



Plaza de mercado El Restrepo. Fotografía de Viviana Aguilón García. Año 2019.

Cómo citar: Duque Jamaica, C. (año). Territorios otros/ intercambios otros: la plaza de hierbas Samper Mendoza. Desbordes, vol. (número), pp. DOI: <https://doi.org/10.22490/25394150.3670>

Duque Jamaica, C. (year). Territories / Other Exchanges: Samper Mendoza Herb Square. Desbordes, vol. (Number), pp. DOI: <https://doi.org/10.22490/25394150.3670>

Este trabajo se encuentra bajo la licencia Creative Commons Attribution 4.0.
This work is under the Creative Commons Attribution 4.0 license.

Territorios otros/intercambios otros: la plaza de hierbas Samper Mendoza¹

Other territories / other exchanges:
The Herb Market Samper Mendoza

Camila Duque Jamaica²

Maestra en Artes Visuales, Pontificia Universidad Javeriana (puj), Bogotá.
Estudiante de Maestría en Artes Plásticas, Electrónicas y del Tiempo,
Universidad de los Andes.
Asistente docente, Universidad de los Andes.
Coordinadora editorial, Revista Cuadernos MAVAE, puj.

Resumen

Este artículo analiza las relaciones comunitarias que se tejen en la plaza de hierbas del barrio Samper Mendoza, en la ciudad de Bogotá. Estas dinámicas de cooperación, diálogo y negociación del espacio la constituyen como un territorio otro. La comprensión de este concepto se desarrolla a través de la revisión de fuentes primarias, que señalan la ubicación de la plaza de mercado en Bogotá desde sus inicios, para continuar con la creación de este espacio de comercialización de hierbas dulces, amargas y aromáticas en la capital de Colombia. A partir de esto, se propone un recorrido visual por el espacio, con base en ejercicios estructurados en dinámicas de recorrido que permiten identificar los vestigios capaces de mostrar las relaciones de un territorio que se construye más allá de los intercambios económicos y productivos. Lo anterior, sugiere la existencia de un territorio de intercambios otros.

Abstract

This article reviews the community relations that are woven in the herb market of the Samper Mendoza neighborhood, in Bogotá. These dynamics of cooperation, dialogue and negotiation of space produce an Other Territory (territorios otros). Part of the understanding of this is given through the review of primary sources that indicated the origin of farmers markets in Bogotá, to continue with the creation of this space for trade of sweet, bitter and aromatic herbs in the capital of Colombia. At the end, a visual landscape of it is proposed based on structured exercises in walking dynamics that allows to identify the vestiges-marks in the territory that could shows the relations of a territory that was built beyond the economic exchanges and productive, suggesting the existence of Other Exchanges territory (intercambios otros).

Palabras clave:

Intercambios, plaza de hierbas Samper Mendoza, plaza de mercado, territorio.

Keywords:

Exchanges, farmers markets, plaza de hierbas Samper Mendoza, territories.

¹ Artículo de investigación derivado de la tesis Territorios otros/intercambios otros: la plaza de hierbas Samper Mendoza para optar por el título de maestría visual de la Pontificia Universidad Javeriana (puj), de Bogotá. Agradezco a Ricardo Benjamín Toledo Castellanos, asesor del trabajo de investigación.

² Correo electrónico: camiladuquejamaica@gmail.com

La deriva permitía navegar por el interior de este océano y dirigir la mirada no al azar, sino hacia aquellas zonas que más parecían presentarse como lugares otros capaces de poner en crisis la sociedad del espectáculo.

Careri, 2002, p. 188

Contextualización

La plaza de hierbas Samper Mendoza es un mercado especializado en la comercialización de hierbas aromáticas, medicinales, gastronómicas y esotéricas. Esta funciona en horarios muy diferentes a los de otras plazas de mercado, debido a que se pone en marcha durante la noche. Los productores, comerciantes y distribuidores de hierbas llegan los lunes y jueves entre las cuatro de la tarde y las ocho de la noche a desplegar sus productos que durante la oscuridad y el frío se mantienen frescos. Entre las siete de la noche y las cinco de la mañana empieza la venta que se extiende, en menor medida, hasta la media mañana de los días martes y viernes.

Esta plaza está ubicada en el barrio Samper Mendoza sobre el límite geográfico que bordea la carrera 27, a unas pocas cuadras de una de las plazas de mercado más concurridas de Bogotá, Paloquemao. Pertenece a la localidad de Los Mártires, la número 14, en el centro-sur de la ciudad. Este barrio emergió en los años veinte del siglo XX. Allí se construyeron casas amplias para ser ocupadas por familias numerosas. Actualmente, se pueden encontrar edificaciones de estilo republicano, la mayoría en tonos pastel, y casas de fachadas modernas, en uno o dos colores con tonalidades fuertes, con algunas rosetas de yeso en la parte superior que funcionan como decoración. Comúnmente los sótanos de estas viviendas modernas eran utilizados como locales de pequeños negocios que funcionaban en la vida residencial del barrio. Hoy en día, estas casas se han convertido en residencias, bodegas o pequeñas empresas —en su mayoría metalúrgicas— o de comercio de pescado o maderas.

Debido a su cercanía a la empresa de ferrocarriles, sobre la primera mitad del siglo XX, la mayoría de familias que habitaban el barrio tenían alguna conexión laboral con la transportadora. Por esta razón, el Samper Mendoza se conformó como un barrio popular, no solo familiar, sino además obrero. A medida que pasó el tiempo, el sector empezó a sufrir detrimentos, debido a que diferentes agentes comerciales, no solo el de ferrocarriles, se apropiaron de lotes construidos, que por estar ubicados en un punto geográficamente estratégico (cerca del eje económico de la calle 26), parecían prometer grandes beneficios. Con el surgimiento de residencias e inquilinatos, la vida familiar que el barrio albergaba empezó a desaparecer. Hoy los vestigios son evidentes, la vida gira entorno a dinámicas comerciales y las pocas familias que habitan el lugar se ubican en residencias de paso.

A modo de introducción: revisión histórica de la plaza de hierbas en Bogotá

Las plazas de mercado, en general, ocupan un lugar de intercambio y de encuentro muy importantes, debido a que logran ser un punto de convergencia social —aunque con distinción y separación de roles—. Las plazas fueron y son, aún hoy, espacios exclusivos para el canje de mercancías, casi siempre ubicadas en el espacio público y utilizadas como punto de acopio de varios gremios comerciantes.



Mercado en la Plaza de Bolívar en 1850
Fotografía Luis García Hevia.

Figura 1. Fotografía mercado en la plaza de Bolívar en 1850. Fuente: Luis García Hevia en Vargas (2006).

Una revisión histórica de la ubicación de la plaza de las hierbas en Bogotá muestra que el primer mercado público de Santafé, en 1539, estuvo ubicado en uno de los lugares de fundación de la ciudad, lo que actualmente llamamos parque Santander (Vargas, 1990). Seguido a esto, el mercado estuvo en continua itinerancia, según Pablo Páramo y Mónica Cuervo (2006), pues para 1846 la plaza mayor que albergaba el mercado público se modificó de diferentes maneras (figura 1). Por un lado, recibió la estatua en bronce de Simón Bolívar y, por otro lado, se inició la construcción de un gran edificio de nombre Galerías de Arrubla (figura 2), que se situó al costado occidental. Este último, —en una imitación parisina— albergó cafés y almacenes de lujo, que por supuesto estuvieron frecuentados por gente de la alta sociedad capitalina: “Estas obras alentaron los esfuerzos de las autoridades y ciudadanos para erradicar el nauseabundo mercado público, pero la saludable iniciativa solo se vino a cristalizar en 1864” (p. 113).

Con la enunciación, “el nauseabundo mercado público” se entiende la noción con la que se percibía el espacio. La manifestación de venta por parte del gremio campesino no dialogaba con las reestructuraciones de la nueva ciudad moderna, y para este momento el argumento de higienización que implantaría nuevas formas de ciudad, empezaba

a tomar riendas (figura 3). El mercado público de los viernes en la plaza Mayor terminó siendo reubicado en 1894 a doscientos metros de distancia, en el nuevo edificio del mercado de techo. En este mismo momento, el señor Arrubla —mismo constructor de Galerías Arrubla— acordó la construcción de la plaza de La Concepción, con el fin de alejar el mercado público de su negocio.



Figura 2. Litografía coloreada mercado frente a las Galerías Arrubla. Fuente: Theronf (1872) en Vargas (2006).

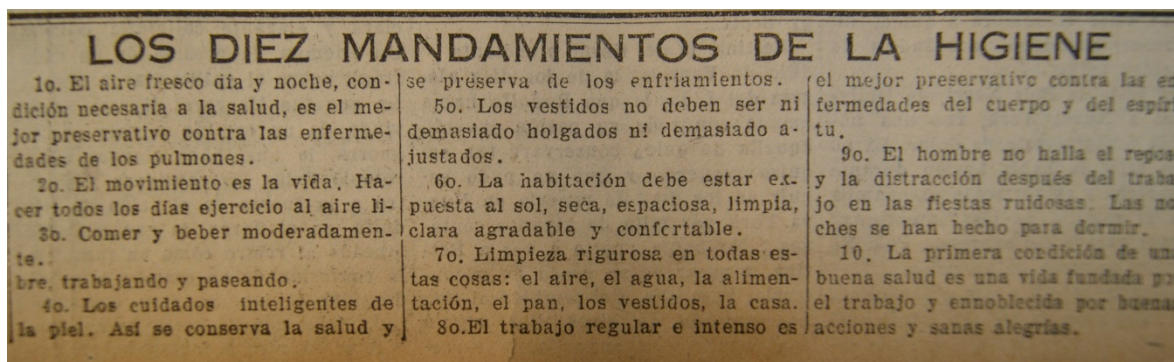


Figura 3. "Los diez mandamientos de la higiene". Fuente: El Tiempo (1927, 1.º de enero).

De esa manera, el mercado situado en el espacio público, lugar que requería de higiene y organización y cuyo aspecto era desagradable para el extranjero, terminó siendo un gran problema por resolver. En consecuencia, a finales del siglo XIX, los mercados públicos fueron desalojados a La Concepción o desplazados a las afueras de la ciudad; así las numerosas plazas coloniales que los alojaban se convirtieron en jardines o parques que empezaron a ser vistos como lugares de ocio y de contemplación de la naturaleza (Cendales, 2009):

Es de anotar que ambos acontecimientos deben mirarse en el contexto de la era Liberal en la que el desarrollo económico y estético son ejes de construcción de la ciudad, como banderas de las miradas foráneas que comienzan a estabilizarse en nuestro país. (Páramo y Cuervo, 2006, p. 125)

Bogotá, en ánimos de modernización, no concibió las dinámicas para habitar la ciudad que le eran propias, por lo tanto, la planeación de la nueva ciudad se abanderó destruyendo espacios bajo excusas de desarrollo económico. Entrado el siglo XX, en la década de 1920, la itinerancia se convirtió en el método más viable para los mercados campesinos e indígenas de quedar fuera del espectro de las políticas que pretendían su desaparición. Allí, quienes distribuían las yerbas y hacían intercambios entre las producciones de los diferentes pisos térmicos fueron controlados y enfrentados al modelo salubrista promovido por empresas internacionales como la Rockefeller (Vargas, 2006).

En la década de 1930, las plazas de mercado empezaron a ser reubicadas en espacios fijos de la ciudad, pero esta vez, como lugares controlados por el Gobierno. Aun así, el mercado de hierbas, lugar que era altamente frecuentado, sufrió las consecuencias del desalojo de la plaza España y, posteriormente, el de la plaza de San Victorino. Con esto, se dio la itinerancia dentro de la zona céntrica de Bogotá en la primera mitad del siglo XX y, como era de esperarse, se ubicó reiteradamente en lugares de mayor afluencia de transporte. Así, algunos mercados se situaron cerca de las vías del ferrocarril.

En 1960 la empresa de ferrocarriles decidió construir la plaza de Paloquemao. En un principio, esta fue promovida como la gallina de los huevos de oro para comerciantes. Sin embargo, la construcción tuvo serios problemas y solo se entregó en 1967; de tal modo, terminó convirtiéndose en una bodega durante muchos años. Paloquemao no fue muy bien recibida por los comerciantes, tomó algunos años para que la plaza se llenara en su totalidad y solo hasta 1972 se hizo su exitoso relanzamiento, ese año Corabastos fue abierto al público.

Paralelamente, entre las décadas de los 1950 y 1980, los supermercados empezaron a surgir en los barrios de Bogotá. Los grandes distribuidores alimenticios como Paloquemao, Corabastos y los nuevos supermercados (Ley, Tia, Yep, Olímpica) (figura 4) generaron una tensión en los pequeños productores; la competencia y el deterioro de las “pequeñas” plazas de mercado empezó a ser evidente.

En un intento por reubicar a los comerciantes de alimentos que se encontraban dispersos fuera de Paloquemao, ocurrieron enfrentamientos dentro del gremio y algunos vendedores de hierbas fueron mal recibidos, por esta razón retornaron a las vías del ferrocarril que, ubicadas sobre la calle 22 y la carrera 27, se encontraban en desuso.



Figura 4. Fotografía supermercados Ley. Fuente: Revista Proa (1958, marzo).

Aparentemente, la plaza de hierbas Samper Mendoza fue creada alrededor de la década de 1960. Son muchos los mitos alrededor del predio que alberga al mercado. Uno de los más conocidos es la donación de estos terrenos por parte de la familia Samper a los campesinos que para ese momento tenían un mercado de víveres, venta de fruta, papa y fritanga. Los relatos de quienes trabajan allí, de los más viejos o de los que han heredado su puesto de venta de sus familiares, cuentan la historia de cómo la plaza que parecía estar en quiebra, debido a que no podía competir con las otras plazas que triplicaban su tamaño, renació gracias a la comercialización exclusiva de hierbas:

*Fueron apenas tres familias las que se quedaron intentando revivir el comercio de la plaza que ni siquiera clientes diarios tenía. La gente venía de vez en cuando y solo en búsqueda de las hierbas que la familia X traía.
(Rodolfo)*

Para esta época, la plaza resurgió con un solo tipo de producto: las hierbas aromáticas, medicinales, esotéricas y gastronómicas, dejando de lado la venta de frutas y verduras. El público que convoca, hace de esta, hoy en día, una de las plazas más rentables de Bogotá (El Espectador, 2016). A diferencia de otras plazas, esta es conocida por ser nocturna debido a que hay jornadas totalmente activas dos noches y dos mañanas a la semana; sumado a que quienes comercializan suelen ser los mismos cultivadores, personajes que realizan uno o dos viajes semanales desde sus hogares en Tolima, Boyacá, Huila, Cundinamarca, entre otros, hasta el centro de Bogotá para converger en este: un territorio otro.

Territorios otros/intercambios otros

La expansión de consorcios comerciales en Bogotá contribuyó al desarrollo de la ciudad moderna. En este proceso se homogeneizaron prácticas que parecían no encajar con las nuevas construcciones, por ejemplo, la desaparición de boticas y la proliferación de droguerías. En esta misma vía, se desvanecieron prácticas que cayeron en desuso y/o que no encontraron un lugar donde aferrarse. De este modo, prevaleció el rendimiento económico de grandes productores sobre la producción mediana o pequeña a nivel local, los centros comerciales y los supermercados que rindieron cuentas al capitalismo congeniaron con la idea de modernización nacional a finales de la primera mitad del siglo XX, lo que permitió puntos de comercio con mayor poder en la ciudad.

Tal como lo enuncia Aníbal Quijano (2007), “el poder es un espacio y una malla de relaciones sociales de explotación/dominación/conflicto”. Aquí, el poder no dialoga, se impone; el poder expresa la máxima autoridad, con lo cual logra que los sujetos se adapten a la voluntad económica dominante, o a la de sus aliados económicos y políticos. Este proceso que puede estar influenciado por corrientes ideológicas de supremacía en las que se producen estereotipos, “una concepción de humanidad según la cual la población del mundo se diferencia en inferiores y superiores, irracionales y racionales, primitivos y civilizados, tradicionales y modernos” (p. 95), idea decimonónica de la que se apropia actualmente el capitalismo.

Así, en el despliegue de las funciones que ejerce el poder mediante la asignación de una serie de pautas que configuran espacios y estructuran identidades sociales, se señalan y catalogan los diferentes grupos que habitan cada territorio —para notarlas como diferentes de quién las mira—. Así, por ejemplo, todo aquello que se señale con la etiqueta de primitivo y tradicional, se traduce instantáneamente como obsoleto, irracional y precario.

En resumen, la ciudad homogénea que imitó al “primer mundo” con aparentes planos preconstruidos del paisaje, ignoró por completo la importancia de la experiencia cultural, social, política —y, cómo no, estética— de las prácticas cotidianas que se habían gestado en espacios ciudadanos locales.

el amplio entrelazamiento de transformaciones coloca finalmente fuera del mercado, como residuos sin valor, desdeñables, no negociables, los intercambios que no se reducen a su propia norma (como el trueque, la hospitalidad, el intercambio de servicios no remunerados, etcétera). (De Certeau, 1999a, p. 139)

Lugares que, como bien enuncia De Certeau, funcionan con estructuras de mercado que van más allá del mero intercambio económico. Estructuras que tejen relaciones

detrás de la economía. En un artículo de prensa, publicado en una revista de entretenimiento en el 2014 (figura 5), se configuraba la ciudad de Bogotá como un destino turístico de alto atractivo cultural. Entre líneas, se alardeaba de las 11 plazas de mercado íconos en la ciudad que para ese año hacían parte del Sistema Distrital de Plazas de Mercado, promovido por el Instituto para la Economía Social (IPES). Este sistema pretendía “recuperar, adecuar y mejorar el funcionamiento de las plazas públicas de mercado en Bogotá” (IPES, 2016). Se inició un proceso de modificación de su infraestructura y la sistematización de sus acciones, algunas de las adecuaciones que sucedieron en varias plazas de mercado fueron añadir vitrinas, envoltorios a los productos y uniformes a sus trabajadores, la más notoria sin duda fue la transformación de la plaza de la Perseverancia, ubicada en el centro de la ciudad (El Tiempo, 2018). Las políticas de modificación exigieron a las plazas de mercado parámetros bajo los cuales se rigen los grandes supermercados; buscaron la higiene necesaria para que un nuevo público extranjero se sintiera a gusto, a través de la modificación del espacio y los cuerpos que lo habitan. Muchas acciones, imágenes, gastronomías (relaciones de cambio) añadieron una nueva manera de ver lo que significaba el mercado campesino, lo cual borró las dinámicas, particularidades y diversidades que el territorio aloja.

En definitiva, el poder en la construcción del territorio trabaja de la mano de políticas de urbanización que en concurridas ocasiones se niegan a extender su mirada en un amplio rango, y niega así una gran parte de la comunidad del espectro visual. Como consecuencia de esto terminan emergiendo el desplazamiento, la anulación de espacios y la constitución forzada de nuevos territorios. En esa grieta sucedieron casos afortunados, gracias al paso precipitado del tercer al primer mundo —aún en proceso—, algunos espacios lograron resistir en comunidad y huir del plan reticulado que pretenden las nuevas políticas de urbanización. Dentro de esta última, nacen aquellos territorios que Raúl Zibechi (2008) denomina territorios otros:

Diferentes a los de la ciudad tradicional de las clases medias y altas. Esa diferencia se registra tanto por el modo de construcción con base al trabajo colectivo como por la forma de ocupación y distribución del espacio urbano y se sostiene en relaciones sociales solidarias, recíprocas e igualitarias. En los nuevos espacios autoconstruidos nacen formas de poder popular, explícitas o implícitas, que abarcan toda una gama de relaciones sociales: desde el control directo sobre el espacio (quiénes y cómo lo habitan) hasta la regulación de las relaciones entre las personas. En estos espacios, la lógica estatal aparece subordinada a la lógica comunitaria-popular. (p. 77)

Si bien Zibechi utiliza este término para entender la conformación de periferias urbanas como territorios en resistencia, los territorios otros permiten ver a la plaza de hierbas Samper Mendoza como territorio en una noción ampliada. Más allá de construirse en

tres dimensiones y bajo sistemas reticulados de intercambio económico, la plaza de hierbas Samper Mendoza se conformó como un espacio político-cultural que funciona como una superficie de encuentro de diversas prácticas y saberes. Las dinámicas y la construcción física refieren un lugar único, un lugar que es producido por las relaciones de quienes habitan el espacio. Se entiende a quienes habitan, no son solo como quienes cultivan, cosechan y producen la venta de hierbas, sino también a aquellos que llegan allí a adquirirlas y, por supuesto, a quienes están detrás del manejo administrativo del lugar por medio de la figura del IPES.

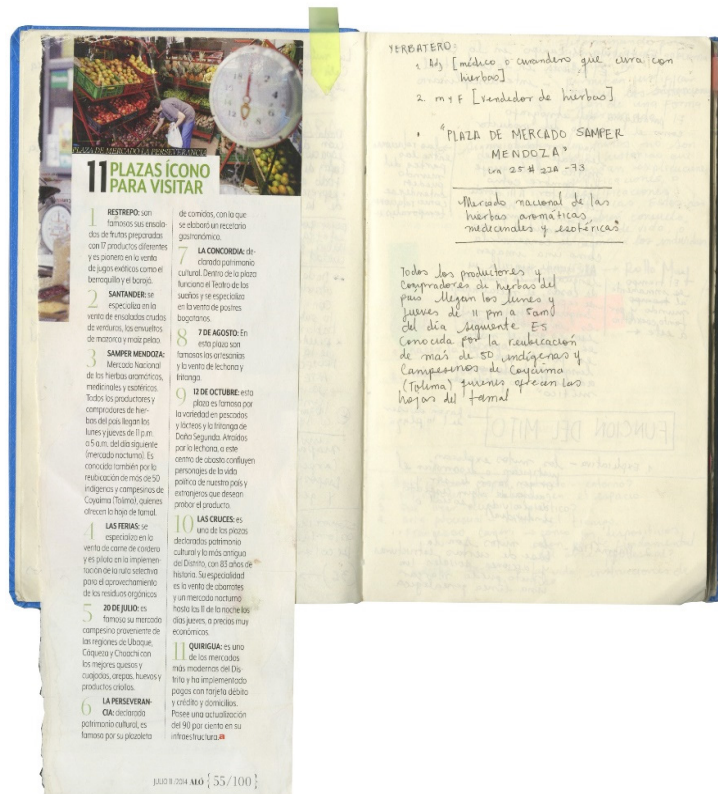


Figura 5. "11 plazas ícono para visitar". Fuente: Revista Aló (2014, 11 de julio).

Cuando Zibechi, en la última parte de la cita, enuncia a la lógica estatal subordinada a la lógica comunitaria popular, la noción de territorio que se desprende de la primera es: "una porción de tierra. Terreno que pertenece a alguien en específico y que tiene fronteras geográficas, administrativas y políticas" (Zibechi 2008).

Pero con mayor detenimiento, se puede entrever a qué tipo de territorio está respondiendo a la lógica comunitaria-popular, un territorio que no puede ser limitado únicamente a una porción de tierra que ocupa un plano horizontal. Por el contrario, este territorio es multidimensional pues órbita en diferentes planos, algunos perceptibles a primera vista, conformados por partículas físicas y otros que se desdibujan detrás de

la superficie terrestre en magnitudes intangibles. Son prioritarias en este territorio las relaciones sociales que se asientan y articulan en el espacio, así como sus códigos y estructuras que se despliegan en una esfera que es estable solo en el espacio al que pertenece.

Así, aquel territorio encuentra su modo esencial en la existencia de las relaciones que se entablan en el lugar, conexión que es perceptible en los actos que de una u otra manera dejan algún tipo de vestigio que marca el espacio físico. Se pueden contemplar desde las acciones de reciprocidad verbal generadas por el intercambio económico, el pequeño espacio que se forma en la ubicación geográfica de cada puesto, la cofradía que implica el acuerdo de precios, hasta los códigos lingüísticos que generan un modo de comunicación propio del lugar.

Entonces, las líneas, los códigos de comunicación, las velocidades, los ritmos, las edificaciones, que se trazan de manera perceptible en cada vínculo/relación que sucede dentro del territorio, se convierten en compuestos que funcionan de forma armónica, con una lógica propia y solo en el lugar en el que fueron originados. Es como si generaran un acto de anclaje con el entorno. De hecho, funcionan como agenciamientos, noción enunciada por Deleuze y Guattari (2002) para denominar a la multiplicidad, para entender que el encanto y la importancia radican en la red que teje un todo. Aquí, lo múltiple es lo significativo.

Una de las características de este territorio otro es que, a través de modos de comunicación, el universo de la producción y el universo del consumo hacen una entrada triunfal en la que se unen a través del diálogo. Se trata de una relación intrínseca que funciona de manera contraria a la que sucede en un supermercado comúnmente, una distancia que es muda entre sujeto y sujeto. En el supermercado, el producto está visible y a la mano del consumidor, lo que le permite evadir cualquier relación con un sujeto intermediario. En la plaza, por el contrario, podríamos entender cómo, por ejemplo, las relaciones para establecer precios, el regateo y la seducción que hace el vendedor para ofrecer la siempre bienvenida ñapa, se encuentran mediadas por el intercambio verbal, en el que se genera un diálogo obligatorio que une a dos sujetos. Por la palabra se generan acuerdos, conocimientos y regateos en el momento del intercambio económico, aspectos que terminan debilitando los parámetros de medidas específicas e inamovibles promovidas en otros ámbitos por el intercambio capitalista que, en últimas, lo que produce son distanciamientos.

En este punto, es claro que descifrar un espacio que ha sido cimentado bajo la luz de un territorio otro requiere entender su producción en forma de red, en su totalidad. El desciframiento inicia con la ilusoria descripción espacial, de manera tal que usa los sentidos como aparentes verdades que logran entender minuciosamente el ordenamiento del espacio. Sin embargo, luego con mayor atención, sobre los elementos temporales, relacionales e históricos, se dislocan las redes y los vínculos del lugar.

Quien dice “energía” debe añadir al punto que la energía se despliega en un espacio. Quien dice “espacio” ha de manifestar inmediatamente qué y cómo lo ocupa: el despliegue de la energía alrededor de “puntos” y en un marco temporal. Quien habla, por fin, de “tiempo”, debe enseguida referir lo que se mueve o cambia en él. (Lefebvre, 2013, p. 73) (resaltado mío)

Esta terna, energía-espacio-tiempo, es la constitución base de la producción del espacio: un espacio se construye y deconstruye con los actos y vínculos de quienes lo ocupan. Los actos originados en un lapso de tiempo permiten su transformación y constatación a partir de vestigios. Actos que se mueven conforme a lo que lo rodea, su contexto. En últimas, esta productora del espacio supuso un estímulo de reflexión y conmoción que se activó al recorrer el espacio continuamente, interactuar a través de las dinámicas de compra y venta, y dialogar, acciones que posibilitaron la comunicación con quienes habitan la plaza de hierbas del Samper Mendoza. El recorrido en sí se convirtió en un ejercicio que buscaba cercanía con la plaza:

La relación con el gran autoservicio Carrefour es de tipo económico. Vista la distancia (hay que ir en coche) y las condiciones materiales de su acceso (enormes estacionamientos que hay que atravesar, calcinantes en verano, helados en invierno), ir a Carrefour no puede ser sinónimo de ir de paseo. (De Certeau, 1999b, p. 107)

A partir del diálogo, fue posible participar de un acto económico directo con quien cosecha, produce y/o distribuye las hierbas. Un intercambio de manera directa, valiéndose de lo verbal, de una interacción de intercambio de saberes, que generó vínculos y señaló las relaciones que solo son propias de las dinámicas de la plaza. Dicen ellos “Un caminante traza, pasea, deambula (se pierde, sin interesarle si lo está). Se detiene, observa, circula. Va en dirección contraria, encuentra una lógica propia de cada lugar”.

Diálogos entre colores y arrumes, vestigios que señalan

El color como ritmo y red, la construcción de arrumes como límite y paisaje y los códigos de comunicación como acuerdos en la oralidad fueron tres aspectos con los que trabajé. Aspectos que además dejan una marca, un vestigio en el espacio, y señalan la plaza de hierbas Samper Mendoza como un territorio otro.

El color aparece como el primer vestigio que señala, de alguna manera, un tiempo transcurrido. ¿Vemos el tiempo?, vivimos el tiempo a través de lo que se transforma en el espacio. La plaza que está en horario laboral mientras Bogotá duerme, el momento en que el amanecer aparece, el pequeño descanso que sucede antes de iniciar la venta

cuando los vendedores duermen encima de sus arrumes, el ritmo de las cantidades vendidas que marca el manejo de hierbas, son manifestaciones de tiempo.

Al mirar los vestigios que el tiempo dejó al pasar, percibí una gama de color que parece pertenecer a cada momento que transcurre en la plaza. El color, que cambia su tonalidad a medida que salta entre pigmentos, se va transformando en tanto aparece el amanecer, en tanto desaparece la mercancía. Este instante fugaz marca un compás entre las hierbas calentanas, las del páramo, las de cultivo, las dulces y las silvestres.

Las personas que llegan allí a comercializar las hierbas, viajan desde sus lugares de origen —principalmente Tolima, Cundinamarca y Boyacá; aunque se comercializan hierbas hasta del Amazonas—. Pequeños y grandes camiones llegan entre las seis de la tarde y las nueve de la noche, los días lunes y jueves, con una gran carga de hierbas que se organiza aproximadamente hasta la medianoche en cada puesto de venta. Entradas las tres de la mañana los clientes más frecuentes llegan y la venta se pone en auge.

El color permite evidenciar los momentos activos y pasivos del lugar y la transformación de la materia a partir del producto que se comercializa. El color también consigna otros planos del terreno físico y la fugacidad con que se transforma el espacio. Los recorridos y las observaciones me permitieron evidenciar las transformaciones como marcas de matiz que persiguen el ritmo de los cambios, marcas que parecen acumularse o desvanecerse para hacer surgir o desaparecer el lugar, marcas que juegan a delimitar una frontera que se desborda de los muros que la contiene, marcas territoriales que juegan a ser estructuras lábiles que se forman y rebosan fácilmente de los límites planteados, marcas que irrumpen una frontera y fijan densidades (figura 6).

La construcción de arrumes como límite y paisaje es evidente desde que se cruzan las puertas de la plaza de hierbas Samper Mendoza. Este espacio se constituyó con muros de hierbas que delimitaron los espacios de venta de cada comerciante; el producto arrumado no requiere de armatostes sofisticados para venderse, por el contrario, su ubicación se estructura en una especie de horizontal baja que caracteriza al lugar. La disposición de las hierbas allí no requiere de dispositivos de venta verticales ni de vitrinas, estas yacen en el mismo suelo.

Arrumar: amontonar y poner unas cosas sobre otras en un orden específico

Los arrumes tienen su origen horas antes de llegar a la plaza, cuando en los acopios (lugares en la carretera donde se organiza una gran cantidad de hierbas) se reúnen los atados conformados por aproximadamente diez a doce manojos que se cierran y juntan, formando así bultos de aproximadamente ocho arrobas cada uno. Al llegar, los

atados se distribuyen en los puestos que se conforman espacialmente en un área no menor a medio metro cuadrado, así la suma de atados organizados unos encima de otros, forman el arrume. Un manojo es la forma de aglomeración que llega a distribuirse a los pequeños comerciantes, pequeño montón de aproximadamente dos mil pesos (dependiendo la hierba) que hace decrecer el arrume. En este proceso, el pico más alto de la geografía desaparece y el terreno empieza a ser llano.

El método y la forma en que se despliega un producto que se pretende comercializar hablan de un gremio y un lugar en específico. Al llegar a la plaza, los arrumes se tornan en elementos de un paisaje y se anclan a un territorio como creadores de topografía. Recorrerlos lleva a que aquellos picos y llanos construyan el comienzo y el límite de una ruta, propongan una cartografía que se transforma a medida que pasan las horas. Así, el lugar se transforma continuamente a través del tiempo. El límite del puesto de venta marca en el suelo la ruta por la cual circular, casi como calles en las cuales los coteros y las carretillas transitan con grandes montañas de hierbas que impregnan el lugar. Los arrumes formados por la acumulación de capas físicamente construyen un territorio con puntos elevados y puntos bajos que, al igual que los mapas orográficos y la formación de curvas de nivel —utilizadas en geografía—, permiten entender la compleja formación de relieves en el territorio, a partir de la forma prominente y la densidad del lugar.

Particularmente, en la formación de rutas queda implícito un acuerdo que pauta los límites de cada puesto de venta. Esta comunicación se da no solo entre los comerciantes vecinos, sino también entre esos otros que lo hacen posible; aquí el actor no es solo quien está ejecutando la venta de hierbas, por ejemplo, también están los coteros, quienes entran y salen asiduamente repartiendo la mercancía a otros camiones, a otros puestos, a los vendedores ambulantes que van a surtirse, incluso a las otras plazas de mercado, etc.

De la misma forma que el arrume construye el lugar, pienso que quienes están detrás de aquellas montañas también han constituido y demarcado su propio espacio; han realizado construcciones de vida. En el centro de la plaza no hay locales comerciales como tal, con muros y puertas, que puedan ser personalizados, como sí lo están los locales laterales que cuelgan en sus puertas sábilas, en sus paredes cuadros de Jesucristo, rosarios, camándulas y algunas fotos familiares; los puestos centrales ubican su mercancía en el suelo, en el centro del territorio y en medio de los arrumes se encuentran los puestos de descanso de quienes comercian. La mayoría de sillas que protagonizan el puesto de venta son traídas desde sus propios hogares, pueden aparecer grandes mecedoras, otras pequeñas de madera y cuero, otras simplemente Rimax (figura 8).

Los precios en la plaza son similares, sino iguales. Esta media de venta señala unas relaciones implícitas de supervivencia del gremio. Con la camaradería en la que los negocios se cuidan entre sí, con los diferentes servicios que se distribuyen a lo largo de los puestos de venta casi como estaciones que necesitan de sus vecinos, lugares como la plaza de hierbas Samper Mendoza subsisten y se construyen.

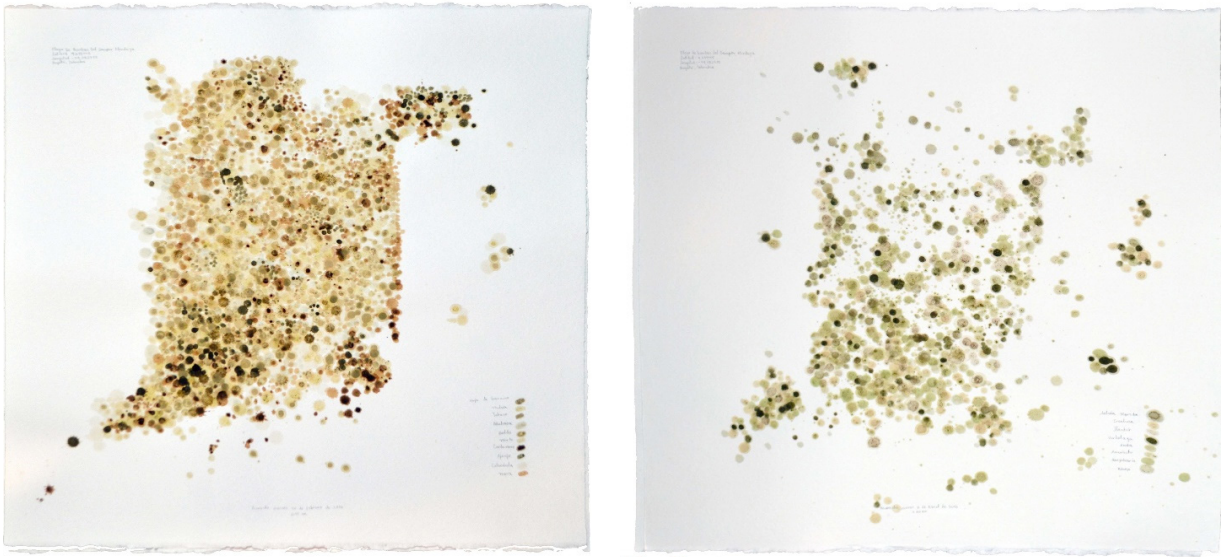


Figura 6. Cartografías de color producidas con pigmentos de hierbas comercializadas en la plaza. Fuente: Propia (2019)

Son estos lugares los que empiezan a formarse como cardúmenes. Las acciones de supervivencia que utilizan los cardúmenes radican, por ejemplo, en nadar para que la cohesión de cuerpos unifique la fuerza, entonces, la presa pequeña e indefensa ya no se enfrenta como unidad a su depredador, sino que se enfrenta como una red de puntos de fuerza, que en suma puede vencer al depredador más audaz. Así mismo, los



Figura 7. Instalación de pequeños ladrillos de hierbas secas que reflejan relieves en los muros. Al fondo instalación sonora. Fuente: Fuente: Propia (2019)

sonidos específicos entre peces pertenecientes al cardumen, se convierten en códigos de alerta y de peligro. La plaza agencia un lenguaje con entonación propia, los chiflidos usados por los coterros para recorrer el lugar con las carrozas cargadas, sin ocasionar choques o accidentes, se convierten en modos de comunicación —que como ya hablaba en algunos párrafos anteriores— solo encuentran lógica dentro del territorio.

En suma, lenguaje y comunicación son otras de las materializaciones de las relaciones que se pueden encontrar. Los criterios de medidas dentro de la plaza se medían a partir de la palabra, así por ejemplo, los sentidos de los términos: ñapa, manajo y atado han sido y serán incomprensibles fuera del lugar. De ñapa sabemos que es una pequeña cantidad (depende de la generosidad de quien vende) que, a modo de regalo, se añade a la compra; a veces se pide, a veces llega sin pedirla y es más fácil de obtener si es usted un cliente habitual. Sabemos que la palabra manajo nace a partir del radio alcanzado por la medida de la palma de una mano. De la palabra atado, sabemos que significa menos que un bulto, más que un manajo, mucho menos que una arroba, mucho más que la ñapa. Un atado se compone por aproximadamente 10 manajos, y su existencia radica en la facilidad que encuentran los transportadores de hierbas en la distribución de estas al llegar a la capital.

Todo esto es el resultado de una serie de acuerdos que nacen en la oralidad, nacen del diálogo que se entabla en este tipo de espacios. ¿Cómo haces para negociar en Éxito, en Jumbo, o en Olímpica, que a cambio de los 300 gramos de tomillo te encimen 30 gramos de ñapa y te rebajen 200 pesos por los 2000 pesos del manajo de limonaria? ¿Es esto posible? No lo creo, en tanto no haya diálogo como intermediario de compra. La vida sucede en el territorio a partir de la unidad que está confinada en el lenguaje. El diálogo al que se puede aspirar en una gran superficie de mercado corporativo, en el instante en que el sujeto se enfrenta al producto, es al de su mente teniendo una conversación en voz baja a modo de monólogo con la etiqueta de un producto. Por supuesto no dejo por fuera los otros diálogos que los supermercados generan con los trabajadores, aquellos que están en las cajas registrando una venta y preguntando sus puntos, aquellos que le indican la ubicación de lo que necesita, o aquellos que mantienen el lugar aseado; son personas que permiten una relación con el lugar de venta. Sin embargo, el diálogo generado en ese caso no es indispensable, como sí lo es en la plaza de hierbas Samper Mendoza.

Los diálogos y los intercambios verbales que se produjeron fueron los principales factores que me permitieron habitar el territorio. La cercanía que implica entablar una conversación —que por corta que sea inicia con un saludo, propone una inquietud o necesidad y se responde con la posible solución cargada de conocimiento— logra proximidad con quien cosecha, produce y/o distribuye las hierbas. A partir de la oralidad, entendí que el poder que ha generado la relación comunitaria en la construcción del lugar ha permitido conformar un espacio político en el que convergen prácticas y



Figura 8. Fotografía puesta de venta de la plaza de hierbas Samper Mendoza. Fuente: Propia (2020)

saberes que solo son posibles a partir de las relaciones de quienes habitan el espacio.

La intención fue leer un espacio específico de la ciudad de Bogotá: La Plaza de hierbas Samper Mendoza como un territorio otro. Terminan acá ejercicios

Referencias

- Careri, F. (2002). *Walkscapes*. Barcelona: Gustavo Gili SL.
- Cendales, C. (2009). *Los parques de Bogotá: 1886-1938*. Revista de Santander, (4), 92-104.
- De Certeau, M. (1999a). *Recorridos y mapas*. En *La invención de lo cotidiano 1: habitar, cocinar*. Ciudad de México: Universidad Iberoamericana.
- De Certeau, M. (1999b). *El fin de la semana, sábado-domingo*. En *La invención de lo cotidiano 2: artes de hacer*. Ciudad de México: Universidad Iberoamericana.
- Deleuze, G. y Guattari, F. (2002). *Del ritornelo*. En *Mil Mesetas: capitalismo y esquizofrenia*. Valencia: Pre-textos.
- El Espectador (2016). *El nuevo intento por salvar las plazas de mercado*. Recuperado de: <http://www.elespectador.com/noticias/bogota/el-nuevo-intento-salvar-plazas-de-mercado-articulo-631137>
- El Tiempo. (2018). *Bogotá le apuesta a la renovación de las plazas de mercado*. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/bogota/renovacion-de-las-plazas-de-mercado-de-bogota-167584>

- Equipo de Caracterización Sociocultural Plaza Samper Mendoza (2013). *Caracterización sociocultural plaza Samper Mendoza y su mercado itinerante de yerbas*. Informe final. Bogotá: IPES.
- Instituto para la Economía Social (IPES). *Sistema distrital de plazas de mercado*. Recuperado de: <http://www.ipes.gov.co/index.php/plazas-de-mercados> (Acceso el 8 de septiembre de 2016).
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del Espacio*. Madrid: Capitán Swing.
- Paloquemao. Nuestra historia en: <http://www.plazadepaloquemao.com/qui%C3%A9nes-somos/nuestra-historia/> (Acceso 5 de agosto de 2016).
- Páramo, P. y Cuervo, M. (2006). *Caracterización espacial de las plazas en el siglo XIX y rutinas y acontecimientos en las plazas de la ciudad*. En Historia social situada en el espacio público de Bogotá desde su fundación hasta el siglo XIX (pp. 109-154). Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.
- Quijano, A. (2007). *Colonialidad del poder y clasificación social*. En S. Castro-Gómez y R. Grosfoguel, El giro decolonial: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global. Bogotá: Siglo del Hombre.
- Vargas, J. (1990). *La Santafé colonial a vuelo de pájaro*. En La sociedad de Santafé colonial (pp. 1-8). Bogotá: Cinep.
- Vargas, J. (2006). *Historia de Bogotá, Siglo XX*. V. 3. Bogotá: Villegas Editores.
- Zibechi, R. (2008). *América Latina: periferias urbanas y territorios de resistencia*. Bogotá: Ediciones Desde Abajo.