

# Mercaderes de la Perla

Investigación periodística a profundidad que explora la problemática de las ventas informales en Pereira

## **Autores**

Sara María Bernal Franco  
Carolina Buitrago Echeverry  
Carlos Alberto Calderón Echavarría

# **Mercaderes de la Perla**

## **Autores**

Sara María Bernal Franco  
Carolina Buitrago Echeverry  
Carlos Alberto Calderón Echavarría

## **Fase II**

**Programa de Comunicación Social - Periodismo**  
**Facultad de Ciencias Humanas, Sociales y de la Educación**  
**Universidad Católica de Pereira**  
**2017**



**MERCADERES DE LA PERLA  
PEREIRA**

Sara María Bernal Franco  
Carolina Buitrago Echeverry  
Carlos Alberto Calderón Echavarría

Facultad de Ciencias Humanas, Sociales y de la Educación  
Universidad Católica de Pereira

Investigación periodística a profundidad  
Protocolo soporte multimedia  
Trabajo de grado fase II  
Tutor de trabajo de grado: Ricardo Bustamante Echeverry  
Asesor conceptual: José Manuel Romero Tenorio



## ÍNDICE

ÍNDICE.....	5
Resumen.....	7
<b>I. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO .....</b>	<b>10</b>
<b>II. DESCRIPCIÓN DE LOS HECHOS, ANTECEDENTES Y CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>11</b>
2.1. Espacio público .....	12
2.2. Vendedores informales, medida de progreso de los países .....	14
2.3. Mapa sinóptico .....	19
2.4. Planteamiento del problema a investigar.....	20
<b>III. CONTEXTO DEL SOPORTE MULTIMEDIA A UTILIZAR.....</b>	<b>21</b>
3.1. Título del proyecto .....	21
3.2. Clasificación de la multimedia.....	21
3.2.1. Según su navegación (lineal, reticular, jerarquizada) .....	23
3.2.2. Según su nivel de control (cerrado, semi-abierto, abiertos).....	24
3.2.3. Según su tipología (educativa, comercial, publicitaria o informativa).....	24
<b>IV. FOCALIZACIÓN DE LA TEMÁTICA.....</b>	<b>24</b>
4.1. Tema general.....	24
4.2. Objetivos: general y específico.....	24
4.3. Público objetivo.....	25
4.4. Beneficiarios directos .....	25
4.4.1. Beneficiarios indirectos.....	25
<b>V. FUNCIONAMIENTO BÁSICO DEL SOPORTE MULTIMEDIA .....</b>	<b>26</b>
5.1. Nombre y dominio.....	26
5.2. Lenguaje de marcado .....	26
5.3. Hosting – Albergador: gratuito, pago, reselle, cloudhosting .....	27
5.4. Editor de sitio web.....	27
5.5. Sistema de gestión de contenidos .....	27
<b>VI. EJECUCIÓN DEL SOPORTE MULTIMEDIA .....</b>	<b>27</b>
6.1. Creación de la página .....	27
6.2. Ejecución de la carta gráfica y editorial .....	28
6.2.1. Carta gráfica: imagen, tipografía, colores, elementos gráficos y de selección.....	28
6.2.2. Carta editorial: Dispositivo editorial, reglas de redacción: forma y contenido.....	30
6.3. Ejecución desarrollos dinámicos y multimedias.....	30
<b>VII. REALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS DEL PROYECTO MULTIMEDIA .....</b>	<b>31</b>
7.1. Productos textuales .....	31
7.2. Productos gráficos.....	31

7.3. Productos Audiovisuales.....	32
7.4. Relación de los Productos de animación .....	33
7.5. Productos propios de la web: flujos RSS, redes sociales digitales, etc. ....	34
<b>VIII. SEGUIMIENTO DEL SOPORTE MULTIMEDIA .....</b>	<b>34</b>
8.1. Prueba piloto / Usabilidad .....	34
8.2. Puesta en línea.....	35
8.3. Política de promoción y difusión del producto multimedia .....	35
<b>IX. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>37</b>
9.1. Conclusiones .....	37
9.2. Recomendaciones .....	38
<b>X. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS .....</b>	<b>39</b>
<b>XI. ANEXOS.....</b>	<b>42</b>

**MERCADERES DE LA PERLA**

**PEREIRA**

## **Resumen**

Mercaderes de la Perla es una investigación periodística a profundidad que aborda la problemática de las ventas informales de Pereira, capital del departamento de Risaralda - Colombia, desde los ojos de quienes en la carrera octava en el centro de la ciudad ejercen el comercio informal e intentan conseguir el sustento diario configurando el espacio público como su segundo hogar.

El presente texto explora cómo desde un soporte multimedia online, se puede contar la situación desde un punto de vista periodístico mostrando la realidad de una forma innovadora.

Para la recolección de información se realizaron entrevistas y observación participante, con lo que se pudo comprender la manera en la que los vendedores informales se apropian del espacio público transformándolo en su lugar de trabajo y desarrollando allí sus prácticas sociales y culturales.

## **Summary**

Mercaderes de la Perla is an in depth journalistic investigation that addresses the informal economy of Pereira, the capital of the department of Risaralda - Colombia, from the eyes of those who in “La Octava”, in the center of the city, who work in the informal sector and try to earn a daily living by making the public spaces in the city their second home.

This text explores how from an online multimedia support, this situation can be told from a journalistic point of view showing reality in an innovative way.

Interviews and participant observation were carried out for the purpose of this investigation and the results led to an understanding of the way in which the people involved in the informal sector appropriate public spaces by transforming them into their workplaces and by carrying out their social and cultural practices there.

## **Palabras clave**

Pereira, vendedores informales, espacio público, documental, multimedia.

## **Keys words**

Pereira, informal sellers, public space, documentary film, multimedia.

## **Agradecimientos**

Los resultados de Mercaderes de la Perla, están dedicados a todas las personas que de alguna u otra forma hicieron parte de este proyecto. Nuestros más sinceros agradecimientos están dirigidos principalmente a nuestras respectivas familias:

Por Sara María Bernal Franco: Hugo Bernal Sarmiento y Patricia Franco Peña.

Por Carolina Buitrago Echeverry: José Manuel Romero Tenorio y Fanny Echeverry.

Por Carlos Alberto Calderón Echavarría: Marta Cecilia Echavarría, Yennifer Osorio y Daniel López.

A nuestros amigos que nos acompañaron durante este recorrido y nos apoyaron en momentos importantes de nuestras vidas.

También, a Ricardo Bustamante Echeverry, por la paciencia, dedicación y el empeño que le puso a Mercaderes de Perla. Gracias por haber sido nuestro tutor.

A los vendedores informales y a sus hijos mil gracias por haber hecho parte de esta familia, por habernos brindado su confianza y dejarnos entrar en sus corazones y hogares: Jimmy Betancur, Fernando Bedoya Gantiva, Luz Nelly Bustos Torres, Gloria Patricia Bustos Torres, Germán Torres, Rubiela Romero, Luis Mateo Romero, Gildardo López Álzate, Diana Marcela Muyuy, Herney Cortez Arias, Javier Antonio Rojas, Jhony Alejandro Rojas, Julio César Grajales Zúñiga y Ruby Sáenz Aguirre.

Agradecemos también a las entidades gubernamentales por haber apoyado los inicios de este proyecto: Alcaldía de Pereira, Gobernación de Risaralda, Pereira cómo Vamos y al Sindicato de Vendedores Informales.

A Innova Social Media (ISM), Beto Briceño, Estudio Londher Music, Matrix Personalizados Pereira, Smart Drone, Juan David Trujillo y Bryan St. Marín, por haber aceptado ser parte de este proyecto siendo patrocinadores. Pero también, se le agradece a Alejandro Montes y Jhony Alejandro Mosquera Mosquera por haber aportado una parte muy esencial para la web de Mercaderes de la Perla.

Finalmente queremos agradecer a la Universidad Católica de Pereira y al Centro de Medios por haber apoyado e impulsado este proyecto.



# MERCADERES DE LA PERLA

## PEREIRA

### I. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

El tema de las ventas informales en Pereira puede ser abordado desde distintos ángulos. Hemos decidido abordarlo desde un enfoque más humano, partiendo de la idea de que el vendedor es un sujeto con unas necesidades, una sensibilidad y una historia; por consiguiente, es fundamental reconstruir la identidad humana del vendedor informal.

A manera de contexto, es bueno anotar que si bien la informalidad siempre ha estado presente en la economía pereirana, es en el año 1950 donde se instituyó en su forma actual, debido a las pocas oportunidades y la gran tasa de desempleo de entonces. En la actualidad, de acuerdo con el Ruvip (Registro Único de Vendedores Informales Pereira), hay 1.952 vendedores registrados, estimándose que esta cifra constituye solo la mitad de los vendedores que ocupan informalmente el espacio público de la ciudad; asunto que, por supuesto, se ha convertido en una preocupación constante para todos los gobiernos que han pasado por la ciudad.

La Ley 9 de 1989 define al espacio público como “el conjunto de inmuebles públicos y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados, destinados por su naturaleza, por su uso o afectación, a la satisfacción de necesidades urbanas colectivas que trascienden, por tanto, los límites de los intereses, individuales de los habitantes”. Este espacio público o este pedazo de cera se ha convertido en la única opción de trabajo que tienen estas personas, que aprecian y pelean por ese pedazo de calle que les brinda el sustento para sus familias todos los días.

Nos acercamos a esta realidad social por medio del periodismo de investigación a profundidad. Aunque si bien es una inmensa problemática con muchas aristas (políticas, sociales, económicas, etc.), nos proponemos ahondar en las experiencias de vida del vendedor informal sumergido en una cultura urbana y en un espacio público a veces hostiles a ellos.

Por consiguiente, esta investigación se materializa en un soporte multimedia, el cual fue el más apropiado porque se adaptó a las necesidades de sus investigadores, pues sumergirá al espectador en una plataforma web donde se mostrará lo que es tener una vida en la carrera octava e intentará dar cuenta de lo que significa ser un vendedor informal. Este proyecto abordó el periodismo digital con el fin de aprovechar las diferentes plataformas que brinda para contar la problemática investigada.

## II. DESCRIPCIÓN DE LOS HECHOS, ANTECEDENTES Y CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

Pereira está ubicada en el centro occidental de Colombia; capital del departamento de Risaralda, cuenta aproximadamente con 488.000 habitantes, de los cuales más de la mitad se asientan en la zona urbana, distribuida en 19 comunas; y 78.304 en el área rural, organizada en 12 corregimientos, lo que la hace la ciudad más poblada del eje cafetero.

Al ser la capital del departamento, en ella se localizan distintas empresas públicas, instituciones y organismos del estado colombiano. Pereira ocupa un lugar estratégico en el denominado *triángulo de oro* (Bogotá, Medellín y Cali), y por ello ha adquirido considerable importancia, principalmente en el sector comercial.

La querendona, trasnochadora y morena es una ciudad comercial, lo que hace que se genere un incipiente empleo en este sector; no obstante, “la tasa de desempleo en la ciudad se ha ubicado en un 10,5%, en el mes de marzo a mayo del 2016” (DANE, 2016), alcanzando altas cotas con respecto a la media nacional. Pereira, desde el año 2003 con la renovación urbana, ha centrado sus esfuerzos en hacer que la mayor parte del comercio sea formal; es por esto que una numerosa parte se localiza en los principales centros comerciales (Bolívar Plaza, Pereira Plaza, Victoria, Unicentro, Parque Arboleda, Novacentro, entre otros). Pero aunque sus esfuerzos han hecho énfasis en hacer del comercio una actividad formal y legal, la actividad comercial informal e ilegal en la ciudad crece a pasos agigantados desde que inició en los años 50

Según Nora Miriam Bartolo, directora del espacio público en Pereira, en el Ruvip (Registro Único de Vendedores Informales Pereira), hay 1.952 registrados hasta el momento, pero se estima que esta cifra constituye solo la mitad de los vendedores informales que ocupan el centro de la ciudad, barrios y comunas. Las ventas informales operan en distintas modalidades:

- Estacionarios, son los que permanecen siempre en un lugar, normalmente ubicados en casetas.
- Semiestacionarios, son los que se asientan día a día en cualquier lugar de la ciudad y en la noche retiran la venta.
- Ambulantes, son los que constantemente están caminando por toda la ciudad con sus productos.
- En vehículo, circulan por la ciudad, ya sea en carros o en motos.

Para los pereiranos y para las distintas administraciones, que los vendedores informales estén ocupando las calles de la ciudad representa un problema a resolver y una molestia. Son pocas las veces en las que se detiene a pensar que ser vendedor informal es también un trabajo, que todos aquellos que laboran en las calles de la ciudad consiguen su día a día en estos puestos, para el sustento propio y el de sus familias. Además, el espacio público se ha configurado como su lugar de trabajo, ellos sienten que es su espacio e incluso se encariñan.

Por otra parte, no existe un criterio unificado que dé respuesta, por parte de la administración, a las necesidades de los vendedores. Así, los casos de Marín y Rosa, vendedores informales de la ciudad de Pereira, muestran una situación diametralmente opuesta. A Marín, la Alcaldía de la ciudad lo reubicó y a su vez le dio un puesto estable para sus ventas. Rosa, en cambio, nunca recibió ayuda de la alcaldía en sus más de 30 años de experiencia en la venta informal.

Desde la administración de la ciudad se han alcanzado distintos objetivos para hacer del comercio de Pereira algo más formal. La informalidad no ha dejado de ser un dilema, pues son muchos los vendedores informales que están instalados en las calles de Pereira; el control sobre este problema se ha vuelto cada vez más complejo, pues dichos comerciantes ocupan el espacio público y esto molesta a los ciudadanos.

Según Marín, para contrarrestar la toma del espacio público por vendedores informales, los diferentes gobiernos han buscado una reubicación para los vendedores, pero no ha funcionado porque no se les ha brindado condiciones óptimas y tampoco ha sido constante. (Anexo 2)

## **2.1. Espacio público**

En Colombia, hay varias normas que definen qué es espacio público. Una de ellas es la Ley 9 de 1989, que lo define como “el conjunto de inmuebles públicos y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados, destinados por su naturaleza, por su uso o afectación, a la satisfacción de necesidades urbanas colectivas que trascienden, por tanto, los límites de los intereses, individuales de los habitantes.” (Ley 9, 1989).

Como se menciona en la investigación de Bolívar (2012) en *Espacio público y calidad urbana en Pereira*, hay una estrecha relación entre espacio público y calidad de vida, pues esto implica el ámbito social y cultural de cada sector. En él se puede evidenciar la manera en la cual se ha administrado el espacio ambiental y cómo ha sido manejado los diferentes espacios sociales para el bienestar de los habitantes.

Es decir, todo aquel espacio destinado a la satisfacción de necesidades colectivas, a lo que normalmente acude el ciudadano para ejercer sus derechos: parques, plazas, calles, vías. Todo aquel espacio que puede usar libremente sin restricción de ningún tipo.

La Constitución de Colombia establece que el espacio público debe ser protegido para evitar que los ciudadanos se apropien de dichos espacios; es por eso que el artículo 82 decreta que: “El Estado debe velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual prevalece sobre el interés particular. Las entidades públicas participarán en la plusvalía que genere su acción urbanística y regularán la utilización del suelo y del espacio aéreo urbano en defensa del interés común.”

El manejo del espacio público en Pereira no es ajeno a las leyes nacionales y se acogen a lo estipulado. Sin embargo, la conflictividad entre autoridades y vendedores informales sigue creciendo. Según el periódico Diario del Otún (2016), en redes sociales,

fue viral un video en el que varios controladores de espacio público de Pereira y patrulleros de la Policía forcejean con un vendedor ambulante de aguacates, mientras la hija de este llora inconsolable, sentada sobre la carreta, desbaratada, y las frutas, algunas de las cuales se regaron en la calle.

Cabe resaltar que, según el periódico El Diario del Otún, en el artículo *No más vendedores en el Ruvip* (2016), los comerciantes aseguran que una de las promesas del alcalde de Pereira, Juan Pablo Gallo Maya, durante la campaña política era concertar y no maltratar a los informales, sin embargo, ellos afirman que ya se han presentado algunos altercados hasta con personas que se encuentran en el Ruvip.

Lo cual deja en evidencia la falta de organización y compromiso por parte de los entes gubernamentales con los vendedores informales, pues se les ha prometido que no habrá maltrato ni físico ni verbal, cuando la actitud hacia muchos de ellos es hostil.

Hace poco, hubo una manifestación por parte de los vendedores informales frente a las instalaciones de la Alcaldía de Pereira, pues la policía y los entes gubernamentales, no los dejaban laborar en los lugares que siempre suelen hacerlo como lo informó el periódico El Diario del Otún (2016).

Como se ha nombrado anteriormente, la administración ha tratado de resolver los dilemas que se dan en cuanto a la ocupación del espacio público, porque además los ciudadanos reportan quejas constantemente sobre esto; por ello, del año 2001 hacía atrás, en Pereira había una política para la ocupación, se expedían permisos a las personas que lo solicitaban, especialmente a la población vulnerable, madres o padres cabeza de hogar, adultos mayores, desplazados, reinsertados, personas con algún tipo de condición especial. Pero esto se estaba convirtiendo en un problema para la ciudad y se restringe el permiso por medio de un decreto ciudadano.

El trámite para tener un permiso se eliminó porque cada vez más personas estaban solicitando el permiso, creyendo que apropiarse de un espacio público podía hacerse de manera legal, por lo que las calles de la ciudad se empezaron a llenar de vendedores informales. Todo esto nace a causa del desempleo, falta de oportunidades laborales, desplazamiento y además porque ven en las ventas informales una entrada económica viable, se libran de impuestos y de otros gastos, pero además, se convierte en un estilo de vida.

Es el caso de Marín<sup>1</sup>, que está registrado como vendedor con su respectiva cámara y comercio, lo que lo hace vendedor legal en la ciudad. (Anexo 2)

Mientras que Rosa, vendedora informal, lleva 30 años en este oficio. Oriunda de Putumayo, llegó a la ciudad de Pereira muy joven, junto con sus padres después de haber sido desplazados por la violencia. (Anexo 3)

---

<sup>1</sup> Marín responde a varios apelativos cada vez que se realiza una intervención periodística, por lo tanto no se sabe su nombre real.

Después del año 2001, las políticas han sido otras y los vendedores han tratado de unirse, con el objetivo de ser escuchados, pues piensan que laborar en las calles de la ciudad es también un trabajo digno. A la última administración, se le presentó una propuesta que busca optimizar del trabajo informal que se da en las calles del centro de la ciudad. En El Diario del Otún, en el artículo *Vendedores ambulantes presentan propuesta al Alcalde Gallo* (2016), señala que “los vendedores buscan que dejen de tratarlos de delincuentes y mafiosos como les ha sucedido con algunos funcionarios, no solo de esta administración, sino también de anteriores. Lo que pretende es que se genere una organización, pero innovadora frente a las ventas, porque hasta el momento no cuentan con una solución clara para los ambulantes.”

La carrera octava es una zona impregnada de vendedores que todos los días luchan por conseguir el sustento del día a día vendiendo cacharros, comida, libros, ropa, dulces entre otras cosas. Es allí donde Marín y Rosa se estacionan para vender diversos artículos para su sustento diario, que muchas veces solo les alcanza para un almuerzo y en otras ocasiones ni para ello. Ellos dos aunque comparten su profesión, no han tenido las mismas oportunidades, pues uno de ellos ha recibido la ayuda que el otro quisiera y aún no le han brindado.

Este es un problema social que afecta a la comunidad por el reducido espacio que hay para transitar en los diferentes puntos estratégicos de la ciudad. Por ello, La Alcaldía de Pereira todo el tiempo recibe quejas y peticiones de los ciudadanos a causa de ello.

Por este motivo, la Alcaldía trata de resolver esta situación, reubicando a los vendedores. Muestra de ello es el documental *Ruta Centro* (2009), en el que se trata las condiciones de los vendedores tras el desplazamiento hacia la nueva galería, que trajo consigo la remodelación de la antigua galería de Pereira. En este trabajo se evidencian las condiciones precarias en las que laboran los vendedores.

Una de las aristas de esta obra constituye la política de represión hacia este colectivo en el nuevo emplazamiento; la conciliación entre las partes se convierte en un hecho extraño. Pone en evidencia que, aunque han sido muchas las estrategias que han utilizado, nada termina funcionando porque no lo ven desde la mirada del propio vendedor informal y sus necesidades. Este problema no solo se concentra en la ocupación del espacio público, sino que también en la falta de comprensión por parte los ciudadanos y las diferentes administraciones que tratan de regular este problema, pues los vendedores informales aman su trabajo, muchos llevan casi toda su vida en las calles y esto se ha convertido en su estilo de vida.

## **2.2. Vendedores informales, medida de progreso de los países**

La ocupación del espacio público por parte de los vendedores informales es uno de los temas que preocupa a todos los gobiernos. En España, por ejemplo, se vuelve usual la escena en la cual los vendedores informales de imitaciones, llamados manteros, muestran sus artículos en unas mantas con cuerdas y, cuando llega la policía, jalan de la cuerda para recoger su mercancía y huir de la misma. Estos vendedores, normalmente africanos,

trabajan para mafias ilegales que controlan el negocio y se aprovechan de las necesidades económicas de estos vendedores para amasar grandes fortunas.

Y si alzamos los ojos a Asia Oriental, (Camboya, China, Vietnam) o a los países latinoamericanos, nos damos cuenta de que la ocupación del espacio público por parte del comercio informal caracteriza a los países subdesarrollados o en vías de desarrollo. Como anécdota, señalar que se ha llegado a dar una estrella Michelin, mayor reconocimiento a nivel mundial en gastronomía a un vendedor informal en Singapur<sup>2</sup>, con un plato de apenas 3000 COP. En La Paz, una de las ciudades más pobres de Latinoamérica, antes de que salga el sol un ejército de mujeres cargadas con miseria, carros y niños bajan de El Alto, uno de los barrios más pobres de la capital, al centro de la ciudad.

En Venezuela, la crisis gubernamental ha provocado una venta informal de lujo; no lujo por los productos caros, sino porque la escasez de insumos de primera necesidad lo han encarecido y muchos han aprovechado para traficar con huevos, leche o pan; artículos que pocos se pueden permitir.

Es muy paradójica la situación de un país con una apariencia de modernidad como Ecuador. En Quito, el comercio informal está muy regulado; una tradición como las exprimidoras de jugos que se sitúan en los aledaños de los grandes edificios de oficina y que ofrecen botellas de jugo de naranja, sufren una fuerte presión por las autoridades. El orden de la venta informal en Quito contrasta con la anarquía de los vendedores bolivianos<sup>3</sup>.

Por tanto, la organización del espacio público y la restricción a los vendedores informales es un termómetro que da la medida del nivel de desarrollo de un país.

Aterrizando en Colombia, la ocupación del espacio público se ha dado por la violencia, falta de oportunidades o porque se ha vuelto tradición tener un puesto de cualquier producto en la calle.

La idiosincrasia del país se caracteriza por estar volcado en la calle: una escena de vida típica en La Plaza Bolívar de Pereira es la de señores que juegan al ajedrez; en los pueblos de la costa, la gente departe en la calle, se crean vínculos, se toma trago en los estanquillos. Es un signo de identidad. De esto han sido consciente los paramilitares, que cuando ocupaban un territorio, establecían toques de queda, conscientes de que si cambiaban el bio-ritmo del territorio, lo controlaban.

La violencia ha provocado también una bolsa de precariedad en los desplazados por el conflicto. No podemos obviar que Colombia cuenta con un lugar en el pódium de desplazados internos: detiene la medalla de plata, según la ONU<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> Fuente: Okdiario, <http://okdiario.com/sociedad/2016/09/16/vendedor-comida-ambulante-consigue-estrella-michelin-plato- apenas-euro-380548>. <http://www.elpais.com.co/elpais/judicial/noticias/con-53-millones-colombia-segundo-pais-con-desplazados-mundo>

<sup>3</sup> La experiencia en Quito Ecuador fue vista en una visita de los investigadores por cuestiones personales, se pone en evidencia porque ayuda a contextualizar el problema de investigación.

<sup>4</sup> Fuente El País, <http://www.elpais.com.co/elpais/judicial/noticias/con-53-millones-colombia-segundo-pais-con-desplazados-mundo>

Esta bolsa de precariedad ha sido absorbida, en parte, por la venta informal, lo cual ha situado a las administraciones ante un reto (preferimos usar este término que el de problema): dar cabida en el espacio público a los vendedores informales, que se ubican en las calles de todas las ciudades y municipios del país. Las principales ciudades donde se evidencia más esta situación son Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga y Santa Marta; se estima que hay más de 35 mil vendedores ilegales. Aunque las autoridades y el gobierno se han esforzado en darle solución a esta problemática, ninguna parece ser inteligente o efectiva. Por eso, el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial ha presentado un dossier a gobernadores, alcaldes, funcionarios municipales y ciudadanos, para ofrecer unas nuevas políticas de recuperación del espacio público; estas se podrán tener en cuenta para poner en marcha la restitución del casco cívico, persuadiendo a los ciudadanos sobre la importancia de la preservación de la urbe en calidad de una mejor vida.

Sin embargo, aún no se sostiene una ley nacional que cobije a dichos comerciantes; todo vendedor informal trabaja en un espacio público y hace uso de una área que le pertenece a cada ciudadano del territorio, Definimos el espacio público como el “conjunto natural, urbano y arquitectónico de inmuebles privados o públicos, es un espacio dedicado a la satisfacción de necesidades colectivas”.

Esta cuestión sobre la ocupación del espacio público toma a gran parte de la población Colombiana. Por este motivo, la ciudad de Pereira no es indiferente al fenómeno.

La perla del Otún fue fundada hace 153 años por el padre Remigio Antonio Cañarte y toda su corte de fundadores provenientes de Cartago, que llegaron a honrar la memoria de un ilustre hombre, José Francisco Pereira Martínez, el 30 de agosto de 1863.

La Pereira de hace 153 años era una pequeña aldea de calles destapadas en las que se construían casas de guaduas, astilla y fique. Algunas casas privilegiadas ubicadas en la Plaza Victoria, conocida en nuestros días como Plaza de Bolívar; esta pequeña ciudad también contaba con una iglesia, dos hoteles, un hospital a medias, un colegio de varones, un acueducto en el centro de la ciudad y tres periódicos que informaban a toda la comunidad.

La Plaza de Bolívar siempre ha sido el centro de la ciudad y un lugar muy importante en ella. La ciudad creció alrededor de esta plaza; las actividades culturales, políticas, comerciales y religiosas, evolucionaron cerca de esta. Más que una referencia, era el punto de encuentro donde los pereiranos vieron nacer y crecer su ciudad.

Con el paso de los años, Pereira fue configurándose como una ciudad más moderna, con vías, edificios, sucursales de grandes empresas, teatros, entre otros.

Iba creciendo y con ella la necesidad de sus pobladores: de algo tenían que vivir. Fue consolidándose como una ciudad comercial y agrícola. Sus primeros pasos en el ámbito comercial tuvieron origen en las calles, distintos puntos de comida y comidas ambulantes entre las que destacaban las empanadas, papas con guiso, albóndigas, yuca frita, chorizo, chicharrón, tamal y entre otras comidas típicas, que se vendían a las afueras del estadio Hernán Ramírez Villegas, los distintos teatros y eventos que se realizaban. Desde entonces, la carrera octava se ha constituido como un punto de comercio informal.

También cabe resaltar que muchos proyectos cívicos en la ciudad se pudieron llevar a cabo gracias a la venta informal de todos estos productos en las calles, especialmente las empanadas.

Por este motivo, es importante mencionar que “El comercio informal surgió en los años 50 o 60 del pasado siglo. Empezó en distintos puntos de la ciudad, en los que se comercializa comida preparada. Poco a poco y con el paso del tiempo, con distintas normas acerca de los alimentos en la calle, los vendedores optaron por ofrecer otros productos como cigarrillos, dulces, verduras, frutas y distintos cacharros” (Montoya, 2011).

Dicho comercio, empezó a ser un problema para la ciudad, pues cada vez eran más las personas que se tomaban un lugar del espacio público y aunque eran pocos los ciudadanos que se quejaban de dichas dinámicas, la administración sabía que tal ocupación representaba un problema para los que transitaban regularmente el centro de la ciudad. Por ello, parte de sus políticas se empezaron a destinar al control de los vendedores informales y la recuperación del espacio público.

Antes del año 2001, se emitían permisos a todas aquellas personas que pretendían ocupar un espacio o tener una vida laboral informal en la ciudad. Estas licencias estuvieron abiertas hasta que la administración de Martha Elena Bedoya Rendón (2001-2004) vio que este problema iba a traer consecuencias para la movilización de los habitantes. A partir de esta administración se decidió limitar este permiso porque la población de vendedores informales se estaba haciendo cada vez más grande.

A partir del año 2001, distintas administraciones como la de Martha Elena Bedoya Rendón, Juan Manuel Arango Vélez (2004), Israel Alberto Londoño Londoño (2008), Enrique Vázquez (2012) y el actual alcalde de la ciudad Juan Pablo Gallo Maya (2016), han optado por construir espacios aptos para que los vendedores informales tengan un lugar estable para ejercer su trabajo. También, han implementado una ayuda que se llama el capital semilla; esta provee con diez millones de pesos para apoyar el proyecto laboral de cada persona con el fin de que abandonen las calles.

Sin embargo, estas ayudas no han sido efectivas o apropiadas, pues el vendedor siempre termina ocupando el espacio que la administración le había hecho desalojar, porque ellos piensan que en los lugares donde los adecuaron no son favorables por el poco flujo comercial que se evidencia en esos recintos, sumándole las obligaciones de pagar arriendo, seguridad, servicios públicos e impuestos; para ellos esto no termina siendo viable y regresan inmediatamente al espacio público. ¿Pero por qué no sigue siendo viable? Según las fuentes, ser un vendedor informal da el sustento del día a día y apenas les sobra

para pagar los gota gota que les cobran los usureros. Cosa que nos llama la atención porque se ha logrado evidenciar que muchos de estos vendedores informales tienen deudas con estos cobradores.

Esto se convierte en un problema cultural porque a pesar de que se les brinda ayuda y solución, ellos deciden aceptar el apoyo pero vuelven al lugar donde iniciaron.

Según Marín, vendedor informal, en el gobierno de Martha Elena Bedoya (2001-2004) se limpió mucho la octava, pues ella creó unos bazares para los vendedores informales; el problema era que estaban muy lejos y los vendedores no estaban vendiendo lo suficiente para subsistir. (Anexo 2)

Él ya ha recibido la ayuda que el gobierno les ha dado a unos cuantos vendedores, pero reconoce que no ha sido comedido con el dinero y no ha sabido aprovecharlo.

Por otra parte, Rosa vendedora informal de la carrera octava, aún no ha recibido ninguna ayuda y ha estado en estas ventas por aproximadamente 32 años, de los cuales, ha tenido que soportar malos tratos, lluvia, sol, robos con tal de recolectar un poco de dinero para sacar adelante su familia. (Anexo 3)

Este espacio público o este pedazo de cera, se ha convertido en la única opción de trabajo que tienen estas personas. Constituye un pedazo de calle que les brinda el sustento para sus familias todos los días. Muchos de estos vendedores informales sienten que este trabajo es motivo de orgullo y también es una bendición de Dios poder trabajar y buscar ese sustento en medio de las calles, además porque es un trabajo duro y no lo haría cualquiera.

De acuerdo con el trabajo antropológico realizado por Claudia Piedrahita (2014), el espacio público es considerado un espacio de pertenencia. Cada persona según su vivencia le da un sentido y un valor sentimental a su espacio; por este motivo, los vendedores ambulantes sienten un apego inmaterial por su lugar de trabajo, las calles, en las cuales se cuentan una infinidad de anécdotas por lo que ellos piden respeto, seguridad y condiciones óptimas, pues están trabajando como cualquier otra persona, solo que sus “oficinas” o lugares de trabajos cambian.

Por este motivo, se conocieron distintos puntos de vista de algunos vendedores informales de la ciudad de Pereira, acerca de qué sienten ellos por su trabajo y qué significa trabajar en las calles de la ciudad.

Entre los comentarios, sobresale que ser vendedor informal o vendedor ambulante es una profesión digna pero también, es la opción de vida que muchos han tenido, pues no han tenido la oportunidad de estudiar. Asimismo, dicen que es un trabajo como cualquiera y por ese motivo salen a buscar el sustento diario esperando poder conseguir el dinero para sus familias todos los días.

La mayoría de estas personas llevan casi la mitad de su vida siendo vendedores informales, y es por este motivo que se admiran entre ellos, se conocen y se sienten en

familia. Otros afirman que es como trabajar en cualquier empresa, solo que cada uno es su propio jefe, tienen horarios, metas y propósitos.

Para concluir, la problemática de la venta informal, como hemos visto, se ha abordado desde una perspectiva cultural, social y periodística. El eje nucleador de estas investigaciones ha girado en torno a la legitimidad de la ocupación del espacio público y a las medidas gubernamentales para solventarlo. Una conclusión que arrojan estos estudios es que lo

punitivo no soluciona el problema; el contexto demuestra que tampoco la subvención (el capital-semilla).

Entonces, ¿cómo podemos situar la presente investigación en este panorama? Aunque si bien es una inmensa problemática que abarca todos los problemas del espacio público, esta investigación quiere mostrar las experiencias de vida del vendedor informal como una persona que hace parte de la cultura urbana.

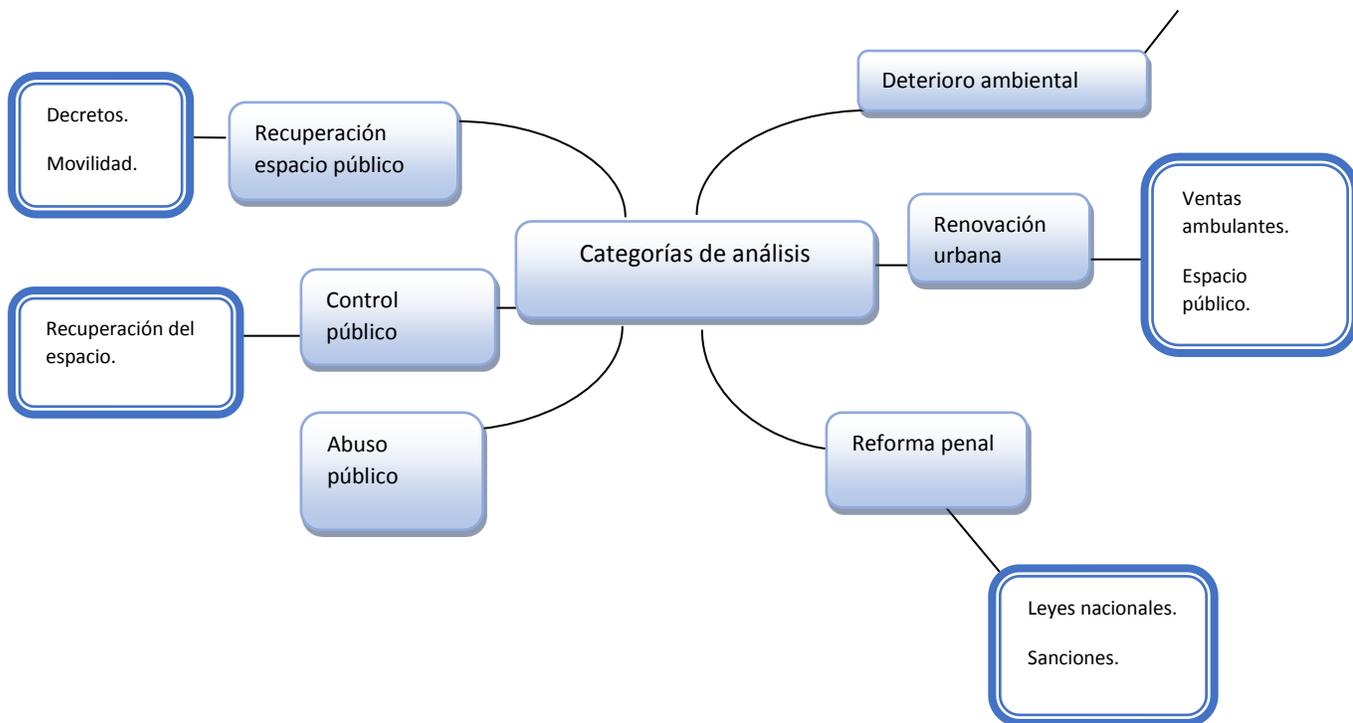
Pretendemos arrojar una mirada periodística más amplia, asentándonos en el periodismo de investigación a profundidad. No queremos poner en evidencia lo obvio; tampoco pretendemos ofrecer una visión maniquea, que se limita a polarizar en buenos y malos, problemas y soluciones.

Pereira es Pereira también por sus vendedores; con sus defectos y sus virtudes, con su ordenación urbanística tan peculiar como potente, tan articuladora como resquebrajada. Entenderemos estas lógicas que han llevado a que la ciudad de Pereira se le califique como abierta, por la mitología de sus mujeres, por los embaucadores de sus gentes, por la simpatía de esa señora que te ofrece un tinto en el laberíntico espacio del Parque El Lago. El comercio informal hace bonita a Pereira, es una seña de identidad que la ha configurado.

### **2.3. Mapa sinóptico**

El mapa sinóptico que se presentará a continuación, ayudará a comprender las categorías de análisis que se desprenden del espacio público, esta información fue obtenida de las investigaciones y trabajos de grado que se consultaron para el estado del arte:





## 2.4. Planteamiento del problema a investigar

Al vendedor informal se le ha tratado como un factor disonante de la ciudad, cuya identidad legal, moral y política encuentra difícil cabida en un espacio público hostil a estas personas. Urge acercarse al vendedor de otra manera. Se les discrimina y, al mismo tiempo, los que lo hacen recurren a ellas, no sólo para comprar mercancías, sino para insertarse en un nuevo espacio de sociabilidad donde no solo se intercambian mercancías, sino diálogos y percepciones. Por tanto, nuestro supuesto es que el vendedor informal no es un problema para el espacio público, sino alguien que le da identidad. En segundo lugar, el vendedor es un sujeto con unas necesidades, una sensibilidad y una historia; por consiguiente, es fundamental reconstruir la identidad humana del vendedor. Y por último, esta identidad interacciona con otra, la de Pereira, una ciudad con unas peculiaridades que no son tan ajenas

a la del vendedor informal. La denominamos ciudad puente por su ubicación geográfica (ciudad de paso) y mitológica (ciudad abierta).

Por estas cuestiones, se llegó a esta pregunta de investigación:

*¿Qué significa ser vendedor informal en el espacio público de la ciudad de Pereira?*

### **III. CONTEXTO DEL SOPORTE MULTIMEDIA A UTILIZAR**

#### **3.1. Título del proyecto**

Mercaderes de La Perla

#### **3.2. Clasificación de la multimedia**

Uno de los problemas que hemos detectado en los documentales multimedia que hemos visto es la falta de conexión en las diferentes historias que se cuentan, aunque en lo técnico y visual están muy bien estructurados, les hace falta una serie de conectores que trabajen en conjunto para el mismo fin.

Trabajaremos con el concepto de metanarración multimedia: historias aisladas que se interconecten entre ellas: nuestro reto es que sea el espectador el que ate los cabos de las diferentes historias, para esto hemos diseñado una plataforma de interacción multimedia con una lógica de interacción guiada.

Puesto que queremos que el espectador se sumerja en la plataforma para que pueda experimentar la problemática que aquí se presenta. Tomamos el postulado de Marshall McLuhan que decía que el verdadero mensaje es el medio de comunicación. Con ello sugerimos que la naturaleza del soporte que desarrollaremos marcará la investigación desde su génesis. Nuestro estado del arte analizó una serie de productos multimedia que permitían

una inmersión incluso sensitiva por nuestra parte, dado que fuimos espectadores actantes<sup>5</sup>, término que usamos para definir esa particular relación entre el individuo que experimenta el ejercicio documental y el documental mismo, sin importar cual fuera su soporte. Por tanto, no sólo pretendemos mostrar o visibilizar una problemática sino que los espectadores la vivan sumergiéndose como nosotros lo hemos hecho por medio de las entrevistas con ellos.

Para la realización de nuestro trabajo de investigación contaremos con una plataforma web en donde integraremos ciertos elementos. A continuación se mostrarán los posibles pasos para ingresar a la página web:

---

<sup>5</sup> Separándonos de la teoría narrativa de Algirdas Greimás y usando el término solo en el sentido aquí expuesto: de inmersión y actuación de los periodistas en las circunstancias de la narración.

1. Una página web [www.mercaderesdelaperla.com](http://www.mercaderesdelaperla.com) en donde se encontrará con la información correspondiente a nuestro proyecto.

2. Aparecerá un carrito de dulces en medio de la pantalla que cargará hasta 100%, seguido de esto, se mostrará automáticamente (autoejecutable) un video corto que contextualizará acerca del objeto de estudio, datos de la ciudad de Pereira y de las ventas informales. Estos datos y contextualización serán narradas por Jimmy, uno de los vendedores informales que hacen parte del proyecto.

3. Después de que se termine el video contextualizador del proyecto, aparecerá una especie de mini tutorial que indicará y explicará cómo será la forma de interactividad y navegación (aparecerá a un extremo de la parte izquierda un mouse en donde indicará que para desplazarse debe usar la rueda de desplazamiento, o también será posible con las flechas del computador o en su defecto si es táctil, con ayuda de un lápiz óptico (u otras herramientas similares, entre ellas los dedos), después de que el público le haya dado clic en “entendido”, y siga los pasos que se le indican, se abrirá en la pantalla La Plaza de Bolívar y la carrera octava en imágenes a 360° grados, esto quiere decir que el usuario podrá sentirse parte de La Plaza y la carrera octava, navegar un poco a su alrededor en donde irán apareciendo iconos que llamen la atención del público que quiera ver qué hay ahí (en cuanto a los iconos que irán saliendo a medida que se navega por la carrera octava, estos serán predecibles y fácil de entender, porque tendrá su función escrita, además se contará con ayuda de pequeños sonidos para captar la atención y denotar importancia en cada uno de ellos; así ayudaremos al público en su experiencia en Mercaderes de la Perla). Por consiguiente, los usuarios podrán sentirse inmersos dentro de la carrera octava, también, se podrá escuchar el sonido ambiente que impregna en este lugar; la cámara estará ubicada en un casco encima de la cabeza de Jimmy, un vendedor informal que yace en La Plaza de Bolívar, esto logrará dar una perspectiva completa de lo que suceda en el lugar, incluyendo una completa interacción con el personaje narrador de la contextualización, él también será el encargado de sumergirnos a las tres crónicas audiovisuales y a las siete infografías, siendo el hilo conductor de toda la experiencia, permitiéndonos acceder a todos los contenidos disponibles en la plataforma.

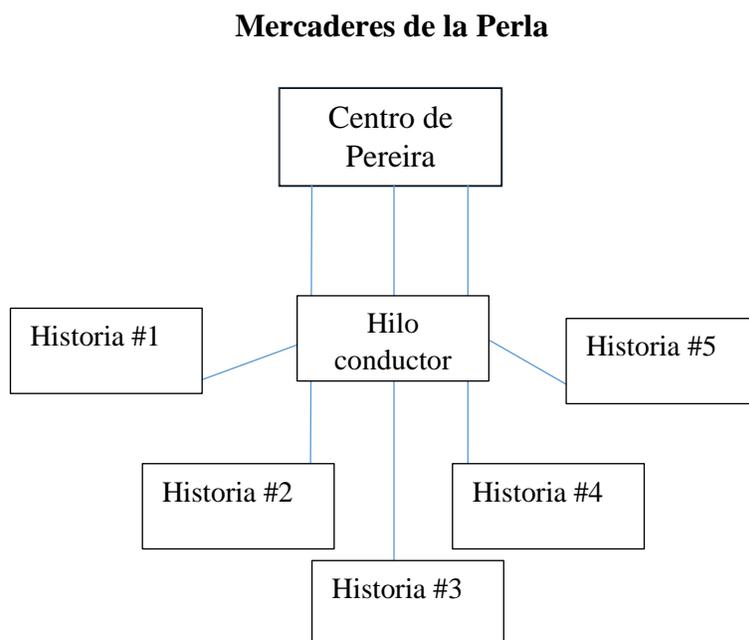
4. La plataforma contará con diferentes tipos de contenidos que abarcan infografías, crónicas, entre otros, por lo que el público los podrá seleccionar a la vez que tendrá la posibilidad de decidir si no quiere verlos o si quiere pasar a los siguientes; estos contenidos irán apareciendo a medida que la persona navegue por la carrera octava junto a Jimmy, quién llevará la cámara de 360° grados solidaria a un casco que irá en su cabeza. Al seleccionar una de las historias, se abrirá un cuadro en donde se verá información adicional de la persona, al hacer clic en la flecha que dice reproducir, se abrirá el micro documental tipo crónica que contará el día a día de estas personas, también habrá una parte que será de información adicional (datos de relevancia acerca de su vida y su trabajo), de otros vendedores informales, pero estos tendrán la información escrita en unos cuadros que se desplegarán al hacer clic sobre las personas, esto también será indicado en los iconos que irán apareciendo durante el recorrido.

5. Se realizarán algunas infografías que aportarán más datos de interés acerca de otros vendedores informales que configuran de identidad la carrera octava de la ciudad de Pereira. Cabe aclarar que las únicas tomas en 360° grados serán las de La Plaza de Bolívar y

la carrera octava (los micro documentales y demás contenidos audiovisuales serán realizados en 2d). Como lo hemos mencionado anteriormente, las imágenes en 360° grados permitirán que el usuario se sumerja dentro del ambiente de La Plaza de Bolívar y la carrera octava, esto con el fin de que la persona tenga una interacción completa no solo con lo que suceda alrededor, sino también con el narrador del documental.

### 3.2.1. Según su navegación (lineal, reticular, jerarquizada)

**Reticular:** Este sistema de navegación le permitirá al usuario hacer uso del hipertexto para generar una ruta narrativa, que le permitirá interactuar con los personajes del documental interactivo. Esta estructura favorece la consulta de información y permite contrastarla en un solo espacio de navegación. Esto lo trabajaremos con Jimmy el vendedor de tintos de la plaza de Bolívar que llevará la función de ser el guía del recorrido, pues la cámara de 360° estará arriba de su carrito y junto con él, caminaremos hacia las tres crónicas audiovisuales y hacia las siete infografías que tenemos, esto da la libertad de poder mirar todo alrededor y ser participe de un día en la vida de los vendedores informales.



### **3.2.2. Según su nivel de control (cerrado, semi-abierto, abiertos)**

**Programas cerrados:** Ventas Informales en Pereira usará este tipo de multimedia, ya que se distinguirá porque el espectador no podrá modificar ningún aspecto que se presenta dentro del documental. y además tiene una estructura secuencial que permite que el usuario siga un hilo conductor.

### **3.2.3. Según su tipología (educativa, comercial, publicitaria o informativa)**

**Hipermedia informativos:** Este documental multimedia se caracterizará por la información que ofrecerá a las personas sobre la problemática que se presenta en la ciudad de Pereira, esto se hará de una manera periodística que logrará recopilar las vivencias personales de los personajes escogidos que aparecerán dentro del productos de investigación.

## **IV. FOCALIZACIÓN DE LA TEMÁTICA**

### **4.1. Tema general**

Las ventas informales en Pereira, es una temática que puede ser abordada desde distintos ángulos. Pero nosotros hemos decidido ver la problemática desde un enfoque más humano, partiendo de la idea de que el vendedor es un sujeto con unas necesidades, una sensibilidad y una historia; por consiguiente, es fundamental reconstruir la identidad humana del vendedor informal.

Y por último, esta identidad interacciona con otra, la de Pereira, una ciudad con unas peculiaridades que no son tan ajenas a la del vendedor informal. La denominamos ciudad puente por su ubicación geográfica (ciudad de paso) y mitológica (ciudad abierta).

### **4.2. Objetivos: general y específico**

#### **General**

- Realizar un documental interactivo que dé respuesta a lo que significa ser vendedor informal dentro del espacio público de la carrera octava de la ciudad de Pereira.

#### **Específicos**

- Sumergir al usuario por medio de las imágenes 360° grados a la realidad de la carrera octava de la ciudad de Pereira.
- 
- Concienciar a la ciudadanía pereirana acerca de la venta informal y de las personas que ejercen la labor en el espacio público.
- 
- Generar una visión humana acerca de los vendedores informales de la carrera octava de Pereira.

### **4.3. Público objetivo**

Para los intereses de esta investigación, se identifica como público objetivo a toda la comunidad pereirana en general que este dentro de un rango de edad entre los 13 a 55 años, y que además cuenten con el acceso a internet y tengan conocimientos básicos de como interactuar y navegar en la web, también se tiene como público objetivo a todos los vendedores informales que configuran el espacio público de la ciudad de Pereira en la carrera octava, ello en cuanto a la importancia de dar a conocer el lado humano de los vendedores informales.

### **4.4. Beneficiarios directos**

Para esta sección se identifican a todos los vendedores informales de la ciudad de Pereira, Universidad Católica de Pereira, Alcaldía de Pereira y familias que se involucran en esta investigación.

Este proyecto beneficiará en gran medida a la alcaldía de Pereira ya que logrará mostrar un panorama sensible y humano de las personas que hacen parte de la venta informal, a la Universidad Católica de Pereira porque podrá tener en su repositorio un trabajo que logré abrirle el panorama sobre este tema a posibles investigadores, y a las

familias involucradas para informarse más a fondo sobre la problemática a la que se enfrentan.

#### **4.4.1. Beneficiarios indirectos**

Se identifica como beneficiario indirecto a la institución pública que colaboró al inicio de la investigación con información específica sobre el problema que se presenta en el espacio público según esta institución, tal como Pereira Cómo Vamos. Este proyecto beneficia a esta institución ya que logrará evidenciar la problemática desde una mirada humana y no como el gran problema del espacio público.

## V. FUNCIONAMIENTO BÁSICO DEL SOPORTE MULTIMEDIA

### 5.1. Nombre y dominio

El dominio corresponde al mismo nombre del proyecto con la extensión “.com”; quedando así: “www.mercaderesdelaperla.com”. Esto debido a que según las buenas prácticas en SEO (optimización de posicionamiento en buscadores), es buena idea incluir palabras claves o títulos descriptivos en el dominio de la página web de acuerdo a su contenido.

### 5.2. Lenguaje de marcado

La plataforma web de Mercaderes de la Perla se soporta en distintos lenguajes y frameworks para su desarrollo, a continuación mencionamos los que se utilizaron:

- **HTML5:**

Usado para la maquetación general del sitio y la implementación de su estructura general.

- **CSS3:**

Usado para determinar el estilo y aportar visualmente a la estructura de acuerdo al diseño previo de la plataforma, también permite agregar ciertos efectos de experiencia de usuario gracias a las novedades que esta versión posee.

- **JavaScript:**

Usado para los procesos dinámicos en el “client-side”, es implementado principalmente a través del framework “jQuery”, que además añade elementos interactivos que han sido previamente maquetados en HTML5 y estilizados en CSS3.

- **PHP:**

Usado para los procesos dinámicos en el “server-side”, principalmente funciones de envío de correo y de generación de variables dinámicas para implementación de logros en redes sociales o de URL interactiva.

- **Bootstrap:**

Este framework combina los tres primeros recursos (HTML, CSS & JS) para la implementación de componentes en la web y de la maquetación compatible con dispositivos móviles (o responsive design).

### **5.3. Hosting – Albergador: gratuito, pago, reselle, cloudhosting**

El servidor (o hosting) es de pago, se adquiere uno que cuente con las capacidades técnicas y garantice:

- **Estabilidad:** Con versión de PHP reciente y con escudos de seguridad.
- **Accesibilidad permanente:** Con garantía de más de 90% uptime.
- **Espacio suficiente:** Con al menos 2GB de espacios en disco para almacenamiento de la plataforma y de sus respectivos recursos multimedia.

### **5.4. Editor de sitio web**

Las ediciones de los recursos necesarios para el desarrollo de la plataforma web de Mercaderes de la Perla se pueden clasificar en dos tipos principales:

- **Software multimedia:**

Como son los editores de imágenes, video o audio; y que permiten la creación y manipulación de los recursos que posteriormente son integrados a la plataforma.

- **Software de editor de código:**

Debido a que el sitio web se maqueta y programa en su totalidad con la ayuda de los frameworks anteriormente mencionados, para este caso basta un editor simple de código que permita trabajar con interfaces orientadas a los lenguajes descritos en el punto 5.2.

### **5.5. Sistema de gestión de contenidos**

Esta plataforma no posee sistema de gestión de contenidos (CMS), debido a que su contenido no requiere actualización frecuente, pues se trata de un desarrollo con contenidos principalmente estáticos y que perduran de forma casi permanente en la duración del proyecto.

## **VI. EJECUCIÓN DEL SOPORTE MULTIMEDIA**

### **6.1. Creación de la página**

El desarrollo de la plataforma web de Mercaderes de la Perla se clasifica en distintas etapas:

- **Estructura o arquitectura de la información:**

En esta etapa se diseña la estructura de la plataforma, determinando las secciones y contenidos de las mismas. Así mismo los flujos de usuario para determinar las acciones o funciones necesarias.

- **Diseño de interfaz y experiencia:**

Durante esta fase se crea el apartado gráfico o visual de la interfaz (estructuras, botones, elementos, etc), y se planean los distintos elementos interactivos en la misma (transiciones, acciones, etc).

- **Programación y desarrollo:**

En esta etapa se materializan los pasos anteriores, maquetando y programando el código necesario para que la plataforma se ejecute en navegadores web.

## **6.2. Ejecución de la carta gráfica y editorial**

A continuación, se presentará la carta gráfica y editorial que se utilizó para la creación de la web de Mercaderes de la Perla.

### **6.2.1. Carta gráfica: imagen, tipografía, colores, elementos gráficos y de selección**

Para la web de Mercaderes de la Perla usaremos la siguiente carta gráfica:

- **Imagen:**

Video contextualizador, vídeo 360° y tres cápsulas tipo crónica de los vendedores informales.

- **Tipografía:**

La tipografía seleccionada para web es Dk Uncle Oscar Italic, pues consideramos que se acomoda estéticamente con el diseño de web.

Para las infografías se usó Dk Uncle Oscar Italic y Myriad Pro Italic.

Y la tipografía del logotipo está registrada en la siguiente imagen:



- **Paleta de colores:**

La siguiente paleta de colores ha sido seleccionada porque consideramos que representa todas las sensaciones experimentadas dentro de la carrera octava, al igual que las personalidades de los vendedores informales:



- **Elementos de selección:**

Los elementos de selección a usar son los siguientes:

1. Tabla de selección (inicio, quiénes somos, coproducción y agradecimientos)
2. Botones como (ingresar, Facebook, YouTube, para quitar el sonido, flechas que giran a todos los lados y salir).
- 3.

- **Elementos gráficos:**

Los elementos de gráficos a usar son los siguientes:

1. Logo de Mercaderes de la Perla
2. Animación de Jimmy para la introducción y el tutorial
3. Todos los elementos de selección anteriormente mencionados
4. Los cuadros donde se mostrarán las tres historias tipo crónica.

### **6.2.2. Carta editorial: Dispositivo editorial, reglas de redacción: forma y contenido**

A Continuación se determinarán los dispositivos editoriales y las reglas de producción textual y multimodal para la web de Mercaderes de la Perla:

1. El producto inicial será un video netamente informativo, en donde se mostrarán imágenes en movimiento de la ciudad, esto, acompañado de datos que serán narrados por Jimmy, el vendedor de tintos.

2. Habrá una barra en la parte superior en donde estarán los siguientes títulos: inicio, quiénes somos, coproducción y agradecimientos. al hacer clic se abrirá una nueva página, en donde se encontrará esa información, serán párrafos cortos y concisos con la información suficiente, la tipografía y la gama de colores será igual a la que se usará en todo el proyecto.

3. Un corto tutorial, que estará a cargo de una animación (Jimmy en ilustración) que explicará de manera breve la forma de navegar en el video 360°.

4. Video 360° que contextualiza y engancha al público en la realidad de La Plaza Bolívar y la carrera octava de Pereira, esto, estará acompañado de una iconografía elemental, con un lenguaje universal para un mejor reconocimiento y entendimiento.

5. Tres crónicas audiovisuales en donde se contará la vida de los vendedores que según nuestra investigación permiten ofrecer un panorama más amplio sobre la situación de la informalidad en la ciudad.

6. Siete infografías con datos de otros de los vendedores informales, datos específicos, de cada uno de ellos.

7. Investigación periodística a profundidad en donde el público podrá conocer más a fondo. Este archivo se podrá descargar en PDF o leer en línea.

8. Informe en prosa de la investigación, en donde se contextualiza de forma resumida al público la investigación. Este archivo se podrá descargar en PDF o leer en línea.

### **6.3. Ejecución desarrollos dinámicos y multimedias**

Antes de ejecutar el código en el navegador web se debe alojar (e instalar según el caso), en el servidor (o hosting), al cual se tiene apuntado el dominio web mencionado en el punto 5.2.

Una vez alojado el contenido y desarrollo terminado, la plataforma web será accesible a través de este dominio y estará disponible al público.

## VII. REALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS DEL PROYECTO MULTIMEDIA

### 7.1. Productos textuales

En la siguiente ficha, se mostrarán los productos periodísticos que se realizaron, las fuentes que se utilizaron y la necesidad comunicativa que se pretendió resolver para Mercaderes de la Perla:

CONTENIDOS PERIODÍSTICOS – SOPORTE MULTIMEDIA				
Historia	Producto Impreso	Fuentes a utilizar	Enlaces hipertextuales y multimedia	Necesidad comunicativa
Investigación periodística Mercaderes de la Perla.	Ninguno	Ley 9 de 1985, “Espacio público y calidad urbana en Pereira visión de una nueva ciudad” de Ana María Galvis, “Ruta centro” de Mónica Castrillón y Claudia Ramírez, Caracol Radio , Constitución política de Colombia, Artículo 82, Encuesta del Dane, periódico El Diario, periódico El Tiempo,	Pestaña nueva en el buscador con opción de descarga en PDF	Dar contexto y posibilidad de profundización.
Tesis de grado	Ninguno	Pereira cómo vamos, “Configuraciones del espacio público en el centro tradicional de la ciudad de Pereira: criterios de sectorización espacial, delimitación del centro y simbolización del espacio de trabajo” de Claudia Piedrahita, y el periódico Portafolio.	Pestaña nueva en el buscador con opción de descarga en PDF	Investigación a profundidad. En donde el público interesado en la investigación y quisiera seguir haciendo trabajos como este, sea referente y ayuda para lograrlo.

### 7.2. Productos gráficos

En la siguiente tabla se mencionará el material gráfico que se encuentra plasmado en la web de Mercaderes de la Perla:

<b>CONTENIDOS PERIODÍSTICOS – SOPORTE MULTIMEDIA</b>				
<b>Historia</b>	<b>Producto gráfico y de animación</b>	<b>Fuentes a utilizar</b>	<b>Enlaces hipertextuales y multimedia</b>	<b>Necesidad comunicativa</b>
Navegación en 310° grados.	Video inicial en 360° grados.	Jimmy Betancur.	El video no contiene hipermedia.	La navegación en la plataforma de Mercaderes de la Perla será en 360° grados porque esto facilita que el espectador participe de una experiencia cercana e interactiva con los vendedores informales de La Plaza Bolívar y la carrera octava, también porque permitirá viajar dentro del espacio público con un paisaje sonoro que ayudará a que los usuarios se sumerjan dentro de la web. Cabe resaltar que esta página será un ejercicio de narración periodística.
7 infografías	Se usaron siete plantillas iguales para adicionar datos específicos de otros vendedores informales, acompañado de su respectiva fotografía.	Fernando Bedoya, Luz Nelly Bustos, Herney Cortés, Diana Muyuy, Julio Cesar Grajales, Gildardo López y casa informal.	El video no contiene hipermedia.	En estas infografías pretendemos decirles a los usuarios que no solo las tres personas a las que se le realizaron las crónicas audiovisuales hacen parte de la comunidad de vendedores informales de la carrera octava de Pereira, sino que también hay otra cantidad que está laborando en la informalidad.

### 7.3. Productos Audiovisuales

Acá daremos a conocer los productos audiovisuales que se manejan dentro de la web de Mercaderes de la Perla:

<b>CONTENIDOS PERIODÍSTICOS – SOPORTE MULTIMEDIA</b>					
<b>Historia</b>	<b>Producto Audiovisual</b>	<b>Duración</b>	<b>Fuentes a utilizar</b>	<b>Enlaces hipertextuales y multimedia</b>	<b>Necesidad comunicativa</b>

Navegación en 360° grados.	Video inicial en 360° grados.	9'01"	Jimmy Betancur y los otros vendedores que estarán en el lugar.	El video no contiene hipermedia.	Aunque entendemos que estar dentro de la navegación 360° grados no es un género periodístico, sí creemos que es una experiencia periodística que puede dar contextualización del problema, del entorno y de cómo es estar un día dentro de La Plaza de Bolívar y carrera octava con los vendedores informales. Por esto, queremos generar una inmersión del usuario dentro de la plataforma de Mercaderes de la Perla.
Datos sobre Pereira y la informalidad de su comercio.	Vídeo contextualizador.	1'21"	Jimmy Betancur, Nora Miriam Bartolo, directora del espacio público en Pereira y el Ruvip.	El video no contiene hipermedia.	El video contextualizador le dará al usuario la posibilidad de comprender la problemática a la que se enfrenta Pereira desde la informalidad.
Historia de vida de Germán Torres.	Crónica audiovisual.	5'45"	Germán Torres.	El video no contiene hipermedia.	Con esta historia respondemos a uno de los objetivos fundamentales del proyecto que es dar a conocer el lado humano de este vendedor informal.
Historia de vida de Rubiela Romero.	Crónica audiovisual.	8'07"	Rubiela Romero.	El video no contiene hipermedia.	Con esta historia respondemos a uno de los objetivos fundamentales del proyecto que es dar a conocer el lado humano de este vendedor informal.
Historia de vida de Javier Rojas.	Crónica audiovisual.	6'15"	Javier Rojas.	El video no contiene hipermedia.	Con esta historia respondemos a uno de los objetivos fundamentales del proyecto que es dar a conocer el lado humano de este vendedor informal.

#### 7.4. Relación de los Productos de animación

A continuación, daremos a conocer los productos de animación que identifican y hacen parte de la web de Mercaderes de la Perla:

<b>CONTENIDOS PERIODÍSTICOS – SOPORTE MULTIMEDIA</b>					
<b>Historia</b>	<b>Producto propio de la web</b>	<b>Duración</b>	<b>Fuentes a utilizar</b>	<b>Enlaces hipertextuales y multimedia</b>	<b>Necesidad comunicativa</b>
Explicación para navegar en la web.	Animación de Jimmy Betancur.	20"	Jimmy Betancur.	El video no contiene hipermidia.	La animación le hará entender al usuario cómo se navegar dentro de la web de Mercaderes de la Perla.

### **7.5. Productos propios de la web: flujos RSS, redes sociales digitales, etc.**

Para finalizar, mostraremos los productos propios de la web con los que Mercaderes de la Perla cuenta para la difusión del proyecto:

<b>CONTENIDOS PERIODÍSTICOS – SOPORTE MULTIMEDIA</b>				
<b>Historia</b>	<b>Producto propio de la web</b>	<b>Fuentes a utilizar</b>	<b>Enlaces hipertextuales y multimedia</b>	<b>Necesidad comunicativa</b>
Canal de YouTube para Mercaderes de la Perla.	Videos cortos promocionales en YouTube.	YouTube	<a href="https://www.youtube.com/channel/UCyUGNjC4Glo8YZyjSOyRBKQ">https://www.youtube.com/channel/UCyUGNjC4Glo8YZyjSOyRBKQ</a>	El canal de YouTube será utilizado para promocionar este proyecto, se mostrarán algunos videos cortos que lograrán llamar la atención del usuario para que ingrese a la web de Mercaderes de la Perla y viva la experiencia completa.
Fanpage de Facebook para Mercaderes de la Perla.	Fotografías y videos cortos promocionales en el fanpage de Facebook.	Facebook	<a href="https://www.facebook.com/mercaderesdelaperla/">https://www.facebook.com/mercaderesdelaperla/</a>	El fanpage de Facebook servirá para promocionar la web de Mercaderes de la Perla de una manera más rápida y efectiva entre los amigos y conocidos de los investigadores. Se mostrarán las fotografías de cada uno de los personajes y videos cortos que lograrán captar la atención de los usuarios.

## **VIII. SEGUIMIENTO DEL SOPORTE MULTIMEDIA**

### **8.1. Prueba piloto / Usabilidad**



Está es una muestra de la prueba piloto que se presentó para la exposición del proyecto en la fase uno, el cual se mostró a los docentes del programa.

## 8.2. Puesta en línea

La página web de Mercaderes de la Perla está disponible para el público desde el día 6 de noviembre del 2017.

## 8.3. Política de promoción y difusión del producto multimedia

Para la promoción de la página web de Mercaderes de la Perla utilizamos el Fanpage de Facebook, también se realizarán visitas a los medios de comunicación regionales, página web y redes sociales de la Universidad Católica de Pereira.

La web de Mercaderes de la Perla se presentará de la siguiente manera:

Primeramente, será devuelto a la comunidad de vendedores informales que aportaron información para la realización de este trabajo. Para ello, se mostrará la web de Mercaderes de la Perla en La Plaza Cívica Ciudad Victoria el 1 de diciembre del 2017, posteriormente adaptaremos un espacio de la plaza para proyectar con una tarima 3x3, sonido y pantalla con video beam. También, habrá una cantante que amenizará la

presentación y al finalizar se les hará entrega de un pequeño detalle que contiene una camiseta con el logo del proyecto y la copia de la infografía o la crónica audiovisual.

De igual manera, se presentará a la comunidad académica de la Universidad Católica de Pereira, y por último, a la comunidad externa que podría estar interesada en conocer qué significa ser vendedor informal en Pereira.

Todos los productos audiovisuales que conforman el proyecto estarán subtítulos para las personas con discapacidad auditiva, esto con el fin de generar inclusión y que llegue a toda clase de público.

Se pensó que para la comunidad externa, la página web de Mercaderes de la Perla podría circular de la siguiente manera:

### **Proyecto multimedia:**

En los siguientes festivales se presentará la página web de Mercaderes de la Perla, para las categorías de: Proyecto multimedia, nuevos medios de comunicación, serie web, video 360° y realidad virtual. Para esto, se enviará de manera completa a los concursos del año 2018.

- Premios Corte Final - Multimedia (Pereira - Colombia)  
<http://premioscortefinal.com/>
- Premios Te Muestra - Multimedia (Armenia - Colombia)  
[http://www.ucm.edu.co/wpcontent/uploads/docs/convocatorias/boletin\\_premios\\_te\\_muestra.pdf](http://www.ucm.edu.co/wpcontent/uploads/docs/convocatorias/boletin_premios_te_muestra.pdf)
- Festival Innova Multimedia (Cali - Colombia)  
<http://empresite.economistaamerica.co/FUNDACION-FESTIVAL-INNOVA-MULTIMEDIA.html>
- Festival de Cine Creative Commons - Multimedia (Bogotá - Colombia)  
<https://bogota.festivaldecine.cc/>
- Cleveland International Film Festival - Nuevos medios de comunicación y serie web (Cleveland - EE.UU)  
<https://www.clevelandfilm.org/>
- HollyShorts Film Festival - Serie web y realidad virtual (Los Ángeles - EE.UU)  
<http://www.hollyshorts.com/>
- BCN Virtual Reality Fest - Realidad virtual y video 360° (Barcelona - España)  
<http://360vrfest.pro/>
- Avanca 2018 Film Festival - Multimedia (Avanca - Portugal)  
<https://www.facebook.com/AvancaFilmFestival/>

### **Proyecto documental:**

A continuación, los festivales en los que Mercaderes de la Perla podrá enviar a concursar las crónicas audiovisuales de manera individual, esto se hará para el año 2018.

- Festival de Cine del Sur - Documental (Pereira - Colombia)  
<http://www.festivaldecinedelsur.com/>
- Festival Ojo al Sancocho - Documental (Bogotá - Colombia)  
<http://www.ojoalsancocho.org/>
- Muestra Audio-Visual Ventanas 2018 por la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá - Documental (Bogotá - Colombia)  
<http://ventanas.solsticecolombia.com/>
- DocsBarcelona, Festival Internacional de Documental Medellín -Documental (Medellín - Colombia)  
<http://www.docsbarcelona.com/es/>
- Premios Césares 2018 - Documental (Manizales - Colombia)  
<http://www.umanizales.edu.co/cesares/>
- Concurso Incubadora de Documentales - Documental (Mar del Plata - Argentina)  
<http://www.incaa.gob.ar/fomento-a-la-industria/concursos-incaa/concurso-incubadora-documental>
- Festival Cortos de Vista - Documental internacional (Chiclayo - Perú)  
<http://www.cortosdevista.pe/>
- Festival de Málaga Cine en Español - Documental (Málaga - España)  
<https://festivaldemalaga.com/>

## **IX. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **9.1. Conclusiones**

La investigación pudo confirmar el supuesto de investigación que se había planteado al inicio de este trabajo. El vendedor es un sujeto con unas necesidades, una sensibilidad y una historia; no es solo un problema para el espacio público, sino alguien que le da identidad, pues la carrera octava se ha configurado a lo largo de 67 años como el espacio en donde están los vendedores, no hay otro sitio de la ciudad en donde se puedan encontrar casi seis calles pobladas por vendedores informales; los pereiranos saben que ahí están ellos y que ahí pueden encontrar toda clase de artículos a un precio más favorable.

A través de las crónicas audiovisuales, las infografías y los datos periodísticos se narran las rutinas de trabajo, las relaciones personales y laborales de los vendedores informales; ellos han adaptado 100 cms<sup>2</sup> como su ‘oficina’, con soportes de madera y bases de cartón en donde organizan sus mercancías y sombrillas que los protegen de las inclemencias del clima.

El formato multimedia que se escogió para presentar el proyecto Mercaderes de la Perla, fue el más apropiado porque se adaptó a las necesidades de sus investigadores, pues pretendían mostrar lo que es tener una vida en la carrera octava y dar cuenta de lo que

significa ser un vendedor informal. Adoptando el periodismo digital y aprovechando las diversas plataformas que este brinda para lograr narrar la problemática investigada.

La plataforma multimedia nos dio una visión más completa en la forma de contar historias, ya que se pudieron utilizar varios formatos y lograr una investigación más interactiva y entretenida, en la cual aprovechamos las historias de los vendedores al máximo, escogiendo diversos medios ya mencionados y así, hacer llegar la idea de Mercaderes de la Perla.

Los diferentes formatos utilizados en la plataforma, nos ayudaron a acercarnos a cada una de la personas que hacen parte de este proyecto, ya que algunos de ellos no querían participar en las crónicas audiovisuales pero si en las infografías, esto nos obligó a seguir buscando más vendedores informales para lograr el número de personas que se había pensado desde un principio para cada uno de los formatos utilizados. Siendo este un punto a nuestro favor porque logramos recolectar y plasmar información adicional que se aprovechó para crear formatos adicionales como lo son el diccionario informal y álbum fotográfico.

Mercaderes de la Perla nos enseñó a contar historias en distintos formatos, sin dejar a un lado nuestra labor periodística que fue la que impulsó este proyecto.

Con la investigación periodística, se halló que los vendedores se asociaron para formar un sindicato llamado Sindivendedores por medio del cual han logrado hechos significativos para ellos, la designación de un lugar fijo, pertenecer al Registro Único de Vendedores Informales de Pereira (Ruvip), otras ofertas laborales e incentivación monetaria, fueron algunos de los logros obtenidos.

Hasta el momento la relación de los vendedores informales con la administración 2016-2019, se puede decir que es una buena relación, pues no se han vuelto a presentar problemas que se daban con administraciones anteriores. Actualmente se encuentran en negociaciones para beneficiar a los vendedores.

Por último, y no menos importante, este trabajo ha aportado en el crecimiento personal y laboral de cada uno de los investigadores.

## **9.2. Recomendaciones**

- Recomendamos a los futuros investigadores tener una visión más amplia de la problemática para que pueda ser abordada desde otras perspectivas y de esta manera obtener una mejor comprensión de las ventas informales en la ciudad de Pereira.
- Investigar el sindicato “Sindivendedores”, puesto que es un fenómeno social y cultural que se ha dado dentro de los vendedores informales.
- A las personas que estén pensando en qué formato realizar sus proyectos, el multimedia es una muy buena opción porque da oportunidad de explorar y mostrar en diferentes plataformas la investigación.
- Tener en cuenta que producir un trabajo multimedia resulta muy costoso; por eso se recomienda crear alianzas con entidades, grupos y personas que apoyen el proyecto.

- A la oficina de Proyección Social de la Universidad Católica de Pereira, sugerimos apoyar con talento humano la iniciativa del sindicato “Sindivendedores”.

## **X. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS**

Alcaldía Bogotá (s.f). “Ley 9 de 1985”, <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1175>, Último acceso 12 de setiembre del 2016.

Bolívar Galvis, Ana María. (2012). “Espacio público y calidad urbana en Pereira visión de una nueva ciudad”. *informe de práctica*. Pereira: Universidad Católica de Pereira, [http://ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10785/1262/Espacio\\_Publico\\_y\\_Calidad\\_Urbana\\_en\\_Pereira.pdf?sequence=1](http://ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10785/1262/Espacio_Publico_y_Calidad_Urbana_en_Pereira.pdf?sequence=1), Último acceso 15 de septiembre del 2016

Bustamante Castrillón, Mónica; Ramírez Valencia, Claudia Ximena. (2009). “Ruta centro”. *Investigación periodística a profundidad*. Pereira: Universidad Católica de Pereira, <http://ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10785/975/completo.pdf?sequence=1>, Último acceso 15 de septiembre del 2016

Caracol Radio (2016). “Vendedores ambulantes se toman los espacios recuperados por la Alcaldía”, [http://caracol.com.co/emisora/2016/04/26/pereira/1461671678\\_966542.html](http://caracol.com.co/emisora/2016/04/26/pereira/1461671678_966542.html), Último acceso 15 de septiembre del 2016

Constitución política de Colombia (s.f). “Artículo 82”, <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-3/articulo-82>, Último acceso 12 de setiembre del 2016.

Dane (2016). “Gran Encuesta Integrada de Hogares -GEIH- Mercado Laboral”, <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>, Último acceso 12 de setiembre del 2016.

El Diario (2016). “No más vendedores en el Ruvip”, <http://eldiario.com.co/seccion/LOCAL/no-m-s-vendedores-en-el-ruvip1602.html>, Último acceso 9 de octubre el 2016.

El Diario (2016). “Vendedores informales protestan por no dejarlos trabajar”, <http://www.eldiario.com.co/seccion/LOCAL/vendedores-informales-protestan-por-no-dejarlos-trabajar1606.html>, Último acceso 9 de octubre el 2016.

El Tiempo (2016). “video de operativo contra vendedor ambulante causó polémica en Pereira”, <http://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/vendedores-ambulantes-en-pereira/16644915>, Último acceso 15 de septiembre del 2016.

El Tiempo (2006), “Elevar penas contra la venta ilegal de chance, propone gerente de la lotería del Tolima”, <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3288252>, Último acceso 15 de septiembre del 2016

Montoya Agudelo, Mario (2011). *Pereira Viva*. Pereira: Fondo Editorial de Risaralda

Pereira cómo vamos (2013). “¿Cómo vamos en Espacio Público y qué hacer para mejorarlo?”,

[http://www.pereiracomovamos.org/es/inoticias/ver/35/como\\_vamos\\_en\\_espacio\\_publico\\_y\\_que\\_hacer\\_para\\_mejorarlo/](http://www.pereiracomovamos.org/es/inoticias/ver/35/como_vamos_en_espacio_publico_y_que_hacer_para_mejorarlo/), Último acceso 10 de setiembre del 2016.

Piedrahita, Claudia. (2014). “Configuraciones del espacio público en el centro tradicional de la ciudad de Pereira: criterios de sectorización espacial, delimitación del centro y simbolización del espacio de trabajo”. *Revista Virajes*, Vol.16 (2): pp.103-122, [http://vip.ucaldas.edu.co/virajes/downloads/Virajes16\(2\)\\_5.pdf](http://vip.ucaldas.edu.co/virajes/downloads/Virajes16(2)_5.pdf), Último acceso 15 de septiembre del 2016

Portafolio (2009). “Alcaldía de Pereira logró recuperar espacio público con reubicación de 80 vendedores ambulantes”, <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/alcaldia-pereira-logro-recuperar-espacio-publico-reubicacion-80-vendedores-ambulantes-314888>, Último acceso 15 de septiembre del 2016

## **XI. ANEXOS**

**Anexo 1.** Entrevista a Nora Miriam Bartolo, directora operativa del espacio público de la Secretaría de Gobierno.

### **Datos de la grabación**

- Lugar de la grabación: Alcaldía de Pereira, secretaria de gobierno.
- fecha de la grabación: 19/05/2016
- Duración de la grabación: 7' 50``
- Técnica de entrevista: Semiestructurada
- Número de participantes: 3. dos entrevistadoras (a) y (b) y la entrevistada (c).

**C:** La ocupación del espacio público como tal no sólo lo hace los vendedores ambulantes, sino

también lo hacen los establecimientos de comercio, y también las personas jurídicas cuando se hacen como (incomprensible). Entonces hay una normatividad nacional, la constitución nacional, que reglamenta sobre la ocupación del espacio público... aquí tenemos unas normativas que establecen la ocupación del espacio público, o sea la administración interviene en ese derecho constitucional... a lo que es derecho de todos... hay que tener claro ese tema para definir lo que es la ocupación

**A:** toda la información del espacio público, ¿quién me la pueden dar?

**C:** con el doctor Sebastián, el más o menos les puede indicar, los diferentes condicionamientos de la corte constitucional, los decretos 400, 401

**B:** queremos una visión amplia de todo eso, pero sobre todo cómo se ha manejado el asunto aquí en Pereira.

**C:** por eso les digo, conocer la parte normativa es para llegar también a un resultado final, por ejemplo, la intervención de la doctora Martha Elena fue muy fuerte hacia los vendedores ambulantes, donde hubo choques, manifestaciones, por un procedimiento que se salió desafortunadamente de los esquemas normativos; hubo una persona que murió. A partir de ahí salió algo que se denomina pacto cívico, es un pacto donde estuvieron los gremios, los vendedores ambulantes y la administración municipal en compañía de las autoridades y la policía nacional donde se generó unos acuerdos de intervención, donde la administración intervenía y los vendedores aportaban y donde todos venían a buscar una alternativa para la buena convivencia de la ciudad. Desde esa administración se lanzó alternativas para la ocupación del espacio público que desgraciadamente no han sido tan exitosas

**A:** ¿Por qué?

**C:** Porque se han venido interviniendo sectores o sitios o vendedores individuales donde se les dan un capital "semilla", donde se les entregan alternativas adicionales, como son los puestos, como son los módulos, como son los bazares, como son los centros

comerciales, pero que desafortunadamente los dejan y vuelven al espacio público. Entonces estamos aquí tratando de intervenir en un tema donde intervienen dos factores: el derecho a la movilidad, el derecho al espacio público y también el derecho al trabajo, el derecho al mínimo vital, el derecho a unas condiciones socioeconómicas que tienen los vendedores ambulantes... entonces es lo que estamos buscando desde esta administración operativa, ese equilibrio de derecho que nos permitan trabajar conjuntamente y que nos permita recuperar el espacio público en el contexto general.

**B:** Cada persona, cada ciudadano tiene derecho

**C:** A 13 metros cuadrados de espacio público

**B:** Pero en Pereira esto no sucede...

**C:** La doble moral existe, ¿cuántas veces has comprados en la calle?

**A:** La verdad es que muchas

**C:** Entonces ¿cómo pretendemos que se nos garantice un derecho en la ciudad si yo como ciudadano no hago respetar mi propio derecho y hago compras en la calle. Entonces eso es una responsabilidad ... hay un tema de los ministerios que establecen unos estándares de espacio público por ciudadano, pero también existe esa doble moral que hace que esperamos que el estado garantice los derechos pero yo no respeto mis derechos...sí, claro, efectivamente estamos por debajo de la media nacional de lo del espacio público que establece el ministerio

**B:** ¿Y ustedes cómo piensan resolverlo?

**C:** Estamos haciendo unas campañas de cultura, unas campañas para que los ciudadanos entiendan que en el marco de la legalidad, en el marco de la corresponsabilidad, que los ciudadanos entiendan que el espacio público es de todas, pero cuando nosotros empezamos a intervenir y a tratar de recuperar espacios que es de todos nos encontramos agredidos, nos encontramos heridos...el sábado a las 5:30 de la tarde fue apuñalado un compañero en la 17 con novena por estar realizando una actividad, reprimiendo a un vendedor que no estaba autorizado y que tiene a su núcleo familiar trabajando en esa zona: a su esposa, a su hermano a sus hijos...entonces, qué es lo que sucede, que del espacio público se van apropiando familias, donde se apoderan de cuadras, y esta cuadra es mía y mía. Es una situación bastante compleja que tenemos que entrar a contrarrestar pero que tenemos que llevarlo lento y despacio porque si no violamos derechos fundamentales también.

**A:** es decir que no dejan a los vendedores ambulantes, sino que ellos van ocupándolas. Entonces han intentado recuperarlo eso espacio y acomodarlos como lo es el caso de la calle de la fundación, pero hay otros casos en que definitivamente son ellos los que se apoderan de las cuadras.

**C:** Sí, y si hacemos una revisión de esas casetas se las entregaron a vendedores ambulantes, las cuales las abandonaron; en este momento hay 22 casetas abandonadas y los vendedores a los que les fueron asignadas están ahora en la calle, o sea están en estos

momentos ocupando una calle en alguna parte del municipio. Entonces es algo muy complejo porque el tema es cultural, porque piensan que si no están en una tabla o en un espacio abierto no van a vender...y además porque en las casetas tenían que pagar el tema de seguridad, de la energía, de impuestos...ahí en la calle no pagan absolutamente nada...entonces es mucha más fácil estar en el espacio abierto que estar en un sitio organizado

**B:** ¿usted tiene información sobre el censo de vendedores ambulantes?

**C:** En estos momentos en la ciudad tenemos el censo de vendedores ambulantes, que es el Ruvip (Registro Único de Vendedores Informales en Pereira), que se identificó con la Universidad Católica, se identificaron 1952 vendedores, pero por manejo público, el año pasado, caracterizaron a 2048, o sea que estaríamos hablando de 4000 ó 5000.

## **Anexo 2.** Entrevista a Marín, vendedor ambulante

### **Datos de la grabación**

- Lugar de la grabación: Calle 19, frente a La Plaza Bolívar
- fecha de la grabación: 19/05/2016
- Duración de la grabación: 12' 49''
- Técnica de entrevista: Semiestructurada
- Número de participantes: 3. dos entrevistadoras (a) y (b) y la entrevistada (c).

**A:** ¿Usted hace cuánto está aquí en la caseta, cómo le ha ido acá?

**C:** ¿En el gremio de vendedores?

**A:** Sí señor

**C:** En los gremios de vendedores a pesar de que estamos ocupando espacios públicos, todos no somos los mismos.

**A:** No porque ustedes están legales, ¿no?

**C:** Abemos regulares e irregulares o eso, lo que dice ella, hay veces uno no puede hablar por los demás o de pronto no sabe con quién está hablando y no se sabe explicar y se encarta uno con ellos, con el resto.

**A:** Pero queremos que nos cuente desde usted, ¿cómo le ha ido en la caseta?

**C:** Pues yo estoy en un buen punto y me ha ido bien, toda la vida he estado en esto.

**A:** ¿Entonces en general le va bien?

**C:** Sí, solo que no he sabido aprovechar la plata es otra cosa (risas) eso ya no es culpa del trabajo.

**A:** ¿Y usted paga renta?

**C:** Sí, yo pago cámara de comercio.

**B:** ¿Y la energía?

**C:** También.

**A:** ¿Hace cuánto está acá en esta caseta?

**C:** Esta es nueva porque la entregaron después de que la remodelaron este pedazo de calle.

**A:** Sí, toda la 19

**C:** Pero si me va a preguntar por los años que llevo aquí en esta cuadra, son 42.

**A:** ¿42 años? Toda la vida prácticamente.

**C:** Se los dije, toda la vida he estado aquí, a mí me ha tocado ver muchas reformas, mucha reubicación de vendedores.

**A:** Y ¿cómo ha sido eso?

**C:** La mayoría de las reubicaciones no han servido.

**B:** Claro, porque vuelven y se van.

**C:** Vuelven, no son capaces en el punto que los colocan.

**B:** ¿Usted a qué hora abre acá?

**C:** Más o menos a las nueve de la mañana.

**A:** Ahh pero usted lámina aquí y todo.

**C:** Antes hacía más cosas, ahora se ha reducido el trabajo.

**A:** ¿Por qué?

**C:** Porque le diría yo... por las tecnologías.

**A:** Y ¿A qué horas está cerrando?

**C:** Entre siete y ocho.

**B:** ¿Usted que sabe sobre los demás vendedores o sobre la historia de ellos?

**C:** Más o menos unas tres cuadras en la calle octava eran llenos de ranchos, allá vendían radios, lucesitas, pintalabios y también se veían a muchos a dulceros. Después empezaron a recoger, los repartieron para que no quedaran tan aglomeradas en esas tres cuadras.

De pronto por ahí en los apostar ven fotos de todo ese rancherío que había en el parque de la libertad, ranchos de mercancías, de cigarrillos, de contrabando y otras cosas mientras ya hacían el San Andresito para ubicarlos allá.

**A:** Y ya después en el San Andresito los reubicaron a todos?

**C:** Cacharrereros, estoy hablando de todo lo que eran cacharros, quedaron en la calle, frutas, dulces, cigarrillos.

**A:** Y eso hace cuánto fue. ¿35 años?.

**C:** No se habían encontrado los padres de ustedes.

**B:** No, todavía no.

**B:** Y que más, que más nos puede contar como datos históricos.

**C:** No, históricos, es que así de afán lo cogen a uno cortico y no se acuerda, después de que se van se pone uno a acordarse. Pero ustedes históricos me preguntan por vendedores.

**A:** Sí señor.

**C:** Después reubicaron revuelteros en la... ahh después se acabó la galería de allí y los pusieron en la de abajo.

**A:** Sí, la de la 40.

**C:** Que tampoco ha sido solución de todo porque pasarse bueno con un contrato que los gobiernos acabarán con los vendedores de frutas y revueltos, sobre todo en las carretillas, por eso no fueron capaz de cumplirlas, entonces tampoco fue solución porque la mayoría que se fueron para allá, ya no están; han alquilado y vendido porque no han sido capaz por vejez o por muchos otros motivos, pero tampoco ha sido solucionado. Después allá donde se acabó la galería vieja, esa tampoco la conocieron ustedes.

**A:** No

**C:** Dónde está el Lucy Tejada, era la galería de Pereira y por allá dejaron en un lote pequeñito a unos revuelteros que fue cuando se formó la galería de abajo.

**A:** Yo me acuerdo cuando estaban reconstruyendo el Lucy tejada, pero no me acuerdo de la galería, estaba muy pequeña.

**C:** Eso era plena galería, eso era el mercado de Pereira, lo que llaman el mercado de frutas y los alrededores, eso era sino meras cantinas, donde estaban las de la vida fácil donde llegaban todos los campesinos los días sábados a beber, hacer sus mercados y hacer sus necesidades con las fufurufas.

**B:** Si, había mucho motelsito por ahí, motelsitos feos.

**C:** Ya después el éxito compró eso por ahí pero con la condición que le limpiarán el sector.

Hablando de vendedores en muchos gobiernos que han reubicado gente, por ejemplo en el gobierno de Martha Elena bedoya, la ha oído mencionar?. Por ahí en el 2000 más o menos ella limpio mucho la octava, la limpio quedo con poquitos puestos de frutas, todo eso de cacharros lo limpio lo metió en bazares. Pues no sirvieron ninguno, hay uno que otro bazar, de frutas, pero no de los que ella hizo, no existen, no dio resultado.

**B:** Porque los ubican muy lejos

**C:** Muy lejos y en unos locales que un vendedor ambulante se levanta a veces sin el desayuno ni la comida ni nada sino a realizar algo para ir a llevarle el almuerzo a los hijos y uno qué mercancía vende para competir con el comercio organizado, para competir con el éxito, con el inter y metidos por allá en un hueco, como van a competir.

**A:** ¿Que más nos puede contar acerca de este problema?

**C:** En ventas hay muchas cosas de qué hablar, los alcaldes también han bregado con un tal plan semilla, les dan una platica y los controlan unos mesecitos, se los dan en surtido y también efectivo para algunos meses.

**B:** Y usted sabe ¿cuánto les pagan?

**C:** Un promedio como de 10 millones fue lo último, aunque Israel Londoño a unos les dio 17, un poquito más a unos. Que yo me haya dado cuenta fueron 10 millones aunque algunos no tienen nada, es que 10 millones para conseguirlos es muy duro, uno oye como un platal, pero eso se va muy rápido y más cuando uno es desordenadito.

**A:** ¿Hace cuántos años tiene un puesto de trabajo como este?

**C:** 25 o 30 años con un carrito normal de ruedas, después en otra administración que ni me acuerdo ahh del alcalde que se mató, el que se mató en un accidente, ahh de Luis Alberto Duque, en la administración de Duque a un grupito por aquí a unos 50 más o menos nos dieron otros módulos que eran verdes, por ahí todavía quedan unos, ese era el último que yo tenía, me quitaron ese y me dieron este.

**A:** Y en una mejor ubicación no.

**C:** Para mí la cuadra es lo mismo.

**B:** Y hace cuanto fue lo del alcalde que se mató.

**C:** más o menos 21, 22 años.

### **Anexo 3.** Entrevista a Rosa , vendedora informal

#### **Datos de la grabación**

- Lugar de la grabación: Carrera octava, con calle 19.
- fecha de la grabación: 19/05/2016
- Duración de la grabación: 10'35''
- Técnica de entrevista: Semiestructurada
- Número de participantes: 3. dos entrevistadoras (a) y (b) y la entrevistada (c).

**A:** ¿Hace cuánto está en este lugar?

**C:** Llevo muchos años

**B:** ¿Cómo es el trabajo?

**C:** Qué le digo, pues eso varía mucho, eso es como todo, días buenos, días malos, eso como en tiempo de lluvias es más difícil, hay que madrugar más, porque las ventas se ponen muy malas, la gente no sale, hay veces no sale por el agua, si me entiende.

**B:** ¿Hace cuánto trabaja en ventas?

**C:** Más de 30 años, o sea, toda la vida, acá en la octava, yo trabajo acá desde niña.

**A:** ¿Nunca la alcaldía le ha ofrecido una reubicación?

**C:** Pues hasta ahora no, viene gente nueva y a la gente nueva ya les han dado plata, les han dado todo, mientras uno es vendedor viejo, no le ofrecen nada, pues a mí, hasta ahora no me han dado ninguna solución, para nada.

**A:** ¿Y usted no ha ido a preguntar a la alcaldía?

**C:** Sí claro, yo tengo el Rut, tengo todo, pero hasta ahora no.

**A:** ¿O sea que usted está registrada?

**C:** Sí, yo tengo todos los papeles, carné, sí claro.

**A:** ¿Y siempre ha vendido lo mismo, o usted qué vende?

**C:** Vendo libritos, he vendido toallitas, toallitas para la cocina y así, ahora como se puso durito, le metí más cositas, bolsitas cositas así, revistas.

**A:** ¿Y usted por las noches quita el puesto?

**C:** Sí, me lo llevo, lo guardo, pago guardada.

**B:** ¿Y usted vive cerca?

**C:** No.

**B:** ¿O se tiene que ir con el puesto hasta su casa?

**C:** No, yo pago la guardada allí abajo, pero vea, son dos mil de guardada, dos mil de sacada, todo es plata.

**A:** ¿Y por estar acá también tiene que pagar?

**C:** No mi amor, no.

**A:** ¿Sabe qué sitios de aquí para abajo les toca pagar?

**C:** Que yo sepa que tengan que pagar por estar en el sitio, son los servicios, lo único que tienen que pagar.

**B:** ¿Y si a usted le dan ganas de ir al baño en cualquier momento qué hace?

**C:** Voy a la jarra, ahí nos dejan entrar.

**A:** ¿Y el puesto?

**C:** Acá me lo cuidan, los vecinos.

Sí, esto no es que sea muy fácil, aguantando sol, agua, sí, aguantando muchas cosas, lidiar la gente, los ladrones.

**B:** ¿Y alguna vez la han robado?

**C:** Sí claro, uno se descuida, claro, uno no puede ir al baño a veces, por ejemplo ahorita estoy sola, si me dan ganas de ir al baño me toca aguantarme porque estoy sola y no hay nadie que me cuide, los compañeros no han venido, y yo soy la que más madruga aquí. Entonces todo esto es duro, por ejemplo ayer que todo el día fue agua, no se hizo nada, tuve que dejarlo guardado, no tuve ni para el almuerzo, eso es como todo, día buenos, días malos. La calle no es fácil, la calle no es para todo el mundo, porque aquí ha venido gente que se

han ido, esto es duro, la gente dice no pues uno ahí sentado, pero nadie cree, esto también cansa, esto es un estrés.

**A:** ¿Pero a usted le gustaría que le dieran un puestico, que la reubicara la alcaldía?

**C:** Pues sí, claro.

**B:** ¿Así tuviera que pagar los servicios?

**C:** Sí, porque la verdad sí, claro, que le ayudaran a uno, porque no es justo, vea aquí por ejemplo, la mamá de la muchacha de allí ya le dieron plata, le dieron ocho millones, y ella sale lo mismo, viene y trabaja, ayer vino y trabajó acá, yo creo que no es justo tampoco, por ejemplo hay gente nueva, pues a mí me gustaría que me dieran pues para yo irme para otro lado, buscar algo mejor, si me hago entender, porque esta calle es muy cansona, no tengo ayuda de nada, yo soy sola, yo soy indígena, indígena del Putumayo.

**B:** ¿De qué parte?

**C:** Yo ya ni me acuerdo ya, y vine desde que era niña, mis padres son desplazados, ellos ya murieron, entonces yo soy solita. Pues a mí me trajeron acá desde muy niña y yo no volví a saber nada de mi familia, desde eso trabajo acá.

**A:** ¿Y cómo eran las ventas al principio?

**C:** Muy duro, molestaban mucho, nos hacían correr, nos han echado gases, nos echaban los caballos, antes era más duro.

**B:** ¿Hace cuantos años pasaba eso?

**C:** Cuando estaba Martha Elena, nos hicieron hasta pa' vender, la calle es muy dura, esto no es cualquier cosa, hubo un vendedor que se murió. Me ha tocado duro ahora es que estoy un poquito así, pero sin embargo aquí solo consigo para la comida y la dormida no más, porque me toca pagar gota a gota, hay veces uno tiene problemas con esa gente, porque lo amenazan a uno, porque yo he ido a los bancos a ver si me prestan y no, es un problema, exigen muchas cosas y uno de dónde va a sacar todo eso. Por ejemplo hoy no he hecho nada, solo esas venticas y me toca guardarlo, por si se puede almorzar y sino pues tampoco.

Ahora estoy bregando a ver si me ayudan con la media pensión. Yo tengo mis hijos pero ninguno me colabora, yo les di estudio, lo poquito que pude, tengo cuatro.

