

Palabra

A person wearing a blue and red long-sleeved shirt and blue pants is painting a set of stairs. The stairs are painted in alternating colors: yellow, blue, and red. The person is using a brush to apply yellow paint to the top step. A carrot is placed on the step to serve as a guide for the brush. The background shows a wooden railing and some greenery.

L'ART DU
REBUSQUE DANS
LES RUES DE
BOGOTÁ

PILAR MENDOZA

Résumé: Les vendeurs de rue se sont constitués à Bogotá parallèlement au phénomène d'urbanisation massive qui a commencé en Colombie vers les années cinquante. Désormais, ces acteurs ont composé sa propre structure à partir de systèmes de participation et d'interaction dans la ville, le quelles on peut rassembler dans la pratique du « Système D » ou *Rebusque*.

A travers la pratique du *rebusque*, dite aussi, *informalité*, les vendeurs de rue ont créée leurs propres formes de socialisation, dont la créativité et l'ingéniosité des acteurs se montre dans la façon de négocier tout sorte de produits. Sa capacité de « jouer » avec le système et d'inventer des manières d'être et d'utiliser l'espace urbain se traduit par le vaste monde informel qui croit dans la ville dont la mobilité et l' stratégie.

Mots clés : Vendeurs de rue, mobilité, espace public, ville, informalité.

El arte del “rebusque” en las calles de Bogotá

Resumen: Los vendedores de la calle surgieron en Bogotá de forma paralela al proceso de urbanización masiva que comenzó en Colombia alrededor de los años cincuenta. En adelante, estos actores han creado una estructura propia a través de sistemas de participación y de interacción los cuales podemos agrupar dentro de la práctica del *Rebusque*.

A través de la práctica del *rebusque*, también llamado *informalidad*, los vendedores de la calle han creado formas de socialización, en donde la creatividad y el ingenio de los actores se muestra en la forma de negociar toda clase de productos. Su capacidad de “jugar” con el sistema oficial y de inventar maneras de ser y de utilizar el espacio urbano se traduce en el basto mundo informal que crece en la ciudad y en donde la movilidad es la estrategia.

Palabras clave: Vendedores de la calle, movilidad, espacio público, ciudad, informalidad.

The art of “rebusque” in the streets of Bogotá

Abstract: The street vendors appeared in Bogota simultaneously and as a parallel phenomenon with the massive urbanization which begun in Colombia in the 1950's. Ever since, they have created their own structure through systems of participation and interaction that may be classified amongst the various practices reunited under the generic name of “*rebusque*” (a slang Colombian word for “digging around”).

Through the *rebusque* practices, which are also called *informality*, these street merchants have created different ways of socialization, showing their creativity and inventiveness in their various ways of making business, trading with a broad spectrum of products. Their skill for playing with the official system, inventing multiple ways and tricks to make use of the public urban space and remain present in it, may be reflected in the *informal* system which grows at the same time with the cities.

Key words: Street vendors, rebusque, public space, city, informality.

A arte do “rebusque” nas ruas de Bogotá

Resumo: Os vendedores das ruas (camelôs) surgiram em Bogotá de forma paralela ao processo de urbanização massiva que começou ao redor dos anos cinquenta. Em diante, estes atores tem criado uma estrutura própria por meio de sistemas de participação e de interação os quais podemos agrupar dentro da prática do *Rebusque*.

Por meio da prática do *Rebusque*, Também chamado *informalidade* os vendedores da rua tem criado formas de socialização, onde a criatividade e o engenho dos atores se manifestam na forma de negociar toda classe de produtos. Sua capacidade de “jogar” com o sistema oficial e de inventar formas de ser e de utilizar o espaço urbano, se traduz num vasto mundo informal que cresce na cidade e onde a mobilidade é a estratégia.

Palavras Chave: Vendedores da rua (camelôs), mobilidade, espaço público, cidade, informalidade.

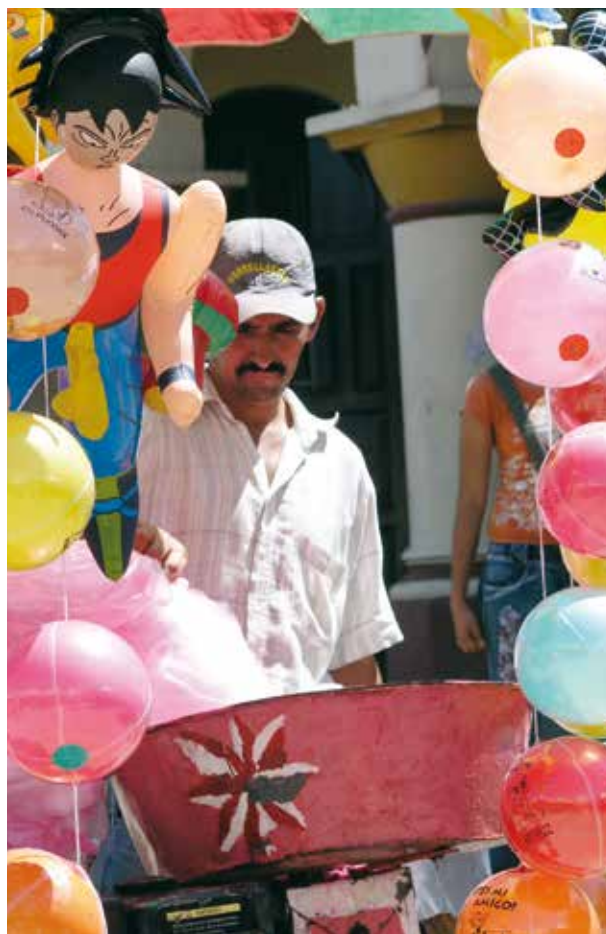
Introduction

Les pratiques sociales des vendeurs informels et leurs manières de vivre la ville font partie de la construction sociale de Bogotá. En Colombie on désigne ses pratiques par un mot très répandu dans l'argot populaire : « Le Rebusque ». Il s'agit des formes de vie qui impliquent une lutte pour la survie à travers différents mécanismes d'action, une recherche incessante de possibilités à partir de laquelle les secteurs populaires inventent des stratégies de survie mais d'une manière informelle. Il concerne leurs formes de travail mais aussi leurs interactions avec les autres et avec l'espace.

Ce phénomène met en évidence une population émergente, appartenant au monde urbain et qui se caractérise par sa mobilité, son autonomie et sa distance à l'égard du système officiel. Pour cette population qui se définit fréquemment elle-même comme « marginale ou informelle », survivre est devenu un mode de vie, dans la mesure où elle a appris à créer des formes de travail de manière autonome. Sa capacité à « jouer » avec le système et à inventer des manières d'être et d'utiliser l'espace urbain se traduit par le vaste monde informel qui croit dans la ville et que les statistiques officielles estiment à 46.7% (DANE. 2012)¹.

Chez les vendeurs de rue à Bogotá, la manière d'assimiler les règles et de créer de nouveaux codes construits de façon individuelle et collective, en suivant le système ou de façon parallèle, est une façon de comprendre cet autre ordre existant dans la ville et qui cohabite avec l'ordre officiel. Pour comprendre ce phénomène, nous nous appuyons tout d'abord sur les travaux de Michel de Certeau, qui voit les classes marginales comme participant d'un système, mais modifiant ses règles de façon ingénieuse, en maintenant d'une manière ou d'une autre leur indépendance par rapport à lui:

« S'il est vrai que partout s'entend et se précise le quadrillage de la 'surveillance', il est d'autant plus urgent de déceler comment une société entière ne s'y réduit pas; quelles procédures



¹ Departamento Administrativo Nacional de Estadística. – DANE. 2012. www.dane.gov.co

populaires (elles aussi minuscules et quotidiennes) jouent avec les mécanismes de la discipline et ne s'y conforment que pour les contourner ? Enfin, quelles 'manières de faire' forment la contrepartie, du côté des 'dominés', des procédés muets qui organisent la mise en ordre socio-politique. » (De Certeau, 1990, p, XL).

En outre, l'observation des vendeurs de rue montre comment les acteurs dans sa mobilité franchissent constamment les sphères du formel et de l'informel pour pouvoir mener à bien leurs transactions. Dans cette perspective, nous nous appuyons aussi sur les travaux de Jerome Monnet (2010, p. 26-27), selon lequel la différenciation entre l'économie formelle et informelle établie par rapport les activités des castes supérieur et inférieur du XVIIIème dans la colonie américaine, donne lieu au surgissement de la catégorie de l'informel pour définir cet population inclassable dans les registres officiels due aux dimensions multiples de leurs activités mêlent la vie privé et la vie publique.

Nous verrons ainsi comment ces pratiques donnent lieu à des modes d'organisation sociaux alternatifs, à travers l'auto-gestion de multiples réseaux formés spontanément à l'intérieur des familles et autour des chaînes des vendeurs de rue ou les activités économiques, familiales ou de voisinage se mêlent. Ce phénomène montre un espace public chargé de sens à travers des pratiques qui dépassent l'espace économique pour aller jusqu'à la construction des espaces sociaux. Dans l'appropriation de l'espace par les vendeurs, on verra ainsi comme ces espaces ne sont pas des lieux fixes sinon que se mobilisent dans divers flux (Tarrus 2002). Cette mobilité implique essentiellement le maillage de territoires, réseaux et liens sociaux et la quête d'une certaine sécurité de l'existence en déployant des activités et des stratégies de survie (Tourzi, 2010).

Finalement, cet article est l'un des résultats d'une recherche mené entre 2002 et 2008, ou nous voulions regarder les logiques de survie des acteurs de rue dont les vendeurs informels étaient les plus représentatifs. Nous avons choisi la Carrera Séptima comme point d'observation pour regarder la ville, son histoire et sa représentation actuelle et dans lequel les secteurs populaires ont une importante participation à travers le travail informel.

Ainsi, nous avons accompagné pendant des années plusieurs vendeurs de rue dans leurs démarches. La plupart des entretiens ont été réalisés spontanément et sans magnétophone. Le journal de terrain a été ici un élément permanent, tenant compte des techniques d'observation participante appliquées. Nous avons tenté d'associer des histoires de vies et des perceptions individuelles avec des présupposés théoriques déterminés.

L'informalité a Bogotá

La ville de Bogotá a expérimenté vers les années 50 du XXème, de changements importantes par rapport sa structure, ainsi comme par rapport sa composition sociale et démographique. En effet, c'est à partir de cette époque que la ville connaît les transformations les plus importantes et vit, en même temps, les débuts de la modernisation et l'arrivée massive de paysans en raison de ce que l'on nomme en Colombie la « Violencia » et surtout d'un évènement majeur, *El Bogotazo*.

Cet évènement eut lieu dans la carrera séptima, axe principale de Bogotá, suite à l'assassinat du leader politique Jorge Eliécer Gaitán². C'est là que débuta l'insurrection populaire qui dura plusieurs jours. Une foule de gens descendirent des quartiers populaires pour s'unir aux manifestations, provoquant la mort d'environ 3000 personnes à Bogotá. Cette révolte s'étendit à tout le pays. Un évènement destructif qui est comme la cristallisation d'une violence déjà en place, en raison des luttes entre les deux partis traditionnels, libéral et conservateur, provoque une migration sans précédentes. Les secteurs populaires, acteurs de ce soulèvement et qui se constituèrent au moyen d'un processus de colonisation et de mobilisation permanente caractéristique de l'histoire colombienne, firent au long des années suivantes, leur entrée massive dans la ville.

« L'histoire de la Colombie est une histoire de migration et la mémoire de La Violence des années cinquante est aussi celle des mouvements massifs, comme en témoigne le fait qu'à la question: pourquoi vous êtes-vous installés ici? Les colombiens répondent : 'à cause de la Violence'. » (Pecaut, 2001, p. 241)

² Gaitán ressurgit à l'époque comme un leader populiste qui rompa avec le bipartisme libéral/conservateur traditionnel et était proche a regagner les élections présidentielles.

Après cet événement, le bipartisme a continué sa route comme il l'a pu avec l'accord du Front National³. Néanmoins, le pays allait s'ouvrir toujours un peu plus à la démocratie, la modernisation et l'urbanisation massive, ne bénéficiant pas pour ce faire de la consolidation de la nation, ni régime populiste, ni régime dictatorial, comme ce fut le cas en Argentine, au Brésil et dans d'autres pays d'Amérique Latine.

En effet, la croissance de la population de Bogotá montre en 1938 une population de 325.650. En 1951, elle est de 715.250 habitants, en 1964 de 1.697.311, en 1973 de 2.855.065, en 1985 de 4.236.490 et selon les approximations de 2005, elle compterait 7.185.889 habitants. Avec ces chiffres, une expansion de la ville est mise en évidence, sans qu'elle ait été préparée pour ce phénomène. Les dynamiques politiques du pays montrent aussi la séparation des classes populaires qui vont dès lors se diriger vers l'informalité.

Des études démontrent, que la ville a cessé d'être le lieu des élites pour devenir le lieu des classes populaires (Aprile, 1983; Gil 1998). Une dégradation du centre historique de Bogotá s'est produite simultanément au développement du commerce populaire. Ce type de commerce a commencé à s'établir sur les restes du commerce artisanal des années quarante. A la suite des vagues d'immigration à la ville, l'augmentation des vendeurs de rue et, plus généralement, de tout type d'acteurs informels s'accélère. L'espace public se convertit en un lieu privilégié d'échange commercial et de démarches informelles.

Les vendeurs de rue et leur rapport à l'espace

L'histoire de la vente informelle dans les rues de Bogotá remonte au début des années cinquante. Selon l'historien Marco Palacios, « *Quand les vieux travailleurs de la rue, vendeurs de journaux, vendeurs de loto, les cireurs de chaussures, vendeurs à domicile, furent submergés dans une marée de vendeurs ambulants. Soumis au contrôle des commerçants en gros, ils envahissaient les trottoirs des rues commerçantes (...). Comme s'ils étaient sortis de l'asphalte, des vendeurs de cigarettes Marlboro, de fruits et d'aliments apparaissaient aux coins des rues ; ils dépendaient des vendeurs établis sur les trottoirs. A chaque feu rouge, près d'un centre commercial, des groupes d'enfants offraient des chewing-gum, des pare-brise ou des rétroviseurs (...). Les informels sont des acteurs fondamentaux, même s'ils ne sont pas les seuls, dans l'histoire des établissements populaires urbains.* » (Gil, 1998).

Parallèlement au surgissement du phénomène, les maires ont essayé de freiner le problème. Durant les années soixante-dix, le phénomène était moins important et ils purent organiser les vendeurs en kiosques et ignorer le problème des indigents et la prostitution. De fait, toutes les associations et petites organisations de travailleurs de la rue et de vendeurs ambulants se sont constituées au cours de ces dernières décennies.

Cependant, ce ne fut que vers les années 90's que débutèrent les politiques de la ville et la véritable transformation de l'espace public, avec le maire Antanas Mockus et son projet de créer une nouvelle « culture citadine ». Avec Antanas Mockus, il y eut un changement radical des politiques publiques de la ville. Une nouvelle orientation plus moderne se mit en place autour des idées de « récupération de l'espace public », « culture citadine », « résistance civile », « éradication du culte de l'illégalité », etc.

Parmi les stratégies de récupération du centre historique, on comptait non seulement la restauration architecturale et une nouvelle distribution des impôts, mais aussi la valorisation culturelle de l'espace public au moyen d'événements, de festivals et de présentations artistiques. Pour structurer son projet, Antanas Mockus s'inspire de la « théorie de l'action communicative » de Jürgen Habermas. Au moyen d'activités

3 Période du temps (1958-1974) dont les deux partis traditionnels, libéral et conservateur, ont partagé le pouvoir d'une manière alterne. Aucun autre parti pouvait arriver au pouvoir.

surprenantes au sein de l'espace public, le maire recherche à « néo-civiliser » les habitants de Bogotá. L'anarchisme de la capitale est ainsi mis en question par des artistes qui utilisent la rue comme scène pour montrer les fautes commises par les passants. Différentes stratégies de persuasion ont été utilisées pour freiner la violence et l'usage des armes.

L'espace public étant en grande partie occupé par des kiosques et des vendeurs ambulants (en particulier les trottoirs, les places et les parcs), les décrets de la mairie ont commencé à déloger les travailleurs informels en leur donnant en contrepartie l'assurance de les placer dans des lieux d'activité commerciale. Dans le programme de récupération, il est précisé :

« Il s'agit de récupérer et d'élargir l'espace public envahi par de multiples activités particulières et privatisé de fait, pour le piéton. On luttera contre l'occupation des trottoirs par des cabanes et des vendeurs ambulants, tout en s'occupant dans le même temps, du problème social à travers un appui leur permettant d'accéder à des conditions de travail plus dignes. Ce processus débutera par l'identification d'espaces dans la ville pouvant recevoir ces vendeurs, dans des zones stratégiques leur permettant de développer leurs affaires, au moyen de l'acquisition, la promotion et le développement de projets commerciaux formels. » (Art. 14).

Cependant, l'observation directe sur le terrain à l'emplacement où furent détruites les dernières cabanes qui restaient dans le centre, la population des vendeurs ambulants s'est maintenue. En réalité, elle s'est décentralisée passant dans la catégorie de *Non-lieu*. Ceci a eu pour conséquence un mouvement important de personnages dans l'espace public : ceux qui déambulent en transportant sur eux la marchandise. Le destin des vendeurs a dépendu désormais de leur solidité économique. Ceux qui avaient acheté le droit à une cabane, ceux qui étaient dans le commerce informel depuis de nombreuses années (et qui par conséquent étaient reconnus dans le milieu) et enfin ceux qui appartenaient ou avaient appartenu à un type quelconque d'association, avaient droit aux espaces commerciaux offerts par la mairie dans le processus de remplacement. Le reste des vendeurs, c'est-à-dire, ceux qui n'avaient pas de cabane, mais seulement une toile pour étendre sur le sol et montrer leurs objets ou ceux qui portaient eux-mêmes la marchandise, dans la mesure où ils n'avaient ni reconnaissance juridique, ni stabilité économique, devaient continuer à jouer au chat et à la souris avec la police. Le meilleur moyen de le faire étant de ne jamais rester au même endroit.





Ainsi, les politiques de récupération de l'espace public fortement appliquées par Antanas Mockus, Enrique Peñalosa et les maires suivants, entraînent la reproduction des vendeurs qui deviennent ambulants puisque ceux-ci décident à se mobiliser n'occupant déjà un site spécifique. On pourra dire qu'on assiste à un phénomène de délocalisation des marginaux qui décident de se déplacer plutôt que d'être délogés : « *De manière générale, le vendeur est contraint à suivre ses acheteurs, à se disperser davantage géographiquement. Il a un caractère plus ambulancier, ce qui limite son capital au minimum (il n'a entre les mains qu'une petite caisse portable ou ce qui tient dans un tissu sur le sol) et l'empêche de pouvoir s'approprier de l'espace et donc de former des organisations territoriales. L'accès à ces activités est plus facile et le revenu par personne inférieur. L'expérience requise est nulle et les journées de travail plus courtes.* » (Lopez Castaño, 1996). Les chiffres suivantes montrent une descente d'environ 8% dans les taux d'informalité pendant cette époque, néanmoins un moyen de 47.6% au moment actuel met en évidence l'importance d'un tel phénomène dans le marché de travail.

Bogotá. Taux d'informalité et indicateurs concernant le marché du travail.

	2001	2002	2003	2011
Taux de chômage	17,0	15,7	14,9	10,9
Taux de sous-emploi	32,0	36,1	33,4	31,4
Taux d'informalité	54,6	55,4	54,9	46,7

Source: DANE, Encuesta Continua de Hogares

La Carrera Séptima

La carrera séptima dans le centre historique de Bogotá dite, « La Rue Royale du Commerce », présente aujourd'hui une diversité de pratiques sociales dont la description validera l'hypothèse de notre article : Les vendeurs informels de la Carrera Séptima montrent dans *le rebusque* et leur rapport à l'espace, des interactions qui dépassent la sphère économique concernant aussi des aspects symboliques, sociales, morales et politiques. Elle est un espace public de consensus et de négociation, un lieu de passage qui permet d'aller du public au privé et vice-versa. Les transactions économiques observées dans le marché de la rue nous montrent des formes d'appropriation du domaine public par des activités privées. Les deux principaux obstacles à l'entrée de nouveaux vendeurs étant le capital et le monopole de l'espace. En outre, l'expérience entre également en compte ainsi que l'existence d'un certain niveau d'organisation constituée sur la base de monopoles territoriaux. Les barrières à l'entrée sont moins importantes pour les ventes de produits de consommation immédiate et les services.

La séptima peut se délimiter selon les activités et les produits qui s'y trouvent. En allant du Sud au Nord⁴, à partir de la Place Bolivar (calle 8) en plein coeur du centre, nous aurions une description des activités, dont à travers le temps, les vendeurs des rues ont défini des territorialités selon les offices. Bien qu'ils puissent être changeants, ils identifient les coins de rues et les rues, se transformant en un référent pour les habitants de la ville.

L'immeuble de la Banque de la République en est un fidèle témoin. Au carrefour de la Séptima et de l'avenue Jiménez (calle 15) s'érige l'édifice imposant, aux systèmes de sécurité élaborés. Devant lui, s'activent les changeurs illégaux de devises étrangères, avec leurs lunettes et leurs habits élégants mais de mauvaise qualité. La cravate et le costume les caractérisent. Ils sont parfois assis sur un banc, adossés aux murs de la banque. Ils sont toujours en conversation avec d'autres, de façon à passer le temps et à donner l'impression de discuter pendant un moment de repos. Néanmoins, ce lieu est connu comme celui où l'on peut changer de l'argent à moindres frais (des euros et des dollars de préférence), sans impôts et avec la seule garantie d'être territorialement identifié comme le lieu des changeurs.

4 Nous en parlerons désormais de « Calles » qui traversent la « carrera 7a. » étant donné un système quadrangulaire dans les calles vont de l'est à l'ouest et les carreras du Sud au nord.

Sur la Place Bolívar il y a des photographes et des vendeurs de maïs pour les pigeons. Puis, sur le fameux trottoir du journal « El Tiempo » (c114), nous trouvons les vendeurs d'émeraude, derrière lesquels se regroupe l'une des plus puissantes mafias des pierres précieuses. Les émeraudes viennent des mines de la région de Boyacá où elles sont extraites, sans aucun contrôle de l'État. Ce commerce s'est implanté au point que le commerce formel de la zone s'identifie également comme celui des bijoux et des pierres précieuses, avec un échange permanent entre les deux sphères. Depuis environ trente ans, ce lieu a été choisi par les commerçants en raison de son caractère central et pour les avantages qu'il procure en comparaison avec d'autres espaces ouverts qui furent et sont aujourd'hui occupés par les vendeurs d'émeraude. C'est le cas de l'Avenue Jiménez entre la *Séptima* et la huitième rue. Dans cette zone se trouve un nombre illimité de commerçants. Autour de la petite place du Rosario (attenante au carrefour en question) se sont établis les lieux de vente des bijoux qui dépendent des transactions de la rue. Quelques rues plus loin à l'est, le long de l'Avenue Jiménez se trouve le centre commercial Emerald Trade Center, projet de bourse des émeraudes, la Colombie étant le producteur de presque 90% des émeraudes du monde.

Nous trouvons également le trottoir de l'immeuble d'Avianca où se vendent les livres de littérature célèbres, mais d'avantage recopies (ceux de García Márquez par exemple), les best sellers à la mode, ainsi que des documents institutionnels récents mais falsifiés, des textes de lois comme le *Code Pénal*, la *Loi 100 sur l'éducation*, la Carte Constitutionnelle de 1991. Un peu plus loin, devant le célèbre magasin Tia, il y a toujours des petits chiens bien coiffés qui essaient de passer comme de très bonne race.

Le carrefour de la dix-neuvième avenue avec la Séptima (ou carrefour de la Banque de Bogotá) est caractérisé par la vente de lunettes, de parapluies et de housses pour caméras vidéos et téléphones portables. Des chariots improvisés en bois et parfois même tirés par des chevaux, se trouvent dans presque tous les carrefours et les places, proposant des fruits de saison, café ou tisanes.

Les places et les parcs sont occupés par les cireurs, les photographes et les *culebreros*⁵ perçus bien évidemment

5 Des personnages qui évoquent les indiens qui font danser les serpents avec leur flûte, mais qui en Amérique Latine sont reconnus généralement en tant que voyageurs et vendeurs de toute sorte de produits tels que des herbes et des crèmes pour guérir des maladies.

comme des figures traditionnelles, surtout en raison des services qu'ils offrent, puisqu'ils sont largement dépassés par les produits modernes. Les trottoirs de la vingt-quatrième rue, devant le centre commercial Terraza Pasteur, accueillent depuis les années soixante-dix les artisans et les hippies. Ces derniers sont encore vêtus comme à l'époque. Ils fabriquent des bijoux qu'ils vendent ensuite aux jeunes et aux étudiants. On peut également acheter des doses personnelles de marijuana ou de cocaïne. Le négoce se réalise à travers le langage propre des jeunes de la capitale, avec des codes et des gestes qui limitent la visibilité de la transaction.

Dans cette description on peut apercevoir un mode d'organisation à manière de réseaux qui s'établissent par rapport les produits qui définissent les lieux. Cependant, ces catégories peuvent varier, mais certains produits permettent encore aujourd'hui identifier les lieux, comme les émeraudes, les chiots ou les changeurs de devises. Voici une classification (Melo, 2001) où on peut relever les activités suivantes:

- a) **Vente de produits industriels** : leurs fournisseurs sont dans l'industrie nationale, la contrebande et le vol de marchandises, ce qui fait souvent des vendeurs de petites pièces. Parmi les produits vendus, on trouve de la quincaillerie, des jouets, de la faïence, de petits appareils électro-ménagers, des fleurs, des appareils pour faire du sport.
- b) **Vente de produits alimentaires et de cigarettes** : cela peut concerner une grande variété de produits, depuis les aliments de production industrielle comme les boissons gazeuses, les chewing-gums, les gâteaux apéritifs... ; les aliments fabriqués de manière artisanale comme les gâteaux les cacahuètes, le cochon, la gélatine ; les aliments préparés dans la rue comme les hot-dogs, les hamburgers, les pizzas et les aliments qui ne demandent aucune préparation comme les fruits et le poisson.
- c) **Vente de produits culturels** : il s'agit des produits de l'industrie et de la micro-industrie culturelle comme les disques compacts, les disques d'occasion, les cassettes clonés, les livres et les revues d'occasion, les revues, les livres pirates, les vidéos pirates, les hebdomadaires et les journaux.

- d) **Les expressions artistiques** : l'activité de l'artiste est rétribuée par une contribution volontaire du public dans le cas des musiciens, des artistes du cirque, des mimes ou des comédiens ; ou par l'achat de l'œuvre dans le cas d'artistes plastiques, de photographes et de poètes (vente de copies du poème).
- e) **Prestation de services** : les services rendus dans les rues de Bogotá sont les suivants : laminage de documents, réparation de montres, réparation d'appareils domestiques, fabrication de timbres, lithographie, cireurs de chaussures, lavage de voiture, réparation de voiture, lavage de vitres, révision des pneus aux feux rouges, recyclage, contrôle de la tension et du poids, achat et vente de monnaies étrangères, achat et vente d'émeraudes, réparation de chaussures, surveillance de voitures, élaboration de documents administratifs et démarches, lecture des lignes de la main, des cartes, de la cigarette et de la fumée.
- f) **Autres**:
- Vente d'animaux : chiots, oiseaux, poussins.
 - Publicité : collage d'affiches, distribution de dépliants, clowns faisant la promotion de restaurants ou de magasins.
 - Artisanat : production réalisée en partie dans la rue. Elle comprend des articles en argent, des tissus, des bijoux et des articles en cuir.
 - Activités et vente de marchandises illégales : jeux de hasard, vente de drogue, de documents volés ou falsifiés (papiers d'identité, chèques, cartes de crédit, diplômes, etc.) changement d'argent et en partie les conglomérats des émeraudes.

Dans l'observation de ces activités on peut remarquer comment les vendeurs informels de la rue passent une grande partie de leur vie dans l'espace public. Ils y mangent, rendent visite à des amis, élèvent leurs enfants, se disputent, écoutent la radio, lisent le journal, jouent et travaillent. Il s'agit de leur espace de vie, de leur source de revenu, de leur manière de subsister. Dans un tel contexte, les frontières entre espace public et privé s'avèrent particulièrement floues (Monnet, 2010), et l'espace public se montre comme un espace social qui construit de l'identité et se mobilise. Cette appropriation de l'espace s'aperçoit alors comme une « Stratégie de territorialisation » (Touzri, 2010), imprégnée

par une logique de mobilité, qui essaie de se soustraire au contrôle de l'Etat.

Mobilité et réseaux sociaux

Ce type d'échange économique donc, donne lieu à des échanges sociaux et culturels qui possèdent également une dimension morale et éthique. Dans le monde informel se tisse ainsi tout un univers de relations sociales, à partir d'échanges capitalistes mais de manière nomade et précaire. Selon les termes d'Alain Tarrus (Tarrus, 2002, p. 18), à la manière de fourmis qui circulent dans des flux économiques et qui tissent en même temps des réseaux de relations entre populations très diverses qui se retrouvent à exercer des activités communes dans l'espace public. Elles sont liées par des intérêts et des initiatives. Les limites culturelles et morales de ces individus deviennent fluides; elles se transforment en fonction des métiers et des réseaux sociaux, d'une manière plus transversale que verticale. Selon Tarrus, le savoir-faire signifierait dans ces cas-là le « savoir circuler », le fait de savoir traverser différents univers. Il s'agit de « *capacités métisses, généralement momentanées qui permettent de multiples entrées et sorties* » (Tarrus, 2002).

La description d'un de nos personnages dans son lieu de travail va mettre en évidence ces phénomènes, dans lesquels on voit différentes dimensions du *rebusque*, à travers les représentations et les rapports d'une vendeuse avec l'espace, ses collègues et les institutions.

Marlén

Une vendeuse de bonbons et de cigarettes à l'unité, Marlén, qui est au carrefour de la *Séptima* avec la dix-septième avenue, âgée d'environ trente cinq ans, est devenue, comme d'autres de ses collègues habituels, un point de référence et une « passeuse » entre différentes activités de la rue pour les gens de cette zone, qu'ils soient de ses clients ou simplement les collègues de son secteur. Marlén connaît tout le monde et sait les occupations de chacun. Parmi les vendeurs de ce périmètre (de la dix-neuvième à la seizième rue) qui proposent des produits similaires, la solidarité est totale. Chacun est très attentif à l'arrivée des voitures de police. Marlén les détecte très rapidement et elle prévient d'abord ceux qui vendent des produits illicites car ce sont les plus susceptibles d'être arrêtés. De cette façon, dans un état de tension permanente face à la « loi », on apprend en quelques secondes une nouvelle qui peut se présenter plusieurs fois dans la même journée.



Ayant accompagné Marlén de 16h à 19h pendant son activité, on a pu constater qu'elle a vendu des cigarettes et des sucreries aux employés du secteur qui sortaient ensemble de leur bureaux, et qu'une majorité demandait à Marlén si *el Jorge* était déjà passé, ce qu'avait donné la loterie de Boyaca, etc. D'autres acteurs qui s'approchaient d'elle étaient de petits distributeurs de marchandise qui lui proposaient des cartouches de cigarettes ou des bonbons en grandes quantités. En amont de ces intermédiaires, se déroule la chaîne des distributeurs, jusqu'à arriver aux grands magasins populaires du Centre spécialisés dans le commerce populaire (comme San Víctorino, la Pajarera, etc.), ou encore à de grands commerçants indépendants propriétaires de plusieurs magasins dits *formels*, « qui ont pignon sur rue », qui écoulent de la marchandise de contrebande qui vient de la frontière.

Pendant ce temps, l'un de ces distributeurs propose à Marlén « un peu d'argent » en qualité de prêtre. Il sort de sa poche une liasse de billets gras et abîmés et lui demande de combien elle a besoin en riant d'un air rusé. Elle on a besoin de \$50.000⁶. Le type lui remet les 50 000 pesos, ils se mettent à rire et se sentent tous deux satisfaits. Marlén devra donner chaque jour 2000 pesos jusqu'à ce que ça fasse un total de 60 000 pesos, étant donné que les 10 000 pesos de différence payent le service. Cette opération peut se répéter, puisqu'ils sont tous deux des vétérans du secteur, ils sont complices, collègues ou ennemis au cas où l'un d'eux faillirait à ses obligations.

On lui demande si elle a un système de sécurité sociale. Elle me répond que oui, qu'elle a le SISBEN⁷. Peu après passe une dame qu'elle salue et à qui elle demande : « *que puis-je faire contre une douleur d'oreilles ?* ». Celle-ci lui pose un certain nombre de questions et lui dit qu'elle « peut lui faire un nettoyage le lendemain, mais où ? – eh bien, ici même, rapidement. – Bon, achetez auparavant quelques gouttes de glycérine et mettez-les vous, je passe demain dans la soirée ». Je lui demande alors pourquoi elle n'utilise pas le SISBEN, et elle me raconte qu'une fois, elle avait manqué un rendez-vous parce ça le prenait tout une journée de travail étant donné la queue pour y arriver à la consultation, ce qui entraîne une amende de 8000 pesos qu'elle ne peut pas payer. Elle a donc davantage confiance en son amie qui a été vendeuse plusieurs années, mais qui a ensuite étudié pour devenir auxiliaire d'infirmier, et surtout elle n'a pas à quitter son lieu habituel de travail puisque le quitter signifie ne pas vendre. Elle commente :

6 50.000 pesos équivalent environ à 23 euros aujourd'hui.

7 Le système de sélection des bénéficiaires du SISBEN est un modèle d'identification de niveau social de citoyens pour donner des allocations, développé par la mission sociale du Département National de Planification selon l'article 30 de la Loi 60 de 1993. Ceux qui ont le niveau plus, bas c'est-à-dire 1 ou 2, ont le droit au service de santé gratuit. Cependant en tant que service social ceci a des véritables problèmes par rapport la capacité d'accueilment a cette population tel que le relate Marlén.

« Ce n'est pas que je sois superstitieuse, mais si je bouge de ce trottoir je ne vends pas. Si je m'installe en face, ce ne sera pas la même chose. Le seul problème que je peux avoir avec quelqu'un ici, c'est d'arriver le matin et de trouver quelqu'un à ma place. En décembre il y a toujours des problèmes à cause de l'excès de vendeurs, il y en a partout et la bagarre c'est toujours pour la même raison, parce que quelqu'un s'est mis à la place d'un d'autre. En décembre, il y a eu beaucoup de conflits à cause de ça. De toutes façons, les gens sont maintenant au courant et il ne viendrait à l'idée de personne de venir me prendre ma place ».

En quoi consiste le sentiment d'appartenance pour Marlén ? Quelle est sa relation avec le mètre carré du carrefour de la 17^e avec la *Séptima* où elle vend, possède-t-elle un lieu ou occupe-t-elle un espace ? Pourquoi préfère-t-elle son amie infirmière au SISBEN ? Quel est son degré de confiance dans les institutions ? Elle a tout en mains. Elle vit dans la périphérie avec sa mère malade. Elle a deux filles de pères différents qui l'aident aussi à vendre. Ses opinions politiques sont tranchées et rapides, elle connaît les noms propres, les dernières lois, les derniers maires et leurs politiques, elle parle du président du moment Álvaro Uribe avec assurance et critique son comportement. Elle regrette de ne pas avoir étudié mais accepte sans complexes sa condition et sa façon d'être. *« Pourquoi se raconter des mensonges, je préfère boire mes petites bières et dépenser 10 000 pesos à faire la fête que de les donner à l'Etat qui vole tout ! »*. En effet, elle ne croit pas à la « politicaillerie », elle peut bien reconnaître les mouvements sociaux, mais elle ne sait pas auquel adhérer, elle ne trouve pas de leader à suivre. On lui demande si elle connaît les programmes de récupération de l'espace public de la nouvelle équipe municipale, dans lesquels sont proposées de nombreuses options nouvelles pour les vendeurs informels, comme l'éducation, la réinstallation et le regroupement. Elle me répond affirmativement avec désenchantement ou scepticisme. Et poursuit, avec sa logique :

« Si je vais suivre un cours au SENA entre trois et cinq heures de l'après-midi, je perds le plus gros de mes ventes. Le lieu où je suis productive, c'est celui-ci, ici je me sens en confiance et je sais que je peux subvenir à mes besoins. Et ce cours ne me garantit pas non plus que j'aurai du travail après. Qu'est-ce que je fais en attendant pour survivre et nourrir ma mère ? C'est aussi pour ça que je ne suis pas allé chez le médecin, j'y passe toute la matinée, et la vente alors ? »

Brune, la peau tannée par le soleil et le vent, mesurant 1,60 m, rondelette, elle porte des jeans et une chemisette. Elle a beaucoup de courage et un sens aigu de résistance à l'adversité, elle se débrouille par elle-même, affronte son destin sans rien attendre de personne, et surtout pas du gouvernement *qui ne lui a jamais rien donné*. Mère

célibataire, elle a beaucoup d'amis de même condition sociale avec lesquels elle se distrait et prend le temps de la détente et de la fête. Elle est très critique avec les vendeurs eux-mêmes, sans éducation ni futur. Elle parle à ses collègues d'une voix forte, le bruit de la rue l'exige. Ils ont presque toujours un sobriquet, « le Gros », « le Jean », ou sinon pour s'adresser à son amie qui est à côté, elle lui dit : *« Eh, peau de vache, fais pas comme si tu m'avais pas vue, c'est à toi que je parle »*. Elle utilise un langage très familier, ses gestes sont brusques comme ceux d'un homme, de fait pour elle les hommes *« ne servent pas à grand chose... à la rigueur pour boire quelques canettes de bière le samedi ou le vendredi soir »*.

Le vendeur de café chaud passe, avec sa machine accrochée dans le dos et un système de tuyaux sur les côtés qui lui permet de servir le café ou des tisanes et de mélanger café et lait. Sans demander, il commence à servir chacun des vendeurs du coin, il sait qu'ils en prennent tous. Marlén l'invite à m'en servir un aussi. Mais avant de payer ils sortent le jeu de dés. Et chacun joue à son tour. Ce jeu se répète à chaque fois que le distributeur de cafés passe, et le perdant devra payer la tournée. Les comptes sont mémorisés, le vendeur sait de toutes façons très bien combien il en a servi et qui doit payer, il connaît le rituel et en fait partie. Ce sont des réseaux de chaînes connectées entre elles qui changent de forme et de taille. Les canaux de communication dans la rue s'expriment de multiples manières, se recréent et innovent. La bouche-à-oreille traditionnelle demeure cependant la forme la plus élémentaire et la plus fréquente de circulation rapide et sûre de l'information et des nouvelles circonstancielles. Les nouvelles et les rumeurs se répandent tout au long de la *Séptima*, de la même manière que des microcosmes se connectent à travers des réseaux et des personnages qui les articulent⁸.

L'analyse des relations entretenues par les acteurs montre à quel point le sentiment d'appartenance à son travail est fort. Les vendeurs affrontent des phénomènes de répression ou d'opposition externe

⁸ Note : Quelques mois après cet accompagnement Marlén a changé de coin de travail en passant de la vente de bonbons et cigarettes à la vente de Loto, fait qui démontre l' stratégie de mobilité dans la rapport à l'espace.

qui donne naissance à des liens de solidarité particulièrement forts. Sous un angle stratégique, les relations familiales, de voisinage et territoriales, permettent de recréer des conditions d'existence matérielle et de donner une dimension collective et familiale aux logiques de survie (Tourzi 2010). C'est-à-dire que dans cette interaction se définissent des relations qui peuvent aller du purement économique et individuel, jusqu'à l'établissement de liens collectifs, à travers de petites solidarités, complicités et accords, mais c'est la famille la liaison la plus reconnue dans le milieu de vendeurs de rue.

La famille et son rôle dans le monde informel

L'analyse du processus d'« auto-organisation » des vendeurs de rue met en relief le rôle central de la famille. La microéconomie, la femme chef de famille, les mères célibataires, les enfants vendeurs, font partie des personnages rencontrés constamment lors du travail de terrain. Lorsque nous demandions aux enfants vendeurs où se trouvait leur mère, ils répondaient souvent : « *Ma maman est à l'autre coin de rue en train de vendre avec mon petit frère, nous nous retrouvons pour déjeuner et à la fin de la journée pour rentrer chez nous* ».

La vente dans la rue est en général une affaire familiale. Elle joue le rôle soit de véritable travail, soit d'appui économique quand on monte un commerce, soit d'occupation temporaire.

« Oui, ça se fait beaucoup, il y a une solidarité avec la famille, ça se fait beaucoup parce que la majorité des personnes ont des gens de leur famille sans travail. Alors on tente de leur trouver une place, de les aider, de les aider à travailler, en cela il y a vraiment une solidarité. Il y a des familles entières qui travaillent dans ce métier. »
(Témoignage d'une vendeuse, mai 2010).


Chez les vendeurs de la rue, l'institution familiale est le lieu où ils expriment le mieux la solidarité, la coopération et la communication. En outre, l'exercice d'une activité en commun renforce les liens. Face au groupe des autres vendeurs en revanche, les principales relations sont de l'ordre de la concurrence et de l'affrontement. La famille devient alors le réseau d'appui où prend sens l'idée d'identité locale.

« Je suis devenue vendeuse. Je travaillais dans une entreprise, mon métier était de fabriquer des matelas, je travaillais dans les matelas mais mon mari est devenu tellement irresponsable, j'ai six enfants, trois hommes et trois femmes. Je devais payer les frais de l'école, être le papa et la maman. Même si à cette époque-là on vivait plus facilement, je n'avais pas assez d'argent, je sortais mon argent, nous on nous payait tous les huit jours mais mon

salaire ne suffisait pas. Alors, j'ai commencé à vendre des brochettes et des épis de maïs à la sortie du stade 'El Campín' ⁹. Je n'ai pas renoncé à mon travail pour pouvoir gagner davantage car certains de mes fils étaient au lycée et d'autres à l'école. Je suis devenue vendeuse ambulante les samedis et dimanches, les samedis aux jeux de 'lucha libre' et les dimanches à l'église de ' Monserrate' et 'El Campín'. Je regardais et je posais des questions et je me suis lancée car à cette époque les brochettes et les épis de maïs se vendaient très bien. Et j'ai commencé à en amener à la 'lucha libre' et au 'Campín' et mes fils aussi m'ont aidé. L'aîné et certains d'entre eux allait à 'Monserrate', les autres au parc Olaya et moi au 'Campín' avec les autres. Et alors je me suis rendue compte que je commençais à pouvoir payer nos dépenses et à vivre mieux. C'est comme ça que c'est arrivé et je suis très reconnaissante, je remercie la rue, après mon Dieu je remercie la rue car grâce à elle je n'ai pas eu à m'engager auprès d'un autre homme différent du père de mes enfants pour pouvoir les élever. Je pensais que ce n'était pas la solution... un autre mari, d'autres enfants, cela aurait signifié plus de problèmes. En un mot, je suis très reconnaissante envers la rue et je remercie mon Dieu qui grâce à la rue m'a donné de quoi manger et élever mes enfants. »
(Témoignage d'une vendeuse, mai 2000).

Le cas présenté démontre les relations de proximité et les liens familiaux noués souvent autour de la mère célibataire comme des éléments fondamentaux à prendre en compte pour analyser les formes de socialisation des vendeurs de rue. « Dans ce type de travail, la participation de la famille et en particulier de la femme est déterminante. En comparaison avec l'homme, on observe une plus grande prédisposition de la femme colombienne à l'établissement et à l'organisation d'activités productives (...). On entend parfois dire qu'une des raisons pour lesquelles la femme colombienne s'intègre très vite à la force de travail est la violence ». (Cuellar M. 2000, p. 488).

9 Stade de football.



En outre, le recours aux liens familiaux et aux liens de proximité offre une assurance indispensable à la sauvegarde de l'activité (Touzri, 2010). Ceux réseaux établissent liens d'identité qui reproduisent des logiques de survie sans cesse. Ceci est leur manière de jouer avec la culture économique dominante qui donne, en rappelant à De Certeau, naissance à une sorte de contre-culture des marginaux (De Certeau 1991). Les vendeurs de rue à travers les logiques économiques liées au marché du travail, restructurent le tissu social de manière indépendante et résistent à un mode unique de normativité, qui leur permet créativité et autonomie. Ces acteurs se montrent sceptiques à l'égard de la politique et conservent un esprit de lutte et de travail indépendant.

Ainsi, le monde informel se répand à travers la ville et dépasse les frontières. La population flottante du monde informel semble se maintenir, étant donné aussi les flux de déplacés de la violence qui continuent d'arriver dans la ville¹⁰. Leur distribution spatiale se modifie de façon temporaire. Mais plutôt qu'à un phénomène de dichotomie entre le formel et l'informel, on assiste au changement de la signification de rapports sociaux, temporelles et spatiaux. À l'évidence, ce processus souligne l'écart entre le discours politique et les pratiques sociales toujours très vivants du monde populaire à Bogotá.

¹⁰ Le nombre de déplacés de la violence par le conflit armé entre les guérillas et le paramilitaires entre 1985 et 2011 est de 5.455.406 selon l'ONG CODHES, bulletin #79.

Bibliographie

Agier, M., 1999, *L'invention de la ville : Banlieues, townships, invasions et favelas*, Amsterdam, Archives Contemporaine, 176 p.

Alcaldía Mayor de Santa Fé de Bogotá, 1997, *Bogota, una historia común.*, Bogotá, Instituto Distrital de Cultura y Turismo, 215 p.

Barbosa Cruz M., Pérez Niño H., 1997, *Uso y apropiación del espacio público: el caso de los viejos de la plazoleta del Rosario*. Bogotá, Instituto Distrital de Cultura y Turismo - Observatorio de cultura urbana, 181 p.

Castel, R., 1995, *Les métamorphoses de la question sociale*. Paris, Fayard, 490 p.

_____ 2003, *L'insécurité sociale : "Qu'est-ce ce qu'être protégé"*, Paris, Éditions du Seuil, 96 p.

Castañeda, A., 2004 *El Fondo de Ventas Popular y su Extensión al Sector informal: Una política global de empleo a escala distrital*. Bogotá, Alcaldía de Bogota, 180 p.

Cottureau, A., 2000. *L'expérience du déni : Dénis de la justice, dénis de la réalité*. Paris, Harmattan, 2000

De Certeau, M., 1990, *L'invention du quotidien*. Tome 1 Arts de faire, Paris, Gallimard, 1990, 347 p.

Elias, N., 1991, *La société des individus*. Paris, Fayard, 301 p.

Gauchet, M., 2002, *La démocratie contre elle-même*. Paris, Gallimard, 2002, 385 p.

Gil, C., 1998, *Etnografía de las organizaciones de la venta informal de la calle en Santa Fe de Bogotá*, Bogotá, Universidad Nacional, p. 201.

Gómez Buendía, H., 1999, *Para donde va Colombia?*, Santa Fe de Bogotá, Tercer Mundo Editores, 258 p.

López Castaño, H., 1996, *Ensayos sobre economía laboral colombiana*, Bogotá, Fonade, Carlos Valencia Editores, p. 14.

Martin-Barbero, J., 1987, *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Mexico, D.F. / Barcelona, Ediciones Gustavo Gili, 300 p.

Mendoza, C., 2008 "Le monde de la rue a Bogotá: la débrouillardise comme l'art de faire de la multitude" Paris.

Tesis de doctorado. EHES.

Mockus, A., 2003 *Seguridad y convivencia*. Informe de la Alcaldía, Bogotá, Alcaldía Mayor.

Monnet, J. 2010 « Dissociation Et imbrication du formel et de l'informel : une matrice coloniale américaine » *Espaces et Sociétés*. No. 143, pp. 13-29

Pecaut, D. 2001, *Guerra contra la sociedad*. Ed. Espasa Hoy. Bogota. 308 p.

Tarrius, A., 2002, *La mondialisation par le bas. Les nouveaux nomades de l'économie souterraine*. Paris, Balland, 220 p.

Touzri, A. 2010 « Pratiques informelles et minorités issues de l'immigration : une régulation autonome en question ? » *Espaces et Sociétés*, no. 143, pp. 47-62.

Sites web

www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_ech_nov10.pdf

www.codhes.org

Pilar Mendoza

pilar.mendoza.koch@gmail.com

Comunicadora Social de la Universidad Central de Bogotá. Doctora en Sociología de la Ecole de Hautes Etudes en Sciences Sociales, Paris. Consultora de Programas Sociales para Colombia y Africa, Banco Mundial.

Artículo recibido en mayo de 2014 y aceptado en julio de 2014