, tras el amparo de la internacionalización el Estado se ha dado la tarea de implementar políticas orientadas a la transformación de los espacios, que contienen mayor inversión en infraestructura y la reubicación de equipamientos⁵⁴ (entre ellos las plazas de mercado) que dificultan tales actividades, en este orden, los vientos de globalización y neoliberalismo llegan al país con el rostro de desarrollo económico y social, panorama que avanza por Latinoamérica dejando a las ciudades como presas para ejecutar dichas políticas.

Los mecanismos que adopta el Estado arguye la necesidad de la renovación urbana⁵⁵ como fin, puesto que de esta manera es más viable entrar a competir en un mundo que se media por el capital y la estética. Ahora bien, la dinámica de transformación y remodelación de las ciudades es un fenómeno que trae un recorrido largo en el que descansa su fuerza, tomando como puerto en el orden nacional a un amplio margen de municipios.

53 MARIN, 1995, "*Ciudades y ciudadanía...*". p. 20

54 Equipamiento es el conjunto de instalaciones físicas tanto públicas como privadas que posee la ciudad y que tienen como fin la satisfacción de necesidades básicas para el desarrollo de la comunidad del Municipio en su área urbana y rural, como ejemplo se tiene los centros educativos, centros de salud, de seguridad, centros culturales, de abasto, etc. Plan de ordenamiento territorial. *Capítulo VI equipamiento colectivo. Popayán, 2002. p. 3*

55 La renovación urbana se entiende como programas urbanísticos sectoriales que buscan: calidad de vida, ciudades productivas y funcionales, mantenimiento de la herencia arquitectónica y turismo urbano, desarrollo e infraestructura adecuada con el fin de contar con ciudades modernas y competitivas, verdes y sostenibles. JIMENEZ, Catalina. "*Renovación urbana: una nueva dimensión para ciudad*". Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, S.F. p. 2

La imagen atractiva de las ciudades es la pesquisa tras la cual se desencadena un movimiento uniforme al que se denomina “recuperación de los espacios urbanos”, en Colombia se hace énfasis en la recuperación de las zonas céntricas como estrategia de embellecimiento. Con ello los intereses estatales parecen estar de espalda a los sectores que desarrollan actividades comerciales como opción de vida en espacios céntricos no tan estéticos y que, no cuentan con condiciones aptas para el libre desarrollo del trabajo pero que sin duda son formas de subsistencia para muchos.

Este elemento permite integrar la renovación urbana con la legislación y normas vigentes como mecanismos del Estado, que inciden y afectan en la administración y funcionamiento de las plazas de mercado y quienes la habitan.

Las políticas a favor de la reubicación de las plazas de mercado como centros de abastecimiento, ha contado en el mejor de los casos con algunas renovaciones manteniéndolas en su lugar de origen, es el caso de Bucaramanga- Santander, en otros departamentos no ha sido posible conciliar los intereses de los sectores subalternos y las administraciones municipales, con lo que de inmediato se genera un desalojo de las y los trabajadores de las plazas de mercado, dejando el espacio disponible para la creación de centros comerciales o avenidas para los planes viales y de transporte que se gestan de forma masiva a lo largo del país.

El Plan Parcial de Renovación del Centro de Pereira se convirtió en norma del municipio, poniendo especial énfasis en la recuperación del sector de la antigua galería, el cual no cumplía los requerimientos de la nueva propuesta de ciudad al atentar contra los parámetros estéticos establecidos y servir como lugar de habitación para un número importante de “ciudadanos” (vendedores ambulantes, prostitutas, travestis, habitantes de calle) que Pereira preferiría no tener.⁵⁶

⁵⁶PERDOMO, Jenny. *Proyecto de renovación urbana una lectura desde la intolerancia social*. Universidad Católica Popular de Risaralda. Pereira, S.F. p. 6

Desde esta perspectiva se ejecutan los planes parciales de diversos sectores de la ciudad en los que se condensa la idea de desarrollo para la articulación de lo local con miras a la economía global. En el caso de la ciudad de Popayán el POT contiene un componente urbano-“estrategias de crecimiento y reordenamiento de la ciudad”, cuyo principio es la ciudad futuro deseada, que se plasma como un sueño de los ciudadanos para el cual hay que seguir la lógica de la renovación urbana a través de los planes parciales. Pero quizá el de mayor relevancia es el del centro y sus alrededores, ya que se considera un patrimonio arquitectónico y cultural que merece la atención e inversión necesaria.

Es decir, los costos en las múltiples instancias que se afectan resultan incipientes al lado de la búsqueda de las ciudades compactas⁵⁷. De esta manera, la plaza pasa a ser un lugar que contiene dos esferas que la afectan, por un lado, se encuentra el sector que habita y da vida a la plaza, y por otra parte, está la administración municipal con facultades para controlar el uso, organización y funcionamiento de la misma. En la legislación colombiana se especifica que las plazas de mercado son bienes de uso público⁵⁸ cuando son de propiedad del Estado, en especial del municipio, aludiendo de inmediato que pertenecen a la nación y deben atender a la satisfacción de las necesidades sociales.

Sin embargo, este presupuesto se ve alterado por el diagnóstico realizado en el Plan Parcial del Sector Barrio Bolívar, en el que no se establece de forma directa

57 La ciudad compacta representa un modelo de ciudad eficiente, un sistema complejo que por sus características permite un gran intercambio de información en el mínimo tiempo. Es un modelo de ventajas competitivas, que permite disponer de una gran diversidad de usos en poco espacio, con una fácil accesibilidad para los residentes a cada uno de ellos, reduciendo la movilidad obligada y favoreciendo la cohesión social y la sociabilidad, y garantizando una mayor eficiencia en la gestión del territorio. Consultado el 5 de febrero de 2011 en: <http://turcon.blogia.com/2006/083002-ciudad-compacta-versus-ciudad-difusa.php>

58 ORTEGA, Jorge. Código Civil, artículos 674 y 1005. Editorial Temis. Bogotá, 2012

la reubicación de la plaza, pero se deja como una opción viable ante las dificultades de carácter ambiental y espacial que impiden el libre tránsito hacia el sector histórico y turístico de la ciudad. Es así, que la plaza de mercado actualmente se ubica como epicentro de las tensiones generadas por el proyecto de renovación urbana, que la sitúan en medio de lo que primaría como interés general de la población y el de quienes dependen de la actividad comercial que se desarrolla al interior de la misma.

¿Qué repercusiones tendría la reubicación de la plaza de mercado?, algunos sectores sociales argumentan que la reubicación de la plaza no tendría impactos negativos jurídicamente, puesto que no representa su desaparición y tampoco se afectaría el derecho al trabajo, ya que se garantiza otro espacio para realizar la actividad. No obstante, dado el caso de que se llevará a cabo la reubicación de la plaza se perjudicaría no solo a quienes laboran en ella, sino las relaciones urbanas que se han gestado en torno a la plaza, puesto que más allá de la actividad comercial, este es un lugar de relaciones comunitarias que entra a ser indispensable para el encuentro, la socialización y la construcción de identidades de los sujetos que allí acuden.

Son muchos los casos colombianos sobre infraestructura de mercados altamente costosa y al mismo tiempo inoperante por la ausencia de clientes... la mayoría de los fracasos de este tipo corresponden a proyectos ejecutados con enfoques muy localizados en el orden arquitectónico y urbano, haciendo caso omiso del enfoque como sistema que exige la comercialización⁵⁹

En Colombia, se han realizado estudios sobre experiencias en dotación de nuevos espacios para el comercio al por mayor (centrales de abasto), que dejan en evidencia que muy pocos han logrado eliminar los constates problemas frente al

59 CASTAÑO, Elmer. *Mercados populares mayoristas de alimentos en zona andina central colombiana*. Universidad de Caldas. Manizales, 2001. p. 30

espacio público y de movilidad, llevando a que no tenga impactos positivos sobre la ciudad y los vendedores de las plazas o centrales de abasto. Por lo tanto, cuando se reubican las plazas de mercado en la periferia sin que en torno a ellas se encuentre un asentamiento urbano, su caída es eminente, un caso no muy lejano se percibe en la galería Las palmas en el sur- occidente de la ciudad de Popayán, donde se acondicionó una plaza de mercado en cuyos entornos no se encuentra población que atienda a este mercado, y a un elemento no menos importante, que la recepción de las plazas de mercado pasa por una práctica tradicional de compra venta en el que intervienen las relaciones sociales y el factor de clase⁶⁰.

En suma, el panorama va cambiando con los procesos de modernización impulsados con mayor fuerza en la década de los 80 del siglo XX, de ahí en adelante la configuración del espacio público se transforma a medida que cambian los hábitos y estilos de consumo. La movilidad dentro del espacio urbano adquiere otros tintes, la estratificación social se complejiza, aparecen nuevos escenarios y otros se desplazan para afirmar la llegada de la renovación urbana, ésta como mecanismo del Estado que privilegia la forma, espacio físico, ante las relaciones urbanas. Se desplaza por lo tanto, los equipamientos que irrumpen las búsquedas de la ciudad compacta y a quienes se apropian de ellos configurándolos como escenarios populares en los que se condensa la cultura de los sectores subalternos.

60 Es distinto abastecerse en un supermercado (Éxito, Carrefour, Olímpica) a abastecerse en una plaza de mercado de "carácter popular", las gentes, la geografía, los discursos, en general las maneras de interacción son radicalmente distintas, generando una distinción más profunda entre los consumos de los ciudadanos de los diversos grupos sociales.

3.2 Sujeto político en la Plaza: entre la reproducción y la resistencia

3.2.1 La pobreza que reproduce pobreza

La población urbana que labora en la plaza de mercado, vive comúnmente en barrios periféricos donde el estrato socioeconómico se haya entre el nivel 1, 2 y 3 en menor medida, cuya composición familiar supera los dos hijos por núcleo y en el que el 21,16%, tienen a su responsabilidad tres personas que dependen exclusivamente de los ingresos de la plaza, ingresos que oscilan entre \$ 260.000 y \$ 800.000 pesos en el caso de los mayoristas⁶¹. Es así, como los comerciantes de la zona sobreviven con un ingreso menor al salario mínimo, que de ante mano se debe por los préstamos gota a gota que se realizan diariamente para cubrir gastos de vivienda, salud, educación, alimentación, servicios públicos y transporte. El sector subalterno dedica los días a resolver los problemas de la cotidianidad, con lo cual su tiempo de participación en otros escenarios se ve afectado de forma directa.

Algo similar sucede con la población campesina que vive en las veredas y pueblos cercanos a la ciudad, ellos, en algunos casos llevan al mercado los productos que cosechan, en otros momentos deben hacer uso de préstamos para comprar la mercancía que habrán de vender o no, al finalizar el día.

Nosotros con mi esposo dependemos de las ventas que hacemos acá, los jueves y los viernes, nosotros bajamos los miércoles en la tarde de Silvia, cuando la tierra nos da pa vender pues bajamos con los productos, cuando no hay, entonces toca venir a pedir fiado pa poder sacar el negocio. Que le digo... la vida del campesino es dura, nosotros

61 Encuestas CIDETER LTDA. Mayo 2010

llegamos acá a las tres de la mañana y nos estamos yendo a las dos de la tarde, a veces sin poder comer porque no alcanza”⁶².

Para los campesinos, la situación es diferente pero no menos difícil, sus necesidades varían, ya que cuentan con casas que han construido con materiales de la tierra y algunos otros, sin embargo, los gastos diarios son los mismos que en la ciudad y los ingresos son aun menores puesto que su trabajo es ambulante. Entre este sector social se encuentran campesinos de las veredas de Popayán, y otros de municipios como Piendamó, Puracé, Timbío, Cajibío y población afro del municipio de Patía. Al interior de la plaza los trabajadores se clasifican y organizan por actividad económica en mayoristas, minoristas, proveedores y trabajadores anexos.

En cuanto a los consumidores, quienes más uso realizan de la plaza son las mujeres alcanzando el 67%⁶³ entre los 15 y 65 años de edad, ellas acuden con antiguos carritos de mano o canastas de mimbre para llevar el mercado, especialmente en las horas de la mañana cuando se encuentra variedad de alimentos frescos, las jornadas más concurridas son los jueves y viernes por deberse a los días de mercado tradicional en la plaza de mercado del barrio Bolívar. La economía de la zona también es dinamizada por los jóvenes universitarios que almuerzan en mesa larga, y por supuesto, las diferentes personas que tienen vínculo laboral con la galería.

62 ENTREVISTA a Edilma Chete Tunubala, vendedora de la plaza de mercado del barrio Bolívar. Popayán, 28 de Noviembre de 2008.

63 Encuesta CIDETER LTDA. Mayo 2010

Foto 5. Vendedores en los Exteriores de la plaza

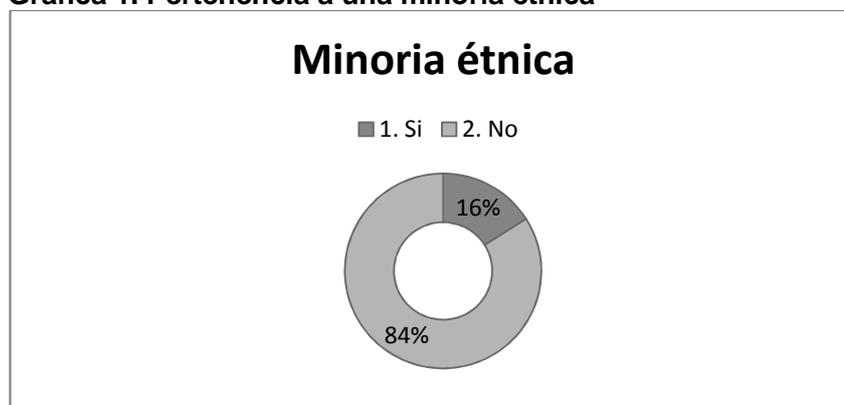


Fuente: Luisa Fernanda Canizales

La composición étnica de la plaza es bastante compleja, se alojan mestizos, indígenas y afrodescendientes, procedentes tanto de la ciudad como del campo, además de contar con población en situación de discapacidad, especialmente la discapacidad física con el 10%⁶⁴.

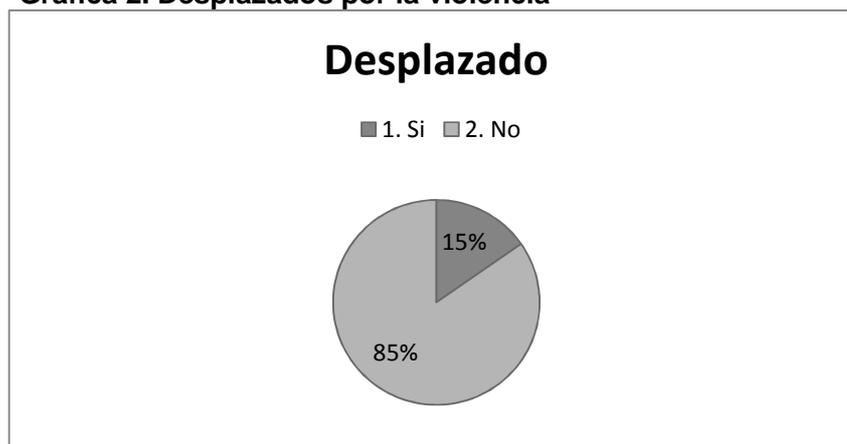
⁶⁴Encuesta CIDETER LTDA. Mayo 2010

Gráfica 1. Pertenencia a una minoría étnica



Fuente: Encuestas CIDETER LTDA. Mayo 2010

Gráfica 2. Desplazados por la violencia



Fuente: Encuestas CIDETER LTDA. Mayo 2010

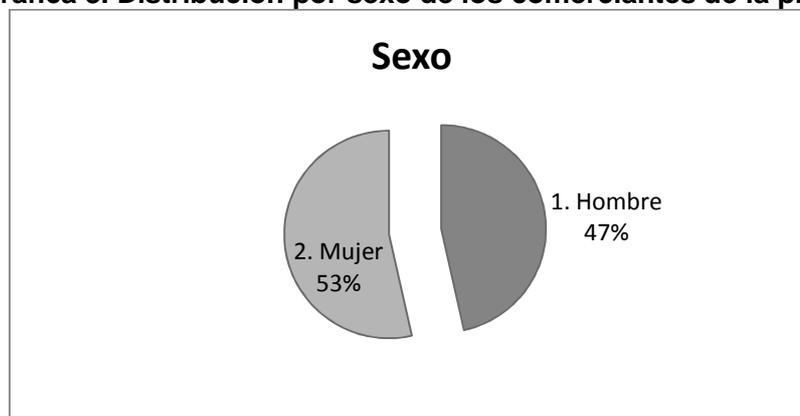
Además de la diversidad étnica, el componente de género es visiblemente diversificado según la división social del trabajo, por ejemplo, en las labores culinarias, ventas de mercancías y algunos productos agrícolas, la mujer es protagonista. Según la última encuesta realizada por CIDETER la empresa consultora del plan parcial, el 53,49% son mujeres y en su mayoría madres cabeza de familia.

Foto 6. Cotero



Fuente: Periódico el Liberal

Gráfica 3. Distribución por sexo de los comerciantes de la plaza



Fuente: Encuestas CIDETER LTDA. Mayo 2010

Por otra parte, cabe anotar que las edades de participación de los mercaderes están en promedio entre los 1 y 80 años, el porcentaje más alto es de los adultos mayores siendo del 20%, la mayoría de ellos han dedicado su vida a la labor de comerciantes desde muy temprana edad, teniendo como recordada vivencia la reubicación de la Plaza de Mercado de Anarcos al Barrio Bolívar. Del mismo

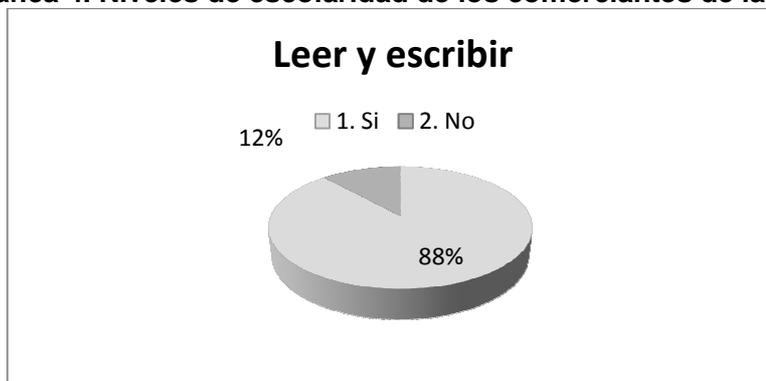
modo, se observa que la población infantil entre 5 y 9 años ocupa el tercer lugar con el 11,12%, y la juvenil el 10% cobrando mayor fuerza en la última década. Estos fenómenos se originan en gran parte debido a que los hijos e hijas de las mujeres que laboran en la plaza, casi siempre deben acompañarlas en su actividad comercial o hacen uso del servicio educativo de la escuela Gerardo Garrido que colinda con la Galería.

Puede anotarse que tanto en el caso de la composición étnica, esto es, en su mayoría afrodescendientes, indígenas y mestizos pobres, como también la composición de género, en gran parte mujeres cabezas de familia ó, si se tiene en cuenta la población infantil y juvenil que participa de las actividades cotidianas en la plaza, en todos los casos se trata de las capas menos favorecidas de la sociedad, aquellos sectores históricamente empobrecidos por el modelo.

Como una señal adicional de lo anterior, las y los comerciantes de la plaza en su mayoría cuentan con niveles de escolaridad primarios y básicos secundarios, teniendo que de la población total solo un 40% ha cursado la básica primaria, es decir, menos de la mitad, y un 28% educación secundaria. A su vez, el 12%⁶⁵ no sabe leer ni escribir, hecho que agrega nuevos elementos que influyen en su actividad económica así como en sus oportunidades frente al sistema laboral, lo que determina claramente la posición que ocupan los sectores subalternos frente a la clase dominante, esto es, como poco prescindibles dentro del sistema económico y los ciclos de expansión del mismo.

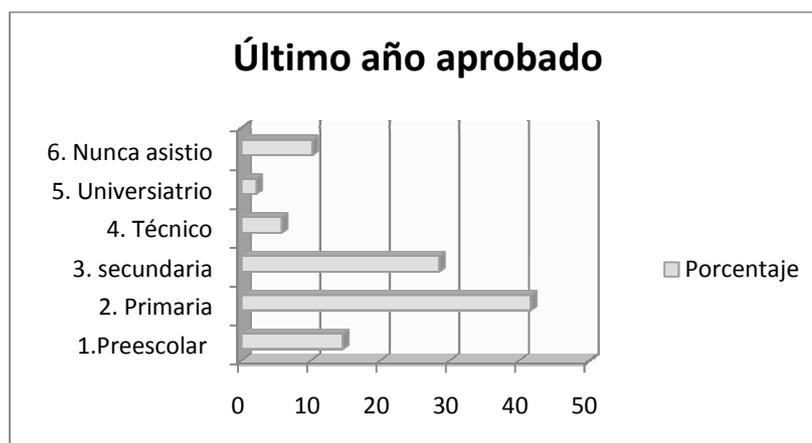
65 Encuestas CIDETER LTDA. Mayo 2010

Gráfica 4. Niveles de escolaridad de los comerciantes de la plaza



Fuente: Encuestas CIDETER LTDA. Mayo 2010

Gráfica 5. Último año aprobado



Fuente: Encuestas CIDETER LTDA. Mayo 2010

De lo anterior deben derivarse las difíciles condiciones socioeconómicas del sujeto que predomina en la plaza.

Sin duda el sujeto marginal no tiene posibilidades, recursos ni canales para integrarse activamente a las variadas dimensiones de la vida urbana. Es razonable que en circunstancias relativamente "normales",

son las actividades destinadas a la supervivencia cotidiana las que ocupan la mayor cantidad de su tiempo y esfuerzo⁶⁶.

Por lo tanto, es imposible prescindir de sus condiciones materiales cuando se pretende comprender las relaciones sociales que se tejen en la Plaza, ya que cuando estas no se tienen resueltas en lo mínimo para generar la satisfacción de las necesidades básicas, la supervivencia se impone como centro de la vida y la cotidianidad, conllevando en gran medida a que las prácticas estén encaminadas a la búsqueda de alternativas para garantizar el alimento diario, de aquí que la participación y organización política y social de los sectores subalternos difícilmente sea constante y perdurable en el tiempo.

La llamada economía informal ha llegado a representar un curioso elemento de preservación para la supervivencia. Con resonancia especial en las frágiles economías en desarrollo, permiten arribar a la sorprendente conclusión de que la economía informal pudo evitar en muchos casos que el desempleo abierto terminara creando una tromba revolucionaria incontenible⁶⁷.

El sector subalterno que labora en la plaza de mercado sostiene un trabajo informal que ha contribuido a que casi 700 familias cuenten con una forma de subsistencia, que no implica necesariamente bienestar ni calidad de vida digna, pero que, ante la falta de oportunidades del precario sistema laboral colombiano, y en especial el creciente desempleo de Popayán, se superpone como opción para ejercer el derecho al trabajo, en el que todos generación tras generación, han

66 PINA, Carlos. *Lo popular: notas sobre la identidad cultural de las clases subalternas*. Flacso. Santiago de Chile, 1984, p. 21

67 ALDANA, Eduardo. *Planificación estratégica: Viabilidad de acción del año 1985*. En: CONGRESO LATINOAMERICANO DE PLANIFICACIÓN. (4º: 1985: Bogotá). Ponencia del V Congreso latinoamericano de Planificación. Comunicadores técnicos. Bogotá, 1985. p. 55.

permitan la penetración al mundo de los demás, al proceso de negociación como transacción vital. Así mismo, el componente familiar es central en la adquisición de los estereotipos que se requieren para la supervivencia de este espacio, ya que gran parte de los comerciantes de esta plaza han seguido un legado de producción económica, ya sea por parte de sus conyugues, padres, abuelos o tíos como cuenta Aída Robles, una comerciante del sector; “yo vendo lo que me dejó mi esposo, él era el que tenía este granero desde que estaba en Anarcos, luego acá, y cuando murió yo quedé con esto levantando los hijos”

La lucha por la supervivencia se ratifica día tras día, cada uno en busca de un lugar que le permita obtener algunos pesos para el sostenimiento de la familia, el conocido lema del “sálvese quien pueda” no resulta ser ajeno a este colorido contexto. Uno de los niveles de relación que ocurren en la plaza corresponde a la interacción de los sujetos que se confrontan entre sí para subsistir materialmente.

La plaza de mercado o galería, es identificada constantemente como un lugar al que acuden las clases bajas de la población, un sitio popular de consumo de productos básicos, donde se halla un nivel de gasto barato puesto que la informalidad del trabajo permite el regateo y la ñapa, prácticas utilizadas por los consumidores en busca de abastecimiento. Convirtiéndose en una institución social para los sectores subalternos.

Los precios de la transacción económica no suelen ser fijos, se da lugar a un proceso de negociación en el que intervienen estrategias de parte y parte, en el que prevalece ante todo el poder del convencimiento. No obstante, estas transacciones en su mayoría tienden más a beneficiar al consumidor directo que al productor y al comerciante, debido a la alta competitividad, lo que conlleva a una baja de los precios, “una lucha entre pobres”, puesto que muchas veces por salir de los productos no importa si la ganancia es alta o baja.

La producción y el consumo de bienes no corresponden únicamente a la satisfacción de necesidades individuales, va más allá y encuentra en el consumo

colectivo de bienes una función social de prestigio y de división social de clases. Correspondiendo más a una coacción de tipo cultural, que confluirá en la creación o más bien en la institucionalización de una cultura del consumo de bienes.

El sistema capitalista moderno tiene un imperativo en el cual los objetos son vinculados de manera directa a una doble moral de ostentación y de gasto, esta moral del consumo se ve acompañada constantemente por discursos funcionales a ella. El objeto, juega un papel perpetuo de discriminación social, el sujeto pasa por toda una serie de pautas que le permiten la adquisición y posesión del objeto, en esta transacción, todos tienen un orden específico de acuerdo a su posición en el mercado. Penetrando esta ideología los espacios por los que se transita y acude, el consumo, se establece como una institución de clase, que toma apariencia de función de las necesidades humanas; los objetos, bienes y servicios, clara evidencia de los ideales bajo los cuales se ha fundado la coartada democrática de la sociedad burguesa.

La familia, la calle, el mercado, el Estado, las costumbres, la educación y el ejercicio de poder, son componentes básicos en la manera como asumen los roles cada uno de estos sujetos, al igual que las formas de apropiación del espacio público, como argumenta Sennet⁶⁸. La consolidación de espacios públicos en los que se reglamentan e institucionalizan comportamientos, es un elemento

68La creación de una geografía pública tiene, en otras palabras, una estrecha relación con la imaginación como fenómeno social. Cuando una criatura puede distinguir el yo del no yo, ha dado el primer paso y el más importante en el enriquecimiento de sus poderes de simbolización: Cada símbolo no será ya una proyección de las necesidades de la criatura sobre el mundo. La creación de un sentido de espacio público representa el paralelo social adulto de esta distinción psicológica de la infancia, con resultados similares; la capacidad de simbolización de una sociedad se enriquece porque la imaginación de aquello que es real, y por lo tanto verosímil, no se encuentra ligada a una verificación de lo que es rutinariamente sentido por el yo. Debido a que una sociedad urbana que tiene una geografía social dispone también de ciertos poderes de imaginación, el traspaso de lo público y la emergencia de lo íntimo tienen un profundo efecto sobre las modalidades de imaginación que prevalece en esa sociedad. SENNET, Richard. *El declive del hombre público*. Ediciones Península. Barcelona, 1978. pp. 56-57.

característico de cierto tipo de sociedades, especialmente de las sociedades que viven en multitud; donde la segregación no se da más que en un orden social, más no físico. La conglomeración y la confusión reinan.

3.2.2 Los usos rebeldes del espacio en la Plaza

Anteriormente se realizó una aproximación a lo que representa el modelo hegemónico que se impone como parte de la vida , influyendo de manera esencial las ciudades, los espacios y quienes habitan en ellos, de esta manera las relaciones sociales se transforman y se ven reemplazadas por nuevos estereotipos. Así mismo, se expuso la crudeza que se vive en espacios como la plaza de mercado donde la lucha es por centavos y permanencia. Nicho que representa las realidades urbanas.

También se ha dicho que desde hace algún tiempo el tema de las plazas de mercado impuso un debate a nivel nacional sobre si deben moverse o quedarse en los lugares donde se ubican, teorías que sustentan ambas visiones se han afianzado y han logrado capturar la atención desde la conveniencia, como es natural, las que contribuyen a consolidar respuestas y soluciones para que se queden son acogidas por los grupos subalternos que laboran y se benefician de ellas, las teorías opuestas son el sustento de la renovación urbana y por tanto de la políticas de reubicación a nivel nacional y municipal.

La Plaza de Mercado del Barrio Bolívar es uno de los principales equipamientos que se busca reubicar, a pesar de no ser la única plaza de la ciudad, esto se debe fundamentalmente al valor del suelo donde se ubica, (zona residencial) la plaza de mercado presenta graves problemas de insalubridad, inseguridad e invasión del espacio público, condiciones que podrían resolverse si los recaudos diarios se reinvirtieran en infraestructura y adecuación de espacios para la demanda de

vendedores, recaudos que para el año 2005 representaban la suma de \$ 192,906,136, año 2006 \$ 273,172,082, año 2007 \$ 261,463,433, año 2008 \$ 402.928,217 y año 2009 \$ 400,614,403⁶⁹. El incremento de los valores, es al mismo tiempo el incremento de la población campesina que se implanta en los andenes y calles, la invasión del espacio pública no es gratuita.

Sin embargo, en el barrio Bolívar no todo es caos y disidencia, aun persisten ciertas formas de usar el espacio que se convierten en discretas formas de resistencia cotidiana.

Tres elementos o variables de análisis se suman para dejar entrever esta relación. En principio se encuentran las hierbateras, mujeres en su mayoría, dispuestas cada mañana a compartir su conocimiento con el que a bien tenga la pregunta humilde sobre las plantas medicinales y aromáticas, en qué momento y como usarlas, a ellas llegan personas con molestias comunes, también quien busca el cilantro para la sopa y la que va por las hierbas dulces para algún baño. Son ellas, en ese espacio particular, cada día, las que contribuyen a preguntarse ¿Dónde buscar lo que aquí hay si no estuvieran aquí?, son resistencias discretas que se rehúsan al tiempo y al olvido, al movimiento brusco de las sociedades, a la respuesta concreta de las droguerías y al silencio de los supermercados.

Por otra parte, se encuentran las cocinas, “mesa larga”, casi 10 horas de trabajo diario realizan quienes día a día madrugan con la intención de poner al servicio diversos platos a costos populares, no es posible decir que la mayoría de la sociedad payanesa se alimente en estos comedores, pero sí, que un alto porcentaje de la población aledaña acude diariamente al barrio Bolívar para satisfacer la necesidad básica de la alimentación.

⁶⁹ COLLAZOS, Andres. Secretario general municipio de Popayán, respuesta a un derecho de petición en solicitud a información económica sobre la plaza de mercado del barrio Bolívar. Popayán, 11 de Mayo de 2010

Las cocinas y la gastronomía tradicional, no solo significa alimento, sino que se ha convertido en uno de los ejes principales para reivindicar los mercados populares, su importancia para las ciudades e incluso para el turismo. Bajo este principio un grupo de mujeres y hombres se puso en la tarea de pensarse un festival gastronómico en una de las fechas más memorables para ciudad, como lo es semana santa, con el fin de exponer la comida típica local y regional, además de una muestra de artículos artesanales que representan la diversidad cultural que se condensa en la plaza de mercado.

Más que una muestra de comida típica, Mesa Larga es un ejemplo de organización y dignificación de las plazas de mercado, un proyecto que busca reflejar a las plazas como un valor agregado para la ciudad y un espacio de inclusión permanente. Un proceso que con el apoyo de entidades públicas y privadas ha surgido y mejorado, mostrando que no es necesaria la reubicación sino ofrecer condiciones para alcanzar la modernización en la que estamos comprometidos los más de 700 comerciantes que conformamos la plaza de mercado del barrio Bolívar⁷⁰.

Por ende, las cocinas son otro de los elementos relevantes que configuran la esencia de los mercados campesinos, son el lugar de encuentro de los sectores subalternos que desde los diferentes oficios y ocupaciones comparten la posibilidad de acceder a la compra de alimentos que en otro lugar no podrían, por la sencilla razón de que en otro lugar los costos están al promedio de lo que pueden pagar otros sectores sociales.

La última variable sobre la cual se enmarcara quizá una de las mayores resistencias cotidianas que se vive y se ejerce en la plaza de mercado es la relación campo- ciudad, es la defensa constante de la soberanía alimentaria y de

⁷⁰Entrevista a Martin Chicangana, presidente de ASOCT. Popayán, 23 de septiembre de 2010

la economía solidaria. Es así, que la plaza significa la posibilidad de que el campesino tenga lugar para ofrecer lo que cultiva, de salvaguardar el pequeño comerciante y productor, de permitir en cierta forma el estímulo al desarrollo agrario.

Existe de alguna manera un modelo tradicional en el que el vínculo entre campo ciudad implica una interdependencia económica, en el cual al campesino le corresponde proporcionar a quienes habitan la urbe el alimento, esta ha sido por correspondencia una de las relaciones visibles en la historia, sin embargo, en los tiempos actuales la relación campo ciudad atiende a necesidades y problemáticas muy diversas. No se pretende realizar un esbozo profundo sobre el tema agrario porque no es competencia de esta investigación, pero sí, hacer mención a que conforme cambia la urbe, con sus procesos de modernización y renovación, cambia el campo, la inversión y la habitación en él.

En Colombia 3.341.923⁷¹ toneladas de alimentos y bebidas se importaron en el año 2011 para consumo de los hogares, la semilla que se siembra es importada y además manipulada genéticamente, para que esta crezca se fumiga y abona con venenos de las multinacionales, como si fuera poco es ilegal la conservación de semilla nativa y limpia. Gran parte del territorio apto para la agricultura está ocupado por café de lo cual viven aproximadamente 563 mil⁷² cafeteros y en el 2009 se otorgó a concesiones mineras 8,5 millones⁷³ de hectáreas. Entonces, ¿Cuál es el territorio que aun se puede cultivar con alimentos de consumo humano?, afortunadamente todavía existe quienes se organizan y se juntan para defender la soberanía territorial, alimentaria y la identidad de nuestras semillas, son estas resistencias las que se vinculan con las plazas de mercado, porque son los campesinos que aun le apuestan al cultivo de hortalizas, tubérculos y frutales

⁷¹DANE. *Información estadística enero – septiembre 2011-2012*. Bogotá. 2012

⁷²Datos estadísticos de la FNC. Consultado en: www.federaciondecafeteros.org

⁷³SALINAS, Yamille. *Dinámicas en el mercado de la tierra en Colombia*. FAO. 2011

los que hacen posible que los sectores subalternos de las urbes encuentren lugares para la satisfacción de sus necesidades alimentarias.

3.3 De los usos rebeldes a la práctica política

A lo largo de este acápite se ha presentado por un lado la visión urbanista hegemónica de sucesivos gobiernos en Colombia en el marco de diferentes Plazas de Mercado en el territorio nacional, dando cuenta de un criterio dominante que pretende reubicarlas privilegiando un uso del espacio aséptico; y por otro lado, se han caracterizado las condiciones de vida de la población que habita específicamente la Plaza de Mercado del Barrio Bolívar, encontrando que se trata de sectores especialmente vulnerables y vulnerados por el modelo de desarrollo hegemónico en el país.

En tercer lugar se ha expuesto, además, cómo las condiciones precarias impuestas a la población no solo vienen de afuera y desde arriba, sino que se ven reflejadas en el trato y las relaciones sociales que tejen los mismos habitantes de la Plaza. Para terminar presentado como a pesar de reproducir la pobreza en su trato cotidiano, la Plaza es al mismo tiempo escenario de prácticas y relaciones disidentes, es decir, el nicho de múltiples usos rebeldes del espacio.

Es así que siguiendo a Gramsci, se pretende responder en qué sentido tales usos rebeldes del espacio se configuran como prácticas políticas, es decir, hasta qué punto los habitantes de la Plaza son capaces de hacer transito del folclor a la cultura popular, esto es, de constituirse o agregarse a un bloque social que en la práctica lograra disputar qué ciudad para qué proyecto. Este debate será presentado a través del análisis de tres puntos: a) Política institucional; b) De la cotidianidad a la política; c) Organización y Acción Colectiva; y d) Crítica, alcances y perspectivas.

3.3.1 Política Institucional

Tomando como base la etnografía realizada, en primer lugar es pertinente mencionar la renuencia de la gente a hablar sobre política. La mayoría asocia el término a “los políticos” y se muestra sin esperanzas sobre sus alcances. Indagando más a fondo, sin embargo, se ha encontrado que la apatía generalizada no es producto del azar o del simple prejuicio. Ocurre que tradicionalmente la clase gobernante del municipio ha utilizado a los pobladores de la Plaza como botín electoral, conquistándolo con promesas que se diluyen en el olvido luego de las elecciones.

De esa manera, no es extraño encontrar fervientes adeptos a los partidos políticos tradicionales, aún cuando en ningún caso a estos se les asocia con algún programa en particular y mucho menos con una política específica. Se trata de un juego de suplicas y dádivas, donde el político conquista a su electorado a través de concesiones que hace aparecer como producto de su buena voluntad. Sin embargo, se trata de una fidelidad débil esa que profesa la gente por los partidos, pues en cuanto aparece una mejor oferta es probable que la lealtad se de vuelta.

En ese sentido es difícil pensar en que un partido político, por lo menos uno de corte tradicional, pueda recoger lo mejor de las prácticas de resistencia que habitan la Plaza en un proyecto coherente con vocación de poder. Esto al menos por dos motivos. En primer lugar, dado que por el momento el escenario institucional carece de un referente que pudiera aglutinar tales expresiones. Y, lo que es más importante, porque parece a lo menos improbable que la gente pueda volver a creer en alguna propuesta de esa índole.

3.3.1 De la cotidianidad a la Política

Sin embargo, el hecho de que la política institucional no tenga buenos augurios no quiere decir que toda posibilidad de política esté truncada de antemano. En ese aspecto, para continuar es conveniente recordar el concepto de política que más

arriba se delimitó en el segundo capítulo: se entiende por política a la forma en que una sociedad organiza sus relaciones sociales para crecer en poder, para hacerse poderosa.

En ese aspecto, como se ha visto más arriba, la política hegemónica consiste en hacer desaparecer todas las relaciones que dan origen a la Plaza de Mercado – tanto las rebeldes como las que reproducen la pobreza- por consiguiente una política contra-hegemónica pasa por tejer tales relaciones, por una parte contra la tendencia que procura hacerlas desaparecer y por otra contra lo que en ellas mismas justifica su desaparición.

En ese sentido, está claro que no es responsable sostener que la Plaza tal y como ocurre hoy por hoy debería permanecer. Incluso, muchos de los testimonios recogidos durante el trabajo etnográfico dan cuenta de que son justamente quienes hoy constituyen la Plaza los que comprenden y sostienen la importancia de realizar cambios profundos en su estructura.

Ahora bien, contando con lo anterior, es necesario insistir en hasta qué punto el uso rebelde del espacio por parte de los habitantes de la Plaza es política, en qué sentido las acciones periféricas de los sujetos que la componen disputan el sentido de las relaciones sociales que protagonizan y en últimas, en cuanto rebeldes, las constituyen como poder en el marco amplio de la transformación social.

Son, en ese sentido, los espacios de confluencia, aquellos momentos de reunión, donde la diferencia y la inconformidad cotidiana se transforman en el sentimiento, la voluntad y la disciplina para enfrentarse al poder hegemónico y transformar las relaciones sociales que lo sustentan. Siguiendo a Renán Vega, se entiende que la cotidianidad se torna política especialmente en contexto de protesta popular:

Por protesta popular se entiende un conjunto variado de acciones colectivas de índole multclasista en caminata a afrontar problemas que

afectan directamente a amplios sectores de las clases subalternas y en la que entran en juego aspectos estructurales de tipo material y aspectos simbólicos y subjetivos.⁷⁴

Donde confluyen las condiciones materiales, podría decirse, la pobreza estructural, con la diferencia que conforma a cada sujeto en su cotidianidad, allí ocurre la posibilidad de afrontar problemas a partir de acciones variadas para darle solución a las situaciones convocantes. Para apoyar este punto, se retoman algunos elementos relevantes del trabajo etnográfico, donde se ponen de relieve contextos específicos de organización y movilización.

3.3.2 Organización y Acción Colectiva en la Plaza de Mercado del Barrio Bolívar

Con antelación, se hizo referencia a la dificultad que representa el dedicar los días a resolver las condiciones materiales para la subsistencia, de aquí, deriva que el potencial de los sectores subalternos disminuya en el ejercicio político, no obstante, su potencialidad resucita ante la necesidad de resolver problemáticas que generan afectaciones directas, conllevando al establecimiento de una serie de pautas y estrategias que le permitan no sólo la supervivencia frente a su entorno biológico, físico, sino frente a su desarrollo espiritual, formando grupos cada vez más diversos en cuanto a sus estructuras y funciones. Todo con el firme propósito de saciar las carencias que se presentan en los diversos ámbitos.

El tiempo hace constar que la organización social, se ha convertido en una plataforma a través de la cual se gestan luchas por la defensa de algo que se presenta en peligro, como en los tiempos antiguos se defendía a través de la espada y la confrontación directa, ahora, la defensa de los territorios requiere

⁷⁴VEGA, Renán. *Gente muy rebelde, Enclaves, transporte y protesta obrera*. Tomo I. Ediciones Pensamiento Crítico. Bogotá. p.22

cumplir con los protocolos necesarios antes de iniciar la guerra y desatar el conflicto.

Lo que supone una organización que contribuye en la generación de nuevas prácticas que intervienen en el orden social, económico y político, encontrando resonancia con diversos sectores sociales que se solidarizan y se encuentran con las luchas campesinas y populares. En este orden de ideas, conceptualmente las prácticas son comprendidas como la forma continuada de la realización de los ideales de los sectores subalternos, en torno a la conservación de la plaza de mercado, en la que se vinculan procesos sociales por la defensa de la soberanía alimentaria y de los territorios. Es así como seguido a las prácticas se origina una entramada de acciones que posibilitan la realización de los objetivos comunes. Pero además, deben ser vistas en oposición a las prácticas que se ejercen desde la clase dominante, ya que se ubican en el contexto específico de la posible reubicación de la plaza, donde entre las partes asociadas al conflicto se gestan acciones de un lado, para trasladarla, y otras para mantenerla donde se encuentra en la actualidad.

En la plaza mercado desde finales del 2007, mediante una asamblea se propuso conformar una organización que permitiera convocar a los y las comerciantes del sector, en un espacio para dialogar y buscar soluciones a las continuas problemáticas que afectan la vida de la misma, es así, como se propicia la construcción de la asociación de comerciantes y trabajadores de la plaza de mercado del barrio bolívar ASOCTB.

ASOCTB ha tenido varias etapas, concretamente la reestructuración y dinamización viene de tres años hacia acá, aunque ellos tienen una personería jurídica mucho más antigua, pero justamente la necesidad de luchar contra la reubicación hace que ellos se reorganicen y empiecen a manifestarse desde el punto de vista jurídico, pero también de la movilización popular, buscando alternativas para no quedarse

desde la posición contestataria, sino ser muy propositivos y presentar a la administración una alternativa que pueda mejorar las actuales condiciones de la plaza sin necesidad de reubicarla⁷⁵.

La convicción de preservar y sostener la vida de la galería se convirtió en el motor para presentar alternativas frente a la intención de reubicarla a la periferia de la ciudad. Desde ese momento, se convocaron principios de autonomía, democracia y dignidad, bajo los cuales se cimentó la plataforma de lucha por la modernización de la plaza con sentido social.

Somos una organización de comerciantes minoristas y trabajadores de la plaza de mercado del barrio Bolívar, que actuamos bajo los principios de autonomía porque decidimos con independencia; democracia porque entre todos decidimos y dignidad porque actuamos para dignificar la vida⁷⁶

La asociación funciona operativamente por delegados de actividad económica, conformando un equipo de trabajo de veinticinco personas alrededor del proceso y la junta directiva (presidencia, vicepresidencia, tesorería, secretaria general y dos vocales), además de 220 asociados activos, que trabajan fundamentalmente con productos perecederos y se ubican dentro de la economía informal.

La propuesta de trabajo de ASOCTB gira en torno a la reorganización, renovación y revitalización de la plaza de mercado en procura de transformar cinco ejes fundamentales, que han influido en el deterioro de la plaza y sobre los cuales se justifica la administración municipal para trasladar la plaza a la Hacienda Chune, que de antemano es una decisión arbitraria ya que no pretende resolver los problemas que la afectan, sino enviarlos fuera del centro histórico donde podrían generarse otras dificultades, “en Chune hay veinte asentamientos, está el

75Pino, 2010

76 Entrevista a Martin Chicangana, presidente de ASOCT. Popayán, 23 de septiembre de 2010

problema de la cuenca o quebrada pubuz, van a poner una planta de tratamiento de agua residuales, entonces eso va a ser una bomba de tiempo, para todos".⁷⁷

1. Administrativo: la administración no puede reducirse al recaudo; abrir y cerrar puertas y menos a amedrentar a los vendedores. La administración debe ser integral y contar con los directamente interesados: la gente que trabaja en la plaza. Para esto proponemos una co- administración bajo la figura de un comodato que sería lo más conveniente.

2. Financiero: el dinero que se genere del recaudo debe reinvertirse en la misma plaza. Concertar con el municipio, el departamento y nación sus aportes correspondientes y, buscar financiación nacional e internacional si se considera necesario. En este sentido lo que genera el recaudo sería una buena base de respaldo.

3. Ambiental: se debe realizar una intervención del Rio Molino, manejo de las zonas verdes, manejo de basuras, renovación de instalaciones de los servicios públicos, red de gas, manejo del espacio público y algunas medidas de prevención.

4. Social: seguridad en salud para quienes trabajan en la plaza, salubridad de los espacios donde se expenden productos perecederos, programas de educación formal para los hijos de quienes trabajan en la plaza y programas de capacitación para un mejor desempeño laboral.

5. Cultural: generar espacios para el deporte, la recreación, el arte y todo aquello que configure patrimonio material y de identidad de la plaza de mercado.⁷⁸

⁷⁷Chicangana, 2010

⁷⁸ Plan de trabajo de ASOCTB. Popayán, 2010

Del mismo modo, la asociación desarrolla estrategias para impactar positivamente en problemáticas paralelas como la dificultad en movilidad y vías, lluvias, ocupación del espacio público, infraestructura, inseguridad y el incremento de competencia que representan los supermercados para la plaza.

Este último, ha desatado una grave crisis para los productores y comerciantes, ya que enfrentan desigualdad de oportunidades frente a las cadenas de mercado. Por ejemplo, los supermercados tienen días de descuentos en frutas y verduras, llamándolos días de plaza, lo que configura en el imaginario social una idea favorable de economía y en el que no tienen que exponerse al mercado rustico de la plaza de mercado, además estas cadenas están abiertas hasta las nueve de la noche, mientras a la plaza se le reduce el horario de atención “anteriormente se entraba a las cinco y se cerraba a las cinco, ahora nos recortan el horario, nos abren a las seis y cierran a las tres de la tarde, es una forma de ir liquidando la galería”⁷⁹

La vigilancia la pagamos nosotros, no la paga la alcaldía, sin embargo ellos controlan y ponen los turnos, son las cosas paradójicas que están pasando, no solo con la administración del Alcalde Navia, desde mucho antes se ve que la plaza ha ido en deterioro porque no hay políticas públicas para este tipo de escenarios, el gobierno no promociona, no brinda unas garantías al campesino, nosotros somos campesinos, el 96% de Popayán es agrícola, y hoy es amenazada la soberanía alimentaria y la seguridad alimentaria que es lo básico para que una ciudad tenga desarrollo o en crecimiento⁸⁰

Es por esto, que dentro del plan de acción de ASOCTB se contemplan diálogos con otras plazas de la ciudad para generar mayor impacto, vínculos con organizaciones sociales, estudiantiles, campesinas e indígenas, donde se articulan

79Chicangana, 2010

80Chicangana, 2010

las diversas luchas para hacer incidencia política, y en la que se reivindique a las plazas de mercado como lugares que contribuyen en el sostenimiento de la economía campesina y urbana.

Nosotros hemos organizado como prácticas políticas, acciones de movilización, la reunión de asamblea y los talleres de formación. Esto nos ha permitido que la asociación tenga más visibilidad para influir en las decisiones que se toman respecto a las plazas de mercado en la ciudad y converger con otras organizaciones sociales del departamento⁸¹.

Así es que, las acciones se convierten en el medio para visibilizar y solucionar las problemáticas, entre las cuales se pueden contar los derechos de petición como vía jurídica para que la plaza logre el status de bien de uso público, además de las acciones populares para que la plaza sea objeto de tratamiento especial y la decisión de la reubicación no pueda ser tomada de manera unilateral por decreto o acuerdo municipal, sino que deba pasar por consulta ciudadana, audiencia pública o por un cabildo abierto.

Por otra parte, en el periodo 2007 -2010 se realizaron tres movilizaciones grandes en las que se pretendía exteriorizar la situación de la plaza y generar impacto en la sociedad payanesa, movilizaciones en las cuales se hizo uso de desfiles folklóricos, de carretillas y marchas por la ciudad. En ellas participaron más de 500 vendedores de la galería, a lo que se sumaron estudiantes y usuarios. “El principal interés de estas ha sido el denunciar el tema en la calles, a través de arengas que generen opinión pública”⁸². También se hace uso de asambleas de carácter

81 Pino,2010

82 Pino, 2010

socializador, en las cuales se define el plan de acción anual de ASOCTB, así mismo se realizan asambleas de seguimiento y evaluación.

Como elementos paralelos, ASOCTB desde el 2010 desarrolla jornadas de formación en los que se incluye temas de familia y género, ya que gran parte de los asociados son mujeres y en mano de ellas se cimienta la lucha por la defensa de la plaza de mercado del barrio Bolívar, factores que buscan mejorar las condiciones de vida y trabajo.

CONCLUSIÓN

La historia cuenta lo que los hombres hacen, desde ahí el recorrido del viaje breve de pasos largos, evidencia que conforme la penetración de los territorios desde la colonización hasta los tiempos actuales, se han gestado transformaciones sociales, políticas, económicas y culturales, cobijadas por la idea de un modelo civilizatorio capitalista. Como principio impone el germen del desarrollo para extender los brazos y hacer de los espacios y las gentes elementos móviles de fácil reubicación.

Un ejemplo de ello se puede observar en la cotidianidad que recrean los diversos actores sociales y políticos que hacen parte de un escenario como lo es la plaza de mercado del barrio Bolívar en la ciudad de Popayán, actores entre los que se pueden hallar los mayoristas, los minoristas tanto formales como informales, los proveedores, al igual que los recicladores, vigilantes, transportadores intermunicipales, y por supuesto, los consumidores.

Cada uno de ellos y ellas desde los diversos roles que ejercen, recrean, alimentan y se oponen a las contradicciones que continuamente hacen parte de la transformación fruto de la denominada “política de renovación urbana”; en el cual el estado juega un papel fundamental ya que influye en el constante deterioro de estos equipamientos, y de esta manera, justifica su extinción a través de procesos como la reubicación. Este panorama toma fuerza a partir de la década de los 80 donde se inicia un proceso de reconfiguración de los espacios públicos acorde a los cambios generados en los hábitos y estilos de consumo.

Se mueve y se extermina sin pena, se ponen como fichas de dominó las ciudades, los equipamientos, los recursos naturales y la mano de obra de los subalternos al servicio de las necesidades del capitalismo. No se permite el movimiento

espontáneo de la realización de cada pueblo porque se pierden utilidades para la economía global.

Con miras a este proyecto se construye la ciudad asepsia que en términos del desarrollo es igual a ciudades compactas, espacios sometidos a transformaciones bruscas a costos impagables.

Sin embargo, la resistencia del sector subalterno ha permitido dar cuenta de la inmensa riqueza cultural existente en la plaza, riqueza manifiesta en todas las relaciones que allí coexisten, entre diálogos, prácticas como el regateo, el consejo sabio de las hierbateras, la protesta, pero también de todo aquello que también hace parte de lo humano como es la trampa, el egoísmo, la envidia, la perversión, una resistencia que se funda en lo que se conoce como cultura popular.

Se depende del modelo aquí y allá, el mundo entero se implica consciente e inconscientemente en la esclavización, el despojo y el olvido. Cuando se habla del mundo, también se habla de la plaza de mercado del barrio Bolívar, que intenta mantenerse en los márgenes de dicho sistema consolidando prácticas que transformen las elaboraciones impuestas del entramado cultural del modelo civilizatorio capitalista.

De esta manera, aunque sea insipientemente se resisten a la reubicación de la plaza peleando por una modernización con sentido social, es decir, se acepta que no son ajenos a la idea de desarrollo, que la estética y la higiene son imperdonables para significar competencia, no obstante, el desalojo del espacio es la muerte misma de la plaza. Es así, como entre quienes habitan la plaza hay condiciones en común (subalternidad) que vinculan y se convierten en potencias por resucitar a la hora de defender su casa.

En este sentido, la cultura popular se ubica en los márgenes del modelo, donde se elige adaptarse pero resistirse al control hegemónico, se responde cotidianamente a las imposiciones, pero silenciosamente se teje, se aprende y se organizan

buscando formas de supervivencia, pero también de incidencia política en procura de la utópica transformación social.

BIBLIOGRAFIA

ALCALDIA MUNICIPAL POPAYAN. Plan de ordenamiento territorial. *Capítulo VI equipamiento colectivo. Popayán, 2002.*

ALDANA, Eduardo. *Planificación estratégica: Viabilidad de acción del año 1985.* En: CONGRESO LATINOAMERICANO DE PLANIFICACIÓN. (4º: 1985: Bogotá). Ponencia del V Congreso latinoamericano de Planificación. Comunicadores técnicos. Bogotá, 1985.

BARBERO, Jesús. "Prácticas de comunicación en la cultura popular: mercados, plazas, cementerios y espacios de ocio". En: Comunicación alternativa y cambio social. UNAM. México, 1981.

BOLAÑOS, Álvaro. "*Frontera, ciudad y plaza pública americana del siglo XVI: escritura, violencia y statu quo deseado en cronistas españoles de la conquista*". Boletín cultural y bibliográfico, No 65. Consultado el 20 de Junio de 2010 en: <http://www.lablaa.org/blaavirtual/publicacionesbanrep/boletin/bole65/bole1a.htm>

BRAUDEL, Fernand. *Civilización material, economía y capitalismo siglo XV- XVIII. Tomo I, las estructuras de lo cotidiano: lo posible y lo imposible.* Alianza Editorial. Madrid, 1984.

CASTAÑO, Elmer. *Mercados populares mayoristas de alimentos en zona andina central colombiana.* Universidad de Caldas. Manizales, 2001.

CASTELLS, Manuel. *La ciudad informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional.* Madrid: Alianza Editorial, 1995.

CASTILLO, Nicolás. *Descubrimiento y conquista de Colombia.* Banco de la República. Bogotá, 1988.

CASTRILLON A, Diego. *Muros de papel.* Editorial Universidad del Cauca. Popayán, 2005.

CIDETER. *Informe consultoría de la intervención social del plan parcial sector barrio Bolívar*. Popayán, 2010.

CIDETER LTDA. Encuestas. Mayo 2010

ORTEGA, Jorge. Código Civil, artículos 674 y 1005. Editorial Temis. Bogotá, 2012

GARCIA CANCLINI, Néstor. *Las culturas populares en el capitalismo*. Ed. Nueva Imagen. México, 1982.

GRAMSCI, Antonio. *Cuadernos de la cárcel tomo III*. Benemérita universidad autónoma de puebla. Mexico.1999 .

GRAMSCI, Antonio. *Observaciones sobre el folklore, Literatura y vida nacional*. Lautaro. Buenos Aires, 1961.

GRAMSCI, Antonio. *Notas sobre Maquiavelo, sobre la política y sobre el estado moderno*. Ediciones Nueva visión. Madrid, 1980.

GRAMSCI, Antonio. *Pasado y Presente*. Hombres del Tiempo. Buenos Aires, 1974.

HARVEY, David. *El derecho a la ciudad*. Consultado el 11 de agosto de 2010 en: http://www.ddooss.org/articulos/otros/David_Harvey.htm

JIMENEZ, Catalina. “*Renovación urbana: una nueva dimensión para ciudad*”. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, S.F.

MARIN, Rodrigo. *Ciudades y ciudadanía la política urbana del salto social*. Ministerio de desarrollo económico. Bogotá, 1995.

MONSALVE, Fabián. *Tema social diagnostico plan parcial sector barrio Bolívar*. CIDETER. Popayán, 2010.

MORRIS, J. *Historia de la forma urbana: desde sus orígenes hasta la revolución industrial*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1984.

- NIETO, Mauricio. *Remedios para el imperio, historia natural y apropiación del nuevo mundo*. CESO. Bogotá, 2006.
- PEREZ, Egna. *Diagnostico de la plaza de Mercado del barrio Bolívar de la ciudad de Popayán*. Alcaldía de Popayán. Popayán, 2009.
- PEREZ, Egna. *Diagnostico de la plaza de mercado del barrio Bolívar de la ciudad de Popayán*. Alcaldía municipal. Popayán, 2009
- PERDOMO, Jenny. *Proyecto de renovación urbana una lectura desde la intolerancia social*. Universidad Católica Popular de Risaralda. Pereira, S.F. p. 6 Consultado el 5 de febrero de 2011 en: <http://turcon.blogia.com/2006/083002-ciudad-compacta-versus-ciudad-difusa.php>
- PÉRGOPOLIS, Javier. *Plazas Latinoamericanas: Formas, usos y significados*. S.E. Bogotá, 1994.
- PINA, Carlos. *Lo popular: notas sobre la identidad cultural de las clases subalternas*. Flacso. Santiago de Chile, 1984,
- ROMERO, José Luis. *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*. Siglo XXI. Argentina. 1976.
- SENNET, Richard. *El declive del hombre público*. Ediciones Península. Barcelona, 1978.
- TORTOSA, José María. *El Juego Global Maledesarrollo y Pobreza en el Capitalismo Global*. Editorial Icaria. Barcelona, 2000.
- VALENCIA, Alonso. *Historia del Gran Cauca, historia regional del suroccidente colombiano*. Universidad del Valle. Cali, 1994.
- VEGA, Renan. *El Manifiesto Comunista y la urgencia de emprender una crítica marxista del progreso*. en *Revista Herramientas No 8*. Buenos Aires, 1998.

WHITERFORD, Andrew. *Popayán y Querétaro; Comparación de sus clases sociales*. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Sociología. Bogotá, 1963.

ENTREVISTAS

ENTREVISTA a Edilma Chete Tunubala, vendedora de la plaza de mercado del barrio Bolívar. Popayán, 28 de Noviembre de 2008.

ENTREVISTA a Abraham Pino. Colaborador de ASOCTB. Popayán, 12 Enero de 2010

ENTREVISTA a Martin Chicangana, presidente de ASOCT. Popayán, 23 de septiembre de 2010

DOCUMENTOS WEB

Historia del mercado central. Consultado el 12 de Diciembre de 2009. En: <http://www.mercadocentralvalencia.es/mercado/webmcv.nsf/Historia%20del%20mercado.pdf>