esdpes

Diseño Popular

dpes

Diseño Popular

Paloquemao & Suba

Autonomía • reivindicación • emprendimiento • agencia

A Vicente Fernandez,
fiel sustento de la cultura popular

BOGOTÁ D.C. 2010-2

Departamento de:
{Arquitectura y Diseño}

❧Diseño Popular❧

Profesor:
David de los Reyes

Investigación:
Valentina García
Christian Cuervo

Diseño Editorial:
Santiago Orjuela

Quien eres tú,
de que te las picas
Que todo te ofende,
que nadie te entiende.

{Giovanny Ayala}

{ ∞ Índice ∞ }

{ 15} { Introducción }

{ 18} { Procedimiento }

{ 19} { Problemas }

{ 21} { Paloquemao }

{ 22} { Simbiosis }

{ 27} { Organismo autótrofo}

{ 35} { Suba }

{ 36} { Saprófitis }

{ 42 } { Muda }

{ 50} {Valores y estratégia vs estabilidad económica }

{ 52 } { Top Down }

{ 58 } {Bottom Up}

{ 61 } { Anti Trends}

{ 66 } { Conceptos }

{ 73 } { Conclusiones }

Economía biológica, la <<lucha por el espacio>> es la que rige las relaciones interindividuales. Ésta competición es un principio organizativo. En las sociedades humanas, competición y división del trabajo conducen a formas no planificadas de cooperación competitiva, que constituyen las relaciones simbióticas o el nivel << biótico de la organización humana. >>

Robert Ezra Park

{Introducción}

Autonomía·Reivindicación·emprendimiento·agencia

Popular, parte común pero viva de una sociedad, ese espacio pintoresco donde se manifiesta la base de la sociedad en todos sus aspectos; los oprimidos y subalternos, una cultura que sustenta la sociedad privilegiada que a su vez intenta desentenderse de ese "popular": contradicción de identidad y dependencia. Lo popular es visto también, dentro de nuestra sociedad, en distintas formas de autonomía, reivindicación, emprendimiento y agencia; casos particulares que se replican cientos de veces en un país donde el rebusque y el emprendimiento son claves, y donde ese mismo emprendimiento deja una huella, un sello característico que define esa cultura.

El muestreo de dos zonas con características propias fue escenario de esa Autonomía, reivindicación, emprendimiento y agencia:

> *Según el diccionario, la autonomía es la capacidad de darse normas a uno mismo sin influencia de presiones externas o internas. Sinónimo de auto organización o de auto determinación en general. La reivindicación por su parte se entiende como la reclamación de lo que le pertenece a uno, un intento de rescatar la buena fama o reputación de alguien o algo. El emprendimiento se refiere a la capacidad de enfrentar con resolución situaciones difíciles, un emprendedor, desde la economía es aquél individuo que está dispuesto a asumir un riesgo económico. Agencia, según Amartya Sen (reconocido economista), es la capacidad de uno mismo para potenciar metas que desea potenciar, la capacidad en acto. Capacidad de iniciar, conducir y gobernar. Es la capacidad de generar un curso nuevo en la historia.*

Paloquemao por un lado, situado en un sector comercial en pleno centro de la ciudad. Por el otro suba el pueblo, una pequeña muestra de la cultura popular tradicional invadida por el creciente desarrollo de la ciudad. Aunque los dos lugares comparten "personajes" que buscan ganarse la vida y en el caso de algunos alcanzar sus sueños, el ritmo de las actividades de estos dos lugares es muy diferente entre sí. Mientras que Paloquemao funciona todos los días de modo frenético, los negocios informales en la plaza de Suba funcionan los sábados en la tarde y los domingos alrededor de los horarios de la misa, o en el caso de la cafetería en horarios laborales a un ritmo mucho más descansado.

Plaza de Paloquemao, Bogotá. Plaza de Suba, Bogotá.

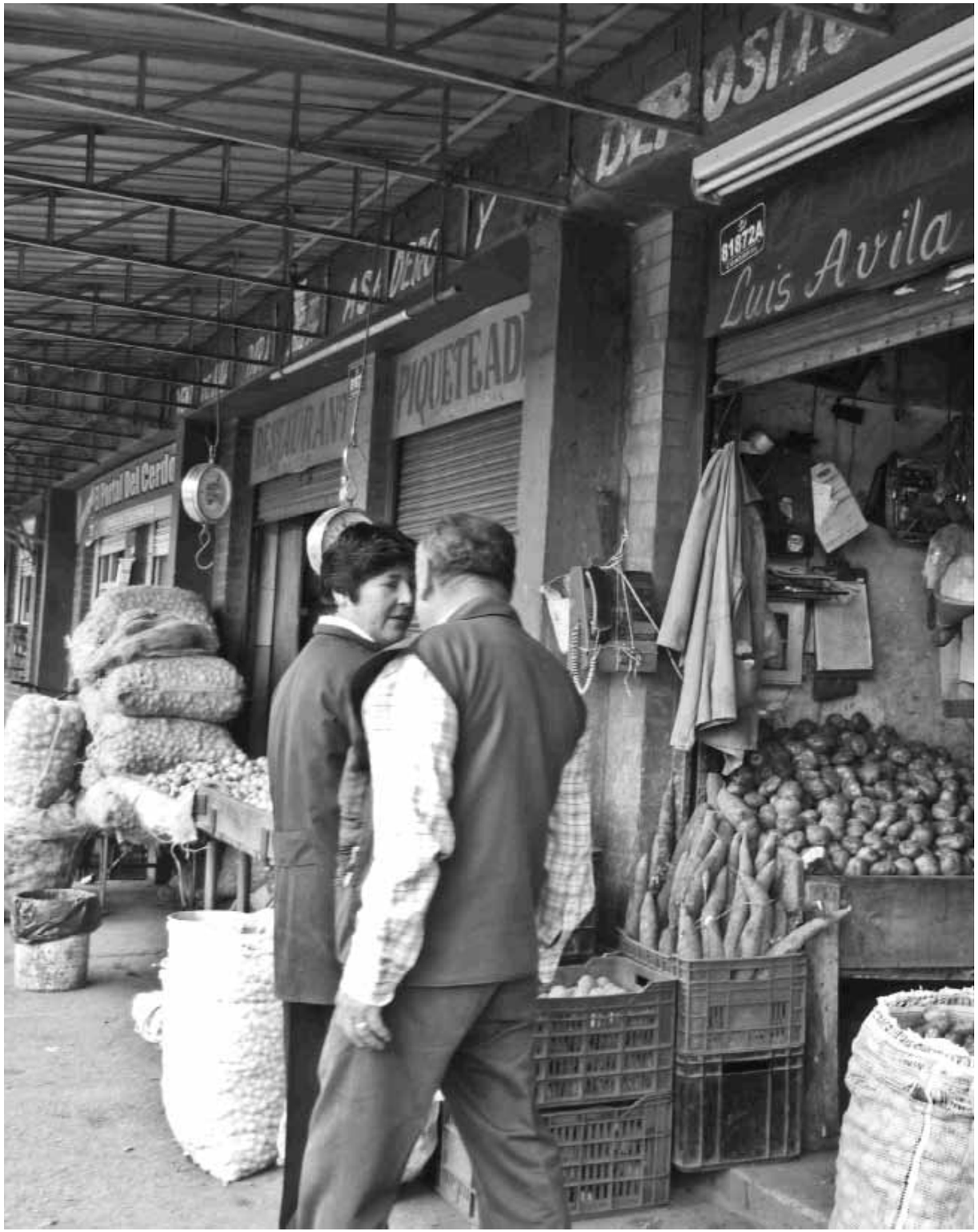
{ P R O C E D I M I E N T O }

Un buen acercamiento al tema permite obtener un mejor material de estudio y por tanto mejores resultados, para ello empezamos haciendo un recorrido general tanto en Suba como en Paloquemao con el fin de hacer un barrido general que nos permitiera observar a grandes rasgos la realidad que nos presentaba cada lugar y a partir de eso empezar a observar personas y lugares clave que serian nuestra gran fuente de información. Una vez escogidos los personajes estratégicos realizamos entrevistas individuales para conocerlos y acercarnos a ellos. Aunque la mayoría de personajes brindaban información fácilmente, usamos como estrategia comprar algunos de los artículos que ellos venden con el propósito de obtener más información y afianzar la confianza. Al momento de entrevistar a nuestros personajes nunca se usó un esquema estricto de entrevista, por el contrario, se guiaba la entrevista con temas previamente planteados pero se daba la libertad de que el entrevistado se sintiera cómodo y relatara toda la información que quisiera compartir libremente con nosotros. Por medio de informantes clave también pudimos acceder a nueva información y nuevos personajes clave que fueron de gran utilidad en la investigación.

{ P R O B L E M A S }

Riesgos e imprevistos

Paloquemao es un sector comercial muy fuerte de Bogotá en donde gran parte de su actividad se desarrolla a tempranas horas de la mañana, lo que impide realizar registro de información entre semana debido a nuestro horario académico. Suba por su parte presenta su actividad únicamente los domingos, lo cual también limito el registro e investigación. Por políticas internas dentro de la plaza de Paloquemao es prohibido grabar videos o tomar fotos dentro de la plaza, dificultando así la toma de registro. El tiempo destinado para la investigación no nos permitió llegar hasta las casas de los personajes impidiendo el registro en dichos lugares.



{PALOQUEMAO}

AUTONOMÍA·REIVINDICACIÓN·EMPRENDIMIENTO·AGENCIA

Poner a funcionar el mercado es todo un complejo esfuerzo colectivo, no solo de cada uno de los independientes sino de la comunidad pensada como una cadena de consumo, en éste proceso se ve involucrado desde el transporte formas e informal que lleva hasta el mercado los trabajadores a tempranas horas de la mañana hasta los carros de acarreo independiente que se parquean fuera del mercado para llevar toda la mercancía de los clientes hasta la casa o negocio. Existe una abundancia de oferta y productos al detal y al por mayor. Por lo que la competencia es dura dentro de cada uno de los gremios. La buena atención al cliente asegura las ventas.

{Simbiosis}

Se conoce como simbiosis a la Asociación de dos o más individuos de distintas especies, en la que todos salen beneficiados. Así como distintas especies utilizan la simbiosis como una forma de sobrevivir y salir adelante, Don Isidro recurre a ella también para dar sustento y alegría a su esposa y nietos.

Don Isidro vende arepas a 1.200 pesos independientemente y como negocio adjunto a una cafetería. Isidro solía trabajar en Postobón mas al verse despedido hace 12 años en un recorte de personal optó por vender arepas; receta del campo que aprendió de su abuela. Él mismo fabrica a diario de 70 a 80 arepas y compra otras cuantas de chóclo, las vende "calienticas para comer o para llevar". Isidro vive en el portal de las Américas y paga 2.000 pesos de transporte de una ruta diaria que se ha organizado a partir del surgimiento de transporte informal para los trabajadores de la plaza y sus alrededores que entran a trabajar desde las 4 de la mañana.

Hace siete años está en Paloquemao, paga un arriendo de treinta mil pesos a un local en donde está establecida una cafetería para guardar el carro de las arepas durante la noche, y además paga el gas natural que también lo provee el local, pero la relación entre él y la cafetería es de mutuo beneficio pues los clientes de la cafetería acompañan la arepa con productos de la cafetería y viceversa. Con el fruto de éste trabajo sacó a sus tres hijos adelante que ya tienen 24, 25 y 27 años, ahora ellos son independientes, cada uno trabaja, y Don Isidro ahora sólo "consiente a los nietos".

Don Isidro tiene en su casa una pequeña pieza con un molino de maíz y un mezclador eléctrico. Ha enseñado a otras personas la receta y el modelo de negocio una vez esta seguro que sea una persona honesta que no le va a montar la competencia. Uno de sus alumnos trabaja en Choachí, este incluso compro una laja para hacer las arepas de la forma tradicional, se ubicó en un sitio de alto tráfico de turistas, llegando a vender 1200 arepas diarias, tiene 4 empleados y ahorro suficiente para comprar una finca de 70 millones.

Cuando estaba educando a sus hijos y saliendo adelante, llegó a tener cinco puestos en diferentes lugares de la ciudad . Con el tiempo aprendió que nadie le pone tanta energía como el dueño, los empleados solo se preocupan por que les paguen el diario, no por vender

Don Isidro ha diseñado y mandado fabricar una parrilla especial para cocinar los bordes de las arepas

{Organismo Autótrofo}

Capaz de vivir en un medio ambiente inorgánico; un ambiente adverso donde a simple vista no habrían recursos con los cuales sobrevivir y en donde la mayoría de los demás organismos perecería, Víctor Manuel Pinzón encuentra la oportunidad de salir adelante, y con él, un gran número de personas que tienen que vivir bajo condiciones extremas y a las cuales se les niegan muchas oportunidades porque a simple vista pareciera que no tienen "con qué".

Victor Manuel comenzó con su idea hace cinco años después de pasar por la Fundación San Felipe Neri. Notó que en ésta institución (y en la sociedad en general) el trato para las personas con discapacidad no es digno, y que además la capacitación es muy leve.

Frente a la plaza de Paloquemao, dentro de los locales comerciales de arreglos florales, encontramos a Víctor Manuel Pinzón, padre de cuatro hijos y residente de la localidad de Soacha. Víctor tiene una limitación física en sus piernas, por ahora es empleado de la economía formal, más expresa que está en el proceso de crear su propia fundación para el Desarrollo integral para las personas con discapacidad "Héroes Cotidianos" con el objeto social de generar empleo a través de la creación de empresa.

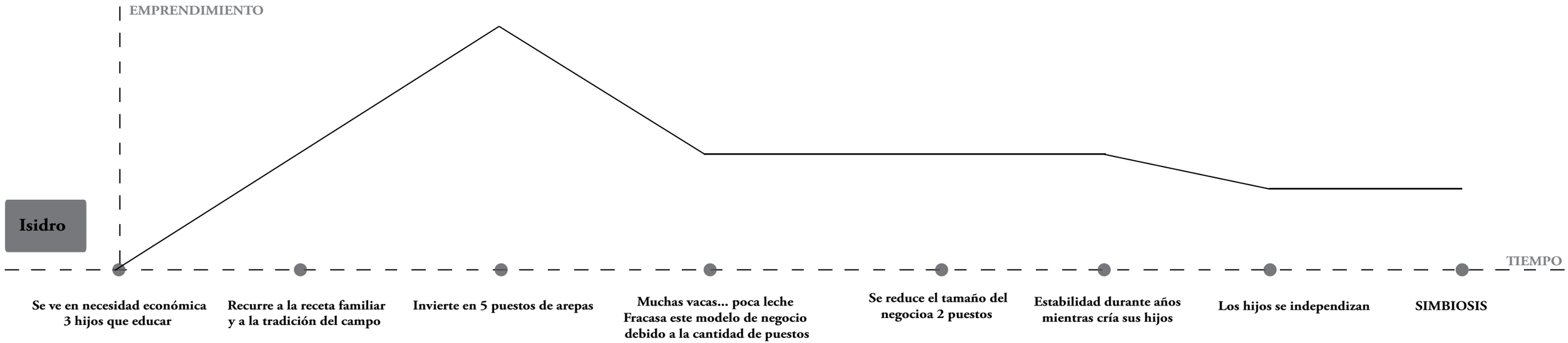
Él define una persona con discapacidad como: todas las personas que tienen limitaciones físicas, incluyendo también a personas con obesidad, o mayores de 45 años que ya están desplazadas por la misma sociedad. De manera que nadie mejor que una persona con limitaciones físicas para crear y manejar una fundación de este tipo pues así hay total comprensión del problema y ningún ánimo de lucro.

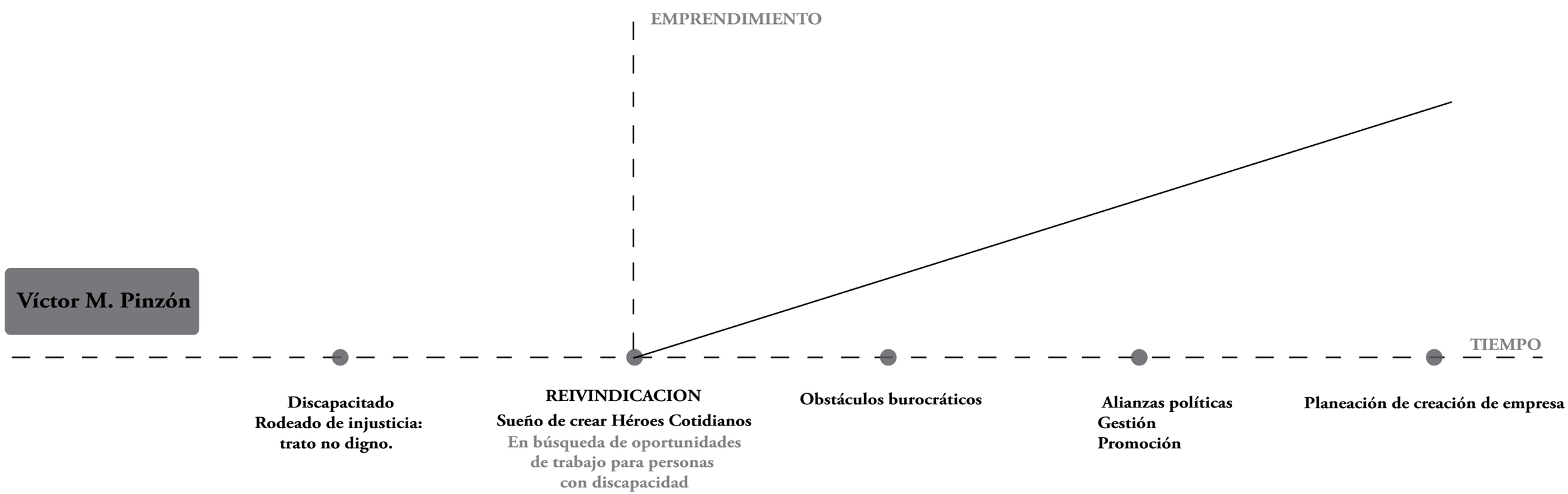
Víctor comenta que tiene 40 o 50 empresas en mente. Por ejemplo piensa crear una empresa para fabricar productos de aseo, o capacitar personas con limitaciones físicas en inglés, para montar un callcenter bilingüe. Pero para llevar sus planes a cabo necesita hacer alianzas políticas para que el gobierno le de recursos económicos por medio de el Ministerio de Protección Social.

Por ahora tiene una oficina en el primer piso de la casa de su mamá en Ciudad Bolívar, donde ya han llegado alrededor de unas 89 personas con discapacidad que quieren ser parte del proyecto.

"Lo nuevo siempre se da en oposición a las abrumadoras desigualdades de las leyes estadísticas y de su probabilidad, que para todos los fines prácticos y cotidianos son certeza; por lo tanto lo nuevo, siempre aparece en forma de milagro"

Amartya Sen


EMPRENDIMIENTO
Isidro
TIEMPO
Se ve en necesidad económica
3 hijos que educar
Recurre a la receta familiar
y a la tradición del campo
Invierte en 5 puestos de arepas
Muchas vacas... poca leche
Fracasa este modelo de negocio
debido a la cantidad de puestos
Se reduce el tamaño del
negocioa 2 puestos
Estabilidad durante años
mientras cría sus hijos
Los hijos se independizan
SIMBIOSIS


EMPRENDIMIENTO
Víctor M. Pinzón
TIEMPO
Discapacitado
Rodeado de injusticia:
trato no digno.
REIVINDICACION
Sueño de crear Héroes Cotidianos
En búsqueda de oportunidades
de trabajo para personas
con discapacidad
Obstáculos burocráticos
Alianzas políticas
Gestión
Promoción
Planeación de creación de empresa

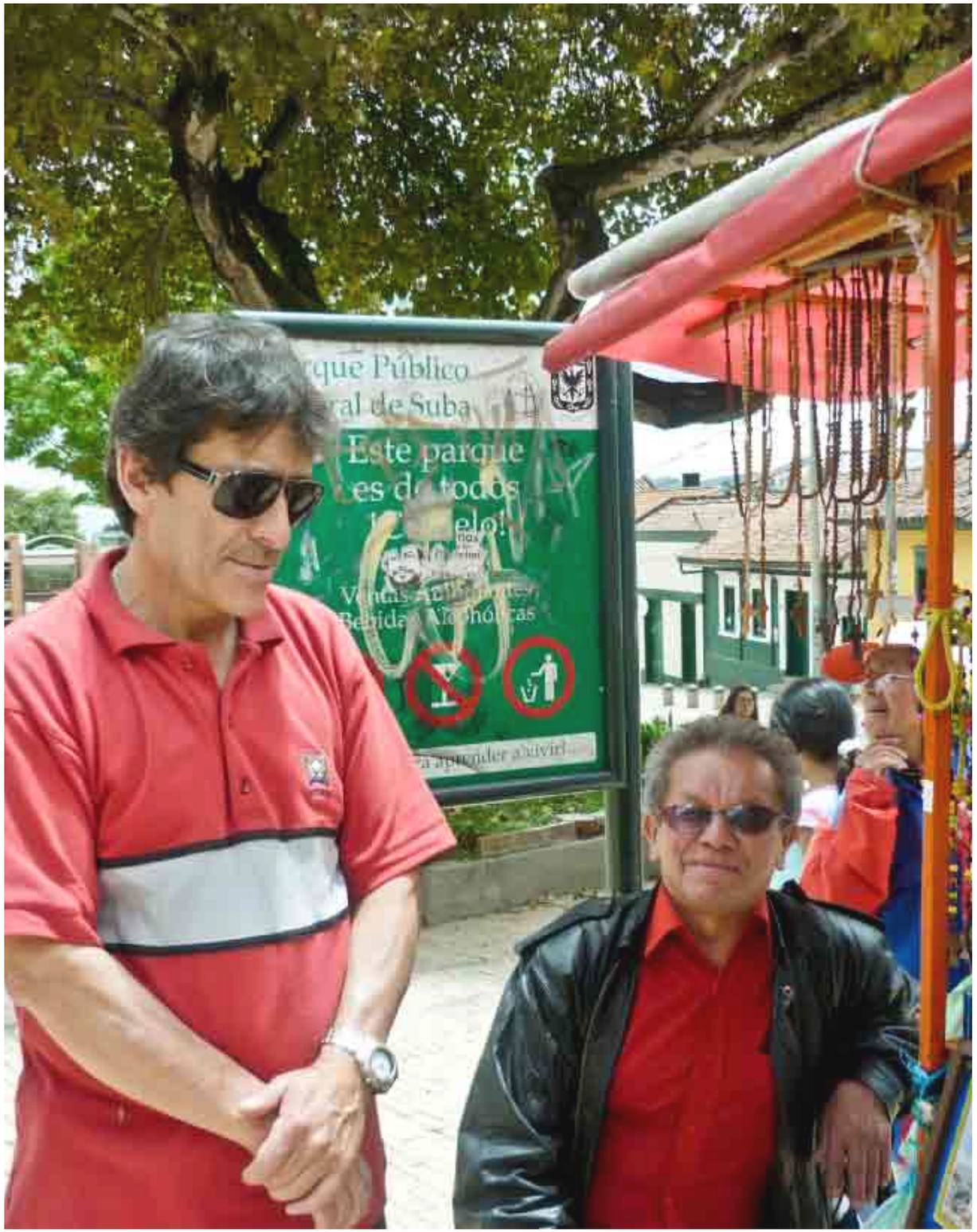
{S U B A}

Autonomía·Reivindicación·emprendimiento·agencia

Del pueblo de Suba queda poco, pues éste es consumido por Bogotá cada vez más. Sus actividades sociales giran en torno al domingo, a la plaza y a la iglesia de La Inmaculada Concepción. Por esta razón la venta ambulante se sitúa directamente fuera de la iglesia, y aprovecha el momento de la salida de la misa como oportunidad de venta, Aquí la competencia es poca pero existe solo un día a la semana para vender.

{ *SAPRÓFITIS* }

La relación de una especie o individuo que adquiere beneficios de otro organismo sin perjudicarlo pero que adquiere ese sustento de los residuos del mismo; método de supervivencia, emprendimiento, autonomía y agencia que aplican Don Carmelo Barajas en compañía de Don Álvaro al disponer su negocio frente a la iglesia de la plaza de Suba todos los domingos.



"El Gerente y Subgerente" (respectivamente; Don Carmelo Barajas y Don Álvaro)aprovechan el momento de la misa para vender en un carro ambulante todo tipo de mercancía religiosa, su horario de trabajo es de 6 am a 5 pm cuando sale la gente de la última misa. Aunque a unos pocos metros está la tienda establecida por el párroco, ellos venden a un mejor precio. No son fabricantes, cuentan con varios proveedores de rosarios, escapularios, veladoras y estampillas. Durante la semana tienen una miscelánea en el barrio pero los domingos los aprovechan frente a la iglesia.

No tienen planes para agrandar este negocio, pues la situación no es fácil y no venden tanto como quisieran. El negocio comenzó como una observación de oportunidad pues no hay competencia

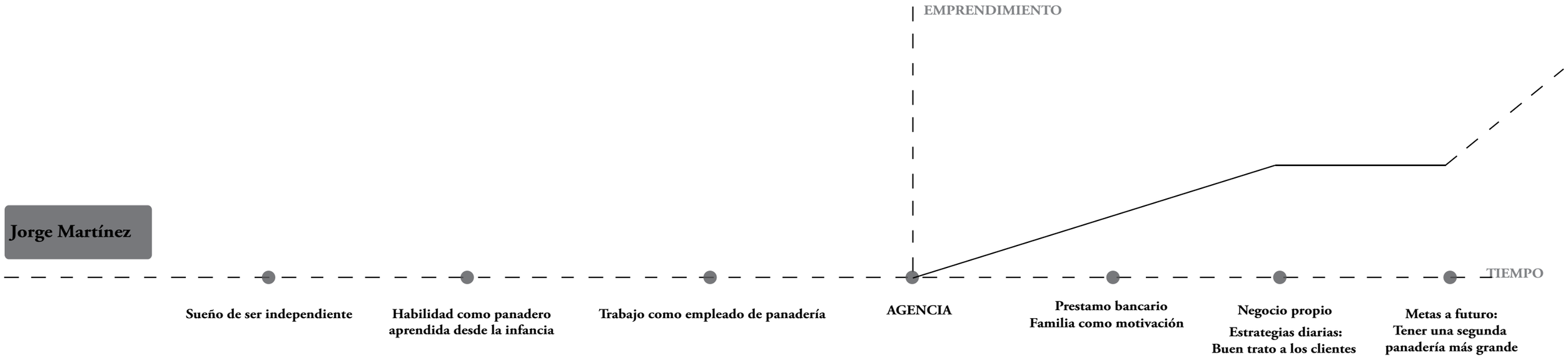
{ Muda }

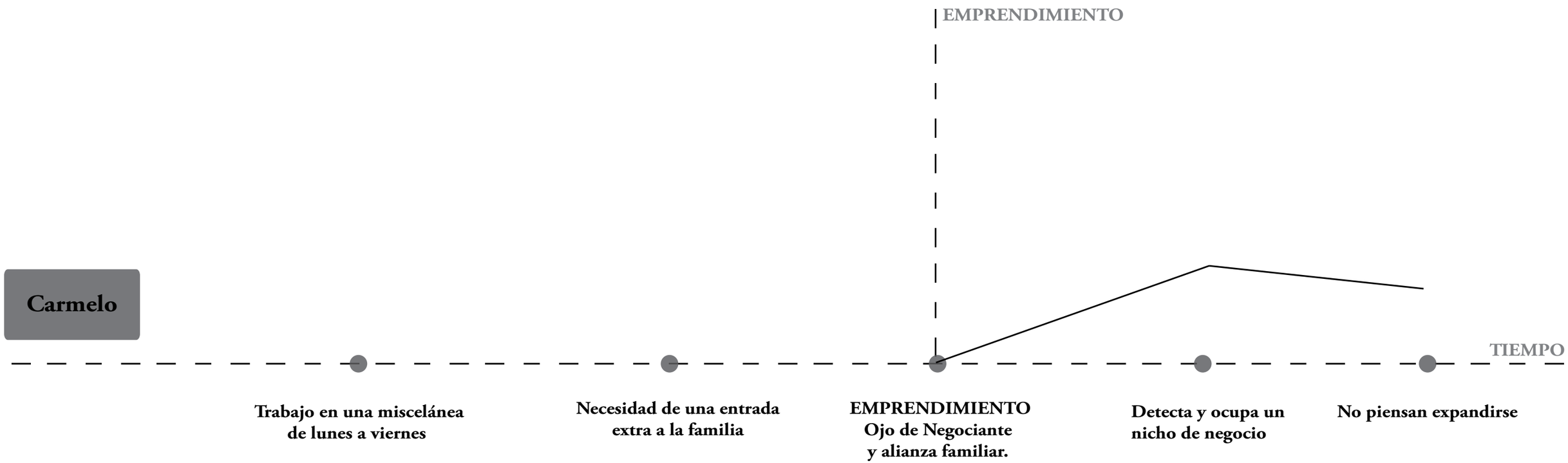
Al igual que un crustáceo que crece y necesita entrar en una nueva etapa, Don Jorge Martínez, ex trabajador de la Fundación universitaria del área andina cambio de coraza para crecer y ser independiente, ya no habita bajo el soporte de un tercero, ahora tiene su propia concha.

A dos cuadras de la plaza está la cafetería y panadería "Trigo y Pan", su propietario Don Jorge compró este negocio hace dos años por medio de un préstamo del banco. Reconoce que al tener su propio negocio, el trabajo es más duro pero al mismo tiempo es más gratificante. Sus clientes son sus vecinos, afirma que los días más movidos del negocio son los días entre semana pues los trabajadores de las oficinas de salud pública quedan al lado.

Atiende él mismo y tiene un empleado que es el panadero que viene a diario quien se ocupa de fabricar todos los productos de panadería. Sus nietos (que todavía son niños) le ayudan en el negocio cuando están desocupados. Se preocupa por mostrar la gran variedad de productos que ofrece la tienda. No solo vende productos ya listos, también prepara algunas cosas como huevos o changua al gusto. La tienda abre de 6 am a 9 pm. Don jorge, dice haber alcanzado su sueño; tener su propio negocio y dar trabajo a los suyos.

CAFETERIA
TINTO
PERICO
AROMATICA
EMPANADA
DE POLLO
TAMALES
BUÑUELOS
ALMOJABANAS


EMPRENDIMIENTO
Jorge Martínez
TIEMPO
Sueño de ser independiente
Habilidad como panadero aprendida desde la infancia
Trabajo como empleado de panadería
AGENCIA
Prestamo bancario
Familia como motivación
Negocio propio
Estrategias diarias:
Buen trato a los clientes
Metas a futuro:
Tener una segunda panadería más grande


EMPRENDIMIENTO
Carmelo
TIEMPO
Trabajo en una miscelánea de lunes a viernes
Necesidad de una entrada extra a la familia
EMPRENDIMIENTO
Ojo de Negociante
y alianza familiar.
Detecta y ocupa un nicho de negocio
No piensan expandirse

VALORES Y ESTRATEGIAS VS ESTABILIDAD ECONOMICA

{Top Down}

Paloquemao

Al ser la única plaza de mercado privada de Bogotá responde tanto reglamentaciones de política pública por parte de la Alcadía y el gobierno, como a la organización interna COMERPAL. Esta organización regula todo lo que sucede en la plaza incluyendo la interacción entre los comerciantes. Cualquier proyecto o solicitud (como por ejemplo el de organizar una guardería) debe pasar por la junta directiva que evalúa los beneficios y aprueba o no la idea.

La actividad de la plaza es un complejo esfuerzo colectivo que diariamente comienza a tempranas horas de la mañana cuando los comerciantes llegan de Corabastos que suele ser el principal proveedor de mercancía de Paloquemao; por lo que sus políticas también afectan directamente las dinámicas de la plaza.

Otros competidores privados (supermercados y grandes àreas comerciales) afectan de igual manera la dinámica diaria de Paloquemao, todas las decisiones que se toman en cuanto a precios, localización etc llevan a que ocurran o no ciertos cambios en el mercado.

Las legislaciones del gobierno y la alcaldía local son las que más tienen peso en cuanto a los casos de emprendimiento encontrados en la plaza del pueblo de Suba y sus alrededores. Además los vendedores ambulantes ocupan un espacio en la plaza que no les es permitido, y aunque ellos manifiestan que en ese lugar casi no los molestan, la Policía como organismo que ejecuta las leyes tiene el poder de decomisar la mercancía de ellos.

El comercio formal es también un factor fuerte que influencia la dinámica de los vendedores ambulantes de la plaza, al estar ellos compitiendo directamente desde una posición de desventaja e inestabilidad , tienen que adaptarse a las decisiones que tomen su competencia formal que suele estar a pocos metros de distancia.

Se observó además como la actividad comercial gira en torno a La iglesia su localización, horarios y eventos hacen que fluctúen las ventas. Por

ejemplo las grandes festividades como la Semana Santa disparan las ventas de los vendedores ambulantes.

En el caso de la tienda en particular, también aplican las regulaciones gubernamentales y la competencia de otros negocios formales. Pero además depende de decisiones que toman los proveedores de sus productos, y los trasportadores.

{Bottom Up}

Paloquemao

Algunas organizaciones informales que los mismos comerciantes han buscado generar para su propio beneficio. Un ejemplo de esto es la organización de rutas de transporte que diariamente recogen a los empleados a tempranas horas de la mañana para llevarlos hasta la plaza.

Existen además casos individuales como se ilustró con el caso de Víctor Manuel Pinzón, de personas que por su facultad de agencia que buscan asociarse en grupos comunitarios. En este caso Víctor busca ayudar a todas las personas discapacitadas que trabajan en la plaza e incluso por fuera de esta, para que ellas mismas creen empresas en donde el trato al discapacitado sea digno.

Suba

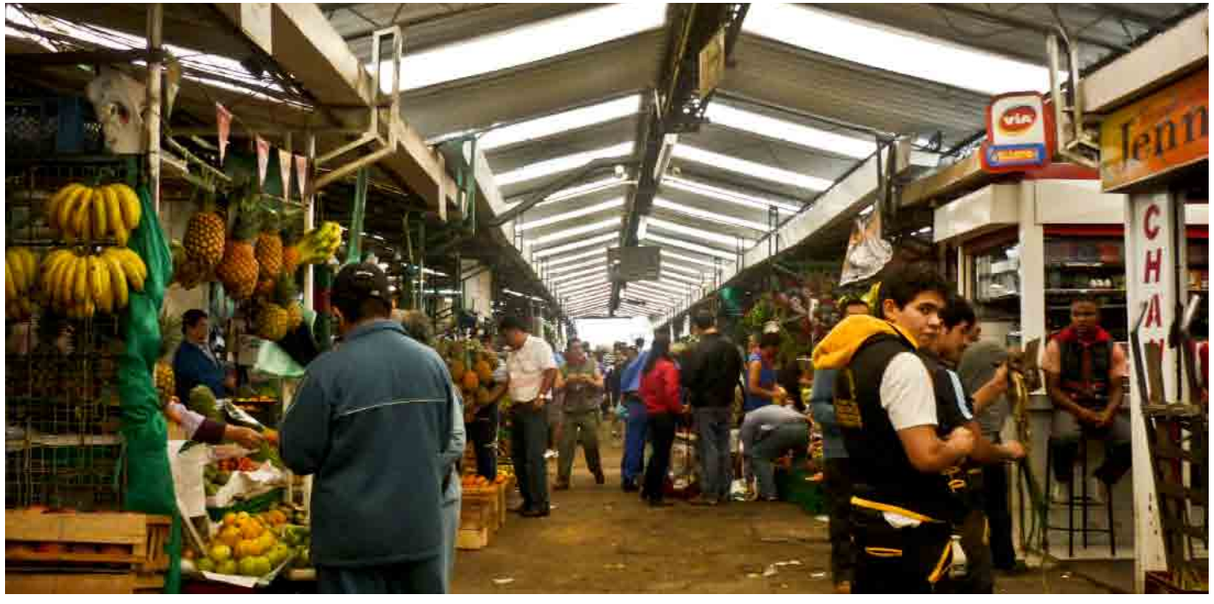
En Suba cada uno de los vendedores ambulantes de la plaza es independiente del otro, no tienen ningún tipo de asociación excepto la amistad que construyen al estar trabajando uno al lado de otro. Existe un pacto no hablado de territorialidad entre ellos; de no hacerse competencia y respetar el espacio del otro.

{Anti Trends}

Sensaciones y texturas

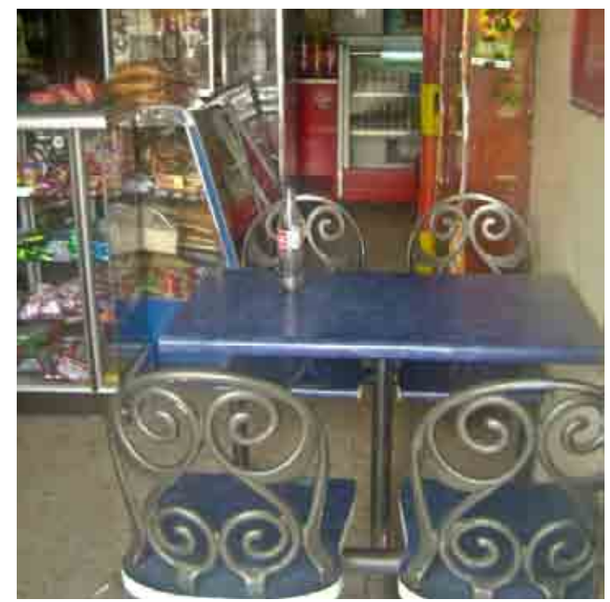
Paloquemao es un lugar donde la mayoría de las prácticas permanecen estáticas en el tiempo, la disposición de la plaza, la división de los productos, los locales abiertos, y principalmente la abundancia. Abundancia de productos, de gente, de movimiento, de olores, de llamados característicos, de textura de costal, de abarrote de productos que cuelgan en el espacio.

YUCALIDAD
Venta al Mayor y al Detal
LOCAL 0224
DOMICILIO
3134859852


Jenn
CHA

Doña Soya

En Suba ocurre que la plaza central aún conserva la estética del centro de un pueblo colonial de origen español, la plaza sigue siendo el eje del mercado con una muy fuerte influencia católica. El tipo de productos que se ofrece se han mantenido en el tiempo y esto se debe en gran medida a la relación rutinaria entre la iglesia y la actividad comercial.



Aparte en la tienda, la disposición de tienda de barrio es inconfundible, el televisor, el teléfono de monedas y la mata encima de la nevera de Cocacola, es algo que se conserva. Al igual que el olor a pan y tinto. La estética del mismo pan es característica de un pueblo, la forma como se exhiben los productos, la bandeja roja de plástico, la foto del nieto en un calendario pegado en el vidrio de la caja. El mobiliario; la silla y mesa de formica fijada al piso. Las canastas de gaseosa y el cuaderno de fiar acompañado de un kilométrico.

{C O N C E P T O S}

{Don de abundancia}

{Sudor de tierra}

{Deidad de pura sepa}

{Mero dialécto}

{Plar de cobre}

{Si no brilla no alimenta}

{Conclusiones}

Después de compartir y envolvernos en la cultura popular fue posible mirar desde un nuevo lente las dinámicas en los espacios estudiados y resinificar conceptos adquiridos teóricamente. Comprendimos que el emprendimiento es la determinación para salir adelante por sí mismo a como dé lugar y el convencimiento que la satisfacción personal vale más que el sacrificio diario a largo plazo. La autonomía no siempre habla de actuar sin presiones externas, para muchas personas la autonomía significa el alcance de un sueño, independencia y libertad. Reivindicación por su lado no

comprende solamente a una persona, reivindicación puede llegar reclamar la buena fama de toda una comunidad. Agencia, a parte de las magnificas definiciones que nos proporciona Amartya Sen, nos aventuramos a definirla como el hecho de arriesgarse en pro de la calidad de vida