

**PERCEPCIÓN SOCIAL DE LOS VENDEDORES ESTACIONARIOS DE LA ANTIGUA
PLAZOLETA SANTANDER FRENTE AL PROCESO DE DESALOJO Y
REUBICACIÓN DE SU SITIO DE TRABAJO**

**MARTHA ISABEL DELGADO CHAVES
LUCENA QUINTERO RIASCOS**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PSICOLOGIA
SAN JUAN DE PASTO
2006**

**PERCEPCIÓN SOCIAL DE LOS VENDEDORES ESTACIONARIOS DE LA ANTIGUA
PLAZOLETA SANTANDER FRENTE AL PROCESO DE DESALOJO Y
REUBICACIÓN DE SU SITIO DE TRABAJO**

**MARTHA ISABEL DELGADO CHAVES
LUCENA QUINTERO RIASCOS**

**Esp. ELIZABETH OJEDA ROSERO
Asesora**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PSICOLOGIA
SAN JUAN DE PASTO
2006**

Nota de aceptación

Directora de Tesis

Jurado

Jurado

La vida es una continua batalla, pero lo importante es querer salir victoriosos siempre en busca de un ideal, puesto que sin él nuestras luchas se vuelven insignificantes, al lograr este ideal lo dedico a mi madre Rosa Elvira, a mi hermana Margoth que siempre me apoyó en todo este proceso, a Henry quien camina junto a mí, a mi razón de vida mi hija Karla, a mi amiga incondicional Martica y a todas aquellas personas que de una u otra forma me colaboraron para tener la fuerza y el entusiasmo y culminar esta etapa de mi vida

Lucena

Para alcanzar cada una de las metas que nos proponemos, se necesita de esfuerzo y dedicación, así como también del apoyo de las personas que desean nuestro bienestar. Al alcanzar esta meta, la dedico a la fuente de amor y trabajo, mis padres; a la muestra de aprecio y lealtad, mis hermanos; y a la certeza de que hay alguien más que me procura su cariño y gratitud, mi compañera y amiga Luce.

Martha

AGRADECIMIENTOS

A todas y cada una de las personas que nos brindaron su apoyo y colaboración, a lo largo de nuestros estudios.

A los vendedores de la antigua Plazoleta Santander y en especial a los que nos acogieron como parte de su grupo.

A la Especialista Elizabeth Ojeda Rosero, por guiarnos en el fascinante camino de la Psicología.

A la Psicóloga Carmen Alicia Martínez, por ofrecernos su amistad y colaborarnos con sus valiosos aportes y cultivar en nosotros el deseo de ir más allá de lo que pensamos somos capaces.

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO	1
Resumen	4
INTRODUCCIÓN	5
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	6
Tema	6
Planteamiento del problema	6
Justificación	9
Formulación del problema	10
Preguntas analíticas	10
Objetivos	11
Objetivo general	11
Objetivos específicos	11
MARCO REFERENCIAL	12
Marco contextual	12
Economía informal	14
Espacio público	17
Cualidades del espacio público	18
El espacio público en Pasto	18
Aspecto legal de la recuperación del espacio público	19
Marco Teórico	20
Psicología social	20
Percepción social	23

Grupo	31
Ambiente físico de grupo	33
Dinámica de grupo	36
Comunicación de grupo	37
Psicología social del trabajo	39
Funciones de la actividad laboral	40
Significado de la experiencia de trabajo	41
Procesos psicosociales y espacios físicos	42
Espacio y territorio humanos	46
Dominio territorial	48
Organización de la vida cotidiana	49
Necesidades individuales y espacios urbanos	50
Psicología social y políticas públicas	52
METODOLOGÍA	55
Matriz categorial	56
Diseño	60
Participantes	61
Técnicas e Instrumentos	61
RESULTADOS	64
Percepción social frente al propio grupo	64
Ambiente físico de grupo	64
Estructura de grupo	73
Dinámica de grupo	77

Percepción social frente al grupo de los vendedores del centro comercial de Ventas Populares La 16	85
Ambiente físico de grupo	85
Dinámica de grupo	87
Taxonomías	91
Percepción social frente al propio grupo	91
Ambiente físico de grupo	92
Estructura de grupo	94
Dinámica de grupo	95
Percepción social frente al grupo de los vendedores del centro comercial de Ventas Populares La 16	96
DISCUSIÓN	97
CONCLUSIONES	120
RECOMENDACIONES	125
REFERENCIAS	128
ANEXOS	131

Resumen

La presente investigación se centró en el objetivo de interpretar la percepción social del grupo de vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander frente al proceso de desalojo de su sitio de trabajo, proceso relacionado con la recuperación del espacio público en la ciudad de Pasto. Esta investigación es de corte cualitativo y está basada en un método fenomenológico, con aportes del método etnográfico. Las técnicas utilizadas fueron entrevistas semiestructuradas con guía y observación participante, a través de las cuales se recogió información referente a ambiente físico, estructura y dinámica de grupo, dirigidas al propio grupo y al grupo de vendedores del centro comercial de Ventas Populares La 16, encontrando a manera de condición que la comprensión de tales interpretaciones solo es posible a partir de la integración e interrelación de todos estos aspectos y que a la vez la interpretación de las percepciones de este grupo establecida a partir de los puntos de encuentro entre los informantes claves y típicos de esta investigación, presenta variaciones relacionadas con el rumbo que ha tomado tal proceso y las consecuencias de ello derivadas .

Abstract

The present investigation was centered in the objective of interpreting the social perception of the group of stationary salespersons of the Antigua Plazoleta Santander about of the process of evict of its work place, process related with the recovery of the public space in the Pasto city. This investigation is of qualitative court and it is based on a method phenomenological, with contributions of the method ethnographic. The used techniques were interviews semiestructuradas with guide and participant observation, through which information was picked up with respect to physical atmosphere, it structures and group dynamics, directed to the own group and the group of salespersons of the commercial center "Ventas Populares La 16", finding by way of condition that the alone understanding of such interpretations is possible starting from the integration and interrelation of all these aspects and that at the same time the interpretation of the perceptions of this group settled down starting from the encounter points among the key and typical informants of this investigation, presents variations related with the direction that has taken such a process and the consequences of derived it.

PERCEPCIÓN SOCIAL DE LOS VENDEDORES ESTACIONARIOS DE LA ANTIGUA PLAZOLETA SANTANDER FRENTE AL PROCESO DE DESALOJO Y REUBICACIÓN DE SU SITIO DE TRABAJO

Las características de la economía pastusa han provocado la aglomeración de grupos menos favorecidos de la sociedad en el espacio público del centro de la ciudad, el cual es utilizado libremente para la realización de toda clase de actividades comerciales, siendo ésta, una situación que caracteriza a diversas ciudades del país.

Por otro lado, se debe considerar el hecho de que casi siempre al referirse a la ciudad (un espacio público), se lo hace en relación a sus aspectos materiales como: edificios, calles, avenidas, entre otros, pero una ciudad es algo más que un espacio material, es también un espacio inmaterial, que se hace real y tangible a través de las expresiones, percepciones, imaginarios, etc., de quienes habitan en ese espacio público material.

El Estado, en su búsqueda por devolver a los ciudadanos los espacios públicos, (en tanto que se constituyen como bienes y elementos que pertenecen a todos, satisfaciendo necesidades culturales, de movilización, de acceso, de integración social y recreación), ha planteado una reforma política de recuperación de los mismos, lo cual ha desatado una serie de eventos en la ciudad de Pasto, como es el desalojo y reubicación del sitio de trabajo de los comerciantes informales, específicamente de los vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander (actual Plaza del Carnaval), quienes constituyeron la población a quien se dirigió esta investigación, la cual se proponía interpretar su percepción social frente a este proceso.

Es importante considerar que se han realizado pocas investigaciones sobre el problema de desalojo de los vendedores ambulantes y/o estacionarios, por lo tanto no

existe una literatura específica que respalde ésta investigación. Sin embargo, se retomaron temáticas que aportaron a la comprensión de la situación, como la percepción social, dinámica de grupos y procesos de comunicación dentro del grupo, del cual lo más relevante para esta investigación fue la distinción entre redes de comunicación centralizadas y descentralizadas.

De acuerdo con las características de esta problemática, esta investigación se realizó a través de un enfoque cualitativo con base en un método fenomenológico, tomando también elementos del método etnográfico, permitiendo así, un abordaje más integral y flexible del tema. Así también, se hizo uso de un lenguaje descriptivo que tuvo el propósito de hacer evidente la experiencia humana a través de la reflexión y así descubrir las formas genuinas de los propios pensamientos.

Problema de Investigación

Tema

Percepción social frente a la recuperación del espacio público

Planteamiento del Problema

En los últimos años la presencia del comercio informal se ha incrementado debido a la situación socioeconómica del país. La ciudad de Pasto no es la excepción a ello, pues ante la carencia de oportunidades de trabajo, la población toma con frecuencia esta opción como una alternativa de vida y de subsistencia, obviando en ocasiones aspectos psicosociales y legales relacionados con el uso del espacio público.

El proyecto de recuperación del espacio público posee respaldo legal mediante la Ley 388 de 1997, que en su Decreto 1504 reglamenta su manejo en los planes de ordenamiento territorial. No obstante, este Decreto presenta tres artículos (1, 19 y 27)

que podrían ser utilizados a favor o en contra de las partes implicadas en esta problemática, así, el artículo 19 dice: los municipios podrán autorizar el uso de espacios públicos por parte de entidades privadas mediante contratos; y el artículo 27 expone que: la expedición de licencias para todo tipo de intervención y ocupación del espacio público, es competencia exclusiva de las oficinas de planeación municipal, los que pueden ser utilizados a favor de los vendedores.

Por su lado, el artículo 1 plantea que: el Estado debe velar por la destinación del espacio público para el uso común, el cual debe prevalecer sobre el interés particular, el que es favorable para los fines de recuperación del espacio público que persigue el Estado (Nueva Reforma Urbana, 2001).

En este orden de ideas, el proceso de desalojo y reubicación podría implicar una diferencia en las posiciones de cada una de las partes implicadas (vendedores y Administración Municipal), cuya única solución estará en un buen proceso de negociación y de conciliación, así como, en la credibilidad que tengan los vendedores estacionarios hacia las propuestas que presenta la Administración Municipal para el mejoramiento de su situación, ya que anteriores administraciones han realizado propuestas que al parecer han quedado cortas ante los requerimientos de los vendedores.

Adicionalmente, se debe tener en cuenta que la reubicación en un centro comercial para los vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander, significaría pasar a formar parte del comercio formal, lo que conlleva a renunciar a ciertas condiciones que les otorga su actual situación, no sólo debiendo cumplir con una serie de exigencias impuestas por la ley al formar parte de este tipo de comercio, sino también

teniendo que buscar nuevas estrategias que les permitan ser competitivos en este tipo de mercado.

Vale decir, que el proceso de desalojo y reubicación suscitó dos procesos paralelos: por un lado, un proceso real, basado en el cumplimiento de una política estatal contemplada en el Plan de Ordenamiento Territorial, llevado a cabo por la Administración Municipal, y por otro, un proceso simbólico, en el cual entran a jugar las percepciones y representaciones que el grupo de vendedores tuvieron sobre el proceso de desalojo y reubicación.

De igual modo, la percepción que los vendedores de la antigua Plazoleta Santander tuvieron frente a los cambios surgidos por la reubicación, afectó su bienestar, incidiendo en forma directa sobre el uso que hacen del territorio asignado para sus actividades laborales y por ende en su calidad de vida. Entonces, las representaciones y valoraciones que hicieron de estos cambios afectaron la dinámica general de este grupo.

Los aspectos hasta aquí mencionados, presentan de manera general la complejidad de ésta temática y permitieron inferir algunas situaciones derivadas del proceso de recuperación del espacio público, que interfirieron en el desarrollo adecuado de procesos psicosociales tales como en la estructura, comunicación y dinámica de grupo. De ésta manera, el desarrollo de la presente investigación se constituyó en un valioso elemento, que además de permitir la aproximación y reconocimiento de la dinámica implícita en ésta problemática, también, dejó ver que con el proceso de recuperación del espacio público, no solo se generó un cambio a

nivel de reorganización del espacio físico de la ciudad, sino también, un cambio a nivel de reestructuración del sistema de actitudes, valores y creencias de un grupo social.

Justificación

La política de ordenación del territorio conlleva a una serie de actuaciones administrativas, según se plantea, dirigidas a conseguir una distribución espacial óptima de la población y de las actividades económicas y sociales y, en consecuencia, de los grandes ejes de comunicación, de recuperación de espacios públicos y de los espacios naturales libres. Todo ello con el fin de ofrecer al ser humano una calidad de vida que permita el desarrollo de su personalidad y una adecuada integración social.

De esta manera, el problema de la recuperación del espacio público en la ciudad de Pasto, ha sido tratado reiteradas veces por los estamentos gubernamentales, sin hacer mucho énfasis en el impacto que pudiera tener esta situación sobre aquellos que se ven implicados, como es el caso de los vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander, quienes han experimentado un constante proceso de desalojo y reubicación de su sitio de trabajo, hecho que afectó la calidad de vida de estas personas, así como también, la gestión responsable de los recursos físicos de la ciudad y el uso racional que realicen del territorio laboral.

Lo anterior, evidencia la necesidad y posibilidad de abordar este tema desde múltiples perspectivas, una de ellas la Psicología, que a través de sus áreas Social y Comunitaria proporcionan valiosos aportes, no solo para la generación de conocimiento psicosocial, sino también, para el planteamiento de estrategias de intervención. De esta manera, la investigación desde la Psicología, pretendió ofrecer una nueva mirada, para profundizar en este tema; además, permitió que el psicólogo

incursione en el campo de las políticas públicas, un escenario que hasta el momento ha recibido poco aporte desde un punto de vista psicológico en la región, de tal manera que el psicólogo comprometido con las problemáticas sociales de su contexto, profundice en su conocimiento y comprensión desde una perspectiva crítica, para posibilitar la elaboración de estrategias dirigidas a optimizar los recursos disponibles de este grupo y así contribuir a nivel disciplinar y profesional a minimizar el impacto social que deja el proceso de desalojo y reubicación.

Formulación del Problema

¿Cuál es la percepción social de los vendedores estacionarios de la antigua plazoleta Santander, frente al proceso de desalojo y reubicación de los comerciantes informales en la ciudad de Pasto?

Preguntas Analíticas

¿Cuál es la percepción social de los vendedores estacionarios de la antigua plazoleta Santander sobre la política municipal relacionada con la recuperación del espacio público?

¿Cuál es la percepción social de los vendedores estacionarios de la antigua plazoleta Santander, frente a la reubicación de los vendedores informales de la calle 17, en el Centro Comercial de ventas populares La 16?

¿Cuál es la percepción que los vendedores estacionarios de la antigua plazoleta Santander tienen sobre los procesos de comunicación entre sus representantes y la Administración Municipal?

¿Cuál es la percepción social de los vendedores estacionarios de la antigua plazoleta Santander, frente a la dinámica psicosocial de su grupo?

Objetivos

Objetivo General

Interpretar la percepción social de los vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander, frente al proceso de desalojo y reubicación de los comerciantes informales en la ciudad de Pasto.

Objetivos Específicos

Indagar acerca de la percepción social de los vendedores estacionarios de la antigua plazoleta Santander sobre la política municipal relacionada con la recuperación del espacio público.

Explorar la percepción del grupo de vendedores estacionarios de la antigua plazoleta Santander, frente al cambio que ha generado en los antiguos vendedores informales de la calle 17, la reubicación de su sitio de trabajo.

Identificar las percepciones de los vendedores estacionarios de la antigua plazoleta Santander, sobre las redes de comunicación que se establecen entre sus representantes y la Administración Municipal.

Describir las consecuencias del proceso de desalojo y reubicación sobre la dinámica intragrupal, desde la perspectiva de los vendedores estacionarios de la antigua plazoleta Santander.

MARCO REFERENCIAL

Marco Contextual

Las transformaciones del espacio urbano son consecuentes con los cambios en la sociedad. A su vez, esas “transformaciones producen cambios en la conducta colectiva de la comunidad generándose un proceso cíclico, comprensible solamente a través de la historia” (Pergolis, 1995).

A partir de estas premisas puede definirse a las ciudades como “sucesos cotidianos, en otras palabras, lugares que han sido sede de la cultura y la educación, es en ellas en donde se encuentran los diferentes valores culturales, sociales e intelectuales. Su nombre trae a la mente la imagen de muchas cosas reunidas, muchas cosas aglomeradas: calles y casas, plazas y edificios, vehículos, árboles y gente diferente que la habita” (Pergolis, 1995).

“La invención de la ciudad es un hito trascendente en la historia humana. Se ignoran sus orígenes remotos, se desconoce su gestación, la que se diluye en el ámbito de lo que sucedió antes del registro en la historia. De pronto hubo ciudades en los diferentes continentes como si en la historia de cada uno se hubiese descubierto que el futuro dependía de esa nueva forma de vida” (Pergolis, 1995).

Según este autor “las ciudades latinoamericanas nacieron en torno a las plazas. Desde ahí partían las calles y se conformaba la retícula con facilidad. La ciudad se entendía a través de sus calles, plazas y manzanas donde se construía la vivienda. En cercanías de la plaza, el espacio de todos, se ubicaban en edificios también de todos: las instituciones y el comercio. Mucho más tarde aparecieron las avenidas y los parques, como respuesta a las necesidades físicas del crecimiento urbano a través de

nuevas formas, pero las ciudades continuaron creciendo del mismo modo: a través de calles, plazas y manzanas que contenían las construcciones. Hoy desconcierta el modo como crecen las ciudades, no por la imagen propia del momento del crecimiento, sino por la falta de futuro que traducen la anarquía y la ausencia de intenciones colectivas de los nuevos sectores –barrios, urbanizaciones–”

Para Colombia, caracterizada dentro de los países subdesarrollados en el Plan de Integración Nacional, se describe la situación del desarrollo urbano del país en los siguientes términos: la mayoría de los estudios y análisis sobre el desarrollo urbano del país coinciden en calificarlo como anárquico, ineficiente, carente de dirección y canalizado por los altos costos privados y públicos, todo lo cual, determina un alto deterioro de la calidad de vida urbana. Se presentaron entonces, todas las deplorables y reconocidas circunstancias de aglomeración urbana, marginalidad, especulación de tierras, inseguridad, baja eficiencia del transporte, desempleo y en general, toda clase de economías externas (Revista Cámara de Comercio de Bogotá, 1982).

Además, Colombia es un país de regiones, ésta es una realidad innegable, lo mismo que es también evidente que el desarrollo de estas regiones no es uniforme, sino por el contrario se presentan enormes diferencias entre ellas. De esta forma en el país se presenta un desarrollo regional desigual, conforme a las características de cada contexto, de tal manera que se forman ciudades con base en criterios de tipo económico, social y político. El proceso incontrolado de crecimiento de las ciudades es el resultado del fenómeno migratorio del campo a la ciudad. Si bien las ciudades comienzan a desarrollarse en mayores proporciones a partir de las crisis económicas,

lo que intensifica el éxodo del campo a la ciudad, pues ésta, se constituye en el lugar de refugio y de permanencia para la población campesina, en la ciudad el campesino migrante espera encontrar empleo y lo logra, pero no como trabajador calificado, sino en oficios como la construcción o en el sector informal de la economía: vendedores ambulantes, puestos de mercado ocasionales, etc (Revista Cámara de Comercio de Bogotá, 1982).

Economía Informal

La economía informal es un conjunto de actividades comerciales o industriales que realizan las personas, sin que se tenga un registro ante la Cámara de Comercio. Muchas de las personas entran al “sector informal”, para tratar de encontrar una opción que les permita subsistir, en medio de una terrible crisis económica que se ha generado con el paso de los años, que después de quedar muchos de ellos, sin la posibilidad de mantener un empleo remunerado dignamente para la subsistencia personal y de su familia, ven en la economía informal, la posibilidad de encontrar un ingreso que en muchos casos, resulta mayor al que podrían obtener a través de una remuneración al hacer parte de una empresa, lo cual puede ser justificado, pero, desde un punto de vista social y sobre todo jurídico, el desarrollar actividades en este sector, implica hacer algo incorrecto, que debe ser corregido en pos de un Estado de Derecho (Nueva Reforma Urbana. 2001).

Muchas de las personas que se desenvuelven en el sector informal, carecen de la debida orientación que les permita entender que pueden desarrollar sus actividades, pero, cumpliendo adecuadamente con sus obligaciones en cuanto a lo legal. En la práctica, no es difícil escuchar de muchas de éstas personas, argumentos que

expresan un temor de pertenecer a la economía formal, sintiendo que al hacerlo, deberá pagar un alto monto por el concepto de impuestos y servicios públicos, y esto último, resulta lógico si se entiende que gran parte del sector informal, está comprendido por personas que han sido privadas momentáneamente del derecho de aspirar a vivir con dignidad. También, este tipo de personas, no se han acercado al ámbito profesional privado para obtener una adecuada orientación, sintiendo que ello les representará un alto costo por concepto de honorarios (Nueva Reforma Urbana. 2001).

La actividad informal abarca todos los sectores y actividades económicas de una región: transporte, comercio, agricultura, construcción, servicio doméstico, etc. Se trata por tanto de un sector heterogéneo, que trabaja a escala reducida, con fácil accesibilidad al mercado, bajos niveles de inversión, propiedad familiar o individual de las empresas, utilización intensiva de mano de obra no calificada y el no cumplimiento de reglamentaciones laborales, fiscales, contables, ambientales, etc. Los vendedores de la ciudad se clasifican entre ambulantes y estacionarios o temporales y permanentes (Plan de Ordenamiento Territorial. 1999).

El sector informal se puede caracterizar como el sector no moderno o no capitalista de la economía, donde la utilización del capital es relativamente baja, predominan actividades económicas de pequeña escala y en general, no se presenta el trabajo asalariado como elemento importante. Por otro lado, la economía informal se relaciona con los aspectos legales de las operaciones del sector que caracteriza a ésta por ciertos niveles de marginamiento de las normas vigentes para la operación económica (Kugler, 1988 citado por Instituto de Estudios Liberales).

El sector informal urbano surge inicialmente como una estrategia de supervivencia, en las economías en las cuales, una expansión relativamente acelerada de la oferta de trabajo no viene acompañada por una expansión equivalente de la demanda de trabajo de los sectores modernos de la economía (Kugler, 1988 citado por Instituto de Estudios Liberales).

Existen factores que estimulan la economía informal: se atribuye al factor tributario la mayor causalidad de economía informal. La baja en los recaudos induce con frecuencia a la creación de nuevos tributos o incremento en las tarifas de los ya existentes lo que desata mayor evasión. Cuando se habla de evasión de tributos habitualmente en aquellos que gravan la renta, el patrimonio o las ventas. El impuesto a las ventas o sobre el valor agregado es una de las mayores causas de evasión; son enormes las sumas que deberían ir a las arcas del Estado pero que no se logran recaudar (Arango, 1997).

Los gravámenes arancelarios a las importaciones han sido fuente de evasión y de incentivo para el contrabando. Se evade cuando los valores declarados como costo de lo importado son inferiores a la realidad (subfacturación), o cuando las posiciones arancelarias reportadas no son las que deben corresponder a la mercancía (contrabando técnico), o se burla totalmente el tributo cuando la importación entra de contrabando por lugares diferentes a los puertos terrestres y marítimos oficiales. Otro factor que estimula la economía informal, son las reglamentaciones difíciles y arduas, lo que crea un sinnúmero de operaciones y operadores informales (Arango, 1997).

El ciudadano se margina del cumplimiento de la disposición legal engorrosa por el entramamiento que sufre y que se traduce en pérdida de tiempo, todo lo cual es

mensurable en costos. Como en el caso de los tributos, mientras más complicadas las normas y más abundantes, mayor el número y cuantía de las operaciones informales (Arango, 1997).

Espacio Público

El espacio público es el conjunto de áreas, bienes y elementos que nos pertenecen a todos y que satisfacen las necesidades culturales, de movilización, de acceso a un medio ambiente adecuado, de integración social y de recreación. El espacio público esta compuesto por las propiedades del estado donde su uso y acceso es derecho de todos (Plan de Ordenamiento Territorial, 1999).

La noción de espacio público suscita cierta confusión. Por un lado es el lugar – no geográfico – donde se elaboran las reglas de convivencia entre miembros de una sociedad, donde se da la discusión y se exponen los conflictos y contradicciones, donde se busca la regulación social más allá de las unidades de base, donde se negocian las relaciones entre actores de un mismo territorio y con los vecinos. El espacio público concebido como generador de reglas implica la existencia de mecanismos capaces de hacerlas respetar. En general esto se logra a través de instituciones especializadas, siendo el más evidente el ejemplo de la institución de la justicia que impone sanciones a los que no respetan las reglas (Valencia, 2001).

Por otro lado, el espacio público se refiere a espacios geográficos, concretos, contruidos socialmente e históricamente como bien público, de acceso libre para todos los miembros de la sociedad. Por lo tanto difieren de una sociedad a otra, de una época a otra, pero responden a una condición fundamental de la convivencia social: tener espacios comunes que satisfagan las necesidades básicas de

comunicación, sin restricción de orden social, orden económico o político. Por lo general los espacios públicos se inscriben en un espacio más amplio, diverso, concebido como el espacio de vida de la sociedad, que se puede en una primera aproximación calificar de territorio (Valencia, 2001).

Cualidades del Espacio Público

El espacio público puede ser entendido desde varios campos de conocimiento (el planeamiento, la arquitectura, la sociología, la psicología etc.) y dependerá desde cual de ellos se posiciona, para entender su significado, desarrollo y ubicación, cada mirada tendrá su matiz diferenciado del resto (Plan de Ordenamiento Territorial. 1999).

Es hipótesis que un acuerdo sobre ciertos aspectos del espacio público permitirá cierta objetivación de variables. Objetivación necesaria para poder operar y transformar el espacio público, desde acuerdos pluralistas, multisectoriales, que involucre a los actores que lo habitan, lo circulan, lo gestionan, etc (Plan de Ordenamiento Territorial. 1999).

Esas variables abarcarán aspectos de conformación del espacio, pero no son las únicas, hay también variables de aspectos psicológicos, económicas, etc.; el presente trabajo se centra en la primera, tomando el espacio público como un determinante primordial del medio social del individuo puesto que define sus oportunidades de aprendizaje y de interacción social determinando el tipo de experiencias de las que el individuo aprende sus hábitos y valores (Plan de Ordenamiento Territorial. 1999).

El Espacio Público En Pasto

Definitivamente, el pequeño comercio es la actividad más prolífica en Pasto. El comercio informal, las ventas ambulantes y el sector informal en general son

indicadores de las economías poco desarrolladas, puede observarse cómo en Pasto existen aproximadamente 16.800 personas aptas para trabajar que no han encontrado ubicación laboral, en tanto que, 82.546 se encuentran trabajando y de las que el 59.9% lo hacen en condiciones informales. La actividad informal desempeña un papel preponderante en la economía pastusa, y es el escampadero de los desempleados (Plan de Ordenamiento Territorial. 1999).

Las características de la economía pastusa han provocado la aglomeración del grupo menos favorecido de la sociedad en el espacio público del centro especialmente, que está siendo explotado libremente para la realización de toda clase de actividades comerciales y de propaganda que lo deterioran, contaminan y destruyen (Plan de Ordenamiento Territorial. 1999).

Con todas estas características, el espacio público está consagrado en la ley como propiedad colectiva, es así, como el espacio público no debe ser aprovechado ni explotado económicamente por particulares ni o grupos que representen intereses distintos a los del bienestar social (Plan de Ordenamiento Territorial. 1999).

Aspecto Legal De La Recuperación Del Espacio Publico

El proyecto de recuperación del espacio público, posee respaldo legal mediante la Ley 388 de 1997, que en su Decreto 1504, reglamenta el manejo del espacio público en los planes de ordenamiento territorial, de los artículos contenidos en este Decreto, tres (1, 19 y 27) resultan relevantes para el abordaje de la temática de esta investigación (Nueva Reforma Urbana. 1997).

El artículo 1 plantea que: “Es deber del Estado velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual prevalece

sobre el interés particular. En el cumplimiento de la función pública del urbanismo, los municipios y distritos deberán dar prelación a la planeación, construcción, mantenimiento y protección del espacio público sobre los demás usos del suelo”. El artículo 19 dice que: “En el caso de las áreas de uso activo o pasivo, en especial parques, plazas y plazoletas, los municipios y distritos podrán autorizar su uso por parte de entidades privadas para usos compatibles con la condición del espacio mediante contratos. En ningún caso estos contratos generarán derechos reales para las entidades privadas y deberán dar estricto cumplimiento a la prevalecía del interés general sobre el particular”. El artículo 27 de este mismo Decreto plantea que: “La competencia para la expedición de licencias para todo tipo de intervención y ocupación del espacio público, es exclusivamente de las oficinas de Planeación municipal o distrital o la autoridad municipal o distrital que cumpla sus funciones” (Nueva Reforma Urbana. 1997).

Marco Teórico

Psicología Social

La Psicología social es la rama de la psicología que estudia cómo el entorno social influye directa o indirectamente en la conducta y comportamiento de los individuos. Los psicólogos sociales se interesan por el pensamiento, emociones, deseos y juicios de los individuos, así como por su conducta externa. Los fenómenos psíquicos internos pueden deducirse a partir de ciertas peculiaridades de la conducta y comportamiento externos. La investigación ha demostrado que el individuo es influido por los estímulos sociales al estar o no en presencia de otros y que, en la práctica, todo lo que un

individuo experimenta está condicionado en mayor o menor grado por sus contactos sociales (Rodríguez, 1997).

La psicología social surgió de las primeras investigaciones realizadas por el hombre en sus relaciones con la sociedad. La mayoría de los problemas que ocupan a la actual psicología social fueron ya reconocidos como problemas por los filósofos sociales, mucho antes de que las cuestiones psicológicas formaran parte del campo de la ciencia. Así también, comparte muchas áreas de estudio con otras disciplinas, especialmente con la sociología y con la antropología cultural. Las tres ciencias difieren, en que el sociólogo estudia los grupos sociales y las instituciones, el antropólogo las culturas humanas y el psicólogo social en cómo los grupos sociales, las instituciones y la cultura afectan a la conducta del individuo. Las principales áreas de investigación en psicología social son las siguientes: socialización, cambio de actitudes, afiliación social, poder e influencia, percepción social, estructura y dinámica de grupos, personalidad y sociedad (Rodríguez, 1997).

La psicología social también es susceptible de intervenir en otras áreas de la psicología, como en la psicología comunitaria ambiental, a la que se asocia, puesto que ésta se ocupa esencialmente del “problema de la relación existente entre el individuo y su contexto social, el uso de los sistemas sociales para operar cambios comportamentales, actitudinales y valorativos en la comunidad” (Zimmermann, 1998).

Desde este punto de vista, los intereses comunes que identifican a una comunidad que está situada en un territorio definido, (tomando el territorio como un área geográfica), como es el caso de los vendedores estacionarios de la Plazoleta Santander, están dirigidos a la consecución de mejorar su calidad de vida, puesto que

como usuarios de un espacio urbano, buscan optimizar todo su contexto para conseguir un objetivo común (Zimmermann, 1998).

Entonces según Zimmermann, (1998) “la comunidad es un ecosistema humano que determinará una serie de expresiones en el comportamiento social del individuo y de los grupos que conforman dicha comunidad”. Siguiendo por la misma línea de conceptos: la psicología comunitaria ambiental, estudia las expresiones del comportamiento social en los diferentes niveles sistémicos del microsistema, del mesosistema, del ecosistema y del microsistema. Para efectos de esta investigación se tomará particularmente el microsistema.

Al referirse al microsistema, se está describiendo el complejo de relaciones entre el desarrollo personal y el escenario inmediato tal como el hábitat. El individuo encuentra en este microsistema una gran intimidad y una gran privacidad (Zimmermann, 1998).

Por otro lado, es importante destacar que, los principios desarrollados en el laboratorio y en la investigación de campo en psicología social han sido aplicados a la resolución de diferentes problemas en situaciones sociales reales. Los asesores y los investigadores de la psicología social han trabajado para mitigar los problemas en las relaciones étnicas, internacionales, laborales e industriales, en las económico-políticas, en la educación, la publicidad, en lo ambiental y la salud mental comunitaria. Las industrias, organizaciones, escuelas y grupos de trabajo de diversa índole recurren regularmente a los servicios de los psicólogos sociales para mejorar las relaciones interpersonales, aumentar la comprensión de las relaciones entre los miembros de los grupos en conflicto, y diagnosticar y ayudar a corregir los problemas en la productividad del grupo y la organización (Rodríguez, 1997).

Percepción Social

La percepción social, es más general que la percepción de la persona, pues implica la percepción de los procesos sociales. Los objetos de la percepción social son las relaciones de la persona con los demás incluyendo su percepción de grupos e instituciones sociales. Es así como el proceso perceptivo puede considerarse como una parte de una necesidad más general de dar sentido a la experiencia. Sin embargo no todos los sujetos actúan de igual manera a pesar de estar expuestos a los mismos estímulos externos; su conducta no es semejante, esto sucede gracias a las experiencias previas, a influencias disposicionales (causas internas) y a influencias situacionales (causas externas) del momento. Este último aspecto hace referencia a ciertos estados particulares del receptor en un momento dado. Estados de hambre, sed, depresión, cansancio, etc, pueden influir en la percepción del estímulo. Así como la experiencia pasada influye sobre el proceso perceptivo, factores presentes de tipo situacional son también capaces de predisponer a una persona tanto a determinadas clases de percepción como a dar determinados tipos de respuesta. La percepción social, da lugar a una serie de fenómenos tales como la agudeza en la percepción de los otros, la formación de impresiones sobre la persona, entre otros fenómenos tales como la atribución de que hace referencia a que en la mayoría de situaciones el modo de reaccionar de una persona a las acciones de los demás, esta influenciado por su modo de percibir o interpretar la causa de la conducta (Rodríguez, 1997).

Con respecto al tema de esta investigación, las desigualdades o disparidades en la ocupación del espacio público sigue siendo una de las preocupaciones de los estamentos gubernamentales, obedeciendo al reconocimiento de los valores y

derechos constitucionales de todo colombiano. Siendo que el contexto en el cual se desarrolla todo individuo es complejo y diverso, donde la concurrencia de aspectos físicos, biológicos y sociales, conforman las sociedades que los modelan, con formas de comportamiento propensas o no a alcanzar estados modernos de desarrollo. Sin embargo, el problema, no es de índole físico o tecnológico sino de percepción del espacio ocupado y de comportamiento social, individual o colectivo con respecto al mismo.

Por otro lado, como parte de la interacción hombre ambiente, se realizan ajustes permanentes en el individuo. Los continuos cambios en el medio físico y social obligan a desplegar complejos mecanismos adaptativos que tienden a la emisión de respuestas óptimas respecto a las transformaciones del medio. Como parte de este proceso, es fundamental, además de la percepción del medio físico, la evaluación de la conducta de los demás y de los propios estados o expectativas (Salazar, Montero, Muñoz, Sánchez, Santero y Villegas, 2001).

Heider (1958 citado por Rodríguez, 1997), establece que una de las mayores causas de error en la percepción social es la tendencia a ver a las personas, y no a las situaciones como la causa de acción. Demasiada significación se atribuye a la conducta y a sus efectos, y muy poca al contexto situacional; en consecuencia, eventos que en la realidad están controlados externamente, son vistos como si dependiesen del propio control de la personalidad.

La percepción social puede entenderse de tres maneras: los efectos del medio sobre la percepción, la percepción de las personas y la percepción del medio ambiente. Los aspectos funcionales de la percepción constituyen el soporte teórico

que permite explicar la relación percepción- contexto social. El medio ambiente físico y social influye sobre la percepción determinando procesos diferenciales de carácter cultural. La percepción de la persona plantea problemas importantes en cuanto al papel de los mecanismos de interpretación cognoscitiva y asignación de atributos a los objetos perceptuales. El proceso de percepción de la persona supone mecanismos particulares de recepción y procesamiento de la información. Finalmente se menciona el aspecto relativo a la percepción del medio social, en donde se ven de manera clara las relaciones del individuo con su medio ambiente. La percepción social pone de manifiesto la dinámica cognoscitiva implícita en la relación individuo-ambiente, por una parte, y por la otra, los procesos de interacción social. La conclusión evidente por sí misma señala que en la percepción de la realidad social el sujeto no actúa como un reproductor de la realidad, sino que se enfrenta a ella asimilándola a sus sistemas cognoscitivos (Salazar, Montero, Muñoz, Sánchez, Santero y Villegas, 2001).

Pepitone (1958 citado por Rodríguez, 1997) ha establecido una valiosa distinción entre tres dimensiones de causalidad percibida que influye en la interpretación de las acciones: a. La responsabilidad de la persona en el acto, b. Las intenciones acerca de él y c. La justificación del mismo.

La responsabilidad de la persona en el acto, es en esencia el problema de la atribución de un acto al agente social. Entre las condiciones que determinan la atribución de responsabilidad y causalidad personal se encuentran: a) Atribución de responsabilidad o estatus: en la que se considera que la percepción de la causalidad social esta influenciada por una percepción de las presiones situacionales, por el estatus de la persona y por la personalidad del juez; b) Atribución de responsabilidad y

oportunidad de supervisión: se refiere a que a menudo la oportunidad de controlar la conducta de una persona, al asumir la responsabilidad de ella, influye en la percepción que capta el sujeto del sentido de responsabilidad mostrado en esta persona; c) Atribución de responsabilidad-muerte y desgracia: la atribución de responsabilidad de la persona, por su acto, permite al individuo que juzga, organizar los eventos que acontecen a su alrededor de modo significativo y económico, al poder describir el individuo y el acto de una misma realidad (Pepitone, 1958 citado por Rodríguez, 1997).

La intencionalidad: una acción benevolente que parece estar motivada por la libre voluntad de un individuo (el sujeto tiene una alternativa) más que por una exigencia social (el sujeto no tiene alternativa) se considera, usualmente, de modo más positivo (Pepitone, 1958 citado por Rodríguez, 1997).

El estatus del autor del acto influencia la atribución de intencionalidad, del mismo modo que influencia la atribución de responsabilidad. Se atribuyen más buenas intenciones a las personas de estatus elevado (Pepitone, 1958 citado por Rodríguez, 1997).

La percepción de la intención es importante, porque nuestras reacciones se ven afectadas y alteradas nuestras evaluaciones por las acciones de otras personas, además es importante tener en cuenta que el contexto del acto influencia nuestra percepción de la intención (Pepitone, 1958 citado por Rodríguez, 1997) .

Por otra parte hay que considerar que la acción humana es social siempre que los sujetos incorporen en ella un sentido subjetivo, es decir, los caracteres de una acción social se encuentran en la percepción y en la comprensión del sujeto de la conducta de los demás. No obstante hay que tener en cuenta que el carácter social de la acción

humana también puede ser objetiva, ya que obedece a las maneras colectivas de obrar, pensar y sentir provenientes de medios externos a los sujetos, ejerciendo un poder coercitivo sobre su conducta (Rodríguez, 1997).

Además para Heider “el que un acto sea percibido como intencional o accidental está determinado por nuestro conocimiento, de la capacidad y la habilidad de la persona para llevar a cabo deliberadamente cada acto”. La justificación, dimensión que se refiere al problema de la medida en la que el acto viola los estándares éticos o se desvía de ciertas expectativas valorizadas o no. Hay ciertos indicios de que la justificación de los actos afecta la atribución de responsabilidades; a medida que la situación se vuelva menos justificada, existe la tendencia a eludir la responsabilidad del yo (Rodríguez, 1997).

Cuando la información social esta sujeta a interpretaciones múltiples, las ideas preconcebidas tienen importancia (Hilton y Von Hippel, 1990, citados por Myers 2000), estas ideas pueden ser útiles; los sesgos ocasionales que originan son el precio que se pagamos por ayudarnos a filtrar y a organizar grandes cantidades de información de manera eficiente. Existe una realidad objetiva allí afuera, pero la vemos a través del lente de nuestras creencias, actitudes y valores. Esta es una de las razones por la cual nuestras ideas preconcebidas y creencias son tan importantes; modifican nuestra interpretación de todo lo demás. Nuestras creencias y expectativas afectan poderosamente la forma como construimos los eventos en nuestra mente (Myers, 2000).

Según Bruner (1958) (citado por Rodríguez, 1997) La percepción comprende esencialmente dos procesos:

1. La recodificación o selección del enorme caudal de datos que nos llega del exterior, reduciendo su complejidad y facilitando su almacenamiento y recuperación en la memoria; por ejemplo, podemos resumir gran parte de la información que tenemos sobre la persona que se nos acerca en la discoteca (su modo de hablar, vestimenta, contenido de la conversación, etc.), en el atributo cordial, olvidando muchos de los otros pequeños detalles (Bruner, 1958 citado por Rodríguez, 1997).
2. Un intento de ir más allá de la información obtenida, con el fin de predecir acontecimientos futuros y, de ese modo, evitar o reducir la sorpresa (Bruner, 1958 citado por Rodríguez, 1997).

Para Fiske y colaboradores, (1987) (citado por Morales, 1994) los estudios de percepción de personas y percepción social han estado muy ligados a los estudios de percepción de objetos. Esencialmente, la percepción de objetos y la de personas se parecen en lo siguiente:

1. Ambos tipos de percepción están estructurados. Nuestras percepciones no constituyen un continuo procesamiento de estímulos caóticos, que se van almacenando uno tras otro en nuestra memoria sin orden ni concierto, sino que cuando percibimos objetos y personas creamos un orden en ese mundo. Una de las formas más básicas de organización consiste en crear categorías, tratando a estímulos independientes como equivalentes entre sí, o integrantes de una unidad, y diferentes a su vez de otros estímulos. En el mundo de los objetos físicos las categorías que utilizamos son claras, y cualquier libro de ciencias de nuestra infancia nos proporciona buenos ejemplos: los estados de los cuerpos

(sólidos, líquidos, gaseosos), el mundo animal (vertebrados e invertebrados con sus múltiples divisiones), los colores, las formas geométricas, el mundo vegetal, etc. (Fiske y cols., 1987 citado por Morales, 1994).

2. Igual ocurre en la percepción de personas y de sus acciones. Cuando percibimos a una persona poseemos multitud de categorías para clasificar su conducta, su apariencia y demás elementos informativos: puede ser categorizada en función de su atractivo físico, de su personalidad, de su procedencia geográfica, de la carrera universitaria que estudia, de su ideología política, etc. Las personas diferimos en el tipo de categorías que utilizamos, si bien en determinados momentos o circunstancias todos tendemos a usar categorías similares. Así, hay personas que utilizan casi exclusivamente un sistema categorial (por ejemplo, amigo-enemigo, atractivo-poco atractivo, etc.), mientras que otras utilizan un sistema más complejo de categorización. No obstante, del mismo modo que la mayoría de nosotros utilizará el sistema de categorías (mal tiempo-buen tiempo), cuando esté decidiendo acerca del tipo de ropa que se pondrá para salir a la calle, también utilizará de forma predominante el sistema de categorización basado en el atractivo cuando se encuentre en una situación de ligue, o las categorías (honesto-deshonesto) cuando esté decidiendo sobre prestar o no determinada cantidad de dinero (Fiske y cols., 1987 citado por Morales, 1994).
3. Tanto en la percepción de objetos como en la de personas tendemos a buscar con mayor afán los elementos invariantes de los estímulos que percibimos. Siendo nuestro interés primordial predecir la conducta de los demás, no nos

resultan de mucho interés aquellos aspectos de su conducta que nos parecen superficiales o inestables (Fiske y cols., 1987 citado por Morales, 1994).

4. Nuestras percepciones de los objetos y de los demás tienen significado. Los diversos estímulos que percibimos pasan al interior de nuestra mente a través de un tamiz cuya función primordial consiste en interpretarlos, otorgándoles significado (Fiske y cols., 1987 citado por Morales, 1994).

Sin embargo, a pesar de estas semejanzas entre la percepción de objetos y de personas, las diferencias son importantes y pueden sintetizarse del siguiente modo según Morales y colaboradores (1994):

1. Las personas son percibidas como agentes causales y los objetos no, o dicho de otra manera, los seres humanos tenemos intenciones de control sobre el medio que nos rodea. Esto explica por qué el factor engaño tiene una importancia fundamental en la percepción de personas, mientras que es prácticamente irrelevante en la percepción de objetos. El perceptor sabe que los objetivos y deseos de la persona percibida influyen en la información que presenta de sí misma, lo que unido a la ambigüedad que tiene gran parte de la información, hace que el perceptor se implique en un proceso activo, intentando descubrir cómo la persona percibida realmente es, o cuáles son sus verdaderas intenciones (Morales y cols., 1994).
2. Las otras personas son semejantes a nosotros, lo cual nos permite realizar una serie de inferencias que no podemos realizar en el caso de los objetos. Así, todos tenemos una idea de cómo se siente una persona cuando está triste, cuando le suspenden un examen o cuando le dan una buena noticia, porque

nosotros hemos vivido esas experiencias o similares. Sin embargo, salvo como licencia poética, nadie atribuye sentimientos a los árboles, a las ciudades o a las plantas, y nos resulta mucho más difícil saber cómo se siente un animal cuando le maltratan que saber cómo se siente otra persona. De manera inevitable, la percepción social implica al propio Yo (Morales y cols., 1994).

3. La percepción de personas suele darse en interacciones que poseen un carácter dinámico. Generalmente, cuando percibimos a otra persona somos a la vez percibidos. Nuestra mera presencia, el hecho de sentirse observado o el contexto, pueden hacer que la otra persona maneje la impresión que quiera causarnos, presentando o enfatizando ciertas características y omitiendo otras. Además, las expectativas o percepciones respecto a la persona que percibimos influyen en nuestra conducta hacia ella; esta conducta, a su vez, puede influir en la respuesta que la persona percibida emita, cerrando de esta manera una especie de círculo vicioso (Morales y cols., 1994).
4. La percepción de personas es, generalmente, más compleja que la percepción de estímulos físicos, pues las personas solemos tener muchos atributos cruciales que no son observables a simple vista, cambiamos con frecuencia más que los objetos, y la exactitud en la percepción social es más difícil de comprobar (Morales y cols., 1994).

Grupo

Un grupo social es un todo dinámico o un sistema social delimitado que oscila desde una unidad compacta, la cual puede diferir en el grado de intimidad y de organización de sus miembros, hasta una masa imprecisa o grupo social a amplia

escala, cuyos componentes y otras subpartes se encuentran definidos no tanto por las similitudes entre ellos, sino por la experiencia compartida por sus miembros de un destino común dentro del grupo considerado como un todo (Rabbie y Lodewijkx, 1996 citado por Salazar, 1997).

Según Bleger (1980) (citado por Guillén y Guil, 2001) “un grupo es un conjunto de individuos que interactúan entre sí compartiendo ciertas normas en una tarea”. Así se puede enumerar un sin número de definiciones de grupo, sin embargo, para extraer notas fundamentales para la constitución científica del concepto de grupo se enumeran los siguientes aspectos: a) Un grupo está formado por dos o más personas las cuales; b) comparten ciertos contenidos y sentimientos que forman la cultura común del grupo: normas, objetivos, sistemas de comunicación, afectos, prejuicios entre otros; c) interactúan entre sí, bien de forma directa, bien a través de intermediarios mientras; d) trabajan haciendo progresar al grupo en pos de un objetivo conocido y aceptado por todos o la mayoría de los miembros, por lo que; e) tienen una permanencia temporal medible al menos en función del logro del objetivo. De hecho, los grupos como todo ser vivo tienen una evolución vital y mueren cuando, una vez logrados los objetivos diseñados, pierden su razón de ser, no obstante, ésta no es una norma absoluta.

Según Riviere (citado por Schvarstein, 1995) “un grupo es un conjunto restringido de personas que, ligadas por constantes de tiempo y espacio y articuladas por su mutua representación interna, se proponen en forma explícita o implícita una tarea que constituye su finalidad, interactuando a través de complejos mecanismos de asunción y adjudicación de roles”.

Existe un grupo social allí donde las personas que lo conforman mantienen entre sí unos contactos duraderos, tienen conciencia de pertenecer al grupo y poseen una estructura que le da continuidad, aunque alguno o algunos de los miembros desaparezcan. En los grupos los sujetos satisfacen la necesidad de relaciones personales y sociales, se sienten identificados con otros sujetos en diversas facetas con lo cual adquieren seguridad en sí mismos (Rojas, 2000).

Los grupos reales se basan en el proceso objetivo del intercambio de actividad, se forman para lograr objetivos comunes, para unir los esfuerzos que se requieren en una actividad conjunta. Para ser grupo real, los individuos que hacen parte del mismo deben poseer y comprender el objetivo motivador de la actividad, tener ciertos conocimientos, habilidades y hábitos necesarios para la actividad grupal, los cuales se consolidan en la experiencia, así como el deseo y los medios para mantener y expresar la unidad de grupo. En el grupo real, mediante las relaciones psicológicas se hacen posibles opiniones, valoraciones y toma de decisiones, permite la comunicación entre los miembros, a partir de lo cual necesariamente surge una unidad emocional. En relación con la interacción de los miembros del grupo, se habla de grupos orgánicamente estructurados o constituidos (formales) y grupos orgánicamente no constituidos (informales) (Rojas, 2000).

Ambiente físico de grupo. La comprensión de los grupos no puede hacerse considerándolos como entes abstractos que funcionan en el vacío. Los grupos están ubicados en un entorno, con el que mantienen relaciones recíprocas de forma que son influidos por su ambiente, pero también hacen intentos por controlarlo. Aparte de la

vertiente física, el entorno comprende una dimensión social y temporal (Levine y Moreland, 1990 citado por Rodríguez, 1997).

Ahora bien, se debe considerar que los grupos también están inmersos en una realidad, que es una construcción intersubjetiva, que como base tiene un comercio de símbolos, en los cuales se encuentran visualizados los sueños, los deseos, las expectativas y el modo como una comunidad ha descubierto enfrentarse al medio que le rodea y consecuentemente ha creado un mundo (Sandoval, 1997).

Respecto al entorno físico se han estudiado distintos aspectos y dimensiones, si bien en la mayoría de las investigaciones ha existido un sesgo individualista intentando analizar la influencia que el espacio físico tiene en el comportamiento de la persona y obviando cualquier otro tipo de análisis de carácter grupal. Esto resulta incorrecto, ya que en la mayoría de los casos el entorno es compartido por el grupo para la realización de alguna tarea compartida, y es así mismo evaluado de forma conjunta por el grupo, que a través de comparaciones sociales, determina el grado de satisfacción que determinadas condiciones del entorno proporcionan a sus miembros, del mismo modo que efectúa evaluaciones conjuntas respecto a otras condiciones de su trabajo (si el salario es justo, el trabajo interesante, etc.) (Rodríguez, 1997).

Al respecto es importante señalar la huella del hombre y de su cultura en la organización del espacio. El espacio refiriéndose a lugares, zonas y regiones, donde se arraiga un grupo de personas desarrollando sus costumbres, sus contextos culturales y sus identidades, mostrando un apego al medio en que habitan, al cual vuelcan sus creencias y sus formas de vida; así como también, existe la tendencia en el ser humano a dejarse influir por los valores y las percepciones de los demás, pero

las personas no son máquinas pasivas a la hora de relacionarse con su propio entorno.

Los grupos disponen de diferentes medios para controlar su ambiente, como son: realizar una ubicación selectiva, siempre que su capacidad de movilidad se lo permita, buscando en cada momento el ambiente más agradable relacionado con circunstancias especiales o periodos temporales cíclicos; a cometer cambios que les permita adecuar y mejorar el ambiente o espacio físico; y realizar valoraciones e interpretaciones favorables de su ambiente (Rodríguez. 1997).

Los paradigmas construidos por una comunidad en relación con su experiencia mundana influyen directamente en la construcción del espacio vital, entendiendo como espacio, el campo vital psicológico que no es algo en lo que está un sujeto sino, una construcción efectiva en cada momento, y por tanto, fruto de una actividad psíquica del individuo en tanto que es ser social (Sandoval, 1997).

El territorio resulta una cuestión especialmente relevante, en cuanto puede satisfacer importantes necesidades del grupo, como son: proteger pertenencias y otros recursos valiosos, proporcionar mejores condiciones en las que el grupo pueda realizar sus actividades, otorgar un sentido de privacidad, permitir controlar las interacciones sociales, facilitar la cohesión de grupo y permitir expresar su propia identidad social. No es extraño, por tanto, que numerosos conflictos entre grupos tengan su raíz en un problema de territorio (reclamación de un territorio usurpado, delimitación y defensa de fronteras comunes, etc.), sobre el que se quieren hacer valer algunas de las anteriores razones (cuestión estratégica de los recursos disponibles, significado de ese territorio para el grupo, etc.). La ocupación continua y regular por parte de un grupo de un lugar

determinado, el uso exclusivo de esa zona, regulando el acceso a la misma, y la realización de actividades psicológicas centrales, dota a ese espacio de una especial significación para el grupo (de carácter simplemente funcional, motivacional, o evaluativo) y puede acarrear diferentes consecuencias, como una dependencia del mismo (Rodríguez. 1997).

El territorio se relaciona con todas las actividades de la vida de un grupo, y entre ellas la del trabajo. La eficacia de los grupos y equipos de trabajo puede estar seriamente comprometida por la inexistencia de territorios, o la asignación de espacios inadecuados. Para que los grupos puedan desarrollar un trabajo eficaz, atendiendo tanto a sus demandas de relación externa como interna, resulta necesario cumplir determinadas exigencias Sundstrom y Altman, (1989 citado por Rodríguez, 1997): a) un ajuste entre los límites del propio grupo respecto a la organización a la que pertenece, esto es establecer el correspondiente grado de integración / diferenciación; b) un control territorial por parte del propio grupo sobre el territorio que tiene asignado, y c) la existencia de dispositivos ambientales que faciliten el control de esos límites.

Dinámica de grupos. La dinámica de grupos, es el estudio de la conducta de grupo, en especial de las interacciones que se producen entre los miembros de grupos pequeños relacionados entre sí en el desempeño de funciones sociales. El término fue introducido por el psicólogo Kurt Lewin, que creó en 1945 el Centro de Investigación sobre Dinámica de Grupos en el Instituto de Tecnología de Massachussets (MIT), Estados Unidos. La conducta de grupo afecta a numerosos aspectos de la vida y es producto de nuestra cultura o civilización. La dinámica de grupos estudia la estructura y el funcionamiento de los grupos sociales y los diferentes tipos de roles que adoptan

sus miembros. Estos roles son flexibles y pueden variar cuando se modifican sus objetivos o actividades (Sánchez, 2002).

Al respecto, cabe anotar que en este sentido la representación social ocupa un lugar fundamental en tanto que tiene como función la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos. Como tal, es una de las actividades gracias a la cual, los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambio. En resumen, las representaciones sociales son sistemas que tienen una lógica y un lenguaje particulares, una estructura de implicaciones que se refieren tanto a valores como a conceptos, con un estilo de discurso que le es propio, en las que siempre no se habla únicamente de algo sino de alguien, grupo o individuo de quien es propia la representación (Mascovisi, 1979, citado por Rodríguez y Sánchez, 1998).

Comunicación en el Grupo. La comunicación es un proceso en el que intervienen distintos elementos, por una parte están las personas, que se sintetizan en las figuras del emisor y el receptor que continuamente intercambian sus papeles. También existe un contenido de la comunicación, un mensaje en un determinado código y a través de un determinado medio o canal. Todo ello se realiza en un contexto, en un ambiente que impregna todo el proceso (Guillén y Guil, 2001).

La principal función de la comunicación en los grupos es ser la base sobre la que se sustenten las relaciones sociales. Además cumple funciones específicas para cada uno de los elementos integrantes del proceso comunicativo y, desde luego, tiene un destacado papel como motor de la evolución y el cambio de los sistemas sociales (Guillén y Guil, 2001).

Dentro del análisis de las comunicaciones de grupo han puesto de manifiesto la existencia de redes, es decir, de unas estructuras de relaciones que se establecen en el interior de las comunicaciones de grupos. La imposición de una red de comunicación a un grupo determinado, ejerce influencia sobre su eficacia para la resolución de problemas. La diferencia principal se registra en las redes centralizadas y en las descentralizadas. La dirección y la magnitud de dichos efectos son modificadas por las siguientes variables: el tipo de tarea por realizar, ruido, difusión de la información, personalidad del miembro del grupo en cuestión y el tipo de experiencia adquirida antes por los miembros del grupo en relación con los diversos tipos de redes de comunicación (Blon, 1979 citado por Rodríguez, 1995).

Las estructuras de comunicación centralizadas, son aquellas donde un elemento determinado tiene mayores oportunidades de comunicación con los demás; las redes de comunicación descentralizadas difieren de estas, puesto que la comunicación entre los miembros del grupo no presenta este tipo de restricción (Rodríguez, 1995).

Por otro lado, la comunicación persuasiva, como la más destacada forma de comunicación eficaz, es desde la perspectiva psicosocial aquella destinada a conseguir un cambio de actitud en el receptor del mensaje. Precisamente, cuando se estudia el cambio de actitudes siempre se cita como el primero de los agentes de cambio a la información sobre el tema de que se trate. La persuasión es una forma especial de influencia social, nada parecida al poder y el ejercicio de la autoridad. En las situaciones de autoridad-obediencia, es la persona o institución con autoridad quien toma la decisión sobre la conducta que debe realizar el obediente. Si, por el contrario, se trata de influencia persuasiva, el emisor tiene la intención con respecto a

la conducta del emisor pero no toma la decisión, no ejerce acción de mando, no da una orden. Lo que hace es construir un mensaje persuasivo que influye sobre el receptor. Es este último, por tanto, quien toma la decisión acerca de la conducta que va a desarrollar, aunque la decisión no sería la misma si no hubiese recibido la información persuasiva, pero en definitiva, él es quien ha tomado la decisión (Salazar, 1997).

Este es, objetivamente descrito, el planteamiento de base a partir del cual se pueden hacer numerosas reflexiones y matizaciones, culturales, técnicas, psicosociales e incluso éticas. Teniendo en cuenta quién envía el mensaje a quién; los procesos persuasivos pueden agruparse en dos grandes categorías; mayoritarios o conformistas, en los que es una mayoría la que envía el mensaje y hace cambiar por el peso de su número; y minoritarios o innovadores; en este caso la minoría apoya su mensaje con tales elementos de convicción, seducción, persuasión, etc., que ejerce su influencia sin necesidad del apoyo cuantitativo que necesita la mayoría (Salazar, 1997).

Psicología Social del Trabajo

Ante la mentalidad moderna industrial, el trabajo aparece como un fenómeno pancultural y un factor clave de la experiencia humana. No solo, como un simple medio económico de satisfacer necesidades materiales, sino también como patrón regulador del intercambio de bienes y servicios, contexto fundamental de las relaciones sociales e interpersonales y eje vertebrador de la vida de las gentes y de los pueblos, de las ciudades y de las naciones (Blanch, 1989, citado por Alvaro, Garrido y Torregrosa, 1996).

Constituye también un principio básico de la organización del espacio-tiempo antropológicos (desde la planificación de los territorios locales y de las redes globales de la información y la comunicación hasta la del ciclo vital de los individuos y del tiempo cotidiano de las comunidades) y, en definitiva, un soporte básico del orden moral, económico, social, jurídico, político y cultural (Blanch, 1989, citado por Alvaro, Garrido y Torregrosa, 1996).

Funciones de la actividad laboral. Además de las estrictamente económicas, el trabajo tiene otras connotaciones, que dependen del entorno sociocultural. Las funciones del empleo pueden esquematizarse de la siguiente manera:

1. Económica: Vía de acceso al circuito de la producción-distribución-consumo de bienes y servicios necesarios para la supervivencia material (Blanch, 1989, citado por Alvaro, Garrido y Torregrosa, 1996).
2. Sociopolíticas: Medio de integración de la ciudadanía en la vida social y política y modo de prevención de tensiones, conflictos y contradicciones derivables de la dualización y la exclusión sociales. Factor de mantenimiento del Estado de Derecho, garante del ejercicio del derecho al trabajo y del deber de trabajar, soporte fundamental del Estado Social, redistribuidor del bienestar financiado por la actividad económica, canalización de los recursos humanos de la comunidad para el desarrollo económico y social (Blanch, 1989, citado por Alvaro, Garrido y Torregrosa, 1996).
3. Psicosociales: Instrumento para el logro de la autonomía financiera, social, ideológica y moral, organización del tiempo cotidiano (en función de las jornadas, semanas, años y vida laborales), eje vertebrador de la actividad personal y

familiar, de sus estructuras, ritmos, rutinas y rupturas, fuente de roles, estatus, poder, prestigio, reconocimiento e identidad sociales, facilitación, ampliación y regulación de experiencias compartidas y de interacciones sociales que trascienden los ámbitos familiar y vecinal, contexto para la socialización secundaria y la consiguiente asunción personal de valores, normas y criterios morales organizacionales, oportunidad para la participación, afiliación e inserción en grupos laborales, ocasión para el desarrollo de aspiraciones, expectativas, actitudes, conductas, proyectos y realizaciones profesionales, marco de experiencias emocionales y de cogniciones autorreferenciales subyacentes a situaciones de logro, control y eficacia, percepción de utilidad social y de cumplimiento de un deber moral, aprendizaje y despliegue de conocimientos, destrezas y habilidades sociales y profesionales, entorno privilegiado para la autorrealización profesional y la expresión personal, motivo de compromiso con metas organizacionales y punto de articulación de proyectos individuales y colectivos, experiencia de sentido de la vida y de acontecimientos existenciales positivos (Blanch, 1989, citado por Alvaro, Garrido y Torregrosa, 1996).

Significado de la experiencia de trabajar. Cada grupo social construye y reproduce las significaciones de las experiencias que establece como relevantes. Es por ello que la acción de trabajar entraña connotaciones que se extienden a lo largo de los más diversos continuos bipolares (maldición-bendición, esclavitud-emancipación, alineación-realización) y que la hacen susceptible de ser vivida como castigo, vocación, derecho, deber, valor de cambio o de uso, instrumental o final. (Blanch, 1989, citado por Alvaro, Garrido y Torregrosa, 1996).

Por su parte, los individuos, socializados en sus respectivas matrices culturales, confieren significación concreta a su experiencia laboral, atendiendo, por un lado, a los valores y normas socialmente prescritos y relativamente anclados en su personalidad y, por otro, en factores situacionales, tanto del macro contexto socioeconómico, jurídico político y organizacional como del microentorno inmediato y específico. Entre éstos, figuran el estatus laboral (empleo, subempleo, lumpemempleo, desempleo...) y en situación de empleo - las características del puesto su categoría y la adecuación de su rango al de la propia cualificación profesional, el contenido de la tarea, las condiciones contractuales y salariales, las oportunidades de promoción, etc. (Blanch, 1989, citado por Alvaro, Garrido y Torregrosa, 1996).

Procesos Psicosociales y Espacios Físicos

El acto de la relación social puede ser entendido como el acto de llenar un espacio. La relación entre dos (o más) personas es una relación susceptible de ser analizada como la relación entre dos puntos en el espacio. El espacio que resulta de una interacción tiene un valor como señal informativa para los participantes en la relación y, al mismo tiempo, como señal comunicativa sobre la relación misma. De esta forma, se puede hablar del espacio que se crea en la relación y del espacio que se produce para relacionarse. Un buen ejemplo lo constituyen las aportaciones de un libro clásico sobre el análisis descriptivo de las formas de relación social. Hall, define esta dimensión como “la dimensión oculta de la relación, aquella que no es objeto de intencionalidad consciente, pero tiene un alto contenido expresivo sobre el mundo de los actores y sobre la propia relación” (Morales y cols., 1994).

Normalmente, todos pensamos que las conductas que realizamos son las que están

planeadas. Todos pensamos en la fuerza de nuestros criterios de planificación previamente diseñados. Sin embargo, constantemente podemos observar cómo las acciones que realizamos están más influidas por el escenario en el que actuamos que por nuestras propias metas e intenciones elaboradas previamente. He aquí una de las consecuencias de la ecología del comportamiento.

Según Morales y colaboradores (1994) “Se da más importancia a la estimulación social que a la estimulación física. Sin embargo, nos damos cuenta de que actuamos de manera diferente ante las mismas personas, con las mismas intenciones, cuando el escenario o sus segmentos cambian”. “El espacio que nos rodea no es sólo el mero continente de la acción; es también el lugar que se crea con la acción. Acción y espacio son dos dimensiones cuya existencia es inimaginable desde un punto de vista lógico si no se consideran en relación”.

El conjunto de las influencias del medio sobre el individuo sobrepasa la capacidad analítica de las ciencias sociales. Pero el actual corpus de conocimiento nos permite comprender y detectar algunos de los efectos que las condiciones ambientales tienen sobre la vida cotidiana de los individuos y sobre el mundo de sus relaciones sociales (Morales y cols., 1994).

En la actualidad el psicólogo social puede encontrarse con que, habiendo pasado de largo del debate de las ideologías, se centra la discusión social sobre los problemas relacionados con la calidad de vida. El renacimiento de actitudes ideológicas, como por ejemplo el racismo, no aparece en abstracto, sino en situaciones en las que un territorio es ocupado por personas diferentes. Este fenómeno puede obtenerse al analizar las relaciones entre un asentamiento chabolista y el resto de barrios de una

ciudad. Desde este punto de vista pueden analizarse también los esquemas de relación social que aparecen en el grupo de personas que son realojadas en un nuevo barrio urbano (Morales y cols., 1994).

Cualquiera de nosotros puede preguntar o preguntarse qué haría en una situación en la cual otra persona de manera no prevista iniciara una serie de comportamientos que supusieran una amenaza a su territorio delimitado. Probablemente, la previsión de su respuesta fuera la de comportamientos enérgicos de evitación o defensa del propio territorio. Sin embargo, cuando en una situación natural se realiza esta experiencia, se muestra el elevado grado de tolerancia que la gente tiene frente a las situaciones de invasión del espacio personal (Morales y cols., 1994).

Gran parte de la experiencia acumulada por los sujetos a lo largo de su existencia está relacionada con un lugar. Los acontecimientos, los rostros de personas, las situaciones, las palabras que conforman las vivencias de los sujetos tienen un locus. Durante mucho tiempo se ha pretendido analizar la acción de los sujetos separadamente del lugar en el que esta acción ocurre. Con frecuencia se ha olvidado que los lugares anclan las vivencias de los sujetos, definen sus contenidos y ayudan a reconocer y a recuperar esas mismas vivencias. Las circunstancias de la acción de los sujetos forman parte de la misma experiencia de los sujetos; los acontecimientos y situaciones, los rostros y las palabras ayudan a definir contextos, pero también el lugar en el que esto ocurre define el significado de los acontecimientos y situaciones, los rostros y las palabras. El significado que para los sujetos tiene un contenido (por ejemplo, la relación con otra persona), cualquiera que sea éste, depende también del lugar en el que ocurra (Morales y cols., 1994).

La presencia efectiva o inmediata, así como la presencia diferida del lugar, inciden en la actividad del sujeto. Muchos ejemplos podrían mencionarse de la capacidad determinante del lugar en la acción de una persona y, en general, en el funcionamiento y desempeño psicológico. La capacidad evocadora que un factor ambiental (color, forma, tamaño, configuración y otros) tiene de una experiencia pasada para el sujeto es un buen ejemplo de la importancia que dicha experiencia tiene para la planificación de la acción. Cuando después de un largo tiempo una persona vuelve al lugar donde, por ejemplo, vivió durante su infancia, todos los elementos de la vida social probablemente hayan cambiado; el espacio probablemente también. Algunos de los elementos de éste que aún perviven se convierten en penetrantes elementos informacionales que hacen emerger sentimientos y emociones; todavía reviste mayor importancia el hecho de que ese lugar es, para el sujeto que lo recupera, algo más que lo que en la actualidad es: se trata de un territorio cargado de significación. De esta forma, el lugar en sí, o aspectos particulares de él, adquiere un valor para el sujeto ajeno a sus características reales del momento particular en el que el sujeto lo experimenta. En este tipo de situaciones, el psicólogo descubre el lugar, el espacio, como un conjunto de elementos de alta significación personal. Lo que para un mero visitante es una casa abandonada, se convierte, por ejemplo, para otro sujeto en un recurso para recordar actos, rostros, situaciones. Para él, es otro lugar, es el lugar de algunas de sus pasadas experiencias (Morales y cols., 1994)

Que el espacio sea un territorio donde se ancla la experiencia de relación social de un sujeto no quiere decir únicamente que el espacio sea un recurso inductor de estados emotivos. Tomando en consideración un ejemplo: se puede descubrir la

importancia de la dimensión emocional en la relación sujeto-ambiente. Cuando una persona, después de una larga espera, consigue por fin una ansiada casa se encuentra con un espacio hecho, un continente que debe ocupar. La tarea de ocupar o llenar el continente se realiza confrontando los juicios que el sujeto tenga sobre ese lugar. Y los juicios, en este caso, surgen de la confrontación de dos universos de alcance diferente: por una parte, sus esquemas previos sobre la casa ideal y, por otra, el espacio tal y como sus recursos, el arquitecto y los constructores han permitido que sea. El sentimiento consecuente de placer o disgusto, de entusiasmo o desolación, determinará decisivamente el proceso ulterior de satisfacción o rechazo del lugar así como su experiencia ulterior. El significado personal del lugar, el grado en el que éste se adecua a sus necesidades y metas, determina no solo la relación futura del sujeto con el espacio, sino la totalidad del universo futuro del propio sujeto. También en este caso es fácil darse cuenta de que el espacio es algo más que el lugar que envuelve al sujeto. Es un ámbito que el sujeto evalúa en función de los recursos que le permiten actuar y planear su acción; es un ámbito en el que el sujeto planea desenvolverse. En el mismo sentido, el ambiente es un territorio emocional: sugiere sueños o provoca pesadillas; desata ilusiones o reduce las expectativas (Morales y cols., 1994).

Espacio y Territorio Humanos

Según Canter, (1979 citado por Granada, 2002) “A diferencia de la concepción biológica del territorio y del comportamiento territorial en animales o del biologismo (extrapolación analógica de tales términos al campo del comportamiento humano), la Psicología Ambiental ha retomado esos conceptos pero los ha ubicado en un contexto analítico diferente: estudia territorios y lugares humanos dentro de marcos socio -

culturales - políticos – tecnológicos”. De esta manera, superando la explicación centrada en lo instintivo o en la supervivencia del grupo o la especie, Altman, (en Fischer, 1997 citado por Granada 2002) lo define como un “área geográfica, ocupada (pero también invadida o visitada) por una persona o grupo y que soporta una o varias funciones, como trabajo, ocio, mercado; generalmente implica apropiación y personalización del lugar (cuyas formas de apropiación y marcaje pueden variar con la cultura) y la exhibición de fronteras interpersonales (nuevamente, cuya significación se liga a factores culturales) que ejercen funciones de control recíproco”

En este sentido, el comportamiento territorial del sujeto está altamente socializado, en la medida que no depende exclusiva ni directamente de las propiedades físicas de un lugar sino también de sus atribuciones simbólicas integrando percepciones, conocimientos y valoraciones acerca del significado y uso del sitio, las formas de protección de objetos o zonas; lo que no implica posesión legal de un espacio sino una presencia independiente de la propiedad en el sentido jurídico, expresada por señales como el acotamiento (Granada, 2002).

El territorio se categoriza en: el territorio primario es un lugar ocupado de manera estable y claramente identificado como propio. Está controlado por unos ocupantes que se encuentran allí por un tiempo prolongado; éste es el caso, por ejemplo, de la vivienda o del despacho personal en el trabajo. Este tipo de territorio asegura una función de intimidad; puede ser personalizado y experimenta toda intrusión como una violación. En estos territorios resulta evidente la identidad del propietario, la invasión o la intrusión de extraños constituye una agresión y el control de su acceso está fuertemente valorado. Los territorios primarios representan, pues, los soportes

esenciales de los procesos de regulación de fronteras interpersonales y de la identidad personal (Granada, 2002).

El territorio secundario es un lugar de menor dominio; es semipúblico o semiprivado y se rige por unas reglas más o menos claramente definidas, concernientes al derecho de acceso y uso. Se trata de un lugar relativamente controlado por los que allí se encuentran (bares, clubes, etc.) pero no son siempre las mismas personas las que lo ocupan en el mismo momento; es pues, objeto de un modo de apropiación cuyo control queda definido con más ambigüedad que el territorio primario (Granada, 2002).

El territorio público es un lugar temporalmente ocupado por una persona o por un grupo, en el que puede penetrar cualquiera y beneficiarse de los derechos de ocupación (bancos públicos, cabinas telefónicas...). Los comportamientos están regidos en gran parte por las instituciones, las normas y las costumbres. Estos territorios ofrecen un soporte relativamente débil a los procesos de regulación de las fronteras interpersonales: por ejemplo, si la disposición del espacio ofrece escasa intimidad, se puede recurrir a diversos expedientes para establecer unas distancias y regular las interacciones con los demás (Granada, 2002).

Dominio Territorial

Quien ocupa y considera propio un lugar desarrolla comportamientos que actúan como mensajes ante los demás: toma decisiones más autónomas sobre su sitio (cambio, supresión, introducción de objetos, colores...); actúa con más desenvoltura y seguridad, ya que puede evitar, inhibir o invitar a otros según las respectivas necesidades de intimidad, por ejemplo: quien siente que tiene un lugar puede asumir generalmente comportamientos más asertivos y a la vez adecuados cuando se

encuentra en el lugar de otro. En este sentido, no se debe confundir la sensación de poder que puede otorgar la posesión material, física, legal con la sensación de seguridad que proporciona la certeza psicológica de compartir, invitar o evitar sin invadir o ser invadido (Granada, 2002).

Esta expresión de territorialidad (defensa, extensión, marcaje o acotamiento de lugares) se observa más claramente en el caso de espacios considerados como privados (o primarios). Sin embargo, aun en los espacios públicos, donde el control es más difuso y menos legitimado, se puede detectar que personas o grupos asiduos a estos lugares los consideran, hasta cierto punto, como territorios propios, incluso conociendo que no hay posesión físico-legal y aun en el caso de que esa apropiación fuera provisional (Granada, 2002).

Organización de la Vida Cotidiana

Como lo ha señalado Edney (en Holahan, 1995, citado por Granada, 2002), sin espacio - territorio no habría lugares para los asentamientos humanos y la vida social resultaría imposible. Las actividades cotidianas implican muchas cadenas, simples y complejas, y sin el sentimiento y noción de territorialidad tales sistemas de comportamientos serían incontrolables e impredecibles. La economía psicológica, que implica la tríada actividad - sujeto- lugar, aun no ha sido bien ponderada. Así mismo y teniendo como horizonte una interacción adaptativa, la territorialidad coadyuva al desarrollo de "mapas cognitivos", es decir, a la representación y valoración de lugares, de las conductas esperables y de las transformaciones recíprocas que mueven fronteras rígidas o definen límites ambiguos. La capacidad de seleccionar, asumir y apropiarse de ciertos lugares dentro de un territorio definido permite una mejor

organización social y un intercambio relativamente equitativo entre los miembros de un grupo. Al respecto es conocido, intuitivamente por las víctimas de un desastre natural y quizá más sistemáticamente por los investigadores sociales, la trascendencia que tiene la organización, apropiación y usos de lugares y espacios por parte de los habitantes del "antiguo" lugar (lo que queda de él) o del "nuevo", lugar (a construir y no sólo a ocupar). Personas sin un sitio (digno, ¡además!) no pueden tener ni asumirse como seres con autoestima. En síntesis, además de constituirse en problema socio jurídico-cultural, la desterritorialización, en cuanto proceso sistemático de despojo de lugares (sea a través del método de amenazas matanzas, despojo por endeudamientos, enfrentamiento entre grupos o fuerza armadas...), es así mismo un problema de dignidad y salud mental social, no solo psicológico.

Necesidades Individuales Y Espacios Urbanos

Existe la necesidad de construir una ciudad adecuada a las necesidades de los pobladores. Esta frase puede resultar en extremo ingenua si no se ofrecen algunas de las orientaciones de intervención ambiental que se pueden extraer de la investigación en el campo de la Psicología ambiental. La ciudad es una trama donde se concentran intereses y posiciones divergentes. Además, esta trama abarca desde el espacio privado por excelencia (la vivienda) hasta los amplios espacios urbanos abiertos y, en fin, la totalidad molar del asentamiento urbano. Calles, plazas, parques y todo recurso espacial debe ser objeto de atención para corregir los déficit y problemas que plantea la nueva realidad urbana. Intervenir sobre la ciudad es uno de los recursos de mayor incidencia en el cambio social. Las propuestas sobre la reordenación de la ciudad son muy diversas y, en ocasiones, extraordinariamente divergentes. Las prioridades

incluyen tanto la modificación de aspectos funcionales como de aspectos que afectan al paisaje urbano (Zimmermann, 1998).

La intervención en la ciudad tiene dos aspectos fundamentales; el primero de ellos se refiere a la movilización de recursos espaciales nuevos para hacer frente a las necesidades, de las grandes concentraciones de población. El segundo de los aspectos consiste en la remodelación y renovación de espacios existentes (Zimmermann, 1998).

El primer elemento básico se centra en la necesidad de vivienda accesible. Como primera consideración debe mencionarse la necesidad de tener en cuenta no sólo la cantidad de recursos espaciales movilizados o renovados, sino también el tipo, la calidad y la necesidad que pretenden satisfacer. Diseñar casas es algo más que diseñar espacio: supone ordenar, estructurar pautas de vida social y condiciones de desenvolvimiento psicológico. La historia del urbanismo reciente está plagada de desastres en la planificación de la vivienda, de los que se debe aprender y que no deben ser por más tiempo ignorados (Zimmermann, 1998).

Además del problema de la ordenación y diseño de espacios residenciales, la planificación urbana debe centrarse en cuatro prioridades fundamentales: conservar y revitalizar los centros antiguos, promover la aparición de nuevos centros, prestar atención al diseño, equipamiento y configuración de espacios libres (plazas, parques) y redefinir sendas en el interior de la ciudad. El psicólogo ambiental no debe decir cómo han de ser las ciudades, pero sí definir aquellos elementos de la trama urbana que afectan al desempeño de los individuos y los efectos que tienen sobre la vida social (Zimmermann, 1998).

Desde el punto de vista desarrollado aquí, la intervención ambiental, que en la actualidad está orientada a combatir los síntomas de desajuste entre el individuo y el medio, debe centrarse en las causas primeras. Desde la perspectiva psicosocial, el objetivo de la intervención debe tener en cuenta las necesidades de los individuos en los escenarios urbanos. El diseño y la planificación, debe tener en cuenta la necesidad fundamental de diseñar espacios que actúen como válvulas de seguridad, con el fin de disminuir la presión que otros elementos de la trama urbana ejercen sobre los individuos, sus metas y sus planes de acción. Es necesario, pues, tomar como horizonte las motivaciones individuales muy constreñidas por la dinámica urbana (Zimmermann, 1998).

Psicología Social y Políticas Públicas

La adopción de unas determinadas políticas públicas es una cuestión de valores y de recursos disponibles; es decir, el que se desarrollen unas u otra políticas dependerá del juicio de valor colectivo acerca de lo que se considere que es más o menos deseable socialmente y, por tanto, de los criterios que sigan en el momento de establecer las prioridades de los recursos disponibles (Alvaro, Garrido y Torregrosa, 1996).

Toda política pública implica, en alguna medida, una redistribución de recursos, una transferencia de renta de unos agentes a otros. Y, como es obvio, tal acción redistributiva es siempre el resultado de un juicio de valor, nunca de una posición objetiva u objetivable sobre lo que es más deseable globalmente para la sociedad. La redistribución implica la mejora de alguien a costa de otros, quienes a través del sistema impositivo transfieren parte de sus rentas a aquellas personas que más lo

necesitan, a través de las políticas públicas que llevan a cabo las distintas Administraciones del Estado. Pero tal acto de solidaridad impuesta debería contar con la responsabilidad de aquellos que la reciben y con la efectividad de la Administración que la gestiona (Harris, 1987, citado por Alvaro, Garrido y Torregrosa, 1996).

En los tiempos de crisis es cuando la elaboración de las políticas públicas plantea, una mayor problemática porque es cuando se incrementan las situaciones que requieren mayores demandas de protección social y cuando la escasez de recursos se hace más visible y explícita. Por el contrario, cuando la economía está en fase de crecimiento, la redistribución de rentas en la que cristalizan esas políticas no será tan convulsiva para quienes ceden parte de sus rentas, las necesidades no serán tantas ni tan urgentes y los recursos disponibles serán, asimismo, mayores (Offe, 1990 citado por Alvaro, Garrido y Torregrosa, 1996).

Por ello, las políticas públicas en tiempos de crisis basculan en una tensión inevitable, pues, por una parte, son más necesarias, ya que se incrementan las situaciones de precariedad e insatisfacción y, por otra, plantean mayores dificultades desde el punto de vista distributivo y de la acumulación. Por consiguiente, antes de elaborar una determinada política pública, tendremos que haber definido el modelo de crecimiento a seguir que, bien puede estar basado en la desigualdad, en la acción igualitaria o en algún grado de solidaridad (Offe, 1990 citado por Alvaro, Garrido y Torregrosa, 1996).

En consecuencia, es la naturaleza del modelo de crecimiento elegido lo que determina el alcance y las posibilidades mismas de unas determinadas políticas públicas. Pues bien, en este marco es en el que nos planteamos qué papel

corresponde jugar a la Psicología Social y a los psicólogos sociales. A nuestro modo de ver el papel más satisfactorio a seguir sería aquel que permitiera, por una parte, el avance en el conocimiento y comprensión de los problemas sociales desde una perspectiva crítica y realista y por otra la introducción de elementos de razón y de solidaridad que ayudara a los políticos y técnicos en el proceso de elaboración y aplicación de las políticas públicas orientadas a resolverlos (Offe, 1990 citado por Alvaro, Garrido y Torregrosa, 1996).

Las políticas públicas en la actualidad son concebidas y aplicadas desde una orientación esencialmente descentralizada, lo cual requiere un mayor grado de flexibilidad en su elaboración e implementación (Inglehart, 1988, citado por Offe, 1990 en Alvaro, Garrido y Torregrosa, 1996), que les permite incorporar el cambio cultural tan profundo y rápido que se está viviendo y desarrollar potentes estrategias de negociación para mantener adecuadas relaciones con los múltiples actores implicados en sus diferentes roles y, por último, se habrán de desarrollar desde una sensibilidad mucho más honesta y eficiente con el fin de optimizar los recursos disponibles e incrementar el grado de credibilidad y de confianza ante los ciudadanos.

Desde el punto de vista de la Psicología Social Aplicada se han desarrollado a lo largo de las tres últimas décadas algunos modelos de intervención social: Psicología Comunitaria; redes de apoyo social y cultura cívica, a través de los cuales se va poniendo el énfasis en el papel preponderante que ha de desarrollar la sociedad; es decir, la participación ciudadana debe ser el principio inspirador básico en los procesos de elaboración e implementación de las políticas públicas en una sociedad mosaico madura y democrática (Vintró, 1995, citado por Alvaro, Garrido y Torregrosa, 1996).

METODOLOGÍA

Esta investigación se realizó a través de un enfoque cualitativo con base en un método fenomenológico, que se caracteriza por profundizar en el problema de la representación de la realidad; en este método lo importante es la descripción de la presencia del hombre en el mundo y a su vez la presencia del mundo en el hombre. Por ello se trabajó con base en un lenguaje descriptivo que tiene el propósito de hacer evidente la experiencia humana a través de la reflexión y así descubrir las formas genuinas y verdaderas de los propios pensamientos (Buendía, 1998).

La fenomenología está estrechamente relacionada con la hermenéutica, puesto que esta última, constituye una derivación o rama de la misma. La hermenéutica significa interpretación y como método de investigación parte de la tesis de que la experiencia vivida es esencialmente un proceso interpretativo, siendo que, la interpretación es comprender lo que ocurre en el contexto (Buendía, 1998).

Así también, para efectos de un mejor abordaje de la temática de investigación, se tomaron elementos del método etnográfico, puesto que éste se interesa por describir y analizar comunidades para explicar las creencias y prácticas del grupo investigado, con el objeto de descubrir los patrones o regularidades que surgen de la complejidad (Buendía, 1998). La intención y mira más lejana de un estudio etnográfico es contribuir en la comprensión de sectores o grupos poblacionales más amplios que tienen características similares a las del grupo de estudio (Martínez, s/a).

Por otra parte, para realizar el análisis descriptivo de la información se utilizó una matriz categorial, que contuvo categorías deductivas, permitiendo ordenar la información de una manera más detallada (Bonilla y Rodríguez, 1995).

Matriz Categorial

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	PREGUNTAS ORIENTADORAS
Percepción social frente al propio Grupo	Ambiente físico de grupo.	<ul style="list-style-type: none"> a. ¿Cuáles eran las características físicas del anterior sitio de trabajo? b. ¿Cuáles son las características físicas del actual sitio de trabajo? c. ¿Cuál era la distribución del espacio físico en su anterior sitio de trabajo? d. ¿Cuál es la distribución del espacio físico en su actual sitio de trabajo? e. ¿Cuál era el uso del espacio físico en su anterior sitio de trabajo? f. ¿Cuál es el uso del espacio físico en su actual sitio de trabajo? g. ¿Cómo era el sentido de pertenencia de los vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander hacia su anterior lugar de trabajo? h. ¿Cómo es el sentido de pertenencia de los vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander hacia su actual lugar de trabajo? i. ¿Cómo se realizó el proceso de desalojo de los vendedores

		<p>la antigua plazoleta Santander sobre la política municipal relacionada con la recuperación del espacio público?</p> <p>d. ¿Cómo influyen las experiencias previas con los estamentos gubernamentales en la credibilidad del grupo frente a las alternativas propuestas para su reubicación?</p> <p>e. ¿Qué estrategias tienen los vendedores para acceder a la información sobre el desarrollo del proceso de desalojo y reubicación de su sitio de trabajo?</p> <p>f. ¿Cómo perciben los vendedores estacionarios de la antigua plazoleta Santander los procesos de comunicación entre sus representantes y la Administración Municipal?</p> <p>g. ¿Consideran los vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander que los estamentos gubernamentales tienen en cuenta sus peticiones y propuestas ante el proceso?</p>
<p>Percepción social frente al grupo de los vendedores del</p>	<p>Ambiente físico de grupo</p>	<p>a. ¿Cuál es la percepción social de los vendedores de la antigua plazoleta Santander, frente a las</p>

<p>centro comercial de ventas populares la 16.</p>	<p>Dinámica de grupo</p>	<p>condiciones físicas del lugar de trabajo de los vendedores del Centro Comercial de Ventas Populares la 16?</p> <p>b. ¿Cómo perciben los vendedores estacionarios de la antigua plazoleta Santander, el sentido de pertenencia de los vendedores del Centro Comercial de ventas Populares la 16 hacia su lugar de trabajo?</p> <p>a. ¿Cuáles son las estrategias que utilizan los vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander, para acceder a la información sobre el proceso de reubicación de los vendedores informales de la calle 17?</p> <p>b. ¿Qué información poseen los vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander sobre el proceso de reubicación y la situación actual de los vendedores del Centro Comercial de Ventas Populares la 16?</p> <p>c. ¿Cómo percibe el grupo de vendedores estacionarios de la antigua plazoleta Santander el</p>
--	--------------------------	---

		<p>impacto que ha generado la reubicación en los antiguos vendedores informales de la calle 17?</p>
--	--	---

Diseño

El proceso de investigación, se realizó en tres grandes momentos, a saber: un primer momento destinado a la definición y exploración de la situación pasando por el trabajo de campo; un segundo momento, que se encaminó a la recolección y organización de la información y un tercer momento, en el que se efectuó la interpretación de los datos obtenidos articulados siempre a los objetivos de la investigación que constituyeron el punto nodal de la misma, siendo que todos y cada uno de los momentos del proceso investigativo, al igual que los instrumentos utilizados guardaron una estrecha relación entre sí, permitiendo considerar esta investigación no como un proceso constituido por elementos aislados, sino, por elementos que se retroalimentaron permanentemente entre sí.

Es importante resaltar que éste fue un diseño flexible, sujeto a las posibles transformaciones relacionadas con los requerimientos del proceso investigativo, con esto, se pretendió lograr una visión más integral de la situación problemática a investigar.

Participantes

La unidad de análisis para esta investigación, estuvo conformada por los comerciantes informales de la ciudad de Pasto y la unidad de trabajo por hombres y

mujeres de diferentes edades del grupo de vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander quienes actualmente están situados en la calle 18 con carrera 20 (antiguas instalaciones de Transipiales).

La selección de informantes claves y típicos se realizó teniendo en cuenta los siguientes criterios: a- vendedores que tengan representatividad dentro del grupo, b- vendedores que hayan vivenciado todo el proceso de desalojo y reubicación de su sitio de trabajo, c- vendedores que sean directamente afectados por el proceso de desalojo y reubicación, por ser el comercio informal su única fuente de trabajo, d- vendedores que conozcan el proceso de desalojo y reubicación de los vendedores informales que estaban ubicados en la calle 17.

Técnicas e Instrumentos

En el contexto de la investigación cualitativa y de acuerdo al enfoque fenomenológico determinado para esta investigación, la observación participante fue la técnica más importante, ya que consiste en la observación del contexto desde la participación no encubierta y no estructurada de las investigadoras, se realizó desde la inmersión de éstas en el contexto proporcionando descripciones de los acontecimientos, las personas y las interacciones que se observan, así como también, las vivencias, la experiencia y la sensación de la persona que observa. El registro de las observaciones se realizó en diarios de campo, los cuales se convirtieron en una herramienta primordial en el momento de analizar la información recolectada, puesto que, permitieron acceder a ésta de una manera directa, clara y precisa.

Otra técnica que se utilizó fue la entrevista (individual y a grupos focales), muy útil para indagar el problema y comprenderlo, se recurrió a la entrevista semiestructurada

con guía donde la investigadora había definido un conjunto de preguntas y estaba en libertad de formular o dirigir las de la manera que creyera conveniente, garantizando que la información obtenida de los entrevistados sea la misma. La guía de entrevista sirvió como marco referencial a partir del cual se plantearon temas puntuales del estudio, posibilitando un proceso de recolección más sistemática y por lo tanto facilitando el manejo de la información; se utilizaron preguntas abiertas con el fin de poder indagar sobre diferentes aspectos tales como experiencias o comportamientos, opiniones, sentimientos, conocimientos y sensaciones, permitiendo al entrevistado responder en sus propios términos (Bonilla y Rodríguez, 1995).

Así también, se requirió de guías de salida de campo, las cuales fueron susceptibles a cambios o ajustes según el desarrollo del proceso de la investigación, sin dejar a un lado los objetivos principales, éstas permitieron establecer un cronograma de actividades y se constituyeron en una estrategia para visualizar el curso de la investigación, el cumplimiento parcial o total de los objetivos y los vacíos o deficiencias que debían abordarse en las siguientes salidas, estas guías, fueron acompañadas de diarios de campo que permitieron el registro tanto de las actividades realizadas para recolectar información como de las percepciones subjetivas de cada investigadora u otros comentarios que se consideraban pertinentes (Bonilla y Rodríguez, 1995).

Se utilizó grabadoras y cintas magnetofónicas, para registrar completamente y en detalle la información suministrada por las diferentes fuentes.

Por otro lado, para realizar el análisis descriptivo de la información, se diseñaron taxonomías, que son clasificaciones más detalladas de los datos contenidos en las subcategorías y determinan relaciones entre los datos obtenidos.

La triangulación de la información sirvió como herramienta para la evaluación de la consistencia de los hallazgos de la investigación, mediante la contrastación de la información obtenida a través de las observaciones de las investigadoras, quienes al apoyarse en la información proveniente de informantes distintos y recolectada por medio de diferentes estrategias, buscaron reducir la presencia de sesgos en la interpretación y así aumentar la confiabilidad y validez en la recolección de los datos.

RESULTADOS

La investigación tiene como categorías deductivas, la percepción social de los vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander frente a su propio grupo y su percepción social frente al grupo de los vendedores del centro comercial de Ventas Populares la 16, y como subcategorías deductivas: ambiente físico de grupo, estructura de grupo y dinámica de grupo; a las que corresponden preguntas orientadoras necesarias para estructurar tales subcategorías.

El resumen de resultados que se presentan a continuación es una compilación de la información más representativa, por cuanto es la que presenta un mayor consenso en entrevistas realizadas con informantes claves y típicos, entrevistas a grupos focales y en las observaciones participativas de las investigadoras, lo cual permite lograr una visión totalizante de la percepción social que tienen los vendedores estacionarios frente al proceso de desalojo y reubicación de los vendedores informales en la ciudad de Pasto y esta organizada de acuerdo a la matriz categorial planteada.

Teniendo en cuenta el largo proceso de desalojo y reubicación del sitio de trabajo de este grupo de vendedores en particular, se ha tomado el proceso en tres etapas hasta el momento: la primera consistió en la reubicación de los vendedores en una esquina dentro de la misma plazoleta Santander; la segunda en a reubicación temporal en la calle 18 y la tercera en la reubicación en su actual sitio de trabajo.

Percepción social frente al propio grupo.

Ambiente físico de grupo

El ambiente en todas sus vertientes es un factor que ejerce una gran influencia

sobre la vida psíquica de una persona, aún más en un determinado grupo social que comparte un lugar. Hay que tener en cuenta que las características del ambiente en el desarrollo de la personalidad del individuo son a veces decisivas, por tanto la información que a continuación se presenta es importante para establecer el ambiente en el cual se ha desarrollado todo el proceso de desalojo y reubicación de este grupo y la influencia que ha tenido sobre los aspectos psicosociales del mismo.

Características Físicas del Anterior Sitio de Trabajo

Primera etapa: ambiente físico inadecuado debido a la demolición de los edificios que existían en ese sitio, lo que originó:

Contaminación ambiental : mal olor, polvo, ruido excesivo.

Hacinamiento

Segunda etapa:

Condiciones ambientales favorables

Amplitud de la zona.

Características Físicas del Actual Sitio de Trabajo

Consideran un ambiente físico inadecuado debido a:

Inadecuadas condiciones sanitarias debido a que cuentan con un solo baño que se encuentra en malas condiciones.

En un principio la falta de un techo adecuado los llevó a montar un techo provisional con carpas construidas en diferentes tipos de plástico, material no apropiado, puesto que no permite la circulación de las aguas lluvias.

En la actualidad, debido a lo inadecuado del lugar, los vendedores construyeron un techo con hojas de zinc y guaduas como soportes, sin embargo esta adecuación no soluciona todos los inconvenientes de las instalaciones físicas del lugar.

Inadecuada ventilación del lugar.

No cuentan con una bodega para el almacenamiento de su mercancía, por lo cual han tenido que optar por el arrendamiento de bodegas aledañas, lo que implica que diariamente deben pagar para el transporte de su mercancía del sitio de trabajo a la bodega respectiva y viceversa.

Hacinamiento

Distribución del Espacio Físico en el Anterior Sitio de Trabajo

Primera etapa:

Distribución del espacio es de 1,20 m² aproximadamente por cada puesto.

100 puestos.

El número de puestos constantes aumenta o disminuye de acuerdo a la temporada.

Segunda etapa: se conservan las anteriores condiciones.

Distribución del Espacio Físico del Actual Sitio de Trabajo

En total existen 110 puestos de trabajo.

El espacio por cada puesto de trabajo es de 1,20 m² aproximadamente.

Número de puestos constantes aumenta o disminuye de acuerdo a la temporada.

Uso del Espacio Físico en el Anterior Sitio de Trabajo

Primera etapa:

Venta de cobijas, sábanas y ropa de cama en general

Venta de calzado

Venta de ropa informal para niños, jóvenes y adultos

Segunda etapa: se conservan las mismas condiciones.

Uso del Espacio Físico en el Actual Sitio de Trabajo

Venta de cobijas, sábanas y ropa de cama en general

Venta de calzado

Venta de ropa informal para niños, jóvenes y adultos

Sentido de Pertenencia de los Vendedores hacia su Anterior Sitio de Trabajo

Primera etapa:

El promedio de años que los vendedores laboraron en este sitio de trabajo fue de 10 años aproximadamente.

Es considerado por ellos como el mejor sitio de trabajo, puesto que el estar situado cerca del CAI les brindaba un cierto grado de seguridad ante la delincuencia del lugar.

Existía mayor movimiento de posibles compradores (transeúntes).

Poseían clientela fija constituida por los empleados de la empresa de transporte aledaña y los trabajadores sexuales del sector.

Segunda etapa:

Lo consideran como un lugar estratégico para las ventas, dicen “ese fue un lugar mejor para el trabajo, era más central y todos teníamos la misma oportunidad de vender, nos libramos de los malos olores y el polvo de la demolición que ya estaba causando enfermedades”.

Existía una exposición constante a los transeúntes.

Todos tenían la misma probabilidad de vender, teniendo en cuenta que la ubicación de los puestos les permitía estar expuestos a la observación de los transeúntes que se constituían en la población potencial de compra.

Mayores ingresos.

Sentido de Pertenencia de los Vendedores hacia su Actual Sitio de Trabajo

Los vendedores estacionarios han laborado durante aproximadamente 2 años en este sitio de trabajo.

A pesar de las malas condiciones físicas, ambientales y de seguridad que presenta este lugar, los vendedores consideran que este sitio aún están expuestos al antojo del transeúnte, lo cual les asegura mayores ventas de las que podrían tener dentro de un centro comercial, al que según su percepción, “ingresarían únicamente las personas que van directamente a comprar”.

La mayoría de este grupo ha trabajado en las mismas condiciones durante su trayectoria como vendedores, lo que les ha permitido obtener el sustento de su familia.

El hecho de que ese sitio haya sido asignado por parte de la Administración municipal como el sitio donde se construirá el centro comercial en el cual laborarán y podrán hacerse acreedores del local, ha llevado a que los vendedores se apropien del sitio puesto que consideran que la clientela ya los conoce y los ubica, de tal forma que les asegura mayores ingresos, al respecto dicen “estamos contentos de que nos dejen trabajando aquí, porque ya todos nos conocen y hemos recuperado alguna de la clientela fija que teníamos”; “este lugar ya es como si fuera de nosotros, lo vamos a defender por encima de todo”.

Proceso de Desalojo de los Vendedores Estacionarios

Primera etapa: consistió en el desalojo de los vendedores de su área total de la Plazoleta Santander, hacia un espacio más pequeño dentro de la misma plazoleta, debido a la preparación del terreno para la construcción de la Plaza del Carnaval; lo cual originó descontento por parte de los trabajadores debido a:

Demolición de los edificios aledaños.

Menores ventas después de la demolición.

Traslado de las empresas aledañas que se constituían en clientela fija.

Menores ingresos

Segunda etapa: consistió en el desalojo de la Plazoleta Santander hacia la calle 18 para lo cual se utilizaron actividades como:

Reuniones entre delegados de la Alcaldía, los presidentes de los sindicatos, Secretaria de Gobierno y la Subsecretaria de Gobierno.

Reuniones entre delegados de la Alcaldía y vendedores en general.

Reuniones entre líderes sindicales y socios

Como resultado de estos encuentros se acordó la realización de la Minga del 5 de mayo de 2003, para lo cual los informantes comentan que “se distribuyeron chapolas en las que se nos da información acerca del rumbo que está tomando y fechas de futuras actividades para la reubicación temporal en la calle 18, se realizaron además reuniones con Cámara de Comercio, ACOPI, FENALCO, Defensoría del Pueblo”.

A este encuentro asistieron 14 alcaldes. Se demolió la última casa en pie ubicada en el lote de la futura Plaza del Carnaval. Hubo orquesta y comida. Los que querían trabajar ese día podían hacerlo en el andén del frente. Ese día fueron a trabajar pocos vendedores, los demás se encontraban participando de la actividad.

Tercera etapa: radicó en el desalojo de la calle 18 hacia su actual sitio de trabajo ubicado en la calle 18 con carrera 20 esquina (antiguas instalaciones de Transipiales). Este proceso se llevó a cabo por parte de representantes de la alcaldía municipal en forma adecuada puesto que se concertaron las condiciones de su traslado previamente con los vendedores.

Proceso de Reubicación de los Vendedores Estacionarios

La primera reubicación se llevó a cabo con el traslado de los vendedores hacia la esquina de la plazoleta (calle 18 con carrera 21) implicando:

Daño de la mercancía por el polvo.

Alteraciones de la salud a causa del polvo y el mal olor (proveniente de las aguas negras) por la demolición de edificios que existían en este sitio.

La Plazoleta Santander antes de la demolición les brindaba seguridad.

Hacinamiento por la reducción significativa del espacio que ocupaban.

Debido a que se encontraban en el mismo sitio de trabajo, no hubieron reacciones de inconformidad por parte de los vendedores, puesto que a pesar de los inconvenientes el lugar todavía les ofrecía ciertas garantías, con respecto a esta situación los vendedores expresan: “allí todavía estábamos expuestos constantemente al antojo de los transeúntes”.

La segunda reubicación de los vendedores consistió en el traslado hacia la calle 18 entre carreras 21 y 22 realizada el 8 de mayo de 2003, generó una reacción positiva por parte del grupo puesto que.

Se constituyó en un sitio estratégico de ventas.

Mayor movimiento de posibles compradores (transeúntes).

Todos tenían la misma probabilidad de vender debido a la ubicación de puestos de ventas a lo largo de la calle.

En un principio se dejó la organización de los puestos en manos de los presidentes de sindicatos, presentándose inconvenientes para la distribución de los puestos en la calle 18, ya que, los vendedores según sus propias palabras “queríamos quedar establecidos como estábamos anteriormente”; “poco acuerdo entre presidentes de los sindicatos, pues ellos tienen intereses particulares”; “los presidentes quieren una ubicación favorable (tanto en el sitio de reubicación temporal como en el permanente), por sus acciones realizadas ante este problema”.

Además, se hizo evidente la falta de estrategias para la organización por parte de los delegados de la Alcaldía Municipal, que ante los sucesos ocurridos tuvieron que tomar el manejo de la reubicación.

Se optó como solución a los inconvenientes presentados, organizar los puestos de trabajo según el número que tenían asignado en el anterior sitio.

“Hubo gente que quedó inconforme con la ubicación de los puestos, porque pensaba que esa ubicación era menos favorable”. Los vendedores percibían que los lugares cercanos a la iglesia La Merced eran los más favorables, les afectaba la separación de sus compañeros de trabajo y la cercanía a vendedores con los que tenían conflictos.

Además las reacciones del comercio formal de ese sector céntrico de la ciudad, no fueron favorables, aludían que se estaba violando su derecho al trabajo, la ubicación de los vendedores informales obstaculizaban el tránsito de clientela, ofrecían mercancías a más bajo precio y por ende las ventas se redujeron considerablemente. Al respecto los vendedores comentan: “existía el miedo de que el Banco de La República y Chávez León nos pongan tutela por nuestra presencia en este lugar y perder ese buen lugar de venta”.

También se sintieron afectados por la reacción de la ciudadanía: “hay gente que no está de acuerdo con que hayamos sido reubicados en ese sitio, decían que le dábamos mal aspecto a la ciudad, obstaculizando el tráfico”.

La tercera reubicación de este grupo de vendedores se realizó de la calle 18 hacia el actual sitio de trabajo ubicado en la calle 18 con carrera 20 esquina (antiguas instalaciones de Transipiales) generando que:

La se llevó a cabo ninguna resistencia durante el proceso de reubicación realizado por la alcaldía, puesto que se presentaron pocos problemas en el proceso de ubicación de los puestos, debido a que la alcaldía había organizado previamente la asignación de estos, teniendo como criterio el número del puesto que tenían los vendedores en la Plazoleta Santander .

Sin embargo, existió inconformidad de los vendedores debido a que existe un menor movimiento de posibles compradores (transeúntes), pues aunque, aumenta en temporadas como mayo, la temporada escolar y la navideña, el sitio no es el más óptimo para las ventas en comparación con los anteriores sitios de reubicación que han tenido.

En este lugar no todos tienen la misma probabilidad de vender, puesto que algunos puestos de trabajo, son poco visibles a los posibles compradores.

La poca publicidad que tuvieron al principio de la reubicación, no ha permitido que los vendedores sean localizados por sus antiguos clientes.

Teniendo en cuenta que el sitio de reubicación fue cambiado, los vendedores esperan una reubicación temporal mientras se construye el centro comercial en este sitio. Los posibles sitios de reubicación serían: un sector de la Plaza del Carnaval o las instalaciones del parqueadero ubicado frente al Teatro Gualcalá.

Estructura de grupo

En la sociedad actual, es cada vez más frecuente la conformación de grupos de personas que tienen un objetivo común, en este caso en particular el grupo esta orientado a las ventas, por lo tanto, para poder entrar a competir dentro del mercado

laboral con otros grupos similares, han tenido que buscar una forma de organización, la cual los represente y respalde.

Población del Grupo de Vendedores Estacionarios

La población total de vendedores estacionarios esta conformada por 80 propietarios de puestos de ventas.

La mayoría de los vendedores de este grupo son provenientes de la Plazoleta la Merced y los vendedores ambulantes de la calle 18.

Los requisitos para tener un sitio de trabajo, son: ser mayor de 18 años, pagar el impuesto anual a la Alcaldía por la escarapela, pertenecer a un sindicato.

Pertenece a estratos 1, 2, 3 y 4. De los cuales: el 38.8% perteneces al estrato 1, el 35.1% al estrato 2, el 22.22% al estrato tres y un 2.77% al estrato 4.

El horario de trabajo de mayor frecuencia entre los vendedores es el de 8 a. m a 7 p. m. todos los días.

El 83.33% de la población de vendedores de este grupo está constituido por mujeres y el restante 16.67% por hombres.

La mayoría de la población se ubica en un rango de edad entre los 30 y 40 años con un 41,67% de la población, seguido de 27.78% que se encuentran entre los 20 y 30 años de edad.

Un 52.8% de la población ha cursado estudios primarios, un 38.8% realizó estudios secundarios y un 8.4% no ha realizado estudio alguno.

La mayoría de la población de vendedores de este grupo es oriundo de la ciudad de Pasto (58.33%), un 22.22% provienen de Ancuya y el 19.45% restante provienen de Samaniego, Ipiales, Cali, Sapuyes y Córdoba.

El estado civil de mayor frecuencia entre los vendedores es soltero con un 50%, seguido de un 25% perteneciente a casado, de un 16.67% en unión libre y un restante 8.33% corresponde a viudo y separado.

El 30.55% de los vendedores tiene una persona a cargo, un 27.78% tienen tres personas a cargo, un 25% tiene dos personas a cargo, siendo estos porcentajes los más significativos.

Para la mayoría de los casos el ingreso económico de las ventas es el único sustento de toda la familia.

El 77.8% de los vendedores son propietarios de sus puestos de trabajo, el 13.9% comparten la propiedad del puesto con un familiar y el 8.3% no son propietarios.

En la mayoría de los casos (91.66%) los puestos de trabajo son atendidos por sus propietarios.

El 72.22% de la población manifiestan tener familiares que trabajan como vendedores informales, de los cuales el 55.54% trabajan en el mismo sitio. El 16.67% en un sitio diferente y el 27.78% restante no tienen familiares que estén vinculados con el comercio informal.

En algunos de los casos los vendedores estacionarios son propietarios de más de un puesto de ventas.

Organización Formal existente en el Grupo de Vendedores Estacionarios

Existen 4 sindicatos:

Sindicato de Vendedores Ambulantes de Nariño (Sinvatenar)

Pequeñas Mercancías

Mercaderes Asociados

Mercancías Varias

La única presidenta que está permanentemente en el sitio de trabajo es la del sindicato de Sinvatenar.

La mayoría de los vendedores pertenecen al sindicato Sinvatenar.

Estructura Informal Existente en el Grupo de Vendedores Estacionarios

Los lazos que se establecen dentro de los sindicatos como estructuras formales no los consideran como lazos afectivos, sino como un medio para mantener el respaldo legal en el grupo.

Se establecen vínculos de amistad dentro de este grupo teniendo en cuenta la cercanía de los puestos de venta y afinidad en gustos, creencias y opiniones.

Otro tipo de vínculos que se hacen evidentes dentro del grupo son las relaciones familiares, teniendo en cuenta que existen personas de una misma familia como propietarios de puestos de ventas.

Se ha organizado un grupo de madres cabeza de familia con el fin de conseguir recursos para el cubrimiento de las necesidades básicas de sus hijos mientras ellas trabajan.

Dinámica de grupo

La forma como los integrantes del grupo interactúan es la principal característica que determinará la dirección del grupo, en cuanto a la consecución de sus objetivos, por lo tanto, aspectos como: quienes los dirigen, la unión de los integrantes, la forma de comunicarse, entre otros, son fundamentales para el funcionamiento de este grupo social.

Principales Características Psicosociales del Grupo de Vendedores Estacionarios

Mediante la información suministrada por los informantes claves y típicos, se logró identificar que las principales características psicosociales que se presentan en este grupo son: persuasión, liderazgo, cohesión de grupo y toma de decisiones.

Persuasión: esta característica se hace evidente en el proceso de comunicación que utilizan los dirigentes de los diferentes sindicatos de vendedores que existen en el grupo, donde el propósito de su texto persuasivo es convencer a sus afiliados de algo referente al proceso que se está adelantando y lo consiguen apelando a sus sentimientos, expresando valores éticos, mostrando credibilidad, ganando confianza, halagando al receptor del mensaje o recalcando las cualidades de lo que se está hablando.

Liderazgo: de esta característica hacen uso los dirigentes de los sindicatos, al igual que ciertos miembros del grupo, encontrando que: algunos de los presidentes y dependiendo de factores situacionales como el tipo de actividades que se van a

realizar, la urgencia de una decisión por tomar, etc. ejercen un liderazgo autoritario, imponiendo una idea preconcebida sin tomar en cuenta muchas veces las sugerencias de los demás, mientras que algunos de los miembros del grupo que sin ejercen ningún cargo dentro del sindicato tratan de establecer ambientes determinados en función de un liderazgo democrático, permitiendo que cada uno de las personas que conforman este grupo expongan sus opiniones al respecto.

Cohesión de grupo: esta característica se manifiesta, en situaciones que requieran de la unión de todos para la consecución de propósitos comunes y en actividades que impliquen el esfuerzo y trabajo en conjunto como por ejemplo la minga donde todos participaron de igual manera y una rifa que realizaron con el fin de conseguir los recursos para construir el techo en hojas de zinc. Además los vínculos afectivos que se establecen en este grupo, al igual que el sentido de pertenencia al mismo, permiten que exista una mayor cohesión. Actualmente, consideran que existe mayor unión en el grupo, puesto que se hace evidente mayor colaboración, cooperación y disposición de los integrantes del grupo en la solución de diferentes situaciones que se les presenten, ya sean, relacionadas con el proceso de reubicación o personales. Al respecto manifiestan “cuando alguno de nosotros tenemos algún problema sobre todo económico, la mayoría nos reunimos y nos ayudamos, por ejemplo formamos una cadena y nos prestamos la plata por turnos, para poder surtir y con eso mismo pagar lo que nos presten”.

Toma de decisiones: la dinámica de este proceso depende de las tareas o actividades que se tengan que realizar, así como también, del tipo de relaciones

sociales o interpersonales que se establezcan dentro del grupo, la manera de comunicarse predominante y la forma de organizarse para realizar cierta actividad que maneje el mismo. Existen situaciones en las que los distintos sindicatos son los llamados a intervenir en su solución, principalmente la junta directiva de estos. Ante problemas o dificultades de tipo personal o económico, los vendedores involucrados realizan una lluvia de ideas acerca de las posibles soluciones y acogen la que sea más factible para ellos, refiriéndose a esto los vendedores manifiestan “sobre cosas que sean de todo el grupo, son la junta del sindicato los que por lo general toman la decisión, porque nosotros solo nos reunimos una vez al mes y hay cosas que tienen que decidirse rápido, en cambio cuando alguno de nosotros tiene un problema tratamos de unirnos para ayudarlo”.

Consecuencias del Proceso de Desalojo y Reubicación sobre la Dinámica Intragrupal

Teniendo en cuenta que este grupo de vendedores estacionarios ha sido objeto de continuos procesos de desalojo y reubicación se han generado diferentes tipos de consecuencias como:

Una comunicación escasa entre el grupo.

Cada presidente informa solamente a sus asociados.

Los vendedores mejor informados son los pertenecientes al sindicato Sinvatenar.

Tras la nueva reubicación de la calle 18 a el actual sitio de trabajo, las relaciones entre el grupo en general han mejorado, ya que, se ha incrementado la cohesión en el grupo. Sin embargo, aún predominan los intereses personales como lo manifiestan

algunos de los entrevistados “siguen buscando su propia ganancia, sobretodo por parte de los presidentes quienes buscan su beneficio.”

Han mejorado las relaciones entre los dirigentes de los diferentes sindicatos, debido a que han estado en continuo contacto teniendo en cuenta, el largo proceso de reubicación que se esta llevándose a cabo con este grupo.

Se presenta mayor unión para solicitar que se mejoren sus condiciones de trabajo “Cuando hay problemas que de una u otra manera nos afectan a nuestro grupo como por ejemplo cuando solicitamos plásticos y varas para construir los techos de los puestos, el grupo se une”.

Percepción Social de los Vendedores sobre la Política Municipal de Recuperación del Espacio Público

Los vendedores estacionarios conocían de antemano (desde antes que comenzaran las demoliciones para la construcción de la plaza del carnaval) las políticas de recuperación del espacio público, en las que se contemplaba el desalojo de su sitio de trabajo.

Los vendedores son concientes de que por ley deben desocupar los espacios que son de uso público para toda la comunidad.

Sin embargo los vendedores consideran que las actuales condiciones de pobreza y desempleo han convertido a las ventas ambulantes en la única alternativa para el sustento de sus familias, por lo tanto necesitan una alternativa de trabajo que tenga en cuenta las características particulares del grupo.

Influencia de Experiencias Previas con Estamentos Gubernamentales

Existía mayor credibilidad en el anterior alcalde quien cumplió con la mayoría de compromisos que asumió con el grupo, como otorgar escarapelas a todos los vendedores del sitio, adquirir el lote para la construcción del centro comercial y dejar funcionando el proyecto para que la nueva administración le dé continuidad.

A pesar de que se sabe de la existencia del lote, se duda de la fecha exacta en que se llevará a cabo la reubicación, puesto que la actual construcción está fuera del cronograma establecido.

Existe poca aceptación de los delegados de la Alcaldía, puesto que han existido inconvenientes y diferencias con algunos vendedores en la concertación para reubicación de sus puestos de trabajo en los diferentes sitios. Al respecto manifiestan “los delegados siempre llegan a imponernos cosas que no nos favorecen para nada, como en la calle 18 que trataban de situarnos según ellos creían que era mejor, favoreciendo a algunos, sobretodo a los presidentes de los sindicatos que cogieron los mejores lugares que estaban cerca de la Iglesia La Merced”

El fracaso que se ha dado en la recuperación del espacio público de la calle 17 ha afectado la credibilidad en los agentes gubernamentales, puesto que, el espacio público que se pretendía recuperar con la reubicación de los anteriores vendedores de esta calle al Centro Comercial de Ventas Populares La 16, no ha dado el resultado esperado, puesto que ha sido invadido nuevamente por el comercio informal.

En la actualidad existe desconfianza en la administración municipal, lo que se hace evidente, en comentarios como: “los alcaldes siempre nos prometen cosas pero

siempre las dejan a medio hacer, si es que hacen alguna cosa”, debido a que no ha existido contacto frecuente con el Alcalde.

“Los delegados de la anterior alcaldía venían a hablar directamente con nosotros, lo que nos venían a comunicar era que en ningún momento es intención del gobierno atropellarnos, que se construirá el centro comercial para brindarnos un lugar digno y justo de trabajo y que una vez construido se encargaran de hacer publicidad a través de los medios de comunicación”.

El cambio de dirigentes en la administración municipal ha hecho que los líderes del grupo busquen la firma de actas de compromiso que les sirvan como “recurso legal” ante la nueva dirección del municipio.

Estrategias de Comunicación Utilizadas por el Grupo

Dentro del grupo los vendedores acceden a la información de diferentes maneras: a través de reuniones con los presidentes de los sindicatos, a través de conversaciones entre compañeros de trabajo y a través de medios de comunicación como la prensa, televisión y especialmente la radio.

La comunicación con respecto al proceso de reubicación es limitada.

Cada presidente informa sólo a sus asociados,” los que más fácilmente se informan, son los socios de Sinvatemar, puesto que la presidenta está permanentemente en el sitio de trabajo”.

Tal como lo menciona uno de los informantes: “Los que no pertenecemos a Sinvatemar debemos de esperar a las reuniones especiales para obtener información más clara del proceso mientras tanto la manera más fácil de obtener información es

por medio de las charlas entre nosotros los compañeros y lo que escuchamos en los medios de comunicación prensa, radio, televisión”.

Los vendedores manifiestan el interés por estar al tanto del proceso que se está llevando a cabo, lo que se ve reflejado en: “la mayoría de los vendedores de esta plazoleta nos interesamos por mantenernos informados acerca de todo lo que está sucediendo, si ya no obtenemos información por parte de líderes nos la rebuscamos, generalmente la obtenemos a través de nosotros mismos”.

Percepción de la Comunicación entre los Estamentos Gubernamentales y los Presidentes de los Sindicatos

Existió comunicación permanente con la anterior administración, puesto que se hacían reuniones constantes entre presidentes de los sindicatos y los delegados de la alcaldía, para evaluar el proceso e informar acerca de los adelantos que se han llevaban a cabo.

Se busca llegar a acuerdos que permitan prevenir problemas que se han suscitado en las reubicaciones, tales como inconformidad de los vendedores y disputas por la ubicación del puesto de trabajo.

Los vendedores manifiestan que sólo han tenido un encuentro con el Alcalde municipal de este periodo, sin embargo, esta situación poco les afecta pues, consideran que la anterior administración municipal dejó el proyecto planteado y los recursos necesarios (el lote y el presupuesto) para que se ejecute.

Consideración de los Vendedores Estacionarios de cómo los Entes Gubernamentales Toman en Cuenta de sus Peticiones y Propuestas ante el Proceso.

“Desde una protesta que realizamos que la llamamos no a la reubicación silenciosa, los delegados del gobierno han estado mas pendientes de nosotros, están más dispuestos a hablar y a tener en cuenta nuestras propuestas”.

Los vendedores consideran en primer lugar, que si se toma en cuenta su derecho a estar informados y a la toma de decisiones, lo cual se hace evidente en las reuniones abiertas que se han dado entre los sindicatos y la Alcaldía.

Además consideran que sí se escuchan y evalúan sus propuestas, por ejemplo la propuesta que plantean de que su actual sitio de trabajo se convierta en un centro de ventas permanente para ellos, que si bien no seria un centro comercial adquiriría las características de un “mercado de las pulgas” con mejores condiciones físicas, tales como techos, bodegas, baños y puertas corredizas que garanticen la seguridad de sus mercancías. Ante la cual los delegados de la administración del momento se mostraron receptivos, proponiendo estudiarla.

Consideran que los estamentos gubernamentales, están más dispuestos a hablar y a tener en cuenta sus propuestas. “los delegados del gobierno están mas pendientes de nosotros después de los problemas que se presentaron con los del centro de ventas populares de la 16”.

Los vendedores manifiestan creer más en la anterior administración, puesto que su propuesta de crear el centro comercial en las instalaciones del actual sitio de trabajo fue aceptada y reestructurada, ofreciéndoles mejores condiciones físicas. Se trata de

la construcción de un edificio de una planta, con módulos conformados por cuatro puestos de venta con un frente visible para cada uno, en donde podrán dejar ubicada y guardada su mercancía. En lo referente a los plazos para comenzar a pagar el local, solicitan que se les otorguen cinco años muertos, es decir, sin el pago de servicios públicos, administración y cuota del local, no obstante, estas condiciones están por definirse, al igual que el costo total del local.

Percepción Social Frente al Grupo de los Vendedores del Centro Comercial de Ventas Populares La 16.

Ambiente Físico de Grupo

Los vendedores del Centro Comercial de Ventas Populares La 16 se constituyen en un grupo de vendedores estacionarios el cual ya fue reubicado permanentemente, aspecto que los convierte en un referente para el grupo objeto de estudio, el cual está atravesando un proceso similar, por lo tanto, es importante establecer las percepciones que el grupo de vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander tengan sobre el ambiente físico de este grupo, teniendo en cuenta que éste es un elemento fundamental en las acciones de los grupos sociales.

Percepción Social de los Vendedores de la Antigua Plazoleta Santander Frente a las Condiciones Físicas del Centro Comercial de Ventas Populares La 16.

Existe una mala distribución del espacio físico en cuanto al diseño del edificio por cuanto, los vendedores lo manifiestan de la siguiente manera: “los locales son pequeños, mientras que en el centro han dejado un espacio muy grande, sobre todo en el piso de abajo”.

Las oportunidades de venta no son equitativas, según las expresiones de los vendedores estacionarios: “mientras que los locales de la primera planta son más visitados por los clientes, al segundo piso y sobre todo a los locales del fondo, nadie los visita”.

No existe diversificación de artículos ya que, casi en todos los locales se vende la misma mercancía: “en los locales de la entrada se encuentra todo lo que ofrecen los locales del centro comercial”.

Consideran que los locales son pequeños con respecto al valor que les fue asignado. (\$ 10.000.000).

El centro comercial ofrece mayor seguridad para la clientela, puesto que en la calle 17 se presentaban muchos robos a los transeúntes.

Percepción de los Vendedores Estacionarios de la Antigua Plazoleta Santander, sobre el Sentido de Pertenencia de los Vendedores del Centro Comercial de Ventas Populares La 16 hacia su Sitio de Trabajo

Existe inconformidad en los vendedores reubicados por:

“Los vendedores del Centro Comercial de Ventas Populares La 16, no están conformes con su actual sitio de trabajo, ya que sus ventas han disminuido considerablemente, afectándolos económicamente para mantener a su familia, además esta situación no les permite contar con los recursos para la compra del local y el pago de los servicios”.

El grupo no considera que la reubicación de los vendedores de la calle 17 haya servido para la recuperación del espacio público de la ciudad, ya que el espacio público que antes ocupaban, ha sido invadido nuevamente, lo que los coloca en

desventaja respecto a los nuevos vendedores informales que se han ubicado en esta calle, al ofrecer sus mismos productos a más bajos precios, lo que se refleja en sus comentarios: “para qué los sacaron de allí, si dejaron que otros que no tienen permiso cogieron esos lugares y les va mejor porque hay mayor clientela y están vendiendo lo mismo y más barato”.

No se realizó una previa capacitación que implique la apropiación de estrategias de venta para incursionar en el comercio formal, considerando que si bien, el centro comercial está bien ubicado geográficamente, no es considerado como el lugar óptimo para los productos que allí ofrecen.

Los vendedores de la antigua Plazoleta Santander consideran que los vendedores reubicados están haciendo un mal uso de los locales, puesto que, prefieren mantener cerrado el local a permitir que otra persona que ofrezca otra clase de mercancía lo pueda adquirir diversificando los artículos que ofrecen, de lo cual opinan: “allá se ve egoísmo y no acreditan el local, porque lo mantienen cerrado y no dejan que otro vendedor lo abra y ofrezca otra clase de mercancía y así darle vida a ese centro comercial, ni siquiera se preocupan por la decoración o acomodar su mercancía en forma que llame la atención de la gente”.

Dinámica de Grupo

Es importante conocer las percepciones que los vendedores de la antigua Plazoleta Santander establecen sobre la influencia que el proceso de recuperación del espacio público ha tenido sobre la dinámica de el grupo de ventas populares La 16, siendo que

es un grupo que actualmente pertenece al comercio formal como consecuencia de este proceso.

Estrategias de los Vendedores Estacionarios de la Antigua Plazoleta Santander, para Acceder a la Información sobre el Proceso de Reubicación de los Antiguos Vendedores Informales de la Calle 17 en el Centro Comercial de Ventas Populares La 16

Obtienen información a través de los medios de comunicación: prensa, radio y televisión.

A través de conversaciones informales con sus compañeros de trabajo.

A través de conversaciones informales con vendedores del Centro Comercial de Ventas Populares La 16., constituyéndose este medio como una fuente primaria de información.

Información que Poseen los Vendedores Estacionarios de la Antigua Plazoleta Santander sobre el Proceso de Reubicación y Situación Actual de los Vendedores del Centro Comercial de Ventas Populares La 16.

Se presentó mucha resistencia por parte de los vendedores informales de la calle 17, a ser trasladados al centro comercial.

No todos los vendedores de la calle 17 fueron reubicados en el centro comercial.

La mayor parte de los vendedores reubicados pertenecen a un solo sindicato.

Se han incumplido los acuerdos a los que se habían llegado entre entes gubernamentales y los vendedores, principalmente a lo que respecta a los años muertos para el pago del local, los cuales fueron reducidos.

El pago de servicios públicos y vigilancia que iba a ser subsidiado por la Alcaldía durante cierto tiempo, ahora es responsabilidad directa de los vendedores, quienes no cuentan con el capital suficiente para asumir estos costos, lo cual para ellos, se está convirtiendo en una creciente deuda.

Los vendedores del Centro Comercial de Ventas Populares La 16, consideran que no ha habido un acompañamiento continuo con respecto a la publicidad del centro comercial.

No se sienten capacitados para asumir el cambio de ser un vendedor informal que trabaja en las calles, y que está al antojo del transeúnte, a ser un vendedor formal responsable de un local y de atraer a la clientela.

Los vendedores del Centro Comercial de Ventas Populares La 16 están inconformes por el hecho de que la calle 17 ha sido invadida por nuevos vendedores informales, ante lo cual los entes gubernamentales no han tomado medidas. Esta situación representa menores ingresos para los vendedores del centro comercial.

Percepción de los Vendedores Estacionarios de la Antigua Plazoleta Santander frente a la Reubicación en el Centro Comercial de Ventas populares La 16 de los Antiguos Vendedores de la Calle 17.

Para este grupo, la situación actual de los vendedores del centro comercial de ventas populares la 16, es difícil, porque según la información suministrada por los informantes claves, se han incumplido ciertos acuerdos a los que se había llegado para la reubicación en este centro comercial, tales como:

El recorte de los años muertos para pagar el local.

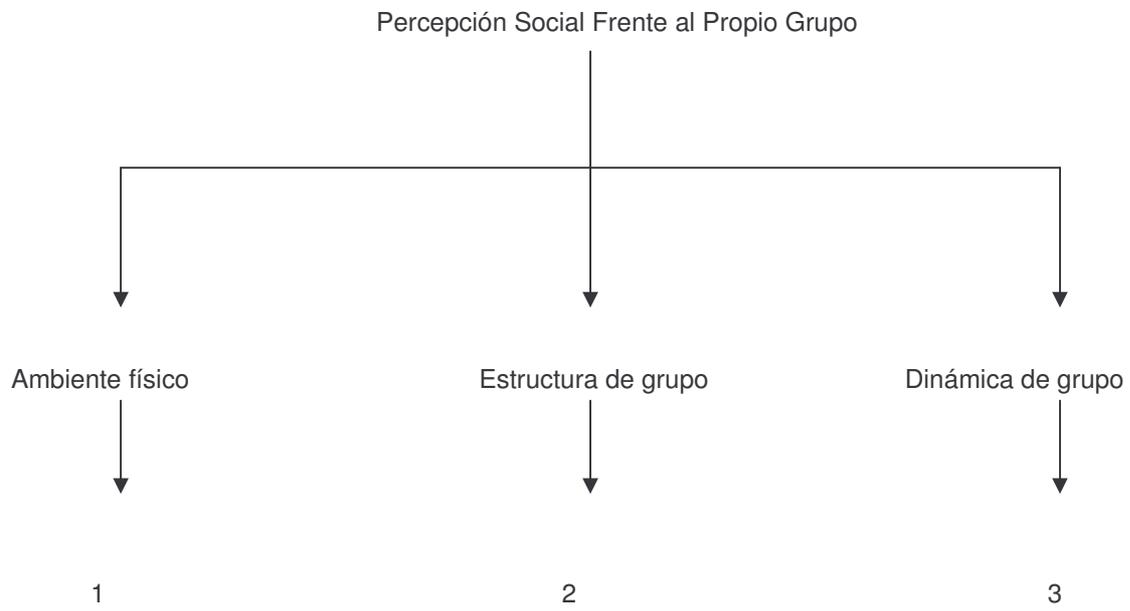
El recorte del plazo acordado para empezar a pagar los servicios públicos del centro comercial (agua y luz), el pago de administración y el pago de vigilancia.

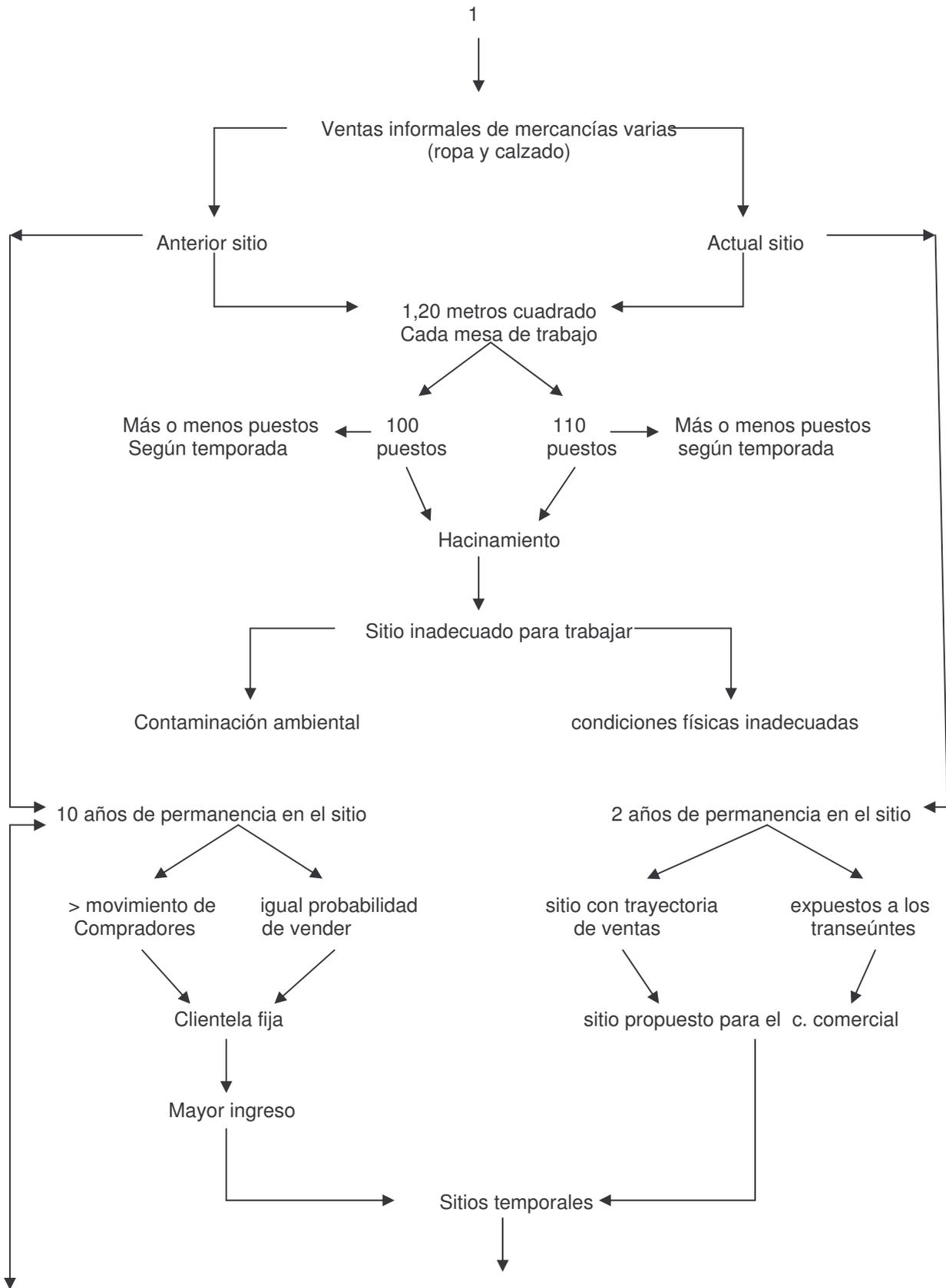
Adicionalmente atribuyen la difícil situación por la que atraviesan a:

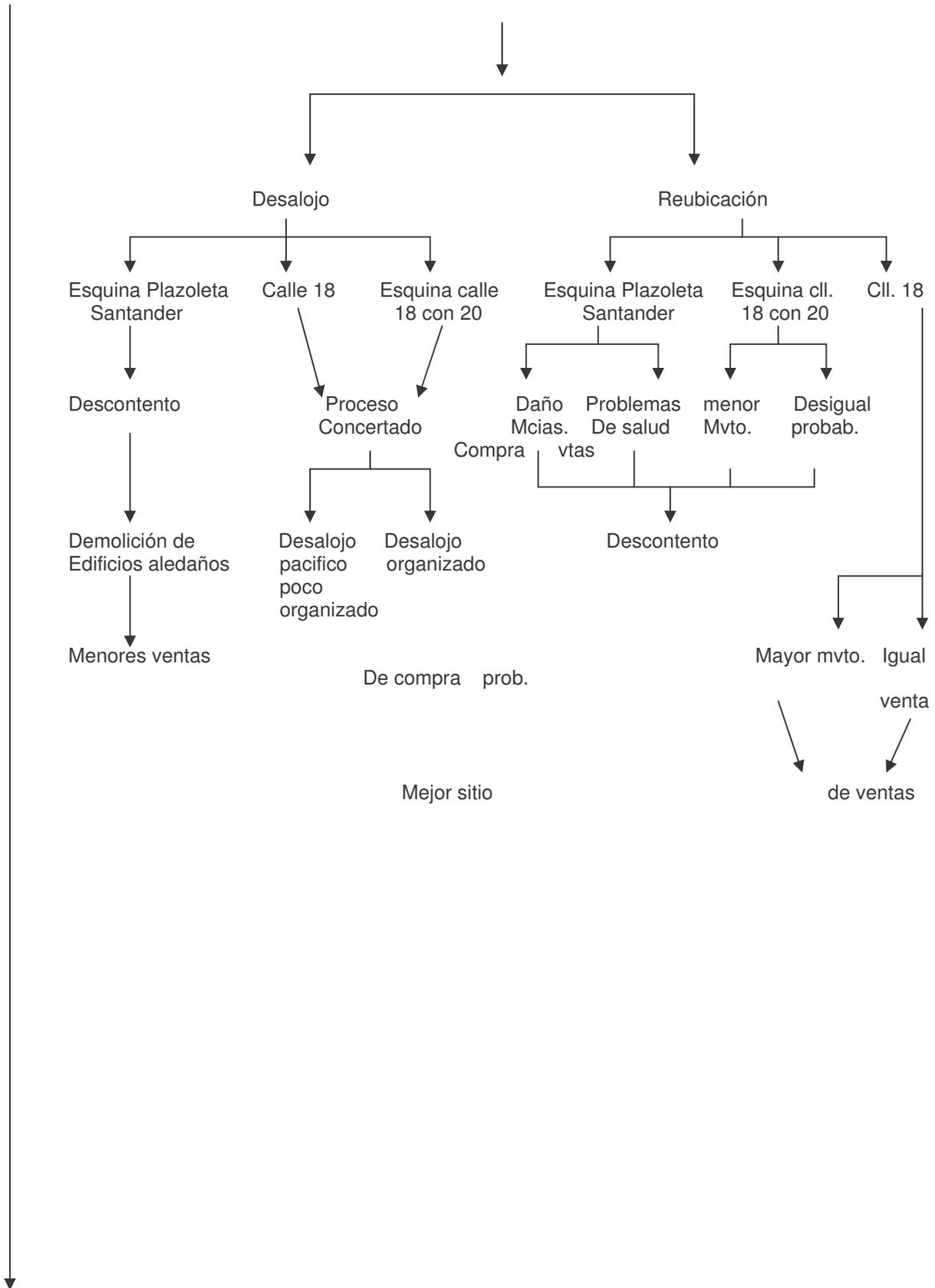
La falta de continuidad en la publicidad del lugar.

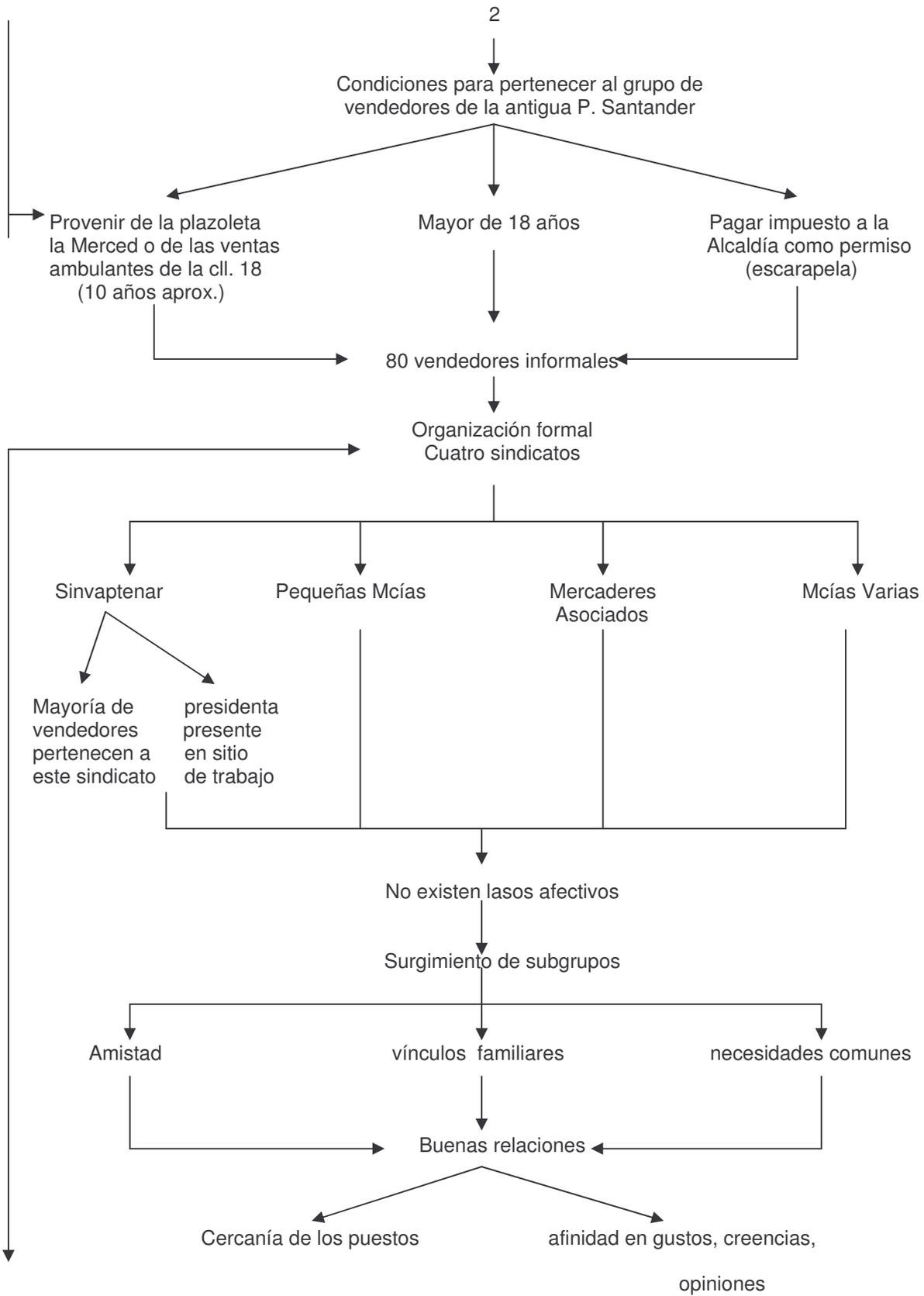
La escasa variedad en la mercancía, aspecto que desde su perspectiva no influiría negativamente en su caso al ser reubicados en un centro comercial, puesto que, ellos ofrecen mayor variedad de productos, siendo que un 72.22% vende ropa surtida: como ropa deportiva, jeans, ropa informal, ropa interior, ropa de bebe, frazadas, colchas, sábanas entre otros y un 27.78% ofrece diferentes tipo de calzado.

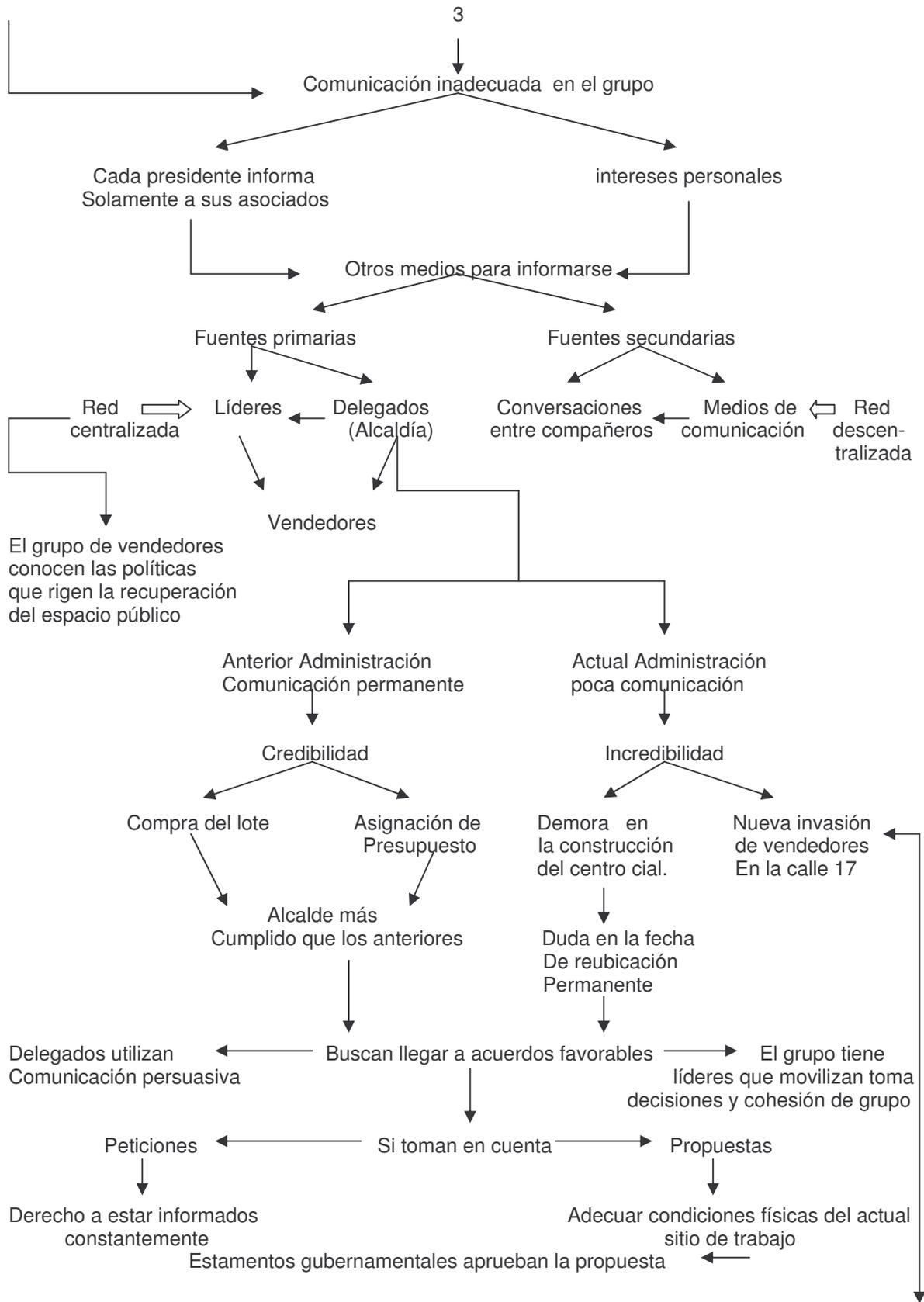
Taxonomias

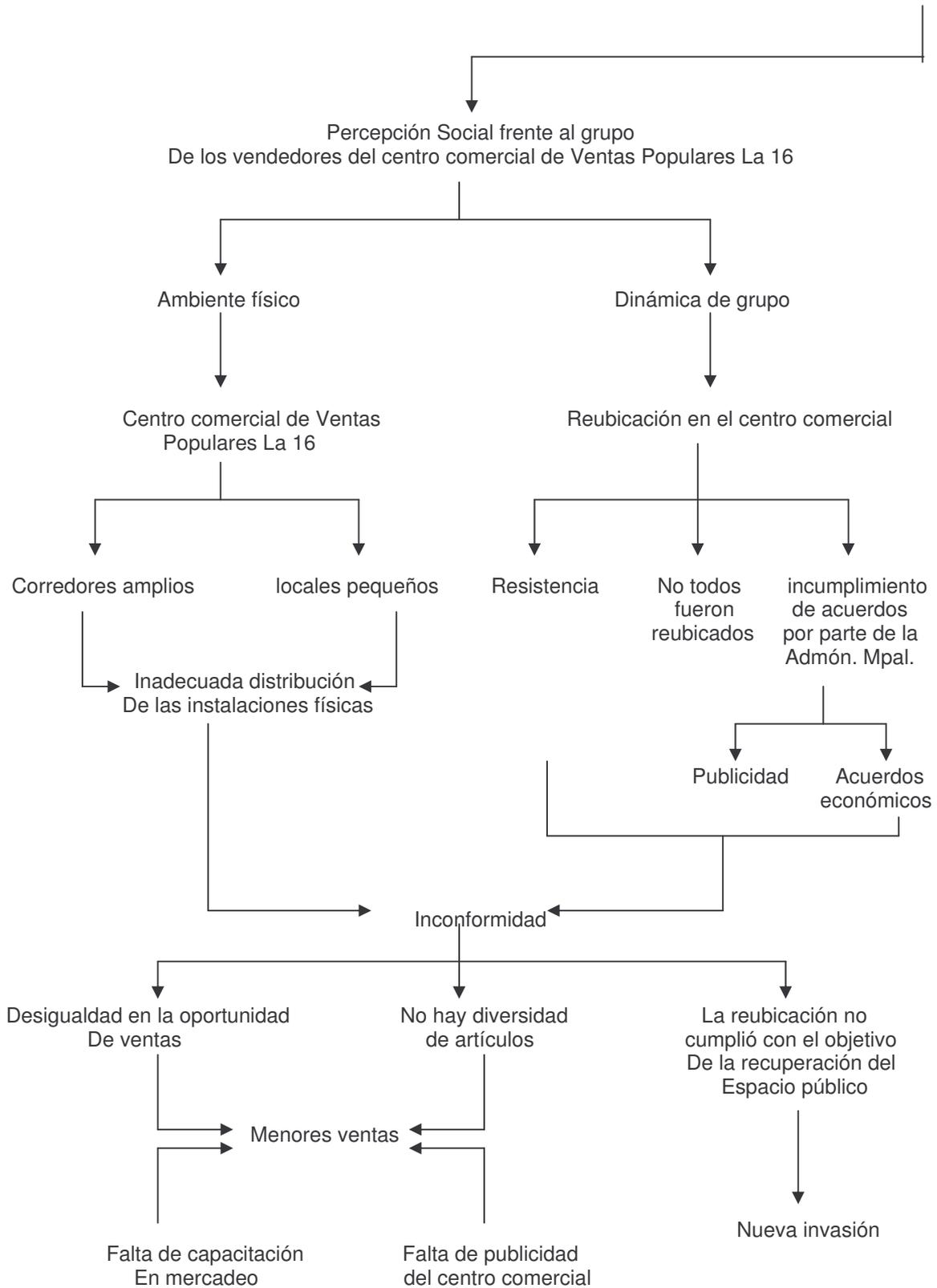












DISCUSIÓN

Uno de los objetivos primordiales del Plan de Reordenamiento Territorial (POT) de la ciudad de Pasto es la recuperación del espacio público, en especial el que es ocupado por el comercio informal: vendedores ambulantes y estacionarios. Al respecto cabe destacar la concepción de Salazar (2001) donde “las desigualdades o disparidades en la ocupación del espacio público sigue siendo una de las preocupaciones de los estamentos gubernamentales, obedeciendo al reconocimiento de los valores y derechos constitucionales de todo colombiano. Siendo que el contexto en el cual se desarrolla todo individuo es complejo y diverso, donde la concurrencia de aspectos físicos, biológicos, psicológicos y sociales, conforman las sociedades que los modelan, con formas de comportamiento propensas o no a alcanzar estados modernos de desarrollo”. Sin embargo, el problema, no es de índole físico o tecnológico sino de percepción del espacio ocupado y de comportamiento social, individual o colectivo con respecto al mismo.

Por otro lado, “los continuos cambios en el medio físico y social obligan a desplegar complejos mecanismos adaptativos que tienden a la emisión de respuestas respecto a las transformaciones del medio” (Salazar, 2001).

Con base en lo anteriormente mencionado, la búsqueda del objetivo del Plan de Ordenamiento Territorial, ha traído una serie de consecuencias como el proceso que están experimentando los vendedores estacionarios que laboraban en la antigua Plazoleta Santander y que actualmente trabajan en la calle 18 con carrera 20 esquina (antiguas instalaciones Transipiales), quienes conforman un grupo, puesto que, está integrado por un conjunto de personas “las cuales comparten ciertos sentimientos que

forman la cultura común del grupo, interaccionan entre sí, trabajan haciendo progresar al grupo en pos de un objetivo conocido y tienen una permanencia temporal medible al menos en función del logro del objetivo” (Guillén y Guil, 2001), en donde la percepción que han realizado del medio físico, la evaluación del comportamiento de los demás y de sus propias expectativas, han influido en el proceso adaptativo a las distintas circunstancias laborales en las que estas personas se han visto involucradas.

Este grupo está conformado por 80 personas habituales en su sitio de trabajo, que se dedican a la venta de ropa de cama, ropa interior, ropa deportiva y zapatos para damas, caballeros y niños, quienes comenzaron sus labores informales en la Plazoleta La Merced. La mayoría de estos vendedores provienen de la ciudad de Pasto, pertenecen a un estrato socioeconómico bajo y únicamente han cursado estudios primarios. De igual manera, es importante resaltar que la mayor parte de la población de vendedores está constituida por mujeres, quienes en muchos de los casos son madres solteras cabezas de familia. En general, esta población son propietarios de sus puestos de trabajo y ha desempeñado por muchos años la misma labor y para todos los vendedores este trabajo se constituye en la única fuente para el sustento de la familia. En muchos casos características como: el bajo nivel de escolaridad y edad entre 30 y 40 años, limitan el acceso a otro tipo de trabajo, por lo tanto, las ventas informales representan para ellos la mejor alternativa para solventar sus necesidades. Así mismo, se encontró como característica importante, el hecho de que en gran parte de este grupo, sus familiares también estén vinculados al comercio informal.

El grupo está organizado en cuatro sindicatos profesionales diferentes (Sinvatenar, Mercancías Varias, Mercancías Asociadas y Pequeñas Mercancías), los cuales representan los intereses de sus afiliados, negociando las condiciones laborales con las diferentes entidades implicadas.

Pertenecer a uno de estos sindicatos es un requisito para acceder a un puesto de trabajo en la antigua Plazoleta Santander, junto con ser mayor de 18 años y pagar una cuota anual a la Alcaldía, lo que le permite al vendedor obtener una escarapela, la que demuestra que está autorizado para ocupar este espacio público. Anteriormente el hecho de que existiera una multiplicidad de sindicatos, no facilitaba un proceso de comunicación adecuado para el grupo en general, principalmente porque los líderes sindicales se limitaban a comunicar la información únicamente a los miembros de su sindicato; en la actualidad, tras el último proceso de reubicación, esta situación se sigue presentando, encontrándose como dato relevante que el único sindicato que cuenta con la presencia constante de la presidenta es Sinvatenar (puesto que ésta laboraba en el mismo sitio de trabajo), lo que permite que los miembros de este sindicato tengan mayor facilidad para la obtención de la información directamente del líder, lo cual se acoge a el concepto de red centralizada de Rodríguez (1995) que las define como “estructuras de comunicación donde un elemento determinado tiene mayores oportunidades de comunicación con los demás”, de tal forma que se constituye como el grupo mayor y mejor informado acerca del proceso, mientras que a los pertenecientes a otros sindicatos, se les dificulta obtener información oportuna directamente de sus líderes.

Teniendo en cuenta la investigación realizada con esta población, se encontró una serie de relaciones entre diferentes factores concernientes al constante proceso de desalojo y reubicación que ha vivido este grupo, hallando en primer lugar que la percepción que tienen los vendedores de su sitio de trabajo ha tenido variaciones relacionadas con los diferentes lugares de trabajo que han ocupado en el proceso.

Un primer momento, consistió en el traslado de los vendedores desde la plazoleta Santander a una esquina en la misma plazoleta, reubicación a la cual respondieron unidos, pues no afectó considerablemente al grupo por cuanto se encontraban en el mismo sitio de trabajo, el cual encarnaba un espacio vital para ellos, por cuanto revestía un valor y una significación que lo definían como un lugar propio. Esta percepción varió considerablemente con respecto a antes y después de la demolición de las construcciones aledañas a este sitio, siendo que antes de la demolición, el grupo tenía un mayor sentido de pertenencia hacia el mismo, lo que se evidencia por el hecho de que lo consideraban un lugar propicio para las ventas, como lo expresa uno de los informantes “allí todavía estábamos expuestos constantemente al antojo de los transeúntes”, sitio que tenía gran afluencia de transeúntes o clientela potencial, debido a que estaba ubicado en un lugar estratégico para las ventas, lo que les brindaba mayores ingresos y se constituía para una gran mayoría de los vendedores en el único sustento económico para sus familias; sin embargo, después de la demolición, el sentido de pertenencia del grupo hacia este territorio cambia, por el hecho, de que existió contaminación ambiental, debido al polvo proveniente de las demoliciones, el ruido de la maquinaria y los malos olores que ocasionaron problemas de salud para el grupo de vendedores expuestos constantemente a esta situación,

además de causar graves daños a la mercancía, a lo cual se suma, la disminución del espacio de movilización entre cada uno de los puestos, ya que se conservaron las mismas 100 mesas de trabajo de 1.20 metros cuadrados, en un espacio más pequeño, generando de esa forma hacinamiento.

Por otro lado, debido a estas condiciones se presentó una menor afluencia de clientela potencial, lo que hace que el grupo lo perciba como un sitio inadecuado para trabajar, relacionándolo con la disminución en las ventas que conlleva a menores ingresos económicos; de esta manera, el territorio ya no podía satisfacer necesidades importantes para el grupo como: “proteger pertenencias y otros recursos valiosos, proporcionar mejores condiciones en las que el grupo puede realizar sus actividades, otorgar un sentido de privacidad, permitir controlar las interacciones sociales, facilitar la cohesión del grupo y permitir expresar su propia identidad social” (Rodríguez, 1997). En este particular los datos muestran que a pesar de que el grupo concebía a este sitio como su territorio primario, debido a que habían hecho una ocupación continua, regular y exclusiva (10 años aproximadamente) de este territorio, después de la demolición éste no cumple con las condiciones anteriormente mencionadas, dejando de ser ese sitio, un sitio personalizado que haga evidente la identidad de quien lo habita, disminuyendo de tal forma el sentido de pertenencia hacia su sitio de trabajo; este hecho contribuyó a que el grupo ante el primer proceso de desalojo y reubicación, no reaccionara defendiendo radicalmente su territorio como suele ocurrir en grupos que presentan un marcado sentido de pertenencia, facilitando de tal manera el proceso de recuperación del espacio público.

Un segundo momento fue la reubicación del grupo a la calle 18 entre las carreras 21 y 22 (año 2003). En la información obtenida se encontraron dos reacciones principales del grupo ante este proceso de desalojo de su lugar de trabajo: por un lado, no hubo mayor resistencia hacia el mismo, y por otro, el grupo presentó una mayor cohesión, ante la decisión de trasladarse a la calle 18 como un sitio de reubicación temporal, frente al cual los vendedores reaccionaron positivamente al considerar este lugar como un buen sitio para las ventas, debido a la mayor afluencia de clientela potencial, a la ausencia de contaminación ambiental y a la ubicación de los puestos que les ofrecía mayor visibilidad para el cliente, características que hacían de este nuevo territorio, un sitio que respondía adecuadamente a sus demandas, en comparación a la esquina en la plazuela Santander, que a pesar de saber que era temporal, el grupo presentó un mayor sentido de pertenencia hacia el; esta reacción se hace evidente a través de los relatos de los informantes quienes dicen “ese fue un lugar mejor para el trabajo, era más central y todos teníamos la misma oportunidad de vender, nos libramos de los malos olores y el polvo de la demolición que ya estaba causando enfermedades”.

En la ubicación de los puestos de trabajo en este sitio se hizo evidente la falta de comunicación de los delegados de la Alcaldía con los representantes del grupo y de estos con los miembros del mismo, puesto que existió una gran dificultad debido a la improvisación en la organización por parte de los encargados de la Alcaldía, conllevando a que los vendedores atribuyan que estas dificultades tan solo provenían de los encargados de la administración municipal, a quienes en ese momento los consideraban como personas poco idóneas para esa tarea, categorizándolos según

sus acciones, ya que, según los vendedores presentaban favoritismo por algunos de ellos, en especial por los presidentes de los sindicatos con los cuales mantenían mayor contacto, lo que se hace manifiesto en las siguientes palabras “los delegados siempre llegan a imponernos cosas que no nos favorecen para nada, como en la calle 18 que trataban de situarnos según ellos creían que era mejor, favoreciendo a algunos, sobretodo a los presidentes de los sindicatos que cogieron los mejores lugares que estaban cerca de la Iglesia La Merced” , así también no consideraron las expectativas que sobre este lugar tenían todos los involucrados, haciendo que en un momento dado, cada uno busque su beneficio, sin embargo, factores como la atracción de una meta común, la afinidad a la acción colectiva y el deseo de pertenecer al grupo, influyeron en que se presente una mayor cohesión de grupo, de tal forma que las decisiones tomadas sobre el inconveniente que se estaba presentando, llevaron a una solución propicia y oportuna que favoreció al objetivo común que se relacionaba con la permanencia en este sitio. En este sentido, se hace evidente que la percepción de los vendedores sobre estos acontecimientos hacen eco de las palabras de Heider (1958, citado por Rodríguez 1997) que establecen que “una de las mayores causas de error en la percepción social es la tendencia a ver a las personas y no a las situaciones como la causa de acción”.

Un tercer momento del proceso de desalojo y reubicación consistió en el traslado de los vendedores de la calle 18 entre carreras 21 y 22, a su actual sitio de trabajo ubicado en la calle 18 con carrera 20 esquina (antiguas instalaciones Transipiales, finales del año 2003). En este proceso, tampoco se presentaron resistencias por parte del grupo, tomando unánimemente la decisión de trasladarse a este nuevo sitio

motivados por la ubicación del mismo, que al encontrarse frente a la antigua Plazoleta Santander, les brindaría similares condiciones laborales. Aunque en principio existieron pocos problemas en el proceso de organización de los puestos, en la actualidad algunos vendedores se encuentran inconformes por la ubicación de los mismos, debido a que el lugar en el que quedaron no les ofrece las mismas probabilidades de venta, ya que son poco visibles a los posibles compradores; esto sumado a la poca publicidad que tuvieron al comienzo de la reubicación, no ha permitido que los vendedores sean localizados por sus antiguos clientes, lo cual ha disminuido considerablemente sus ingresos económicos. Además, el hacinamiento en el que se encuentran hace difícil el acceso a los compradores, ya que el número de puestos de ventas aumento a 110 conservando las mismas dimensiones de las mesas de trabajo, en un lugar más reducido que los anteriores sitios en donde laboraban. Teniendo en cuenta lo planteado por Rodríguez (1997), con respecto a que “el territorio se relaciona con todas las actividades de la vida de un grupo, y entre ellas la del trabajo”, se encontró que las actuales condiciones físicas del sitio de trabajo de estos vendedores, no cumplen con las condiciones mínimas que garanticen la satisfacción de las necesidades del grupo, puesto que, se hacen evidentes malas condiciones sanitarias, (un solo baño, falta de un techo adecuado que permita la circulación de las aguas lluvias y ventilación del lugar) y de seguridad (carencia de una bodega propia y adecuada para el almacenamiento de su mercancía), de lo cual las investigadoras como observadoras participantes, se pudieron dar cuenta a través de las observaciones del ambiente físico realizadas durante el proceso investigativo.

La confluencia de los aspectos anteriormente mencionados han conducido a que dentro del grupo, se hayan adoptado tres posiciones con respecto a la percepción de su sitio de trabajo: unos ven en la reubicación en el nuevo centro comercial una buena alternativa para mejorar sus condiciones laborales; otros, a pesar de reconocer que este lugar no les ofrece las condiciones más adecuadas para el desempeño de su labor, consideran que la mejor solución no sería reubicarlos, sino adecuar el mismo sitio mejorando sus condiciones ambientales; finalmente otros vendedores, han optado por abandonar su puesto de trabajo u ofrecer eventualmente en los pueblos sus mercancías, aprovechado ferias y fiestas. Esta situación puede relacionarse con el constante proceso de reubicación del sitio de trabajo que ha tenido este grupo, obstaculizando que sus miembros, puedan controlar su ambiente y adecuar el espacio a sus necesidades, teniendo en cuenta que “la eficacia de los grupos y equipos de trabajo puede estar seriamente comprometida por la inexistencia de territorios, o la asignación de espacios inadecuados” (Rodríguez, 1997), así como también, la influencia que el continuo cambio de sitio ha ejercido sobre aspectos psicosociales como: la comunicación del grupo, la dinámica, etc, puesto que el redistribuir el espacio, también conlleva una redistribución de roles sociales. Otro aspecto ligado al continuo cambio de espacios, es el que la mayoría de los individuos que conforman este grupo, no muestran un mayor sentido de pertenencia hacia el sitio que les ofrece una forma de trabajo, puesto que lo consideran como transitorio, conllevando a que se realice un inadecuado uso del mismo; este hecho deja ver, que la mayoría de los miembros de este grupo muestran una actitud ante la situación en función del tiempo: pasado, presente y futuro; donde el pasado es como un archivo de las experiencias

propias y de los demás, éstas condicionan el presente y el futuro siempre será la consecuencia del presente.

Otro aspecto fundamental dentro de esta investigación es la comunicación, una herramienta que sin lugar a dudas es esencial en el establecimiento de las relaciones sociales, constituyéndose en un proceso bidireccional que trasmite constantemente ideas e induce a ciertas formas de comportamiento, de tal manera que la forma de comunicarse influye en las percepciones que el sujeto haga de las personas y los acontecimientos.

Dentro del grupo se manejan los dos tipos de red de comunicación. Las redes centralizadas es decir “aquellas que se conciben como un conjunto de circuitos de comunicación que se hallan determinados por un cierto tipo de organización de grupo” (Blon, 1979), se presentan a través del acceso a fuentes primarias de información, que provienen de los delegados de la Alcaldía directamente hacia los líderes y de estos directamente hacia los vendedores.

La red descentralizada considerada como “aquella en que el sistema de interacciones no está determinada por una estructura oficial” (Blon, 1979), se manifiesta cuando el grupo accede a fuentes secundarias de información, es decir que la obtienen por medio de conversaciones entre compañeros de trabajo y medios de comunicación como radio, prensa y televisión, como lo expresan los informantes, que no pertenecen al sindicato Sinvatenar, “los que pertenecemos a otros sindicatos, debemos esperar a las reuniones oficiales para saber que esta pasando con lo del desalojo, pero mientras esperamos esas reuniones, la manera más fácil de informarnos es por medio de charlas entre nosotros los compañeros”.

La red centralizada de comunicación en este grupo es eficaz solamente para algunos de sus miembros, de tal manera que la existencia de otros medios para acceder a la información es necesaria y se constituye en un elemento primordial en la interacción social, a este respecto cabe mencionar que “la imposición de una red de comunicación a un grupo determinado, ejerce influencia sobre su eficacia para la resolución de problemas” (Guillén y Guil, 2001).

En relación a los medios utilizados por los estamentos gubernamentales (Alcaldía) para informar al grupo acerca del proceso y actividades a realizar, se encontró que se utilizan principalmente reuniones con participación del Alcalde y delegados de la Alcaldía, la mayoría de las cuales solo se realizan con los presidentes y líderes sindicales. Como medio para informar acerca del proceso al grupo en general, se utilizan: chapolas, y comunicados escritos. No obstante aunque la comunicación que se mantuvo con los delegados de la anterior administración, no fue directa de ellos a los vendedores, estos perciben que permanecían en mayor contacto informándose continuamente, como consecuencia de esta situación, se llegaron a concertar muchos de los puntos relacionados con la reubicación en el centro comercial, así como también, el lugar donde se va a construir; mientras que en la actualidad, los encuentros con los delegados y el Alcalde en particular han sido escasos, dificultando la consecución de la información sobre el proceso; de donde se puede decir que el proceso de comunicación con los delegados y dentro del grupo no es el adecuado, puesto que, los medios de comunicación, las redes e incluso el mensaje ha transmitir es parcializado, trayendo como consecuencia que los miembros del grupo al no poder acceder directamente a la información busquen fuentes diferentes de información,

distorsionando el mensaje o realizando conjeturas sobre el proceso, lo cual influye directamente en la toma de decisiones.

Por otra parte los delegados de la Alcaldía que lideran el proceso de reubicación de los vendedores, han utilizado la persuasión a través de mensajes de comunicación centrados en frases como “en ningún momento nuestra intención es atropellarlos, se van a construir centros comerciales, para brindarles un lugar digno y justo de trabajo y una vez construidos nos encargaremos de hacerles publicidad a través de los medios de comunicación”, (según lo manifestado por uno de los informantes típicos), se considera que tales mensajes influyeron sobre las actitudes de los vendedores principalmente en las dos primeras etapas del proceso de desalojo y reubicación. Sin embargo, la experiencia vivenciada por los vendedores ya reubicados en el Centro Comercial de Ventas Populares la 16, ha ocasionado que el grupo de vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander se muestre más prevenido frente a los mensajes persuasivos utilizados por los delegados gubernamentales, puesto que las informaciones sobre el proceso de reubicación de ese grupo, han influido negativamente en la percepción que tienen sobre su propio proceso de reubicación, teniendo en cuenta que no todas las personas que laboraban en la calle 17 fueron reubicadas, presentando mucha resistencia al traslado al centro comercial, además, se suma a estos factores, el hecho de que consideran que la administración municipal ha incumplido los acuerdos en cuanto al acompañamiento continuo en publicidad y capacitación en estrategias de mercadeo. Al respecto se puede decir que, la persuasión y liderazgo, ejercidos tanto por los delegados de la Alcaldía y los representantes del grupo, han sido efectivos, puesto que han definido la dirección del

proceso, coordinando los propósitos y las personas para lograr los objetivos propuestos. En cuanto a los representantes del grupo, han desarrollado funciones como la planificación, toma de decisiones, distribución de tareas, etc. que en un primer momento se realizaba en forma autoritaria, sin tener en cuenta en muchas oportunidades las opiniones de los demás miembros. En la actualidad, los representantes buscan y promueven la colaboración y participación de los demás, teniendo en cuenta que, un buen líder debe estar siempre informado de los problemas e inquietudes de sus colaboradores.

La percepción social que este grupo tiene frente al grupo de vendedores del centro comercial de "Ventas Populares La 16", tiene soporte en la información que obtienen de estas personas a través de conversaciones informales y de los medios de comunicación. Consideran que en este sitio de trabajo hay una mala distribución del espacio físico debido al diseño del edificio, por cuanto los corredores son muy amplios dejando poco espacio para los locales. También manifiestan que no hay diversificación de mercancías, ya que casi todos los locales ofrecen los mismos artículos sin novedad alguna, además, no todos los vendedores tienen la misma oportunidad de venta, debido a la ubicación de los locales, siendo el primer piso el de mayor afluencia de posibles compradores. No obstante, como un aspecto positivo consideran que el centro comercial brinda mayor seguridad.

Además perciben que los vendedores de este centro comercial no muestran un sentido de pertenencia hacia este sitio, puesto que no cubre o satisface sus necesidades, por cuanto sus ingresos económicos han disminuido, no tienen la capacitación necesaria para competir en el mercado formal y además opinan que su

reubicación no llevo a la recuperación del espacio público de la calle 17, puesto que fue ocupado por nuevos vendedores que ofrecen la misma mercancía a más bajo precio. Teniendo en cuenta los aspectos anteriormente mencionados, los vendedores de la antigua Plazoleta Santander consideran que los vendedores de las Ventas Populares La 16, no se apropian de su lugar de trabajo y por tanto hacen mal uso de el. Las percepciones de los vendedores de la antigua Plazoleta Santander, anteriormente mencionadas, fueron primordiales para que el grupo cambie su visión sobre el proceso de desalojo y reubicación que están llevando, constituyéndose en un grupo que propone y se une a la hora de tomar decisiones, de tal manera que el grupo unifica sus intereses y lanzan una propuesta unánime de que se construya el centro comercial al cual serán reubicados en el sitio que están ocupando actualmente, participando activamente en el diseño del mismo, el cual es planteado a partir de las expectativas y necesidades de todos los miembros del grupo.

Con relación a la percepción social de este grupo de vendedores hacia los estamentos gubernamentales, se observa una posición unificada del grupo, puesto que en ellos reina conjuntamente la incredulidad y credibilidad hacia los mismos, y que tal incredulidad se relacionan especialmente a experiencias previas en las que no obtuvieron resultados positivos, como cuando expresan que “los alcaldes siempre nos prometen cosas pero siempre las dejan a medio hacer, si es que hacen alguna cosa”, lo que también se relacionan con la incertidumbre que les genera el cambio de dirigentes en la administración municipal debido al largo proceso que están viviendo, por lo que los líderes del grupo buscan la firma de actas de compromiso que les sirvan como “recurso legal” si se presenta cualquier inconveniente en el proceso; otro

aspecto que se suma a la incredulidad, es que percibían una falta de movimiento en la construcción del centro comercial en el que serían reubicados de manera permanente; sin embargo lo que les proporciona credibilidad hacia estos estamentos y sobre todo a la anterior administración, es que tienen la certeza de que el lote destinado a la construcción del centro comercial ya es propiedad del municipio y estará ubicado en su actual sitio de trabajo, así como también, la destinación de un presupuesto para su construcción, aspectos que confirman que las opiniones y peticiones de los vendedores son escuchadas por los estamentos responsables del proceso y puestas a consideración para su aprobación. La ambigüedad en la percepción de los vendedores sobre los estamentos gubernamentales, puede considerarse por un lado, como efecto de que los individuos atribuyen continuamente las consecuencias de los hechos directamente a las personas y el control que ellas ejercen sobre los mismos, y por otro, “el proceso de percepción de la persona supone mecanismos particulares de recepción y procesamiento de la información” (Salazar, 2001), proceso en el cual puede existir influencias sociales como generalizaciones preconcebidas sobre el comportamiento de las personas y prejuicios, los cuales alteran la situación real.

En los diferentes momentos de desalojo y reubicación que ha vivenciado este grupo, se han identificado aspectos característicos que permiten evidenciar que el grupo en general no mantiene buenas relaciones interpersonales y que predomina la conformación de subgrupos formados por miembros de los mismos sindicatos o por compañeros cercanos a su puesto de trabajo, entre los que existe buenas relaciones afectivas; principalmente en los dos primeros momentos de reubicación, se percibe

que cada uno de estos pequeños subgrupos, se orientan a proteger intereses específicos, lo cual no concuerda con la concepción de que “el grupo es un todo dinámico o sistema social delimitado, que oscila desde una unidad compacta, en el que sus miembros deben tener la experiencia compartida de un sentido común dentro del grupo, considerado como un todo” (Rabbie, y Lodewijkx, 1996), lo cual ha incidido directamente en la toma de decisiones relacionadas principalmente con la reubicación permanente en el centro comercial. Al respecto cabe mencionar que debido a la formación de subgrupos, se presenta la existencia de varios líderes diferentes a los presidentes de los sindicatos, de donde se puede diferenciar la forma de ejercer el liderazgo, por un lado están los líderes de los sindicatos quienes adoptan un liderazgo autoritario el cual esta encaminado a imponer una idea preconcebida, por otro, están los líderes que sin tener un cargo directivo, ejercen un liderazgo democrático, encaminado a considerar las opiniones de los demás; teniendo en cuenta la posición de los líderes democráticos que se generaron en el grupo, los líderes sindicales cambian su actitud mejorando las relaciones con los miembros de su sindicatos, tratando de obtener el apoyo de los mismos. Se puede considerar que dentro del grupo se aceptan estas formas de liderazgo puesto que a pesar de que los líderes sindicales buscan la colaboración de sus adeptos, se mantiene un cierto grado de autoritarismo impidiendo el acercamiento total de los miembros del grupo, de tal manera que se admite a esta clase de líderes por conformidad, mientras que los líderes democráticos, son aceptados, ya que buscan organizar en una forma dinámica los recursos humanos y materiales, con el fin de obtener un objetivo que beneficie a todo el grupo y lleve a sus compañeros a la autorrealización.

En general, estas dos formas de liderazgo hacen uso del mensaje persuasivo, buscando convencer a los miembros del grupo de un tema determinado y consiguiendo por lo tanto un cambio de actitud en ellos. En cada uno de estos contextos: sindicatos o subgrupos informales, se llevan a cabo diferentes procesos de toma de decisiones, caracterizados por las actividades a realizar, el vínculo afectivo y la manera de comunicarse.

En general los aspectos a los que anteriormente se hizo referencia, se relacionan con la percepción social debido a que esta es considerada como más general que la percepción de la persona, pues implica la percepción de los procesos sociales. “Los objetos de la percepción social son las relaciones de la persona con los demás, incluyendo su percepción de grupo e instituciones sociales. Es así como el proceso perceptivo puede considerarse como una parte de una necesidad más general de “dar sentido a la experiencia”. Sin embargo, no todos los sujetos actúan de igual manera ante los mismos estímulos externos, influencias disposicionales y situaciones del momento.....” (Rodríguez, 1997).

La manera como los vendedores interpretan el proceso de desalojo y reubicación, se encuentra estrechamente ligado con toda una serie de factores relacionados con la conducta territorial, ambiente de grupo, dinámica de grupo y procesos de comunicación y su percepción social acerca del proceso, sólo la confluencia de estos factores y la interrelación entre los mismos, permite un mejor acercamiento de la interpretación o sentido que los vendedores le asignan a dicho proceso, siendo que al considerarlos separadamente no se logra captar tal significado.

Esta investigación permitió conocer que tal interpretación varió constantemente a lo largo de los diferentes momentos de desalojo y reubicación anteriormente expuestos y no existe una interpretación unificada del grupo a cerca de este proceso. No obstante, para la mayoría de los integrantes de este grupo en particular, el proceso de desalojo y reubicación de su sitio de trabajo ha sido percibido como un suceso traumático por cuanto afecta de manera directa las áreas económica, laboral, social y personal de la vida de estos hombres y mujeres.

El proceso investigativo desarrollado ha permitido realizar un acercamiento a una realidad social de esta región, a través de la mirada psicológica, donde se hace evidente que el grupo de vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander a pesar de estar en conocimiento de la Ley que rige la recuperación del espacio público, acudiendo a su derecho al trabajo, se aferra a su condición de vendedores informales, puesto que por un largo periodo de su vida ha sido la única manera de sustento familiar, además, la adaptación a estos sitios públicos, destinados por ellos para las ventas han sido los marcos donde han inscrito su propia cultura, circunscrita en la labor que desempeñan, llenando su vida de sentido, ya que ha encauzado en una dirección el desarrollo de la identidad de grupo y la personalidad de cada uno de sus integrantes, en pocas palabras, el vendedor informal posee un sitio dentro de la sociedad pastusa, reconociéndosele el rol que desempeña dentro de ella; al respecto cabe anotar las palabras de Blanch (1989, citado por Alvaro, Garrido y Torregrosa, 1996) donde manifiesta que “el trabajo es un factor clave de la experiencia humana y eje vertebrador de la vida de las gentes y de los pueblos, de las ciudades y de las naciones”.

Es importante mencionar que a pesar de que existan experiencias poco satisfactorias de la reubicación permanente de un grupo de vendedores en un centro comercial como es el caso de los vendedores de la calle 17, el proceso que están experimentando el grupo participante en esta investigación, es diferente, debido a las características del grupo, las experiencias y expectativas y los recursos que poseen, de tal manera que de una u otra forma, les aseguran tener un mejor control de la situación, permitiéndoles tener mayores posibilidades de éxito en cuanto a la adaptación a sus nuevas condiciones.

La continua reubicación en diferentes sitios de trabajo y el hecho de conocer que estos sitios son temporales y por lo tanto van a ser desalojados nuevamente, no ha permitido que el grupo desarrolle un sentido de pertenencia significativo hacia estos lugares aunque les brinden satisfacciones a sus necesidades básicas. No obstante, el hecho de que su propuesta de adecuar su actual sitio de trabajo, haya sido acogida por la Administración municipal, los ha motivado a luchar por este territorio que desde ya consideran como propio, aunque, en un comienzo el grupo, no lo percibía como un lugar óptimo para su desempeño laboral, debido a las condiciones ambientales y físicas inadecuadas, así como también, al hecho de que la ubicación de este lugar haya obstaculizado la afluencia de clientes potenciales repercutiendo significativamente en la disminución de los ingresos económicos.

Además, el grupo hace evidente que existen dificultades en las relaciones interpersonales (rivalidades por el puesto de trabajo ocupado, enemistades por problemas personales, diferencias de opiniones, etc.), lo cual sumado a la falta de unificación de sindicatos, converge en que el proceso de comunicación no sea el

esperado, por cuanto en la búsqueda de información en diferentes medios el mensaje puede sufrir distorsiones, lo que ha interferido en el proceso de la toma de decisiones que contemplen las necesidades de todos los miembros del grupo, decisiones de las que todos tomen parte, sin que la responsabilidad de las mismas recaigan únicamente sobre los líderes sindicales. Es paradójico el hecho de que a pesar de no mantener un buen proceso de comunicación, la toma de decisiones frente a factores en pro de su bienestar se realiza de forma eficaz, mostrando que el grupo trabaja en equipo, limitando sus sentimientos individualistas, optando por la confianza mutua y responsabilidad compartida, este hecho también puede deberse a la existencia de líderes democráticos dentro del grupo los cuales propenden por la cohesión del grupo en la toma de decisiones las cuales conlleven a un beneficio tanto personal como para el grupo en general.

Este grupo de vendedores estacionarios, da muestra de que el lugar o sitio de trabajo, más que un terreno geográfico o una estructura física adecuada o no, es un territorio simbólico donde se anclan significaciones, valores, creencias y expectativas de quienes lo habitan regularmente. Más allá de conseguir una posesión legal de un terreno, adquieren un medio para expresar sus aptitudes, su capacidad de esfuerzo, su constancia, así también, se constituye en un medio que enriquece la vida de relaciones, además que le brinda la posibilidad de una independencia económica que conlleva al bienestar propio y de su familia.

El hecho de poder adquirir un lugar propio donde se vuelcan todas sus expectativas laborales, sociales y emocionales conllevará a que busquen en sí mismos las aptitudes para usar todo ese bagaje de elementos que le brinda ese espacio,

otorgándoles un estilo de vida diferente al actual, siendo que, sin una continua renovación de los propósitos y de la forma de actuar, no se puede mejorar la calidad de vida. Así también, encaminará a estos individuos a alcanzar una mayor autonomía, que al mismo tiempo les exija prepararse para poder alcanzar el desarrollo óptimo de sus capacidades y poder incursionar adecuadamente en el nuevo mercado. No se trata solamente de una preparación hacia la acción laboral, sino de una acción profunda tendiente a educar las relaciones humanas de acuerdo a su grado de madurez afectiva y el dominio interior que hayan conseguido, de tal manera que inciten a estas personas a dejar atrás situaciones angustiosas de desacuerdos, riñas e inconformidades; teniendo en cuenta que las grandes dificultades no sólo exigen sentimientos, palabras y planes, sino empeño colectivo para hacer un mundo más humano.

Las vivencias adquiridas en el largo proceso de desalojo y reubicación que ha tenido este grupo en particular, han desatado toda una serie de experiencias que dejan una huella en la personalidad de los miembros del mismo, es decir, que las vivencias tienen una relevancia en la vida psíquica del individuo. Las vivencias surgen en relación con la capacidad vivencial de cada persona, por lo tanto, cada sujeto de este grupo reaccionará a futuros acontecimientos similares, de acuerdo a su capacidad vivencial.

El Ordenamiento Territorial se concibe como una política del Estado que orienta la planeación del desarrollo en cuanto un proceso democrático y participativo, en este sentido la puesta en marcha de un nuevo orden territorial y de unas políticas públicas debe buscar lograr el acogimiento de los integrantes de la sociedad, no solamente

enfocando el cumplimiento de esas políticas a los grupos directamente afectados, sino que debe existir una reeducación de los ciudadanos frente al compromiso que tienen en la preservación de este nuevo orden, puesto que el Estado en su afán por devolver el verdadero uso de los espacios públicos de la ciudad, ha tenido que incurrir en aspectos que han afectado al grupo de vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander que forman parte de esta ciudad, pues si bien se han buscado maneras de solventar las dificultades, de una manera u otra han influido en su forma de vida, teniendo que esta población adaptarse a nuevas situaciones laborales y sociales. En este sentido, cabe anotar que las leyes no existen para prohibir sino para orientar las actitudes humanas.

En este orden de ideas, se puede decir que el grupo de vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander, a través del proceso investigativo ha evidenciado cambios favorables dentro del mismo, como lograr mayor cohesión del grupo en la toma de decisiones, dejando a un lado los intereses particulares, priorizando los comunes. Otro aspecto a destacar, es que de alguna manera se ha logrado la descentralización de los procesos de liderazgo, donde existe una aceptación por otros líderes diferentes a los representantes legales. Igualmente el proceso de comunicación ha mejorado, no obstante persiste la sectorización de la información. Todos estos aspectos se han logrado mediante el trabajo y cooperación del grupo con las investigadoras, quienes al pretender desarrollar un proceso investigativo con proyección social, realizaron intervención ayudando a mejorar los aspectos psicosociales del mismo, puesto que, no solamente se trataba de un grupo objeto de

estudio, sino de un grupo de sujetos que con los aportes brindados desde la Psicología pudieran mejorar su calidad de vida.

Finalmente, se considera que se logró un buen acercamiento a las percepciones de los vendedores frente a su proceso de desalojo del espacio público, lo cual permitió la descripción e interpretación de las mismas, lo que indica que se logró alcanzar el principal objetivo de la presente investigación.

CONCLUSIONES

Con base en la información obtenida en la investigación realizada, se encontró que:

Uno de los objetivos primordiales del plan de Reordenamiento Territorial de la ciudad de Pasto, es la recuperación del espacio público, en especial el que es ocupado por el comercio informal, lo cual ha traído consigo toda una serie de inconvenientes para ciertos grupos de ciudadanos, sin embargo, esta problemática no solamente es de índole físico, tecnológico o estético, sino social por cuanto implica la percepción del espacio ocupado y de comportamiento individual o colectivo con respecto al mismo.

Los participantes de esta investigación son considerados como un grupo de 80 personas por cuanto, comparten características, intereses, interaccionan entre sí y tienen una permanencia temporal la cual se puede establecer en términos de tiempo.

Teniendo en cuenta que la política de recuperación del espacio público, esta planteada para todo el sector del comercio informal, que a la vez está constituido por varios grupos de vendedores, es este grupo en particular el que ha experimentado un largo proceso de desalojo y reubicación, puesto que han sido trasladados a diferentes lugares para que puedan realizar su actividad laboral.

Para la mayoría de los integrantes del grupo de vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander, el proceso de desalojo y reubicación de su sitio de trabajo ha sido percibido como un suceso traumático por cuanto afecta de manera directa las áreas económica, laboral, social y personal de la vida de estos hombres y mujeres. No obstante, no existe una interpretación unificada del grupo a cerca de este proceso.

La mayor parte del grupo no muestra un mayor sentido de pertenencia hacia el sitio que les ofrece una forma de trabajo, pues lo consideran como transitorio, conllevando a que se realice un inadecuado uso del mismo.

En relación a la reubicación en un centro comercial, dentro del grupo existen posiciones diferentes: unos ven esta reubicación como una buena alternativa para mejorar sus condiciones laborales; otros, consideran que la mejor solución es adecuar su actual sitio de trabajo mejorando sus condiciones ambientales y físicas; finalmente otros, han optado por mostrar indiferencia ante el proceso.

Una de las principales dificultades de la población es la falla en el proceso de comunicación, que ha impedido la toma de decisiones conjuntas y eficaces dirigidas a una solución adecuada de su situación.

El proceso de comunicación tanto al interior del grupo, como con los estamentos gubernamentales, no ha sido el adecuado, puesto que los medios de comunicación, las redes y el mensaje a transmitir es parcializado, trayendo como consecuencia que los miembros del grupo busquen fuentes diferentes de información, de tal manera que muchas veces se distorsione el mensaje.

La persuasión dentro de este proceso se ha constituido como un elemento de la comunicación efectivo tanto para los delegados de la Alcaldía, como para los representantes del grupo, ya que por medio de ella, han logrado coordinar los propósitos y las personas para lograr los objetivos propuestos.

Las percepciones que este grupo tiene frente a las experiencias del grupo de vendedores del centro comercial de “Ventas Populares La 16” han sido primordiales

para cambiar su visión frente al proceso de desalojo y reubicación, constituyéndose en un grupo que propone soluciones y se une a la hora de tomar decisiones.

La percepción sobre los estamentos gubernamentales que este grupo tiene es ambigua, por cuanto reina conjuntamente la incredulidad y credulidad hacia los mismos, teniendo en cuenta las experiencias previas que han tenido con estos estamentos.

El grupo en general no mantiene buenas relaciones interpersonales y predomina la conformación de subgrupos, formados por miembros de los mismos sindicatos o por compañeros cercanos a su puesto de trabajo.

Al conformarse subgrupos, se presenta la existencia de varios líderes diferentes a los presidentes de los sindicatos, pudiéndose evidenciar dos formas de ejercer el liderazgo, por una parte, los líderes sindicales adoptan un liderazgo autoritario, por otra, los líderes sin cargo directivo, ejercen un liderazgo democrático, en general estas dos formas de liderazgo hacen uso del mensaje persuasivo.

El grupo de vendedores hace evidente que a pesar de estar en conocimiento de la Ley que rige la recuperación del espacio público, se aferra a su condición de vendedores informales, puesto que la ocupación prolongada de estos sitios públicos destinados por ellos para las ventas han sido marcos donde han inscrito su propia cultura, otorgándole un sitio dentro de la sociedad pastusa.

Las características del grupo participante dentro de la investigación, les asegura tener un mejor control de la situación, permitiéndoles tener mayores posibilidades de éxito en cuanto a la adaptación a nuevas condiciones.

El hecho de que la administración municipal haya acogido la propuesta de adecuar el actual sitio de trabajo, ha motivado al grupo a luchar por este territorio, que desde ya consideran como propio.

A pesar que dentro del grupo no se mantiene un buen proceso de comunicación, la toma de decisiones frente a factores en pro de su bienestar se realiza de forma eficaz, demostrando que existe cohesión de grupo y trabajo en equipo.

Este grupo de vendedores estacionarios, da muestra de que el lugar o sitio de trabajo más allá de un terreno geográfico o una estructura física, es un territorio simbólico donde se anclan significaciones, valores, creencias y expectativas de quienes lo habitan.

Las vivencias adquiridas en este proceso, han desatado toda una serie de experiencias que dejan huella en la vida psíquica de los miembros de este grupo, convirtiéndose en referentes para reaccionar frente a acontecimientos futuros.

A través del proceso investigativo, el grupo de vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander, ha evidenciado cambios favorables, como lograr una mayor cohesión del grupo en la toma de decisiones, descentralizar los procesos de liderazgo y mejorar el proceso de comunicación.

Uno de los principales logros que ha tenido el grupo, se manifiesta en que se ha dejado a un lado algunas de las limitaciones que al pertenecer a un sindicato determinado se imponen, conformando un grupo unificado donde se buscan soluciones a intereses comunitarios, como la formación de redes de ahorro y prestamos entre compañeros, así como también, la gestión para conseguir recursos

para atención de los niños, hijos de las madres cabeza de familias pertenecientes al grupo.

Por medio de la investigación realizada se logró un buen acercamiento a las percepciones de los vendedores frente a su proceso de desalojo y reubicación de su sitio de trabajo y a los cambios que este conlleva.

RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta el campo de acción de la Psicología, se hace necesario incursionar en temas diferentes a los que habitualmente se abordan dentro de la misma, como por ejemplo el campo de la Políticas Públicas, donde la Psicología puede brindar su aporte a los implicados en ellas.

Es importante partir de que nuestra región nariñense ofrece diferentes temas en los cuales se puede realizar un proceso investigativo, donde el aporte de la Psicología propenda por el beneficio de la población participante, de tal manera que se retome el estudio de los hechos sociales más frecuentes en Nariño.

Es importante tomar conciencia de que la población participante dentro de un proceso investigativo, no debe considerarse como un grupo objeto de estudio fuente de información, sino, como un grupo al cual se puede brindar herramientas psicológicas para mejorar su forma de vida.

El campo Social Comunitario de la Psicología, ha sido poco abordado para optar al título de Psicólogo en la Universidad de Nariño, por lo tanto, es importante considerar que es un campo que ofrece múltiples temáticas desde las cuales desarrollar un proceso investigativo e interventivo.

La Investigación Cualitativa, permite que el investigador participe activamente en una realidad social, se muestre interesado y preocupado por la problemática que se está estudiando y proponga estrategias y alternativas de solución.

La puesta en marcha de un nuevo orden territorial y de unas políticas públicas debe buscar lograr el acogimiento de los integrantes de la sociedad, no solamente enfocando el cumplimiento de esas políticas a los grupos directamente afectados, sino

que debe existir una reeducación de los ciudadanos frente el compromiso que tienen en la preservación de este nuevo orden.

Teniendo en cuenta que el proceso de desalojo y reubicación de los vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander no ha culminado aún, puesto que este grupo de vendedores no han sido reubicado en forma permanente en un centro comercial, es importante señalar que los aspectos hasta el momento mencionados posiblemente sufrirán variaciones que permitirán nuevas interpretaciones ligadas a la evolución del proceso, dando lugar a la realización de un seguimiento al desempeño de este grupo.

Es necesario que dentro del grupo se adopten otros medios de acceder a la información, diferentes a la red centralizada, pues este hecho constituye un elemento primordial en la interacción social.

En la medida en que el grupo de vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander, derribe las barreras de comunicación que aún persisten en él y conforme un solo grupo, dejando a un lado los intereses personales y sindicales, lograrán adquirir mayores beneficios a nivel legal y económico, mejorando su situación personal y social.

La formación de una asociación, cuyo objetivo primordial sería buscar una mejor organización de la comunidad, con el fin de velar por los intereses de un grupo, así como la búsqueda de una mayor participación de cada uno de sus miembros en la toma de decisiones adecuadas, se concebiría como una herramienta para el fortalecimiento del grupo de vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander.

La propuesta de participación comunitaria estaría encaminada a incrementar la cohesión de grupo y por ende establecer mayor cooperación entre sus miembros, lo cual conduciría a una mayor eficacia en la toma de decisiones propicias para su problemática y en general de su funcionamiento como una comunidad.

REFERENCIAS

Alcaldía Municipal de Pasto. (1999). Plan de ordenamiento territorial de la ciudad de Pasto.

Alvaro, J., Garrido, A. y Torregrosa, J. (1996). Psicología social aplicada. Madrid, España: Mc Graw Hill.

American Psychological Association. (2002). Manual de estilo de publicaciones. Bogotá, Colombia: El manual moderno.

Arango, G. (1997). Estructura económica colombiana. Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.

Bonilla, E. y Rodríguez, P. (1.995). La investigación en ciencias sociales: más allá del dilema de los métodos. Bogotá, Colombia: Cargraphics S.A.

Bonilla, E. y Rodríguez, P. (1.997). La investigación en ciencias sociales: más allá del dilema de los métodos. Bogotá, Colombia: Norma.

Buendía, L. (1998). Métodos de investigación en psicopedagogía. Madrid, España: Mc Graw Hill.

Granada, H (2002). Psicología ambiental: Introducción temática. Barranquilla, Colombia: Uninorte.

Guillén, U. y Guil. R. (1999). Psicología del trabajo para relaciones laborales. Madrid: Mc Graw Hill.

Instituto de Estudios Liberales. (1988). Sector informal y organización popular. Bogotá, Colombia: Canal Ramírez-Antares.

Martínez, M (s/a). La investigación cualitativa etnográfica en educación. Manual teórico-practico. Bogotá, Colombia: Circulo de lectura alternativa.

- Ministerio Del Interior. (2001). Nueva reforma urbana, Ley 388 de 1997. Bogotá, Colombia: Unión.
- Morales, F. y cols. (1994). Psicología social. Madrid, España: Mc Graw Hill.
- Myers, D. (2000). Psicología social. Madrid, España: Mc Graw Hill.
- Offe, C. (1990). Contradicciones en el estado del bienestar. Madrid, España: Alianza.
- Pergolis, J. (1995). Las otras ciudades. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional.
- Pourtois, J. P. y Desmet, H. (1.992). Epistemología e instrumentación en ciencias humanas. Barcelona, España: Herder.
- Rodríguez, A. (1995). Psicología social. México: Trillas.
- Rodríguez, A. (1997). Psicología social. México: Trillas.
- Rodríguez, E. y Sánchez, J. (1998). Individuo, grupo y representación social. Bogotá, Colombia: Unad.
- Rojas, G. (2000). Psicología social y nuevo líder. Bogotá, Colombia: Aula Abierta-Magisterio.
- Salazar, D. (1997). Psicología social. México: Trillas.
- Salazar, J., Montero, M., Muñoz, C., Sánchez, E., Santero, E. y Villegas, J. (2001). Psicología social. México: Trillas.
- Sánchez, J. C. (2002). Psicología de los grupos. Madrid, España: Mc Graw Hill.
- Sandoval, H. (1997). Psicología social y geografía humana. Bogotá, Colombia: Unad.
- Torres, A. (1997). Enfoques cualitativos y participativos en investigación social. Bogotá, Colombia: Unad.

Torres, A. (1996). Estrategias y técnicas de investigación cualitativa. Bogotá, Colombia: Unisur.

Valencia, A. (2001) Exclusión social y construcción de lo público en Colombia. Bogotá, Colombia: Nuevas ediciones.

Zimmermann, M. (1998). Psicología ambiental y calidad de vida. Bogotá, Colombia: Ecoe Editores.

ANEXOS

ENCUESTA VENEDORES ESTACIONARIOS ANTIGUA PLAZOLETA SANTANDER

CARACTERIZACION DE LA POBLACION

Edad: _____ Sexo: M O F O
Nivel de escolaridad: _____
Procedencia: _____
Estrato _____ Personas a cargo: _____
Estado civil _____
Otros miembros de la familia trabajan como vendedores ambulantes o estacionarios? _____

En qué lugares? _____

CARACTERISTICAS DEL TRABAJO

Es usted el propietario de este negocio? _____
Tiene empleados? _____
Cuántos _____
Horario de trabajo: _____
Hace cuánto tiempo trabaja como vendedor estacionario? _____
Hace cuanto tiempo trabaja como vencedor estacionario con el grupo de la APS _____
Antes de ser vendedor estacionario en qué trabajaba? _____
Tipo de mercancía _____
Siempre ha vendido la misma clase de mercancía? _____
Cuáles son sus clientes potenciales? _____
Su clientela ha disminuido o ha aumentado después de la segunda reubicación? _____

Antes de la propuesta de ser reubicados en un centro comercial, había pensado en establecer su negocio dentro del comercio formal? _____ Por qué?

Está de acuerdo con el traslado al nuevo centro comercial? _____ Por qué? _____

OTRAS PREGUNTAS

Cuáles cree usted que son las ventajas de este nuevo sitio de trabajo? _____

Cuáles cree usted que son las desventajas de este nuevo sitio de trabajo?-

Cuáles cree usted que son las ventajas de ser un vendedor estacionario?-

Cuáles cree usted que son las desventajas de ser un vendedor estacionario?-

Cuáles cree usted que son las ventajas de ser un vendedor del comercio formal?-

Cuáles cree usted que son las desventajas de ser un vendedor del comercio formal?-

OBSERVACIONES

**GUIA DE ENTREVISTA A LOS VENDEDORES ESTACIONARIOS DE LA ANTIGUA
PLAZOLETA SANTANDER**

Qué entiende por comercio informal? _____

Está enterado de que se trata las políticas de recuperación del espacio público?

Cuales son los requisitos que exige la alcaldía a los vendedores estacionarios, para acceder a un espacio de trabajo? _____

Desde cuando comenzaron a expedirse las licencias para el funcionamiento de ventas informales _____

Cual es el objetivo de este requisito _____

Existen nueva propuestas o alternativas de negociación con la alcaldía para la reubicación de los vendedores de la APS _____

SALIDA DE CAMPO 1

Objetivo

- Reconocer el terreno
- Observar el estado del ambiente físico del sitio de trabajo actual del grupo de vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander.

Instrumento

- Observación directa
- Registro en diarios de campo

SALIDA DE CAMPO 2

Objetivos

- Dar a conocer los objetivos de la investigación a la población fuente de estudio.
- Identificar los posibles informantes claves.
- Caracterizar la población.

Instrumentos

- Observación directa
- Entrevista semiestructurada con guía

SALIDA DE CAMPO 3

Objetivos

- Incrementar el grado de familiaridad entre las investigadoras y la población
- Establecer un nuevo acercamiento con los informantes claves tentativos detectados en la anterior salida de campo.

Instrumentos

- Entrevista individual no estructurada

SALIDA DE CAMPO 4

Objetivo

- Indagar sobre cómo se han llevado a cabo el proceso de desalojo y reubicación del sitio de trabajo de los vendedores de la Plazoleta Santander.
- Validar la información mediante la contrastación de los datos suministrados tanto por informantes claves como típicos.

Instrumento

- Entrevista semiestructurada con guía
1. ¿Cómo se realizó el proceso de desalojo de los vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander?
 2. ¿Cómo se realizó el proceso de reubicación de los vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander?
 3. En qué sitios se ha realizado la reubicación?

SALIDA DE CAMPO 5

Objetivo

- Indagar sobre la percepción de los vendedores de la Plazoleta Santander sobre cómo se han llevado a cabo las diferentes reubicaciones temporales que han tenido.
- Indagar sobre el cambio psicosocial que ha generado en este grupo de vendedores las diferentes reubicaciones temporales que han tenido.
- Establecer la distribución y organización del espacio físico de los diferentes sitios de trabajo donde han sido reubicados.
- Validar la información mediante la contrastación de los datos suministrados tanto por informantes claves como típicos

Instrumentos

- Entrevista semiestructurada con guía
1. ¿cómo fue la reubicación en la misma plazoleta?
 2. ¿Cómo fue el proceso de reubicación desde la Plazoleta a la calle 18?
 3. ¿Cómo fue el proceso de reubicación desde la calle 18 a su actual sitio de trabajo?
 4. ¿Cuáles eran las características físicas del anterior sitio de trabajo?
 - Plazoleta Santander
 - Calle 18 entre carreras 21 y 22
 4. ¿Cuáles son las características físicas del actual sitio de trabajo? (observación directa)
 5. ¿Cuál era la distribución del espacio físico en su anterior sitio de trabajo?
 - Plazoleta Santander
 - Calle 18 entre carreras 21 y 22
 6. ¿Cuál es la distribución del espacio físico en su actual sitio de trabajo? (observación directa)
 7. ¿Cuál era el uso del espacio físico en su anterior sitio de trabajo?

- Plazoleta Santander
 - Calle 18 entre carreras 21 y 22
8. ¿Cuál es el uso del espacio físico en su actual sitio de trabajo?
9. ¿Cómo era el sentido de pertenencia de los vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander hacia su anterior lugar de trabajo?
- Plazoleta Santander
 - Calle 18 entre carreras 21 y 22
10. Cómo es el sentido de pertenencia de los vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander hacia su actual lugar de trabajo?
- (Preguntas de subcategoría: ambiente físico)

SALIDA DE CAMPO 6

Objetivo

- Establecer cómo está estructurado el grupo de vendedores estacionarios.
- Indagar sobre la dinámica existente en este grupo de vendedores.

Instrumento

- Entrevista semiestructurada con guía
 1. ¿Cuál es la población total del grupo de vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander?
 2. ¿Qué organización formal los representa?
 3. Si quisiera ingresar un nuevo vendedor cuáles serían los requisitos?
 4. Cuáles son las principales normas que existen dentro del grupo
 5. ¿Cómo es la estructura informal existente en el grupo de vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander?
 6. ¿Existen nuevos representantes o voceros?
(Preguntas de subcategoría: estructura de grupo)
 7. Cómo se dirigen y organizan las diferentes actividades del grupo?
 8. ¿Qué problemas se han derivado de los diferentes desalojos y reubicaciones que se han realizado?.
 9. ¿Quién tomó la decisión dentro del grupo para que se efectúen las reubicaciones y de que forma se las va a realizar?
 10. ¿Cómo reaccionó el grupo frente a estas reubicaciones?

SALIDA DE CAMPO 7

Objetivo

- Indagar sobre la dinámica existente en este grupo de vendedores.

Instrumento

- Entrevista semiestructurada con guía
 1. ¿Por qué no fueron reubicados en el centro comercial de la 16?
 2. ¿Algunos de los vendedores de la APS fueron reubicados en el centro comercial de la 16?
 3. Existió algún tipo de conflicto por la ubicación de los puestos en los diferentes sitios de trabajo?
 4. ¿Como percibe la adaptación del grupo hacia su actual sitio de trabajo?
 5. ¿Qué opinión tienen los vendedores estacionarios de la antigua plazoleta Santander sobre la política municipal relacionada con la recuperación del espacio público?
 6. ¿Cuáles han sido las experiencias de los vendedores de la APS con los estamentos gubernamentales encargados del desalojo y la reubicación?
 7. ¿Han influido estas experiencias sobre la credibilidad del grupo frente a las alternativas propuestas para su reubicación?
 8. ¿Cómo se da la comunicación con respecto al proceso de desalojo y reubicación del sitio de trabajo?:
 - Entre compañeros
 - Entre los sindicatos existentes
 - Entre el presidente del sindicato y sus miembros
 - Entre los vendedores y la Administración Municipal
 9. ¿Existen nueva propuestas o alternativas de negociación con la alcaldía para la reubicación de los vendedores de la APS?

10. ¿Consideran los vendedores que los estamentos gubernamentales tienen en cuenta sus peticiones y propuestas ante el proceso?

(Preguntas de subcategoría: dinámica de grupo)

SALIDA DE CAMPO 8

Objetivo

- Indagar sobre la percepción social que el grupo de vendedores APS tiene frente al grupo de los vendedores del centro comercial de ventas populares la 16.

Instrumento

- Entrevista semiestructurada con guía
 1. ¿Cuál es la percepción social de los vendedores de la antigua plazoleta Santander, frente a las condiciones físicas del lugar de trabajo de los vendedores del Centro Comercial de Ventas Populares la 16?
 2. ¿Cómo perciben este grupo, el sentido de pertenencia de los vendedores del Centro Comercial de ventas Populares la 16 hacia su lugar de trabajo?
(Preguntas de subcategoría: ambiente físico de grupo)
 3. ¿Cómo accede este grupo a la información sobre el proceso de reubicación de los vendedores informales de la calle 17?
 4. ¿Qué información poseen los vendedores estacionarios de la antigua Plazoleta Santander sobre el proceso de reubicación de los vendedores informales de la calle 17 al centro comercial Ventas Populares la 16?
 5. ¿Cuál es la percepción que tienen frente a la situación actual de los vendedores reubicados en el centro comercial de la 16 ¿
 6. ¿Cómo percibe este grupo de vendedores estacionarios, el cambio que ha generado la reubicación en los antiguos vendedores informales de la calle 17?
 7. ¿Cómo ha influido la situación actual de los vendedores del centro comercial de la 16 en la participación de los vendedores de este sitio de trabajo en la toma de decisiones?.
(Preguntas de subcategoría: dinámica de grupo)