REPRESENTACION SOCIAL DEL ESPACIO URBANO EN LAS PERSONAS QUE FRECUENTAN EL CENTRO DE VALLEDUPAR 2012-2015

NINI TATIANA GARCIA GONZALEZ

UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR

FACULTAD DE DERECHO CIENCIASPOLITICAS Y SOCIALES

PROGRAMA DE SOCIOLOGIA

VALLEDUPAR- CESAR

2016

REPRESENTACION SOCIAL DEL ESPACIO URBANO EN LAS PERSONAS QUE FRECUENTAN EL CENTRO DE VALLEDUPAR 2012-2015

NINI TATIANA GARCIA GONZALEZ

Trabajo de grado optar título de sociología

ABEL CARREÑO MONTENEGRO

Asesor temático

JORGE LUIS MATTOS MEJIA

Asesor metodológico

UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR

FACULTAD DE DERECHO CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

PROGRAMA DE SOCIOLOGIA

VALLEDUPAR- CESAR

2016

NOTA DE ACEPTACION

_____

_____

_____

_____

Presidente del Jurado

_____

Jurado

_____

Jurado

DEDICATORIA

A Dios por darme la sabiduría y las bendiciones para lograr este triunfo que me ha permitido, a mis padres por su amor, su apoyo incondicional por inculcarme valores, mis hermanos por su comprensión, mi hija por darme por las sonrisas en esos momentos de lucha, mis amigos y compañeros por los concejos que sirvieron de muchos esfuerzos en esos momentos de desánimo.

NINI TATIANA GARCIA GONZALEZ

AGRADECIMIENTOS

Finalizando esta monografía con la esperanza de un futuro maravilloso y prometedor y este es un primer paso de ese futuro que con mucho esfuerzo lograremos.

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de estar aquí frente a ustedes por brindarme esos conocimientos a mi familia por ser los principales pilares en mi vida. Así mismo a gradezco a mis directores de tesis por darme las instrucciones, apoyo y concejos para que el día de mañana pueda ser una gran socióloga.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCION

1. REPRESENTACION SOCIAL DEL ESPACIO URBANO EN LAS PERSONAS QUE FRECUENTAN EL CENTRO DE VALLEDUPAR **14**

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA **14**

1.2. Objetivos **16**

1.2.1 Objetivos Generales **16**

1.2.3 Objetivos Específicos **16**

1.3 Justificación **17**

1.4 Delimitaciones **19**

1.4.1 Delimitación Conceptual **19**

1.4.2 Delimitación Espacial **21**

1.4.3 Delimitación Temporal **22**

2. MARCO REFERENCIAL **23**

2.1 Antecedentes Históricos **23**

2.2 Antecedentes Científicos **25**

2.3 Bases Teóricas **30**

2.3.1 El Espacio Urbano **30**

2.3.2 Vida Urbana **34**

2.4 Marco Legal **39**

2.5 Marco Conceptual **39**

2.5.1 Espacio Urbano **39**

2.5.2 Elementos constitutivos de la estructura urbana **40**

2.5.3 Usos del suelo urbano **41**

2.5.4 Sistema Vial **41**

2.5.5 Espacios Verdes **43**

2.5.6 Equipamiento Urbano **43**

2.5.7 Radio de Influencia **44**

2.5.8 Soporte Infraestructural **45**

3. METODOLOGIA **48**

3.1 Tipo de investigación **48**

3.2 Método de investigación **48**

3.3 Población **49**

3.3.1 Muestra **49**

3.3.2 Técnicas de recolección de datos **50**

3.4 Instrumentos **50**

3.4.1 La Encuesta **51**

4. ANALISIS E INTERPRETACION DE LA INFORMACION **52**

4.1 Relaciones socioeconómicas que derivan de los visitantes del Espacio urbano del centro de Valledupar **54**

4.2 Percepción social que tienen las personas que frecuentan el Centro de Valledupar respeto del uso del espacio público **63**

4.3 Imaginario urbano que tienen las personas que frecuentan el Centro de Valledupar **71**

5. CONCLUSIONES **75**

6. RECOMENDACIONES **76**

BIBLIOGRAFIA **77**

LISTA DE GRAFICOS

Pág.

Grafico 1. Qué tipo de actividades viene a realizar usted en esta zona de Valledupar……. **55**

Grafico 2. Las actividades que usted realiza en esta zona de Valledupar tienen relación directa…….. **56**

Grafico 3. Las actividades realizadas en esta zona de Valledupar le generan…….. **57**

Grafico 4. Cuando visita esta zona de Valledupar, viene acompañado…... **58**

Grafico 5. Como ve usted el uso del espacio público como medio de comercialización……. **59**

Grafico 6. Considera usted que los espacios públicos se hace un correcto uso de los espacios comerciales en esta zona de Valledupar…….. **60**

Grafico 7. Cree usted que esta zona de Valledupar es agradable……..... **61**

Grafico 8. Cree que el ritmo que se lleva en las actividades de esta zona de Valledupar es…… **62**

Grafico 9. Considera usted que esta zona es un buen lugar para visitar con la familia…… **63**

Grafico 10. Que otras actividades considera usted que se puede realizar en esta zona de Valledupar que no esté relacionadas con el comercio…. **64**

Grafico 11. Considera usted que esta zona es un buen escenario para compartir con…….. **65**

Grafico 12. Considera usted que esta zona de Valledupar es Estéticamente agradable…….. **66**
Grafico 13. Cree que existe una barrera entre lo público y lo privado dentro del espacio público en Valledupar…….. **67**
Grafico 14. Cree usted que la ciudad de Valledupar está atrasada en el desarrollo……. **68**
Grafico 15. Cree usted que existe una falta de cultura en el comportamiento de algunas personas que visitan esta zona de Valledupar…….. **69**
Grafico 16. Cree usted que el espacio público es manejado por los designios de los comerciantes……. **70**
Grafico 17. Cree usted que esta zona la afectan la presencia de indigentes o personas no deseadas…….. **71**
Grafico 18. Considera usted que esta zona es peligrosa…… **72**
Grafico 19. Describa de forma breve los beneficios y los perjuicios que observan en esta zona de Valledupar……. **73**
Grafico 20. Cree usted que los espacios comerciantes de Valledupar están manejando bien el espacio público…… **74**

NINI TATIANA, García (2015) **(REPRESENTACION SOCIAL DEL ESPACIO URBANO EN LAS PERSONAS QUE FRECUENTAN EL CENTRO DE VALLEDUPAR)** Universidad popular del cesar. Facultad de ciencias políticas y sociales. Pregrado en sociología. Valledupar 2015.

RESUME

La presente investigación tuvo como objeto analizar la representación social del espacio urbano en las personas que frecuentan el centro de Valledupar. Sus bases teóricas se soportaron en los planteamientos de los autores: Moreno, (2009), Márquez, (2007), Silva, (2005), Salcedo, (2002), Hiernaux, (2007), Anderson B, (1991). Entre otros. Metodológicamente se tipifico como una investigación descriptiva, de campo, no experimental, transaccional. La población quedo conformada por 325 sujetos miembros que frecuentan el centro de Valledupar que fueron seleccionados a través de un proceso estadístico. Para la recolección de información se utilizó un cuestionario de 20 ítems con dos alternativas de respuestas (SI Y NO), el cual se validó mediante la aplicación de la prueba piloto, posterior a esta se le realizaron los ajustes correspondientes. Los resultados permitieron concluir que las personas que frecuentan el centro de Valledupar generan un impacto negativo por tal motivo se recomienda, adelantar campañas de sensibilización, estrategias comunicativas, buscando fomentar el buen manejo del espacio urbano. Así mismo se propuso sancionar a las personas de esta zona para hacer cumplir las leyes impuestas por los entes administrativos.

Palabras clave: Representación social, Espacio urbano, Centro.

NINI TATIANA, Garcia (2015) **(SOCIAL REPRESENTATION OF URBAN SPACE IN PEOPLE WHO FREQUENT DOWNTOWN VALLEDUPAR)** Popular University of Cesar. Faculty of Social and Political Sciences. Undergraduate Sociology. Valledupar 2015.

ABSTRAC

The present research was to analyze the social representation of urban space in people who frequent the center of Valledupar. Its theoretical foundations were supported in the approaches of the authors: Brown, (2009), Marquez (2007), Silva (2005), Salcedo (2002), Hiernaux, (2007), B Anderson (1991). Among others. Methodologically it was classified as a descriptive research field, not experimental, trans. The population was composed of 325 subjects ward members who frequent the center of Valledupar, who were selected through a statistical process. 20 questions with two alternative answers (yes and no), plus option to explain the answers, which was validated by applying the pilot, test was used to this post were performed for data collection loan adjustments. The results concluded that people who frequent the center of Valledupar generate a negative impact for this reason it is recommended, to advance awareness campaigns, communication strategies, seeking to promote good management of urban space. Also it was proposed to punish the people of this area to enforce the laws imposed by the administrative authorities.

Keywords: Social representation, urban space, Centro.

INTRODUCCION

La representación del espacio urbano es un situación que está presente en la vida cotidiana y por lo tanto es difícil separarlo de las actividades económicas, políticas, sociales y culturales que realiza el hombre y mujer en la sociedad en la cual se encuentran insertos, ya que en el mundo se genera diariamente la invasión del espacio público y por ende social que se presente en las diferentes comunidades de la sociedad.

Por lo anteriormente expuesto fue que se abordó el problema del espacio urbano en las personas que frecuentan el centro de Valledupar. Es por eso que la presente investigación indago sobre la forma o manera de como las personas ven el espacio público.

Por consiguiente la investigación está estructurada de la siguiente manera. El capítulo I, está constituido por el planteamiento del problema y la formulación del problema; los objetivos: general como específicos de la investigación, la justificación y delimitación de la misma.

En el capítulo II, denominado marco teórico donde se considera los antecedentes que ofrecen algunas orientaciones a este estudio; las bases teóricas que vienen a sustentar las variables; así como también las definiciones de términos básicos.

En el capítulo III, contiene los lineamientos metodológicos con relación al tipo y diseño de investigación, población, los instrumentos, las técnicas estadísticas de recolección de datos, así como el procedimiento general bajo cual se desarrolla la investigación.

Finalmente, el capítulo IV está conformado por la presentación, análisis y discusión de los resultados que fueron obtenidos en esta investigación a través de las técnicas aplicadas de la cual se originaron los lineamientos, conclusiones y recomendaciones.

1. REPRESENTACION SOCIAL DEL ESPACIO URBANO EN LAS PERSONAS QUE FRECUENTAN EL CENTRO DE VALLEDUPAR

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Dentro de la metodología de la investigación científica; se analizan múltiples enfoques, como alternativa hacia la interpretación, análisis y regulación entre otras cosas, de la problemática social; en el estudio en curso, se pretende analizar de manera descriptiva, la problemática de la representación del espacio urbano; una situación que diariamente está relacionada con el modo vivir de los habitantes, en el sentido, en que las meras observaciones muestran que los espacios urbanos son cada vez más reducidos e invadidos por diferentes elementos como son por ejemplo: vendedores ambulantes, carros mal parqueados o en los andenes, mal diseño de las calles, rudimentariedad de las arquitectura entre otros.

Así mismo, entendiendo este aspecto, se entiende que el problema de movilidad es afectado, con la demanda de la pérdida de tiempo y otras cosas que a nivel general impiden el desarrollo de la ciudad, en la medida en que se hacen cosas y posteriormente se hacen esas mismas cosas de allí que se cae en una repetición que en vez de generar evolución lo que crea es una especie de estática urbana impidiendo el desarrollo en su totalidad y generando nuevos fenómenos como es la salida del comercio de la zona centro, ósea, que se transciende de la tradicionalidad hasta nuevas formas de representación y generando sub-centros comerciales como en Valledupar por ejemplo La Nevada que establecen sus propios focos de desarrollo comercial.

En este sentido, se percibe la manera en que los habitantes entienden y desarrollan el imaginario urbano en el municipio de Valledupar, como alternativa de la modernidad de los entornos urbanos en la sociedad

postmoderna e industrial, como el producto de la imagen y su posterior materialización. Así mismo, caracterizar el punto de vista que manejan los comerciantes sobre el espacio público como medio de representación, de este modo, se logra conocer aspectos concernientes a la publicidad como agente de comercialización frente a los criterios de comercialización versus entorno residencial.

En este orden de ideas, se pretende Indagar sobre el imaginario ambiental urbano que tienen los habitantes del municipio de Valledupar, que en palabras de Urie Bronfenbrenner, esta idea está sujeta a “La forma, el poder y el contenido varían de forma sistemática como una unión de fuerzas sistemáticas de la persona en desarrollo. La afectan de forma directa o indirecta sus entornos y contextos, especialmente en aquellos donde alguno de sus procesos se esté llevando a cabo (Bronfenbrenner, 2002).

Por lo anterior, y teniendo en cuenta la teoría expuesta por el mencionado autor, el centro de Valledupar se presenta como un ecosistema, pues en el mismo está conformado dentro de la urbe y es la expresión de la construcción socio estructural de la urbanidad desde la perspectiva comercial, además; convergen todo tipo de personas y gentes de los barrios de las localidades de la ciudad.

A su vez, cabe resaltar que el imaginario urbano no puede desprenderse de la percepción ambiental o el efecto del medio ambiente como entorno biológico o medio de desarrollo social, de esta forma, se indaga y trata de conocer bajo qué criterios los habitantes del municipio de Valledupar manejan las cuestiones relacionadas con la problemática ambiental que hoy día es tema de estudio de muchas aéreas de las ciencias humanas la importancia del entorno ambiente frente al imaginario urbano como entorno social y representación material de la vida moderna

Por consiguiente, conociendo el tipo de interacción de las imágenes publicitarias frente a los habitantes del municipio de Valledupar y bajo que realidad plantean o vislumbran a partir de estas representaciones como modo de vida condicionado por la percepción de un cumulo de imágenes en relación a la construcción de formas de vida como un estado de reconstrucción a partir de simulaciones.

FORMULACION DE LA PREGUNTA DE INVESTIGACION

¿Cuál es la representación social del espacio urbano en las personas que frecuentan el centro de Valledupar?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar la representación social del imaginario urbano que tienen las personas que frecuentan el centro de Valledupar, 2012-2015

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar las relaciones socioeconómicas que se derivan de los visitantes del espacio urbano del centro de Valledupar
- Establecer la percepción social que tienen las personas que frecuentan el centro de Valledupar respecto del uso del espacio publico

- Determinar el imaginario urbano que tienen las personas que frecuentan el centro de Valledupar

1.3 JUSTIFICACIÓN

Importante y fundamental el análisis de la sociedad moderna como representación urbana de la ciudad, como zona urbana, junto con su imaginario y la relación existente entre la publicidad promocional y el desarrollo de la vida diaria con base a las representaciones o imágenes mentales.

De esta manera en el municipio de Valledupar se analiza la representación social existente entre el habitante que frecuenta la zona comercial, y los comerciantes como actores primarios en la construcción del imaginario urbano, así mismo, la múltiples formas en las cuales el espacio urbano se convierte en medio publicitario e invade la vida común o las zonas residenciales en similares aspectos con las expansiones económicas pero de una manera micro en sentido socioeconómico.

En otras palabras, la necesidad de indagar sobre la problemática en cuestión guarda relación a los aspectos que están relacionados con la materialización de las imágenes mentales que tienen los habitantes y comerciantes del municipio de Valledupar en contraste la utilización de la zona urbana como medio de representación publicitaria.

En este orden de ideas, teóricamente se fundamentaran algunos aspectos con los siguientes Silva (2005) y Zuluaga (2002); entre otras obras que guardan relación con el tema en cuestión.

Así mismo, la práctica es de vital importancia el abordar los aspectos de la realidad sobre las representaciones simbólicas y la parte de la interpretación de la utilidad del medio o entorno urbano, como medio de representación, para de esta manera abarcar el estudio de este fenómeno en un entorno real como lo es el municipio de Valledupar, en materia de discusión sobre la importancia del imaginario urbano pero de igual forma el efecto nocivo que podría generar, sino, se interpreta de una manera sistemática mediante el análisis científico para la concientización de los individuos que de algún modo ayudan a la construcción de un espacio físico a partir de sus necesidades mentales.

De otra forma, en el planteamiento metodológico cabe resaltar la importancia de la metodología de la investigación como factor de comprensión y análisis de las realidades existentes; así como la implementación de modelos guiados sistemáticamente hacia la interpretación de la manera en que las personas perciben el entorno urbano.

Finalmente el interés de esta investigación es mirar este proceso de relación entre las personas y su entorno como un mundo hecho a partir de las representaciones mentales que cada día se cruzan en nuestras mentes de igual forma esta iniciativa es una propuesta descriptiva del proceso y fenómeno en mención.

Para terminar diciendo en otras palabras que la investigación estará integrada por la metodología y sus componentes existentes que la facultan en bases solidad en virtud de la interpretación y descripción de esta situación y de este modo, establecer los puntos álgidos sobre los modos actuar que crean las personas en relación a una constante asimilación del entorno urbano y sus diversas representaciones, así mismo, entender el porqué de ciertos comportamientos a nivel grupal y el grado de dependencia que crea

un grupo humano hacia su entorno como estudio de referencia para la toma de decisiones.

1.4 Delimitación

1.4.1 Delimitación Conceptual.

REPRESENTACIÓN SOCIAL: Para lograr el análisis completo respecto de lo que es la representación social como concepto, se debe partir de la consideración de Moscovici quien explicó: “si bien es fácil captar la realidad de las representaciones sociales, no es nada fácil captar el concepto (Ibañez, 1988). Que a reales, tanto ausentes como presentes. En consecuencia se debe analizar que en el acto de representación siempre se relaciona un sujeto (grupal e individual) con un objeto determinado.

Representar es, en el sentido estricto de la palabra, volver a presentar, o sea, re-producir, que no reproducir, un objeto cualquiera mediante un mecanismo alegórico. Esta re-producción siempre es subjetiva en última instancia. “En la representación tenemos el contenido mental concreto de un acto de pensamiento que restituye simbólicamente algo ausente, que aproxima algo lejano. Particularidad importante que garantiza a la representación su aptitud para fusionar perceptor y concepto y su carácter de imagen (Jodelet, 1986).

En todo caso, la representación siempre es portadora de un significado asociado que le es inherente. Al ser formulada por sujetos sociales, no se trata de una simple reproducción sino de una complicada construcción en la cual tiene un peso importante, además del propio objeto, el carácter activo y creador de cada individuo, el grupo al que pertenece y las constricciones y

habilitaciones que lo rodean. “Aquí y allá existe una tendencia a considerar que las representaciones sociales son reflejo interior de algo exterior, la capa superficial y efímera de algo más profundo y permanente. Mientras que todo apunta a ver en ellas un factor constitutivo de la realidad social, al igual que las partículas y los campos invisibles son un factor constitutivo de la realidad física, Moscovici (1986) y Hewstone (1986).

La representación constituye un concepto marco e híbrido a la vez en un campo de estudios, la psicología social que, de hecho, ha sido construido desde la interdisciplinariedad. La teoría de las representaciones Sociales, al integrar en un corpus coherente nociones de variada procedencia teórico-metodológica, con aportes de la sociología, la psicología, la antropología, entre otras, se caracteriza por su síntesis, riqueza, potencial heurístico y flexibilidad.

ESPACIO URBANO: Para diversos investigadores, la teoría de estructuración aplicada en el análisis urbano es un buen complemento para revitalizar las teorías sociales que han sido descartadas por la corriente mayoritaria de pensadores. Por ejemplo, el trabajo de B. Warf sobre la conformación del espacio social en Brooklyn, Nueva York, utiliza a la teoría de la estructuración como una instancia para «revivir» la ecología social de la escuela de Chicago (Warf, 1990).

En consecuencia, la sectorización y segregación del espacio urbano como una consecuencia de la división del trabajo la cual, a su vez, aparece condicionada por la presencia de determinados grupos culturales. En el trabajo de Warf, el elemento cultural (la etnia) permanece como un simple mediador entre economía y ciudad, y la capacidad de engendrar procesos transformativos a nivel de sistema social no se desarrolla adecuadamente. Junto a ello, la falta de consideración de la dinámica espacio-temporal de las

interrelaciones agencia-estructura social y la persistencia de un velado determinismo económico, complementan un cuadro que sólo aplica limitada y selectivamente los conceptos de la estructuración.

ZONA CENTRO: El análisis de la zona Centro, está dispuesto en la teoría de sistemas intenta, la cual consiste en explicar, a partir de ciertos principios generales, la distribución y jerarquización de los espacios urbanos que prestan determinados servicios a la población de un área circundante en un espacio isótropo. Para ello Christaller establece el concepto de "*lugares centrales*" a los puntos donde se prestan determinados servicios para la población de un área circundante (Carvajal, 2003).

Se sustenta en la premisa de que la centralización es un principio natural de orden y que los asentamientos humanos lo siguen. La teoría sugiere que hay leyes que determinan el número, tamaño y distribución de las ciudades. Partiendo de un espacio isótropo con una distribución homogénea de la población y del poder adquisitivo (Poder económico), el coste del producto se incrementara en función de los factores distancia y precio del transporte. Del mismo modo la capacidad de compra de la población de un producto disminuirá en función de su coste y por tanto de la distancia. Siguiendo este razonamiento se deduce que existirá un límite a partir del cual ya no es rentable adquirir un producto o servicio al existir otro lugar más próximo.

1.4.2 Delimitación Espacial

Esta investigación se está desarrollando en la ciudad de Valledupar, capital de departamento del Cesar. Dentro de la cual se tomara la zona centro cuyo eje principal son las carreras 7ª, 8ª y 9ª; sectores comerciales donde se ubican una gran cantidad de vendedores ambulantes y donde según el plan

de Ordenamiento Territorial de 2012-2015, confluye una gran actividad comercial que mueve un 34% de la población a diario[1].

1.4.3 Delimitación Temporal

La presente investigación se realizó en el periodo comprendido entre los meses de agosto de 2012 al mes de octubre de 2015. Tiempo durante el cual se ejecutaron diferentes actividades, tales como elección del tema, presentación de la propuesta, revisión del estado del arte, elaboración del ante proyecto, diseño del instrumento, aplicación prueba piloto, visitas de campo, posteriormente se aplicó la encuesta, se tabularon y se analizaron resultados, además se interpretaron las entrevistas no estructuradas y por último se elaboró el informe final.

[1] Plan de Ordenamiento Territorial, Consultado en http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/componente_general_diagnostico%20-%20valledupar%20(129%20pag%20-%20823%20kb).pdf última visita el 15 de Junio de 2014

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 ANTECEDENTES HISTORICOS

La ciudad en América, un concepto moderno, fue el resultado de la mayor colonización territorial nunca antes conocida por Occidente. La primera etapa, la conquista y colonia del continente americano obedeció a la materialización de la necesidad de quienes conquistaban, las utopías se mezclaban con la realidad del mundo encontrado, con los anhelos de esperanza, con la empresa cristiana evangelizadora y con el mestizaje con las culturas preexistentes en el territorio. Luego de las Ordenanzas proclamadas en 1573, surgieron las grandes ciudades americanas, a partir de entonces, la ciudad generó su forma de ser, empezó la búsqueda de su verdadera esencia: se impuso y forjó identidad. Las ciudades de América crecieron complejas y abundantes, mientras la Ilustración esbozaba la independencia que se gestó y llevó a cabo en el territorio de la ciudad (Lucena, 2008).

Aunque el modelo de uso ha variado a lo largo de la historia, a pesar de las diferencias, sean estas útiles o no, el espacio público ha servido siempre como lugar de encuentro, mercado y espacio de tránsito. En la ciudad tenían lugares los acontecimientos importantes como: fiestas y festivales, reuniones ciudadanas o ejecuciones. Tradicionalmente, existía un buen equilibrio entre funciones de la ciudad como lugar de encuentro, mercado y espacio de tránsito. Este modelo continuo existiendo en determinadas ciudades históricas bien conservadas como Venecia, Italia. El comercio y el tráfico se transformaron completamente a lo largo del siglo XX. Los automóviles ha tomado las calles y la actividad de comprar se ha desplazado a espacios interiores.

La ciudad era, además, sede del mercado, el lugar donde se ofrecían e intercambiaban bienes y servicios. Finalmente, la ciudad era una vía que proporcionaba acceso y conectaba de aquí para allá y los bienes se llevaban de un lugar a otro. Anteriormente, cuando la mayor parte de los movimientos se realizaban a pie, acostumbraba a existir buen equilibrio entre los tres usos de la ciudad. Los peatones podían caminar cuando necesitaban ir a algún lugar, y reunirse, comerciar, hablar y contemplar las visitas, al tiempo que se desplazaban por la ciudad. Los usos de esta área se llevaban a cabo simultáneamente en el mismo espacio público. Durante el siglo XX, sin embargo, sobre todo en los países industrializados, las condiciones de los tres usos principales de espacio público variaron. Se produjeron cambios de tal calibre en los nuevos modelos de tráfico, comercio y comunicación, que se rompió con una tradición de siglos en la forma de utilizar la ciudad (Lucena, 2008).

La ciudad como mercado sufrió así mismo cambios importantes durante el siglo XX. El comercio en puestos al aire libre se trasladó gradualmente a pequeñas tiendas dispuestas a lo largo de calles y plazas, más tarde en tiendas y supermercados cada vez mayores y, finalmente, en enormes superficies comerciales situadas generalmente lejos del centro de la ciudad. Cuando los centros comerciales se establecieron dentro de la ciudad, se encerraron en sí mismo, dejando de formar parte de la escena pública. El comercio tiene lugar hoy en enclaves interiores, en laberintos de calles privadas con pequeñas plazas, fuentes burbujeantes, hilo musical y aire acondicionado. En este proceso, el mercado, con su consecuente ´´vida en la calle´´, se ha convertido en algo estrictamente controlado, con todas las actividades e interacciones humanas reguladas por guardias de seguridad. El mercado desapareció literalmente de la escena pública para trasladarse a la

esfera privada. El siglo XX ha supuesto, además, un cambio decisivo en las condiciones de uso de la ciudad como lugar de reunión e intercambio de información (Lucena, 2008).

El rápido y extenso desarrollo de los medios de comunicación electrónicos e impresos ha hecho posible facilitar a la gente un torrente infinito de información sobre la comunidad y el mundo en general. Ya no se necesita a los pregoneros. En los albores de nuevo milenio, estos cambios a gran escala en la sociedad, ocurridos en apenas un siglo, hacen que la vitalidad del centro de Copenhague cobre un especial interés. Son muchos los que han elegido estar en las calles y en las plazas, caminar y pasar el tiempo en los espacios públicos. A pesar de los numerosos desarrollos y cambios en los modelos de uso como lugar de mercado y reunión, la ciudad continúa ofreciendo una alternativa significativa, un valioso suplemento para otras muchas opciones.

2.2 ANTECEDENTES CIENTIFICOS

El presente artículo plantea en primer lugar una reflexión conceptual acerca de la noción de Sustentabilidad Ambiental; término frecuentemente usado en la actualidad para referirse al anhelo del desarrollo de nuestras ciudades y territorios, poniendo énfasis en conceptos relacionados con la dimensión social de los problemas ambientales urbanos (Moreno, 2009).

En segundo término, se analizan las principales condicionantes y variables de Chile como escenario ambiental, en el cual se explicitan determinadas problemáticas de sustentabilidad principalmente relacionadas con el desarrollo y expansión de los centros urbanos, y otras referidas a temas de energía y producción en diversas zonas del territorio. Por último, se analizan

los principales proyectos e iniciativas de sustentabilidad a nivel nacional, que surgen como respuestas posibles ante los principales problemas ambientales del país.

En contraste con la dimensión ambiental; de la investigación en curso, la obra de Moreno (2009) plantea una semejanza en el tratamiento de las zonas ambientales, que no pueden separarse del análisis social ya que como plantea Bourdeau en los escenarios y entornos los individuos crean costumbres que giran de la mano con el entorno geográfico y más aún, sin olvidar la zonas ambientales; para el caso de la representación del espacio urbano en los habitantes de Valledupar, no se debe olvidar la extremada relación que debe estar sujeta al imaginario social urbano.

En las últimas décadas, los urbanistas post-modernos han argumentado que espacio público está desapareciendo. Para ellos los espacios públicos, definidos como espacios de construcción de ciudadanía y encuentro social, han sido al menos parcialmente, reemplazados por espacios pseudos-publicos como el *mall*o la comunidad enrejada (Salcedo, 2002). Esta nostálgica visión de un pasado moderno mítico no considera una característica más representativa e históricamente precedente del espacio público. Argumentando en una línea similar de la de Foucault pierde de vista un punto central. Este es la posibilidad de resistencia social al poder, expresado en la posibilidad de reemplazar o al menos trasformar el significado del orden urbano.

En este orden de ideas, entendemos el espacio público como el escenario de socialización y de construcción de ciudadanía, pero se observa en las calles de Valledupar y sobre todo aun en la zona comercial céntrica una ocupación innecesarias de los lugares públicos, este fenómeno es fomentado por organismos estatales como por particulares; así mismo se presenta un poco

programación y planificación de estas actividades de acuerdo a los requerimientos de la sociedad en general.

Se aportan reflexiones sobre el aporte antropológico a procesos institucionales de «participación comunitaria» en la planificación urbano-ambiental metropolitana. El caso presentado es el de una participación impuesta por ley, sus dificultades y oportunidades, desde las diferentes y asimétricas racionalidades en juego. Ante una demanda concreta desde el Estado, se analizan posibilidades metodológicas de abordaje a un proceso de transformación efectiva, mediante la facilitación de la gestión de la cultura organizacional (Gravano, 2007).

Se hace una caracterización general de las ciudades latinoamericanas contemporáneas, de sus principales problemas tales como: crecimiento de la población, segregación, pobreza, economía informal, la transformación del espacio público y el abandono del viejo centro histórico, la conformación de múltiples focos de desarrollo y crecimiento, y los nuevos usos y formas del espacio público y privado.

Además, se analiza como estos cambios urbanos, y la conformación de las mega-ciudades y otras aglomeraciones urbanas latinoamericanas, han modificado las formas de vivir, percibir e imaginar la ciudad. Se explora como las representaciones simbólicas e imaginarios urbanos de los habitantes, según su condición económica y socio-cultural determina los usos y vida cotidiana en las ciudades latinoamericanos.

El espacio urbano tiene un rol especial en la activación de nuestra capacidad de imaginación: como lo reconocía ya Simmel en su tiempo, en la ciudad el urbanita está constantemente afectado por una avalancha de estímulos visuales, que conforman una suerte de puesta bajo tensión permanente, para

la percepción humana (Simmel, 1986). Así, el urbanita, mucho más estimulado visualmente que en los otros sentidos, puede tomar una actitud de repliegue que se deriva en cierta forma de hastío (Hiernaux, 2007; pág. 17-30).

No obstante, una parte sustancial de las impresiones visuales recibidas, son efectivamente transferidas instantáneamente al reservorio de imágenes que se construye progresivamente en la mente humana. La ciudad se encuentra entonces fragmentada en nuestra mente en un sinnúmero de imágenes que no forzosamente alcanzan coherencia entre sí como significantes. Es, entonces, a partir de los esquemas previamente construidos y asimilados, que podemos tejer la urdimbre imagina al que conecta entre sí las imágenes que han sido captadas a la manera de una toma fotográfica en ráfaga. Y así, es posible articularlas con los arquetipos.

La ciudad siempre tiene que arreglárselas con la construcción de imaginarios que actúan como matrices de sentido. Son cartas de navegación, que fundamentan la acción de los sujetos y actores sociales, enriquecen y complejizan la razón, haciéndola deambular entre la realidad y la fantasía. El imaginario se presenta, no como una gramática ordenada de inteligibilidad del universo, sino como una composición relativamente libre e irrefutable, en la medida que no ha de rendir cuentas a ningún tipo de racionalidad. Lo imaginario tiene relación con la creencia y la trama esencial del creer.

Si la ciudad ha sido vista sobre todo, desde los estudios urbanos como el mundo de los sólidos, el espacio no escapa a ello, más bien es el núcleo de esa perspectiva. La reducción del espacio a la materialidad ha sido una de las fuentes de la reducción de la ciudad a lo material. Por ello mismo, el estudio de los imaginarios respecto al espacio urbano lleva consigo los

mismos desafíos y dificultades (Márquez, 2007). Evidentemente, este sesgo no permite negar toda la extensa tradición intelectual sobre el estudio del espacio y la espacialidad entendidos como experiencia, como vivencia, como representación, como percepción, es decir como realidades no tangibles.

Los imaginarios expresan para contextos sociales particulares- supuestos que no se cuestionan, lo que se supone que existe, aquellos aspectos, fenómenos y características que se asumen por parte de los sujetos como naturales, porque han sido integrados, entrelazados, en el sentido común.

Los imaginarios son colectivos son sociales, son compartidos socialmente-, lo que no debería asumirse como un carácter universal. Pueden estar anclados y ser reconocidos por pequeños círculos sociales o por extensos mundos sociales, pero siempre son un producto de la interacción social entre las personas.

Para algunos investigadores las “imágenes” son formas “cuasi figurativas” de representación mental (Kosslyn), complementarias de las formas proposicionales o conceptuales. Las ideas de Kosslyn fueron ampliamente discutidas por Pylyshyn quien argumentó que no existen imágenes figurativas, sino que sólo existe en la mente un sistema o programa a priori que permite decodificar símbolos, es decir, que las imágenes son proposicionales, simbólicas, como las palabras en la lengua. La discusión entre gnoseólogos se polariza.

Por un lado las imágenes son iconos (fotografías, la imagen como una representación morfológicamente análoga), como sostiene el pictorialismo; que también pueden ser *eidos*sin forma, inefables, estructuradas con analogías. Por el otro se dice que sólo son signos sin forma, como lo

sostiene el simbolismo o descripcionalismo (signos sin forma, amorfos, proposiciones mentales) (Iglesia, 2004).

La ciudad desde los imaginarios urbanos. Una imagen es ante todo, una forma material, y ésta puede ser la representación, directa o indirecta, inmediata o transpuesta, de un referente material, moral o intelectual, las imágenes mentales, ligadas a las percepciones o a los efectos de la imaginación, están asociadas a las palabras y a los conceptos[2].

Es importante mencionar que lo imaginario no tiene nada que ver con la memoria, pero que a partir de su estudio o análisis se pueden establecer representaciones sociales que tienen por función atribuir un sentido a la realidad, definir y orientar los comportamientos o prácticas urbanas. Estas representaciones sociales, portan la marca del sujeto y de su actividad. Con el imaginario, no se pretende reflejar un objeto, sino que se proyecta un deseo, un símbolo.

La convergencia del capitalismo y la tecnología impuesta en la fatal diversidad del leguaje, hizo posible, una forma de comunidad imaginada, que en su morfología baja preparo el escenario para nación modernizada. La extensión potencial de estas comunidades estaba forzosamente limitada y al mismo tiempo solo tienen una relación más fortuita con las fronteras políticas existentes (Anderson, 1991).

2.3 BASES TEÓRICAS.

2.3.1 El espacio Urbano

Un espacio abierto está caracterizado por la libertad de expresión y de autonomía en base a los lineamientos legales; y sociales que permitan la

[2]sana convivencia, entre las amenazas al espacio público está la invasión constante de esta zona de uso público que permite en muchos casos el proceso de socialización e interrelación entre individuos y si es amenazada esto no podrá realizarse a cabalidad en el municipio de Valledupar (Villaspin, 2000; pág. 77-95).

Este autor hace referencia como la mentalidad jurídica y social donde manda la san convivencia, pero estas vallas publicitarias están favoreciendo a unos y desfavoreciendo a otros ya que los comerciantes se benefician del aumento de sus ventas mientras que otros se les niega por completo la visibilidad del paisaje, fauna, etc., presentándose todo el andaraje que estamos embozando

*E*l mayor peligro para el libre acceso a los ciudadanos a la información y para permitirles llegar a una opinión no proviene ya al menos en la inmensa mayoría de los países democráticos de las limitaciones formales de la libertad de expresión. Proviene fundamentalmente del proceso de concentración de la propiedad de los medios en menos manos cada vez. Así como de la aparición de medios y agencias transnacionales que dictan de un modo sorprendentemente eficaz cuales son los hechos sobre los que debe informarse y como (Villaspin, 2000; pág. 87).

Nos muestra un contexto completamente histórico en unos países que manejan un alineamiento de reglamentación ambiental caso contrario al nuestro donde vemos que aquí todo el mundo hace lo que le da la gana con el medio ambiente visual. Mucho más cuando la curaduría urbana de Valledupar permite a todo propietario realizar con su fachada de su

[2] http://www.laciudadviva.org/blogs/?p=3569

propiedad lo que le venga en gana un ejemplo muy claro la gran pantalla del semáforo del Manuela Beltrán.

Se entienden estos procesos como eventos programados para la separación del individuo en pro del sistema de información, para este contexto aludimos las cohesiones que se hacen de las masas a través de los medios de comunicación, así en la ciudad de Valledupar es observable como las clases elitistas manejan las informaciones de necesidad publica para con ello dominar el espacio público en relación al proceso de estratificación como fuente de separación de las personas.

Según Lo público y lo privado; sostiene que la privatización del espacio público y el decaimiento de la esfera de libertad existente entre el Estado y los privados conllevan una privatización de la esfera pública, la que introduce nuevas reglas del juego para los actores públicos no adecuadas plenamente a las instituciones democráticas (Boggs, 2000). Por su parte retoma este argumento teórico y lo adapta a la situación de los condominios enrejados y señala que en estos recintos las normas de convivencia democráticas como la libertad de expresión y asociación son restringidas por convenios privados entre desarrolladores y propietarios ya que en muchos casos los propietarios no están en condiciones de discutir (Mackenzie ,1994).

Como sabemos en Colombia existe la propiedad pública y privada según el ordenamiento jurídico en lo público la parte de planeación y curaduría regulan toda la reglamentariedad en materia de visualización social, pero el problema está en lo privado donde no existe normativa jurídica en lo institucional y los entes autónomos como el caso de la cámara de comercio que le prohíban el uso d pantallas gigantes, pendones y toda una parafrasea de forma de hacer publicidad a los centro comerciales.

En base a estos planteamientos, las comprensiones entre lo público y lo privado dentro del imaginario social urbano en la ciudad de Valledupar entra a jugar un papel fundamental en los aspectos antes mencionados por Boggs y Mackenzie sobre esta discusión entre las libertades sobre los derechos adquiridos o conquistados; en este sentido, las privatizaciones están más cerca de las libres formas de organización ya sea en zonas residenciales o comerciales y no obstante, la propiedad sobre un inmueble está afectada por las sugerencias y creencias de los desarrolladores ya sean agentes públicos o privados.

Por consiguiente, en el municipio de Valledupar este elemento entra a hacer parte del proceso y formación de amueblamientos urbanos como letreros institucionales pero a su vez gurda amplia relación con las primeras apariciones de las pantallas gigantes ubicadas en los tejados de ciertas edificaciones con un carácter informativo pero a su vez generar un punto de atracción y distracción entre los ciudadanos; relacionado estos acontecimientos y fenómenos con la aparición de épocas electorales hacia la creación de ideas a través de críticas humorísticas (Ferre y Gaya, 2010).

Esta señora hace referencia como a través de la historia se han utilizado los medios de pantalla gigantes, pendones y grandes afiches publicitarios como medios de comercialización de los artículos de dicho comercial, práctica que nace en Polonia y que gracias a los grandes medios de comunicación han llegado a nuestra ciudad es decir, han atravesado frontera.

El *infotainmenty* incluye la información entendida como hechos noticiables de actualidad es decir, aquellos que han sido cubiertos por los géneros tradicionales y que la audiencia informada conoce, y el entretenimiento, el uso del humor o de la sátira para explicar estos hechos. Este género nace en

un contexto global de porosidad entre información y entretenimiento, que abarca tanto la programación como el tratamiento de las noticias (Ferre y Gaya, 2010).

Público, privado: interiores de la calle Se trata aquí de un eje en franca evolución, cuando los medios de comunicación franquean con tanta facilidad las “fronteras” de lo uno y lo otro. Sabemos que uno de los grandes negocios de las casas editoriales es publicar la vida privada de personajes, como la vida de Freud, Picasso o las confesiones de Jacqueline Kennedy (Silva, 2005).

En el desarrollo diario de la vida de los ciudadanos que frecuentan la ciudad de Valledupar, se sobre satura de información casi que intima de personajes y personalidades cotidianas para contener la admiración de las personas, así mismo, este acontecimiento llama a la creación de mal información o distorsión de la información generando consigo bifurcaciones en el contenido de la información y dela realidad existente en un entorno imaginario; pero que constituye una realidad vida ambulante.

2.3.2 Vida Urbana

Imposición estilística El ciudadano, a partir de su derecho a la ciudad (Joseph, 1998), da sentidos diversos, según su naturaleza artificial, a dichos eventos estético–artísticos, de tal manera que el arte urbano, el arte de la calle, es una obra abierta susceptible de múltiples interpretaciones (Eco, 1984). A partir de comportamientos corporales, recorridos, sensaciones visuales, sonoras, táctiles; a partir de kinestesias donde la corporeidad se construye en los lugares afectivos de lo cotidiano (De Certeau, 1996), los urbanitas van configurando su experiencia de ciudad, a partir de una

permanente creación cotidiana, donde comportamientos autopoiésicos hacen que lo urbano sea un emergencia permanente y diversa de la experiencia individual de ciudad.

Todo esto se podría denotar como desarrollo urbano ciudadano pero en si lo que podemos ver es un atraso ya que existen muchas formas diferentes de hacer publicidad y no utilizar todos esos esquemas de estructura mecánica que hace es safiar lo artístico y lo épico del arte urbano

Contraria al concepto compacto de sociedad, la experiencia urbana individual se convierte en hilo que participa del tejido de la vida urbana, donde la frontera entre lo simbólico y lo biótico se disuelve en la naturaleza corpórea de la ciudad como expresión tecno estética de la vida social (Leroi-Gourham, 1971).

Espacio público; El espacio público no es territorio de nadie; es el lugar de la libertad, del poder ser lo que se quiere ser y dejar de ser lo que no se quiere ser (Delgado, 2000). Pero también es el espacio de la fugacidad. Nada puede ser estable en el espacio público. Es el lugar de la permanente acción, de los flujos impensables (Dourlens, 1983), donde la norma no se impone: se sugiere. La norma debe estar acompañada de un sentido altamente simbólico para que haya una apropiación corporal, sensual y afectiva de ella.

El señor delgado nos afirma en su contexto teórico que relaciona con el espacio público que este no pertenece a nadie y que debe ser manejado en un sentido altamente simbólico para que haya una apropiación afectiva, sexual , es decir, el espacio público es un territorio libre no es de nadie paradójicamente es de todos . Solo en la medida que no se vulnera el derecho de otro en la ciudad de Valledupar todo lo contrario sucede en la

ciudad donde el espacio público es materia de visualización es manejado mediantes caprichos y egos de quien crea que le está beneficiando dándose la racionalidad lineal de lo holístico y no lo institucional.

El espacio público es un territorio libre no es de nadie pero paradójicamente es de todos solo en la medida en que no se vulnere es derecho del otro, en el ámbito de la investigación en curso, el espacio público en Valledupar está rompiendo la tendencia de ser de todos y pasa a ser de unos pocos, en la zonificación del centro como proceso comercial, el espacio es de los comerciantes de todo tipo ya que invaden la libre circulación de los transeúntes

Según Capra (199; pág. 31) en este proceso hay dos tendencias que pueden mirarse como «cambios desde la asertividad a la integración», tendencias ambas esenciales a los sistemas vivos, ni buenas ni malas por sí mismas, pero que deben estar en equilibrio. La cultura industrial occidental ha privilegiado las tendencias asertivas, que se caracterizan por un pensamiento racional, analítico, reduccionista y lineal, a diferencia de las tendencias integrativas que prefieren la intuición, la síntesis, lo holístico y lo no-lineal.

El estudio de los procesos de fragmentación de la vida urbana, desde diferentes perspectivas, permite una mirada más rica a los mismos procesos. La totalidad urbana, uniforme y ordenada cartesianamente, donde no tenga cabida lo monstruoso, es un ideal imposible de realizar por seres humanos complejos, dentro de complejas relaciones entre ellos mismos y con su medio ambiente eco sistémico.

Ciudad Imaginada una sencilla explicación que da G. Durand en su célebre Imaginación simbólica (1968; pág.9). “La conciencia dispone de dos maneras

de representar el mundo. Una directa, en la cual la cosa misma parece presentarse ante el espíritu, como en la percepción o la simple sensación. Otra indirecta, cuando por una u otra razón la cosa no puede presentarse en "carne y hueso" a la sensibilidad, como por ejemplo, al imaginar los paisajes de Marte

Es el caso de las reflexiones de García Canclini (1989; pág.13) para quien dentro de su proyecto de "culturas híbridas", la relación centro/periferia corresponde a una expresión abstracta de un sistema imperial idealizado, "en el que gradaciones de poder y riqueza estarían distribuidas concéntricamente: lo mayor en el centro y una disminución progresiva hace zonas circundantes". En su esquema teórico que plantea o dice que el ambiente se encuentra en fuertes demandas generadas por el modelo de desarrollo.

El problema centro-periferia puede verse desde otros ángulos de mayor impulso simbólico y psíquico: un espacio que se habita y que no es homogéneo, sino que tiene escisiones y rupturas, como quedó planteado en el rizoma. Si aplicamos lo dicho por Eliade, tenemos que la ciudad sigue un axis mundi, pilar cósmico, y que está llena de centros de atracción y de rechazo, como de marginalidades insoportables, según la escala de cada quien. No sólo la experiencia, digamos religiosa, de centro cósmico, sino también la social y psíquica de que cada cultura quiera ser el "centro del mundo". Y cada territorio, el centro de un grupo que se vuelve mundo para todos los integrantes.

Ambiente. *El ambiente urbano se encuentra sometido a fuertes demandas generadas por el modelo de desarrollo económico y por el rápido aumento de la población en las ciudades.*

En el municipio de Valledupar, las transformaciones de la ciudad del entorno del centro y las demás parte en base a los imaginarios urbanos, está constituyendo el punto de partida para la interpretación de esta situación por los habitantes y personas que frecuentan el centro de este municipio, así mismo los fenómenos presentados están acorde a las realidades que enmarcan toda una serie de eventualidades que están evocando nuevos procesos de cambios estructurales físicos pero también aluden proceso mentales en los habitantes.

Por consiguiente los espacios urbanos constituyen junto al espacio público las zonas de socialización por excelencia que la comunidad así como los espacios de circulación provistos de toda una serie de elementos que cohesionan restringen y liberan al ciudadano, en los procesos comerciales, las transformaciones están sometidas a los diversos fenómenos de comercialización y económicos que moldean al entorno en base a una especie de vitrina o mostrarlo de la mercancía.

Finalmente se analizan los aspectos de medio ambiente que de alguna forma limitan las vidas de las personas en el sentido en que el entorno ambiental constituye un espacio de desarrollo integral y vital para la sociedad humana; en el punto de llegar a entender que el proceso de modernización y estructuración está yendo más allá de las fronteras ambientales, pagando después un precio alto por la llamada invasión o domesticación de la naturaleza.

Todo esto es producto de una des aculturación axiológica valorativa como modelo conductual frente a la visualización e interdicción de todas las estrategias publicitarias que están siendo utilizadas por los grandes centros comerciales mucho más por la zona comercial donde encontramos toda una

clase de elementos que están impidiendo el verdadero derecho de los seres humanos como la visualización del espacio público como son la fotografía, teatros, etc. Prácticas que no se pueden ejercer en Valledupar ya que todo el espacio público social se encuentra plagado de todo un esquema publicitario.

2.4 MARCO LEGAL.

Para efectos valorativos, comprensivos y explicativos, en esta investigación se establece un marco legal, basada en la reglamentación normativa así como la regulación constitucional y legal sobre espacio urbano, se revisaran la LEY 388 DE 1997 así como los Decretos Nacionales 150y507 de 1999; 932 y 1337de 2002;975 y 1788de 2004; 973de 2005; 3600de 2007; 4065de 2008; 2190 de 2009;Reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 1160 de 2010, entre otros.

En los mencionados anteriormente, se establece, las disposiciones contenidas en la Ley 9 de 1989 con las nuevas normas establecidas en la Constitución Política, la Ley Orgánica del Plan de Desarrollo es específica del municipio de Valledupar, la Ley Orgánica de Áreas Metropolitanas y la Ley por la que se crea el Sistema Nacional Ambiental.

Así mismo, se tendrá presente el Acuerdo metropolitano N° 006 de Noviembre de 2013 el cual aprueba y adopta el plan integral de desarrollo metropolitano del periodo 2013-2023del área metropolitana del Valle del Cacique Upara, así como el Plan de Ordenamiento Territorial para el 2014

2.5 MARCO CONCEPTUAL.

2.5.1 Espacio Urbano.

El espacio (del latín *spatĭum*) es la extensión que contiene la materia existente, la parte que ocupa un objeto sensible y la capacidad de un terreno.

El término, de todas formas, tiene muchas otras acepciones. El espacio urbano (o, también, medio urbano, área urbana o centro urbano) resulta tan difícil como la de espacio rural (o la del espacio periurbano, que comprende el espacio entre los dos últimos), sobre todo tras los últimos modelos de crecimiento urbano.[3]

2.5.2 Elementos constitutivos de la estructura urbana.

Una primera clasificación los agrupa en: medio natural y medio construido. La primera, hace referencia al territorio de soporte sobre el cual se asientan los elementos urbanos, y que constituye en la razón de ser de nuestra existencia sobre la tierra. Los componentes que incluye el medio natural caracterizan al espacio físico que posibilita la construcción y organización de la ciudad.

El territorio sobre el que se asienta una ciudad, explica las razones que dieron lugar a la fundación de la ciudad e imponen condiciones para su posterior desarrollo, crecimiento y posibilidades de expansión. Los elementos que constituyen el medio natural son: Relieve y morfología del terreno: topografía, Tipos de suelo: capacidad de soporte, Cursos de agua: ríos, arroyos, lagos, Tipo de vegetación: arbustales, bosques, pastizales, Clima y microclimas, temperaturas, lluvias, humedad, Características ambientales y Características paisajísticas.

La segunda dimensión, hace referencia al emplazamiento en el espacio concreto sobre el cual se asienta el núcleo primitivo de la ciudad, el cual junto con el soporte natural, dirigen y condicionan la expansión de la ciudad. El medio construido está representado por la forma en que se ordenan y agrupan sus componentes en el territorio de soporte, según las diferentes utilizaciones del espacio en función de las actividades y necesidades de la

[3] http://es.wikipedia.org/wiki/Espacio_Urbano

población. Los elementos que constituyen el medio construido son: Sistema vial, Sistema de espacios verdes, Equipamiento y Soporte Infraestructural.

2.5.3 Usos del suelo urbano.

Se define como usos del suelo a las actividades urbanas localizadas en un determinado punto del espacio. Los usos del suelo pueden ser rurales o urbanos. Caracterizaremos aquí, los principales usos urbanos.

Los tipos de usos del suelo se clasifican según los distintos tipos de actividad, y la confección de planos utiliza colores convencionales: residencial, (amarillo naranja u ocre según la densidad de ocupación), comercial, (rojo), Industrial, (violeta), Institucional (azul) y por último, Espacios verdes públicos (verde).

A su vez los tipos de usos del suelo urbano pueden clasificarse según grado de predominio de la actividad: Usos dominantes, Usos complementarios y conflictivos e incompatibles (que requieren condicionamiento o restricción). Otras clasificaciones son los tipos de usos del suelo urbano según tenencia o dominio: públicos, semipúblicos, privados.

2.5.4 Sistema vial.

El sistema vial incluye el conjunto de la red vial urbana y regional. Los aspectos a considerar son los siguientes:

Clasificación físico-funcional de las vías urbanas: Tipo según su localización y función: Red *vial principal* a las vías que canalizan los mayores volúmenes de tránsito, receptan los principales movimientos urbanos y regionales y vinculan las principales actividades o puntos importantes intra e interurbanos, y el tránsito pesado. Las variables a considerar son: Características físicas

de las vías: diseño, pendientes longitudinales y transversales, número de carriles, etc. Intersecciones: capacidad, diseño, estado. Dirección y sentido de la circulación Estado de las vías Espacio para estacionamiento: ofertas sobre calzada, fuera de calzada (estacionamientos públicos y privados, cocheras); demanda diaria, estacionamiento, en horas pico, transgresiones, grado de renovación, etc. [4]

Señalización vertical y horizontal: tipo, estado, características físicas, resistencia a la intemperie, legibilidad y claridad de ¡mensaje. Señalización luminosa: tipologías, formas constructivas, tipo de instalación, tipo de semáforos, cantidad, instalación eléctrica. Perfil transversal y grado de consolidación morfológica de la vía y de sus bordes.

Red vial intersectorial: son el conjunto de calles que conectan diferentes sectores internos de la ciudad, receptan los movimientos urbanos, de automóviles y colectivos, vinculan actividades barriales o nodos periféricos. Suelen esta semaforizadas, de anchos considerables, con vías selectivas, y sin estacionamiento permitido en sus bordes.

Red vial secundaria: constituido por el conjunto de vías que permite el acceso directo a los barrios y unen las intersectoriales entre sí. Suelen estar semaforizadas y bordeadas del comercio local. Pueden o no admitir estacionamiento en sus bordes, dependiendo del ancho de la misma.

Red vial local: constituida por el trazado de calles locales de acceso directo a la vivienda. No tiene restricciones de diseño. Se priorizan las bajas velocidades, y el movimiento de peatones.

[4] http://es.wikipedia.org/wiki/Estructura_Urbana

En caso de existir red ferroviaria, se debe considerar: Trazado y recorrido Pasos a nivel, bajo y sobre nivel Puntos de cruces conflictivos Señalización y elementos de control Estaciones Grado de utilización Estado de las áreas próximas a las vías Impacto en la estructura urbana (si divide, une, etc.) Orígenes y destinos, transporte de pasajeros, y/o cargas Usos del suelo de las tierras del ferrocarril, permisos de usos de dichas tierras Concesiones a actores privados, Otros.

2.5.5 Espacios verdes.

El sistema de espacios verdes incluye el conjunto de espacios públicos, parques, paseos, plazas, plazoletas, que sirven para la expansión recreación y pulmón de una ciudad.

La clasificación de los espacios verdes se establece en función de su escala: Espacio Verde de escala metropolitana: Grandes parques que abarca a más de un ciudad, Verde de escala urbana: Grandes Parques incluidos dentro de una ciudad, Verde barrial: Pequeñas plazas, plazoletas, o pequeños paseos, y Verde individual, o local: Pequeños jardines individuales propios de cada vivienda (no se consideran dentro de los espacios públicos de la ciudad.

Debe aclararse que la OMS fija un mínimo de 20m2 de espacio verde público por habitante en áreas urbanas. Dentro de esta superficie no se contabilizan las tierras rurales, ni los espacios verdes de uso privado.

2.5.6 Equipamiento urbano.

Se entiende por equipamiento el conjunto de recursos e instalaciones cubiertas y/o libres, fijas o móviles, con distintas jerarquías y grados de

complejidad, prestados por el Estado u otros para satisfacer diferentes necesidades de la comunidad. Los equipamientos puede clasificarse según:

Tipos de equipamiento según funciones: educativo, sanitario, administrativo, institucional, religioso, social, financiero, recreativo, deportivo, turístico, otros (que queden definidos por actividades diferentes de las residenciales o industriales). Tendríamos así guarderías, escuelas primarias, escuelas secundarias, institutos terciarios, hospitales, centros de salud, parroquias, municipalidades, etc. Tamaño en función de la demanda o necesidad, requerimiento de la cantidad de habitantes, tipo de población, edades, sexo, necesidades de salud, educación, administración etc. Espacios construidos y tributarios Estándares Capacidad y posibilidad de ampliación. Estado, vida útil remanente y grado de obsolescencia funcional y tecnológica. Características constructivas, funcionales, tecnológicas y tipológicas de los edificios e instalaciones.

2.5.7 Radio de influencia.

Depende de la escala y radio de influencia de las misma y la cantidad de habitantes a los que sirve, tenemos algunos equipamientos singulares como los aeropuertos, municipalidades, catedral: son equipamientos únicos en un ciudad, y equipamientos en red, como escuelas, centros de salud, correos, etc. • Ubicación/localización Jerarquía: depende donde se localicen. • Dependencia administrativa (municipio, provincia, nación y sector de actividad según nivel, como por ejemplo: educación nivel provincial, turismo nivel nacional, etc.) • Área de influencia y de cobertura: barrial, sectorial, urbano, regional, etc. • Frecuencia y tiempo de uso: diario, semanal, nocturno, mensual, etc. Nivel de accesibilidad, Flexibilidad en su localización dentro de la estructura urbana Relación con otros equipamientos, otras.

2.5.8 Soporte Infraestructural:

Se entiende por infraestructura al conjunto de equipos e instalaciones que cumplen con la función de soporte y apoyo de las distintas actividades y que además, contribuyen al saneamiento e higiene urbanos.

Los tipos de infraestructura son los siguientes: Red de agua potable, Desagües cloaca les: en red o por sistemas individuales Desagües pluviales: superficial por calles o en red, Red de energía eléctrica domiciliada, Alumbrado público, Gas: envasado o en red Teléfonos; Otras (como TV por cable, Internet).

Las características a tener en cuenta serán, entre otras, las siguientes: Existencia de la infraestructura y tipo Entidad que provee el servicio, Fuentes de origen, captación y/o de recepción, estado general de la red, áreas cubiertas y déficit. Sistemas de tratamiento, depuración, potabilización, etc. Tanques de reserva almacenamiento: ubicación, capacidad, estado (edad, materiales, posibilidades de ampliación) Accesibilidad al servicio Índices de servicio: población servida 1 población total; superficie urbana servida 1 superficie urbana total) Costos de infraestructura (instalación mantenimiento, reparación, ampliación, etc.) y costos de los servicios Requerimientos especiales según actividades (industriales, turísticas, otras).

Servicios: se entiende por servicios a aquellos necesarios para el funcionamiento e higiene del centro urbano y que son regulados y/o controlados por la administración. Ellos son: Barrido y limpieza , Recolección de residuos, Tratamiento de los residuos, Regado de calles, Cuidado y mantenimiento del alumbrado público, Cuidado y mantenimiento de los espacios verdes; Cuidado, mantenimiento y reparación de la red vial; Otros. Los aspectos a considerar son: Tipos de servicios que se presten; Áreas de

coberturas de los servicios; Frecuencias; Calidad de los servicios; Costos; Otros.

Otros servicios que constituyen usos del suelo específicos que por sus características particulares de funcionamiento no se incluyeron en el listado anterior, pero se deben tener en cuenta, son: mataderos, cementerios, usinas, plantas reductoras de gas, planta de tratamiento de efluentes cloacales, planta de tratamiento de residuos. Los aspectos a considerar son: Ubicación Dimensiones, grado de molestia Capacidad Estado de mantenimiento. Etc.

El centro urbano, compuesto en muchos casos de: casco histórico o centro histórico, habitualmente con predominio de funciones terciarias o en fase de tercerización; cuyas viviendas y calles pueden estar degradadas (ghetto urbano) o rehabilitadas; y cuyo valor histórico, artístico o paisajístico haberse perdido (especulación urbanística) o estar conservado. Ensanche o ampliación del siglo XIX, a veces denominado *ensanche burgués*;

periferia urbana o extrarradio, compuesto por barrios residenciales o suburbios, de distinta categoría social (desde urbanizaciones de lujo o Ciudad Jardín a chabolas o favelas), y por zonas industriales (también de distintas categorías: zonas de industria pesada, polígono industrial, parque tecnológico) o terciarias (centro comercial, grandes superficies).

Espacio periurbano, en el caso de grandes ciudades, bien en una parte remodelada del centro o bien en alguna zona bien comunicada de la antigua periferia, se sitúa el CBD (*Central BussinesDistrict* o Distrito central de negocios).

El vez de este modelo concéntrico, que puede aplicarse también a ciudades más *nuevas*, como Chicago, como hizo el sociólogo Ernest Burgess en 1924,[1] puede establecerse otro en forma de sectores circulares, propuesto en 1939 por el economista HomerHoyt, y aplicable según él al mismo caso de Chicago o, de forma más ajustada, a Calgary (Alberta, Canadá).

Los geógrafos Harris y Ulman propusieron en 1945 un modelo de múltiples núcleos, en las que cada uno de los centros (por ejemplo, la universidad y el aeropuerto) atraería distintos tipos de actividades.

El estudio de las características espaciales de la estructura urbana, fundamentalmente del trazado viario (trazado urbano), lo abierto o cerrado de su trama urbana y la forma de su plano urbano se conoce con el nombre de morfología urbana, concepto íntimamente relacionado con la *estructura urbana* (puesto que son la forma y la función de la ciudad), de modo que es habitual hablar conjuntamente de estructura y morfología urbana.

La relación existente hacia el exterior, es decir, entre una ciudad y su área de influencia o entre varias ciudades, tanto si son lejanas como si forman parte de un aglomerado urbano constituye otro concepto: la jerarquía urbana, estudiado a partir de modelos como la teoría de los lugares centrales. También podría denominarse como el sistema de ciudades (sistema urbano hace referencia a otro concepto).

3. METODOLOGÍA

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación pretende especificar las características de las representaciones sociales que tienen las personas que frecuentan el centro de Valledupar, de tal modo que se pueda establecer una evaluación crítica de la organización del espacio urbano y la idea del mismo así como la incidencia de este en la vida activa de los ciudadanos.

En sentido propio, según Aristóteles, “las acepciones de la cualidad pueden reducirse a dos, de las cuales una se aplica con mayor propiedad y rigor; en efecto, en primer lugar, cualidad es la diferencia o característica que distingue una sustancia o esencia de las otras” (Metafísica, Libro 5, Cap. 14: De la cualidad). Y en la Lógica hace ver que la forma sintética de la cualidad no puede reducirse a sus elementos sino que pertenece esencialmente al individuo y es la que hace que éste sea tal o cual (1973, p. 221). Por lo anterior, la presente investigación es de tipo cualitativa.

3.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La investigación planteada en este anteproyecto, se desarrollará implementando el método DESCRIPTIVO, el cual, según Hernández permite: “decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que se someta a un análisis. Miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.”

(Hernández, et, al.2007; 60), de igual forma, será enfocada de manera cualitativa.

3.3 Población

Como lo expresa *Hernández Sampieri (2008)* la población es el conjunto de todos los elementos que presentan una características común del cual se extrae la muestra poblacional de un promedio aproximado de 658[5] personas que frecuentan el centro Valledupar. Se tendrá en cuenta todas las edades que tengan conocimiento la cual será la muestra principal.

3.3.1 Muestra

El tipo de muestreo que se utilizo es el probabilístico todos los sujetos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos. El tamaño muestral fue fijado como margen de error 0.05 y un nivel de confianza de 0.95% utilizando la **FÓRMULA DE CONCHRAN[6].**

Esta fórmula, muestra La relación de los procedimientos anteriores con la práctica cotidiana se puede ilustrar a partir del trabajo de Tortora[7]. Haciendo referencia a la manera en que Cochran aborda en su libro clásico la determinación del tamaño de muestra para estimar una proporción aplicando un esquema de selección aleatoria simple y para el caso univariado, Tortora retoma la propuesta de Goodman[8], y plantea el cálculo del tamaño de muestra de la manera siguiente:

[5] Plan de Ordenamiento Territorial, Proyecto 2012-2015, Municipio de Valledupar, 2012
[6] Cochran, W. G. (1953). "Sampling Technics". John Wiley & Sons, Inc
[7] Tortora, R. D. (1978). "A Note on Sample Size estimation for Multinomial populations". The American Statistician, vol. 32, No. 3, 100-102.
[8] Goodman, A. Leo. (1965). "On Simultaneous Confidence Intervals for Multinomial Proportions". Technometrics, vol. 7, No. 2, 247-254.

El estimador es el porcentaje de elección de cada elemento arrojo como resultado una población muestral (N_0) de 0.98, lo cual arrojo una muestra real basado en la siguiente formula de: 325 personas

$$\mathrm{n} = \frac{n_0}{1 + \mathrm{n}_0}$$

$$\mathrm{n} = \frac{0{,}98}{1 + \frac{0{,}98}{658}} = \frac{0{,}98}{0{,}003009} = 325$$

3.3 Técnicas de recolección de datos

Para la recolección de la información en esta investigación se utilizara la observación directa y el análisis lo que permitirá obtener información detallada sobre el grupo de estudio.

Por otro lado, la observación participante permite describir la realidad social, las percepciones y vivencias de las personas implicadas. Por lo que es apropiada para la realización de la investigación esta técnica de investigación.

3.4 Instrumento.

En la presente investigación se utilizara como instrumento de recolección de la información.

3.4.1 la encuesta

Esta son pruebas escritas que pueden ser abiertas o cerradas, en este contexto se utilizara De ella se obtienen siempre datos muy reveladores puesto que cuentan en ellas, la opinión personal en gran cantidad los individuos se necesita una muestra representativa para llevar acabo el estudio.

Según *Tamayo y Tamayo (2007, pág. 123)* es de gran utilidad en la investigación científica ya que constituye en forma concreta el instrumento de observación logrando que el investigador fije su atención en ciertos aspectos y se ajustan a determinadas condiciones.

4. ANALISIS E INTERPRETACION DE LA INFORMACION

Los resultados obtenidos en la presente investigación son el producto de la utilización de la técnica de la encuesta; aplicando el cuestionario como instrumento, ejercicio que permitió el acercamiento entre la población objetivo y la investigadora para la recolección de datos sobre el problema que se investigó. El tiempo que duro el trabajo de campo fue crucial importancia ya que permitió observar de primera mano factores relacionados con el espacio urbano en la comunidad intervenida en el caso que ocupo, el centro de Valledupar.

Así mismo se pudo evidenciar en términos generales que la comunidad estudiada, por las respuestas que consignaron en el cuestionario tiene conocimiento, no solo del problema generado por el espacio urbano sino sobre cada uno de los tópicos que fueron respondiendo al momento de aplicar el instrumento de recolección de la información lo cual de nota que hoy día el tema sobre la representación del espacio urbano y su invasión son prácticas culturales negativas, no obstante se pudo establecer por la observación indirecta no participante que a pesar de ese conocimiento el problema del espacio urbano es una realidad palpan te en el centro de Valledupar.

Debe señalarse que el problema de la representación social y el espacio urbano generado entre la comunidad que conforma el centro de Valledupar puede obedecer a varios factores en ese sentido se podría decir que por falta de cultura con respeto al manejo de los espacios urbanos desde su fuente de origen. En este caso da inicio a una cadena que pasa en el entorno inmediato, al espacio público como son las calles y aceras así trasladando el

problema del espacio público al espacio privado creando inconvenientes para las personas que frecuentan el centro de Valledupar.

Otros de los factores causantes del problema de la representación social del espacio urbano podría ser la falta de conciencia o sensibilidad por parte de la comunidad, la gran mayoría afirma tener conocimiento de los efectos negativos producidos por no realizar un adecuado uso del espacio público; podría decirse que la irresponsabilidad, la apatía y la desidia están a la orden del día, sobre un problema del cual es responsabilidad de todos.

Por otra parte llamo poderosamente la atención de la investigador, la actitud de las personas que frecuentan el centro de Valledupar con respeto al espacio urbano, ellos no reclaman la presencia de los organismo, en ese sentido las respuestas fueron de su gran mayoría positivas, pero luego hay una contradicción entre las respuestas y lo que piensas las personas que frecuentan el centro de Valledupar.

De allí, pues, que en el análisis final de la información se tratara de realizarlo de manera objetiva y consecuente, con el fin de comprender la realización que hay entre las respuestas obtenidas en el cuestionario, y la percepción de los habitantes con respeto al espacio urbano. Es menester indicar que en nuestro medio es común buscar responsables de nuestros actos en los otros, sean personas naturales o jurídicas con el único fin de evadir las obligaciones que por principios el ser humano, sea hombre o mujer le compete en el medio social en el cual está inmerso. Y por lo tanto tomar iniciativas tendentes a dar soluciones a los problemas ms sentido en los habitantes.

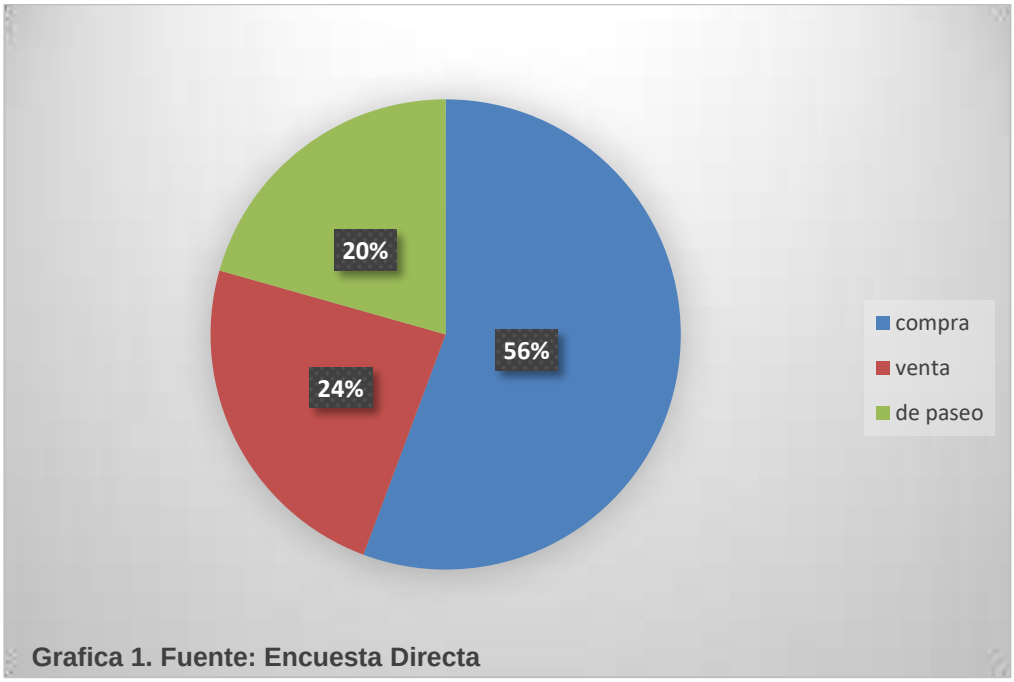
Una vez reunida y organizada la información, se procedió a hacer la respectiva tabulación, como lo es el análisis e interpretación de los datos en una forma objetiva, realizando un análisis gráfico, que permita explicar de

forma detallada y clara los resultados. A través del proceso estadístico se procedió analizar e interpretar la información, cada una de las preguntas diseñadas en el formato de encuesta, esta fue tenida en cuenta para la fundamentación objetiva de la misma dando así respuesta a los objetivos trazados por la respectiva investigación. Así mismo se estructuró de forma trasversal la identificación de la representación social del espacio urbano en las personas que frecuentan el centro de Valledupar.

4.1 RELACIONES SOCIOECONOMICASQUE DERIVAN DE LOS VISITANTES DEL ESPACIO URBANO DEL CENTRO DE VALLEDUPAR.

En primera instancia se realizaron las 8 primeras preguntas del cuestionario como correspondiente al primer objetivo específico, que hacen referencia sobre el conocimiento que tiene los encuestados sobre aspectos tales como actividades que realiza; entre otras series de preguntas como punto de partida para entender la problemática que puede generar o está generando, las relaciones socioeconómicas en las personas que frecuentan el centro de Valledupar

QUE TIPO DE ACTIVIDADES VIENE A REALIZAR

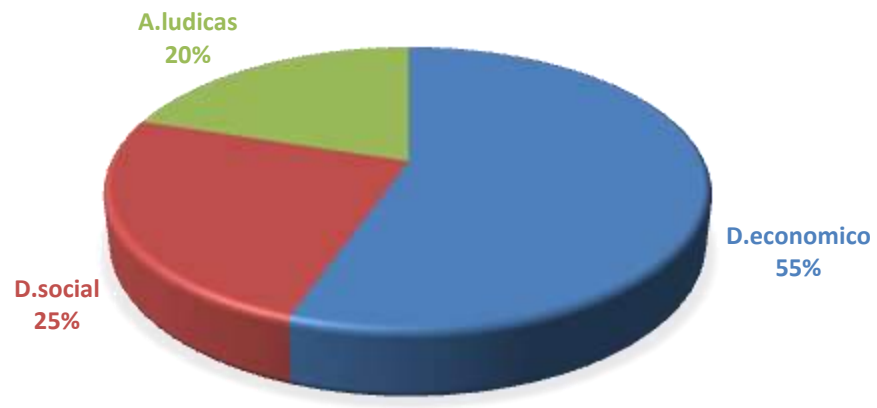


Grafica 1. Fuente: Encuesta Directa

La importancia de preguntarle a los encuestados sobre el conocimiento que ellos pudieran tener sobre el concepto de actividades, fue determinantes para entender el comportamientos y hábitos que tienen las personas, se aclara que el grado de comprensión del concepto de actividades, por parte de las personas que frecuentan el centro de Valledupar, es fundamental en el sentido que no solo es lo conceptual y lo filosófico del término, sino más bien lo que implica el termino de prácticas culturales y de las actividades que viene a realizar.

Los resultados obtenidos para la pregunta fueron los siguientes, el 56% de las personas que frecuentan la centro de Valledupar realiza la actividad de comprar, mientras el 24% solo hace la actividad de vender, seguidamente de un 20% va de paseo por esta zona.

ACTIVIDADES QUE REALIZA CON RELACION DIRECTA EN LA ZONA



Grafica 2. Fuente: Encuesta Directa

La segunda pregunta hace énfasis acerca de las actividades que viene a realizar directamente, la verdadera importancia de la pregunta no radica en la conceptualización teórica y filosófica que pudiera tener las personas antes por el contrario lo que se pretende es un respeto al problema que viven.

Así, los primeros son fácil de absorción, pero mientras da el proceso de respuestas obtenidas arrojaron los siguientes resultados, el 55% tiene una relación directa al desarrollo económico de la zona, mientras el 25% lo relaciona con el desarrollo social y seguidamente el 20% lo relaciona con sus actividades lúdicas como pasear en el centro de Valledupar.

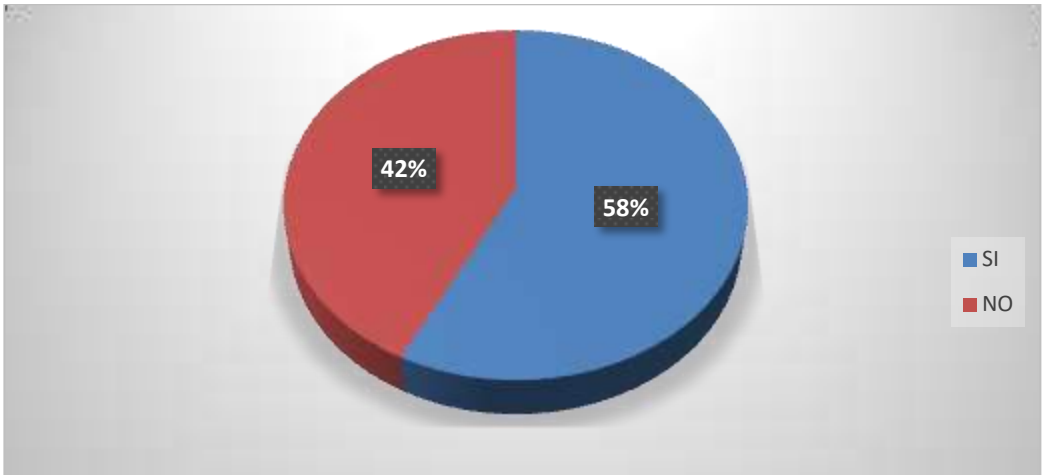
ACTIVIDADES QUE REALIZAN QUE LE GENERAN

Grafica 3. Fuente: Encuesta Directa

En el presente ítem la pregunta estuvo dirigida a la población, en el sentido que ellos saben a qué se hace referencia sobre las actividades que le generan una elevada suma de gastos, las respuestas obtenidas por parte de la población encuestada fueron las siguientes; el 88% le genera gastos al momento de realizar esta actividad, mientras el 7% le genera ingresos, seguidamente de un 5% le causa una distracción venir a esta zona.

en ese sentido se puede indicar que las personas tiene claro que al momento de hacer estas actividades, la responsabilidad e importancia que se debe tener sobre estas actividades realizadas generan unos factores de tipo cultural que no dan un tratamiento adecuado.

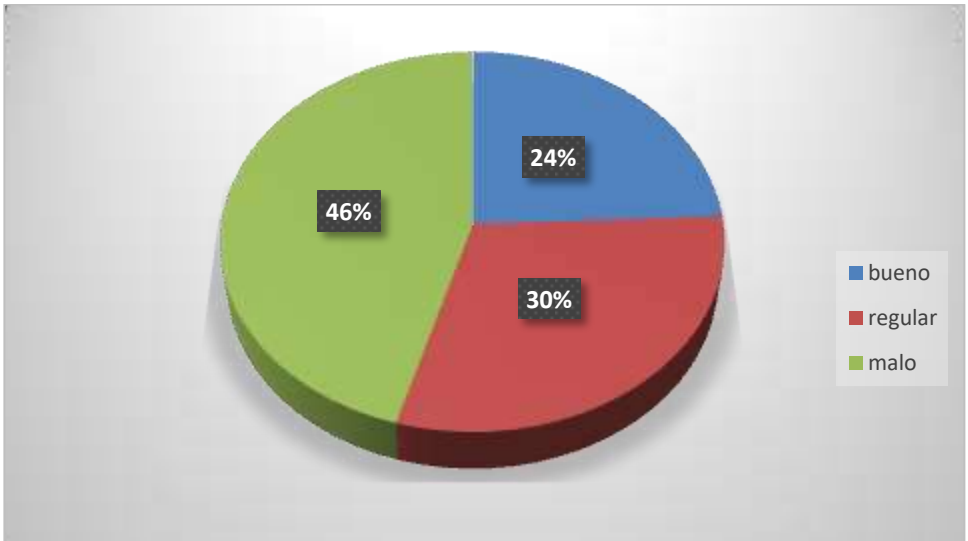
CUANDO VISITA ESTA ZONA VIENE ACOMPAÑADO



Grafica 4. Fuente: Encuesta Directa

En virtud de los tres ítems anteriores que tuvieron direccionados a obtener información relevante sobre las actividades que las personas que frecuentan el centro de Valledupar, pudieran tener aspectos relacionado directamente con que cuando visita viene acompañado en este sentido la tendencia se mantiene, ya que los resultados de la pregunta que nos ocupa, sobre las visitas a la zona arrojo el siguiente porcentaje el 58% de las persona viene acompañado de un niño, anciano, pareja u amigo, mientras el 42% viene a esta zona sin acompañantes por el excesivos gastos, es bastante llamativo la actitud frente a las respuesta de la población.

COMO VE EL ESPACIO PUBLICO COMO MEDIO DE COMERCIALIZACION



Grafica 5. Fuente: Encuesta Directa

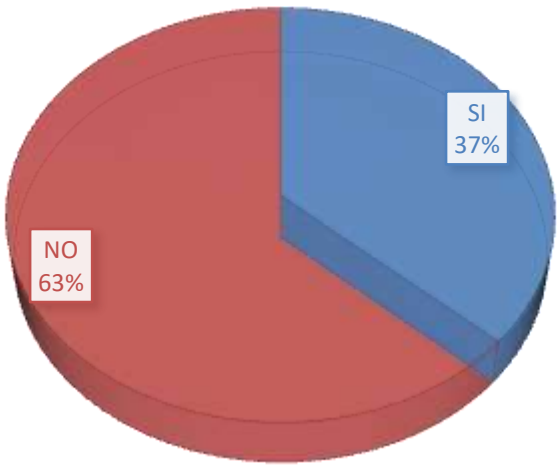
Las personas que frecuentan el centro de Valledupar perciben un problema que en su entorno es cotidiano esto podría ser causa entre las personas que vienen a esta zona, las respuestas obtenidas dan un alto porcentaje de 46% del espacio público como medio de comercialización es malo, mientras el 30% lo ve regular, seguidamente un 24% lo ve bueno, lo que sigue evidenciando que las personas no están conforme de cómo se utiliza el espacio público como medio de trabajo.

También sobre otros factores de orden social, cabe destacar la tendencia de las respuestas ya que sigue manteniendo, por un lado el estar consciente y tener un alto de representación sobre la problemática que sigue a la orden del día.

A lo largo del trabajo de campo la investigadora fueron corroborando dicha tendencia, percepción que obtuvo del contacto directo no solo con las muestra de las personas encuestadas también interactuó con el resto de la

población de la zona, lo que permitió obtener información de primera fuente sobre la situación que se vive en el centro de Valledupar con relación al espacio público. Encontrando contradicciones entre las respuestas obtenidas en el cuestionario, así como en los diálogos con la población. Dicen tener conocimiento del problema pero este persiste.

CONSIDERA QUE LOS ESPACIOS PUBLICOS SE LE HACE CORRECTO USO

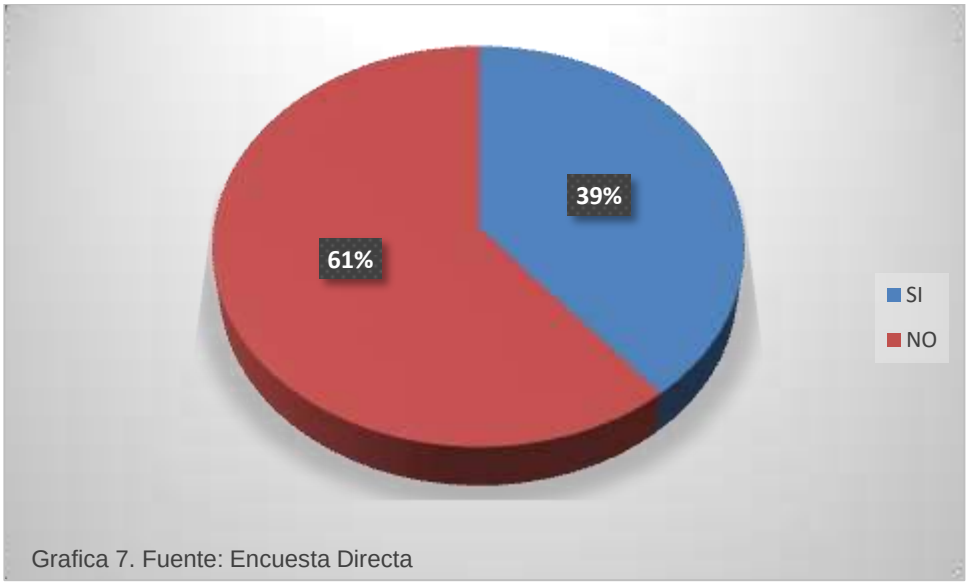


Grafica 6. Fuente: Encueta Directa

Lo interesante de los resultados del análisis del presente ítems es que a pesar de que se explicó, de manera detallada que solo debían relacionar sus respuestas si se hace buen uso del espacio público. No obstante los resultados obtenidos acerca si la población que frecuenta esta zona le hace un buen uso los encuestados correspondieron con 63% no están de acuerdo

con el uso que le dan, mientras el 37% está de acuerdo, lo que está claro con la problemática bajo estudio.

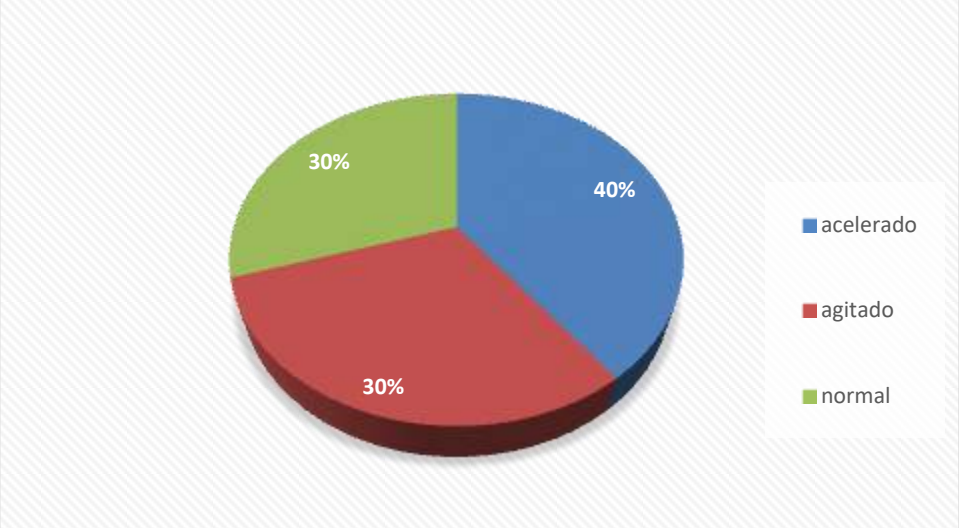
CREE USTED QUE ESTA ZONA ES AGRADABLE



Grafica 7. Fuente: Encuesta Directa

En este ítem es muy específico le preguntamos a la población encuestada si esta zona era de su mayor agrado al momento de hacer las actividades lo que contestaron el 61% no está de acuerdo con que la zona sea agradable ya que es un caos al momento de transitar por los espacios públicos, mientras el 39% si dice estar de acuerdo de que es agradable ya que ellos se distraen al momento de hacer las actividades lúdicas lo cual se vuelve costumbre por lo tanto se vuelve en una cultura. Sin embargo indagando con más profundidad las respuestas fueron muy significativas lo que originó una mayor aceptación entre la población.

EL RITMO QUE SE LLEVA EN LAS ACTIVIDADES DE ESTA ZONA



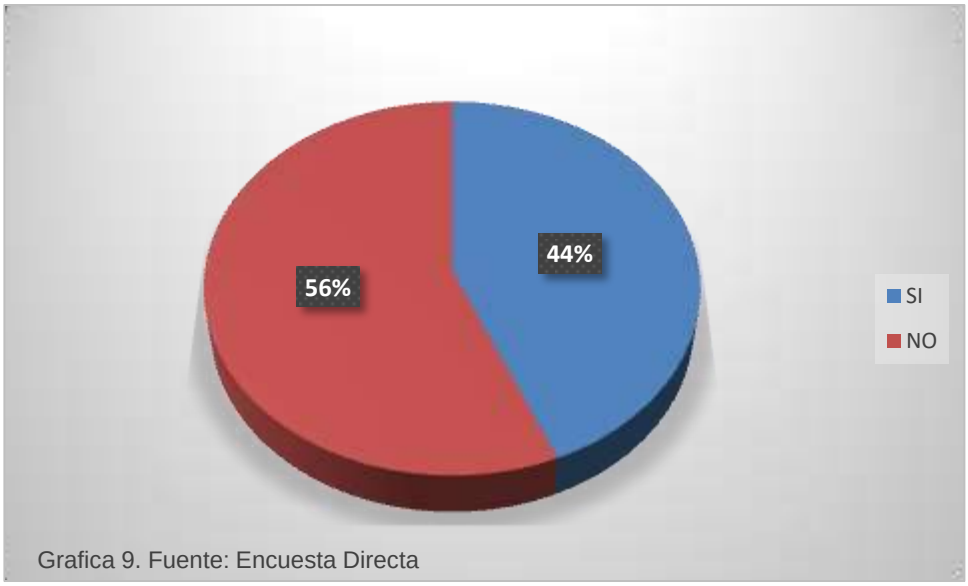
Grafica 8. Fuente: Encuesta Directa

La inclusión de la pregunta donde se le pide a los encuestados indicar como es el ritmo en el centro de Valledupar al momento de hacer las actividades, esto con la intención de conocer lo factores de índole social que pudieran afectar a las personas que frecuentan el centro de Valledupar, las respuestas obtenidas son significativas, en primer lugar el 40% respondió que es muy acelerado y afecta a los miembros que la frecuentan, así mismo se encontró que el 30% de los encuestados dice que es agitado y afecta a la convivencia, seguidamente el otro 30% lo cree normal el ritmo de las actividades. En diálogos directos con las personas que frecuentan esta zona se obtuvo información que la periferia del casco urbano de esta zona es un atractivo para las personas que la frecuentan.

4.2 PERCEPCION SOCIAL QUE TIENE LAS PERSONAS QUE FRECUENTAN EL CENTRO DE VALLEDUPAR RESPECTO DEL USO DEL ESPACIO PUBLICO.

En segunda instanciase analizaron las preguntas de la 9 a la 16 que corresponde al segundo objetivo específico, cuya finalidad es determinar lo que perciben las personas que frecuentan el centro de Valledupar, buscando comprender como desarrollan el uso de los espacios públicos y si le dan una buena administración.

ESTA ZONA ES UN BUEN LUGAR PARA VISITAR CON LA FAMILIA



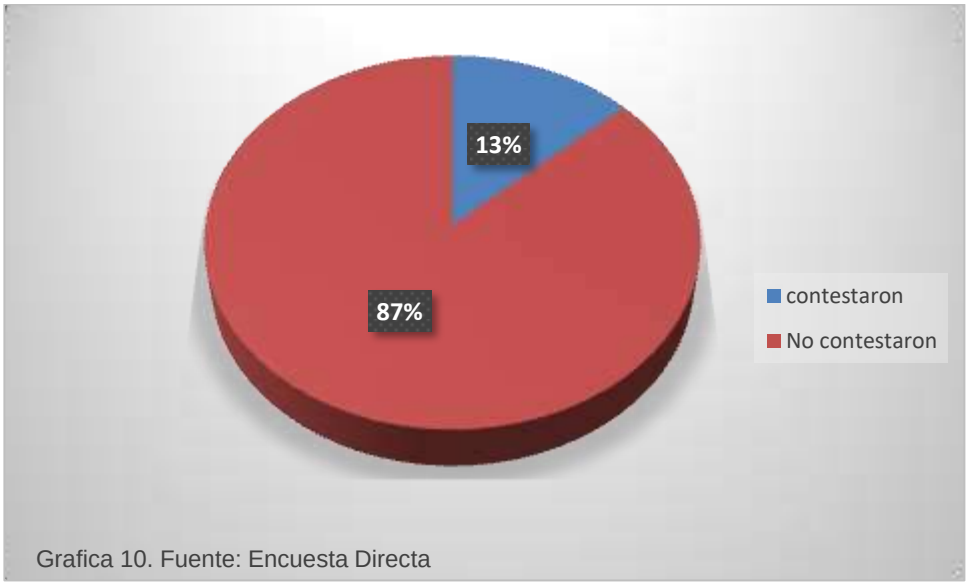
Grafica 9. Fuente: Encuesta Directa

Con referencia si la zona es un buen lugar para visitar con la familia según los resultados obtenidos, el 56% de los encuestados asegura que no es un buen lugar para visitar con la familia, mientras que el 44% si está de acuerdo, así las cosas se siguen manteniendo de que el comportamiento que se le

hace al espacio público no son muy buenas ya que hay mucha actitud de responsabilidad por parte de las personas de la zona.

No obstante los resultados anteriores se presume que algo está sucediendo pero incluso llegando al problema crítico y recurrente de la vida diaria no se toman cartas en el asunto con iniciativas lo que hace que se pierda el control.

QUE OTRAS ACTIVIDADES PUEDEN REALIZARSE EN ESTA ZONA



Grafica 10. Fuente: Encuesta Directa

Las indagaciones realizadas con relación a otras actividades se pueden realizar en esta zona de Valledupar que no estén en relación con el comercio se registró que el resultado, en primer lugar fue de un 87% de los encuestados no respondieron a la pregunta mencionada, mientras que el 13% afirman que se puede pasear, despejarse, mirar sin comprar (vitriniar) y otras que no especificaron.

De igual manera a través del cuestionario se obtuvo información que las personas que frecuentan esta zona solo vienen por el comercio, lo que va contemplando que la población no interactúa con los miembros de esta zona.

CONSIDERA ESTA ZONA COMO BUEN ESCENARIO PARA COMPARTIR

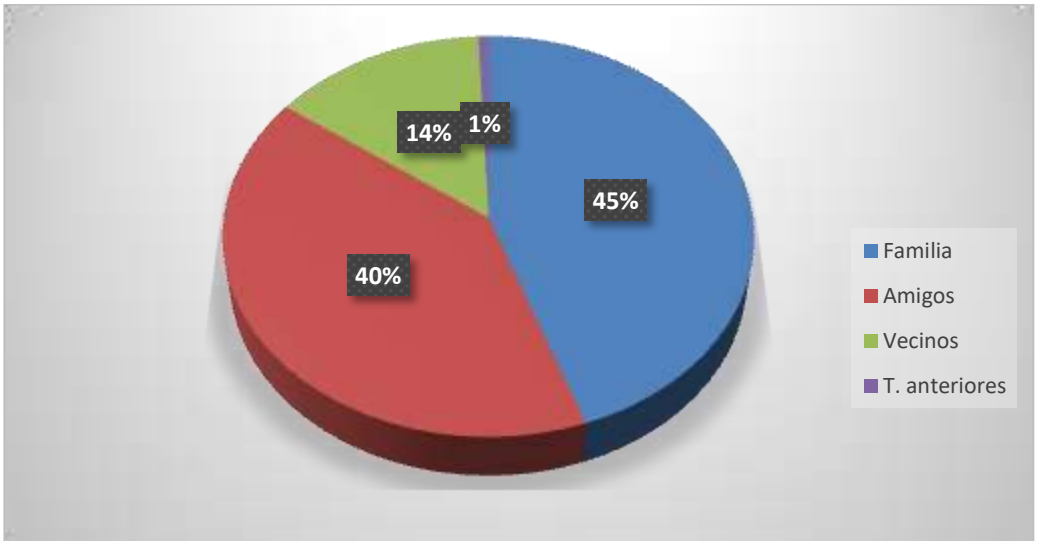


Grafico 11. Fuente: Encuesta Directa

Una de las razones para preguntarles a las personas encuestadas que si la zona de Valledupar es un buen sitio para compartir, los datos estadísticos nos arrojaron que el 45% sale con su familia a compartir, el 40% hace referencia que con los amigos, mientras que el 14% lo hace con los vecinos, el 1% restante hace todas las anteriores.

En otras palabras, el resultado contrasta en el comportamiento que utilizan las personas en los espacios públicos, y profundizar más para así encontrar las causas a lo que sería objeto de otra investigación.

ESTA ZONA DE VALLEDUPAR ES ESTICAMENTE AGRADABLE

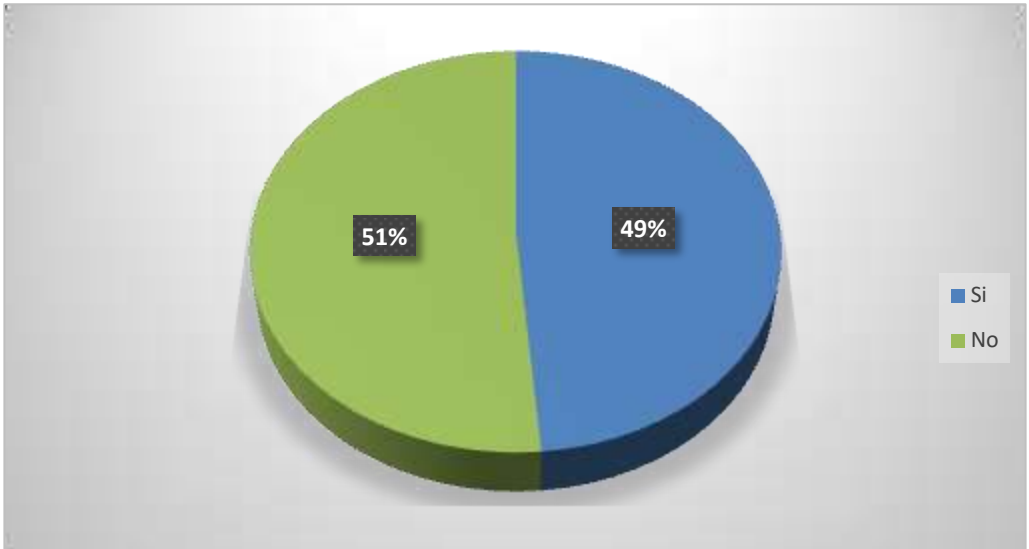
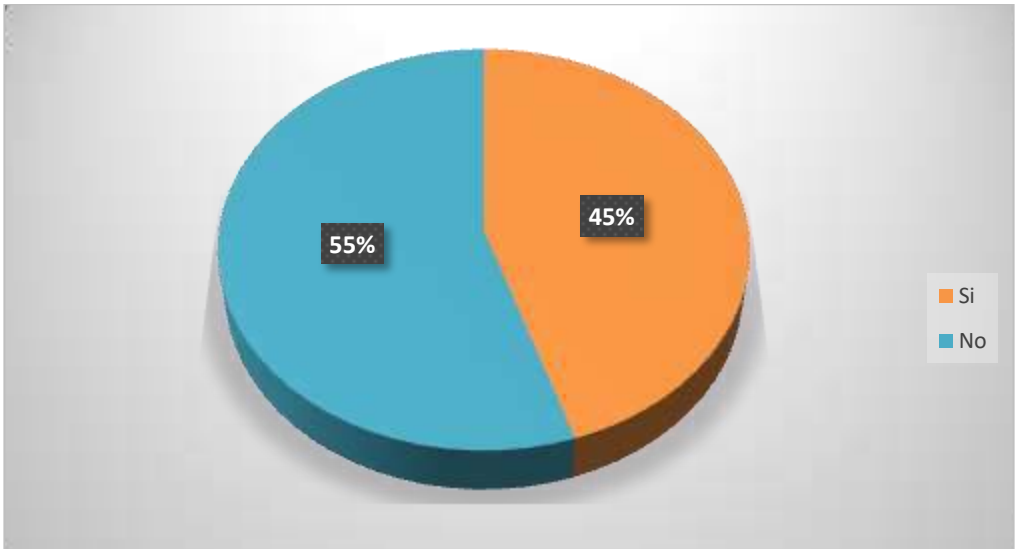


Grafico 12. Fuente. Encuesta Directa

La presente pregunta tiene relación directa con la anterior y se formuló con el objeto poder corroborar la forma de como las personas perciben esta zona si para ellos es agradable, se pudo constatar que el 49% manifiesta que es muy estrictamente agradable en el ámbito de la manera de caminar mientras que el 51% no les agrada esta zona al momento de transportarse de manera natural. Los anteriores resultados contrastan con el comportamiento socioeconómico que tienen las personas que frecuentan el centro de Valledupar con respecto a la problemática estudiada, entonces se debería profundizar para encontrar las causas, para que haya un buen manejo del espacio público en el centro de Valledupar.

EXISTE UNA BARRERA ENTRE LO PÚBLICO Y LO PRIVADO



Grafica 13. Fuente: Encuesta Directa

A la pregunta de si cree que existe una barrera entre lo público y lo privado dentro del espacio público, las respuestas obtenidas fueron las siguientes, el 55% afirma que no existe una barrera en la parte de esta zona. Por otro lado el 45% de los encuestados sostienen que si hay una barrera y hace que el espacio público y se convierta en privado por parte de personas de esta zona del centro de Valledupar.

A pesar del esfuerzo de algunas personas por recuperar el espacio público y por parte d entes administrativos personas adversan vuelven a invadir haciendo el espacio público un lugar privado de los mismos. En diálogos con las personas de la población estudiada indicaron que el problema persiste, y que hay que sensibilizar a la personas de esta zona para que no se siga generando esta problemática.

CREE QUE LA CIUDAD ESTA ATRASADA EN EL DESARROLLO URBANO

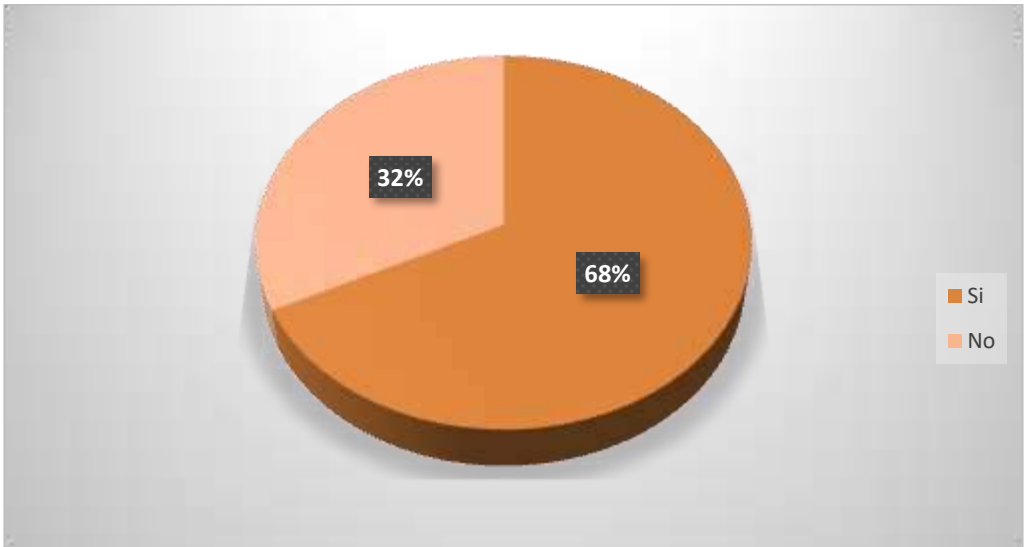


Grafico 14. Fuente: Encuesta Directa

Los resultados dejan ver con claridad la tendencia de los encuestados afirman que si están consciente que la ciudad en esta zona está atrasada y que es uno de los problemas y eso se refleja en los porcentajes de las respuestas sobre lo indagado, un 68% dice que la ciudad está atrasada en el desarrollo urbanístico del centro de Valledupar, mientras el 32% no está de acuerdo con el problema, la información anterior hace suponer que el problema de que la ciudad este atrasada es por parte del inadecuado uso del espacio urbano por parte de las personas que frecuentan el centro de Valledupar con un problema de actitud, compromiso de conciencia y sensibilidad.

La situación con respecto al problema es inquietante y hasta desconcertante, ya que se refleja en los datos estadísticos obtenido por la aplicación de la encuesta, y además por las entrevistas no estructuradas y los diálogos

indirectos con las personas que frecuentan esta zona y que saben del problema pero aun así no toman los correctivos necesarios para corregir la situación que afecta a todos por igual.

EXISTE FALTA DE CULTURA EN LAS PERSONAS QUE VISITAN LA ZONA

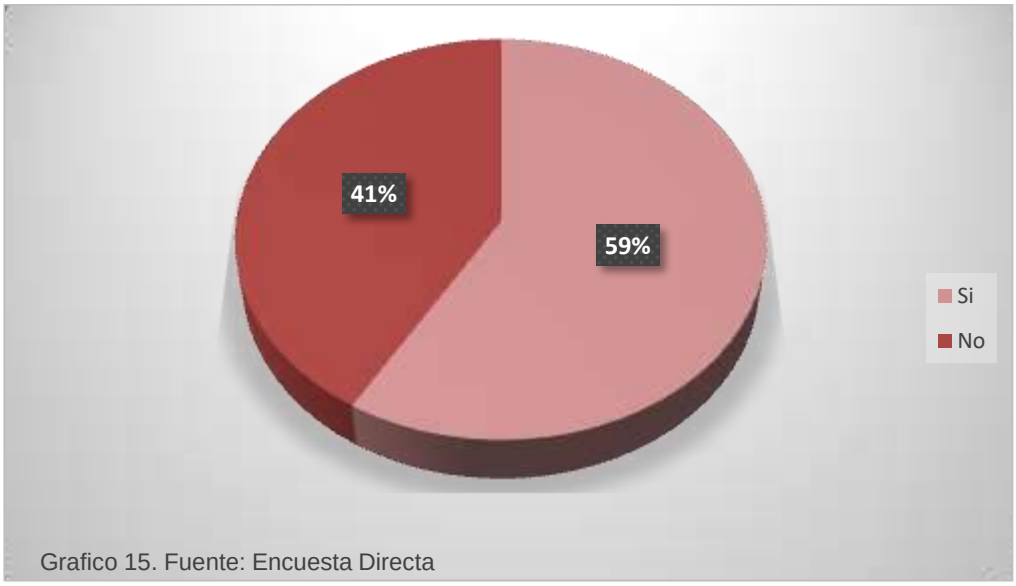


Grafico 15. Fuente: Encuesta Directa

en referencia a si existe una falta de cultura en las personas que visitan la zona de Valledupar, las personas encuestadas respondieron en su gran mayoría que si con el 59% de las respuestas, el 41% asegura que no hay falta de cultura. Sin embargo una vez mas la investigadora indagaron a través de entrevistas no estructuradas, las personas entrevistadas afirmaron que la falta de cultura existe por la falta de conciencia, de responsabilidad, información que debe tener y expresarle a todas esas personas que frecuentan el centro de Valledupar.

EL ESPACIO PÚBLICO ES MANEJADO POR LOS COMERCIANTES

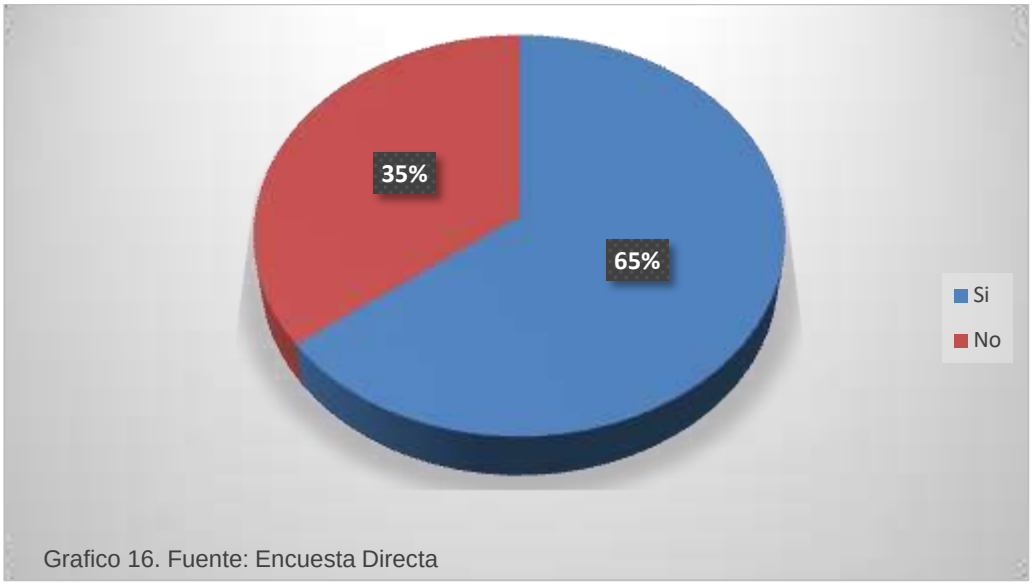


Grafico 16. Fuente: Encuesta Directa

Una de las razones para preguntarle a las personas encuestadas por si creen que el espacio público está siendo manejado por los designios de los comerciantes, tiene su fundamento en saber si las personas están conscientes de que estas actividades perjudican a las personas que frecuentan esta zona. Según los datos estadísticos, el 65% de los encuestados sostienen que los comerciantes si manejan los espacios públicos del centro de Valledupar.

Por otra parte el 35% de los encuestados aseguraron que los comerciantes no manejan el espacio urbano, es quizás la única pregunta que refleja el comportamiento y los hábitos de los comerciantes del centro de Valledupar, pero tan solo el 65% lo reconoce el problema que es una realidad palpable.

4.3 IMAGINARIO URBANO QUE TIENEN LAS PERSONAS QUE FRECUENTAN EL CENTRO DE VALLEDUPAR

ESTA ZONA LA AFECTA LA PRESENCIA DE INDIGENTES

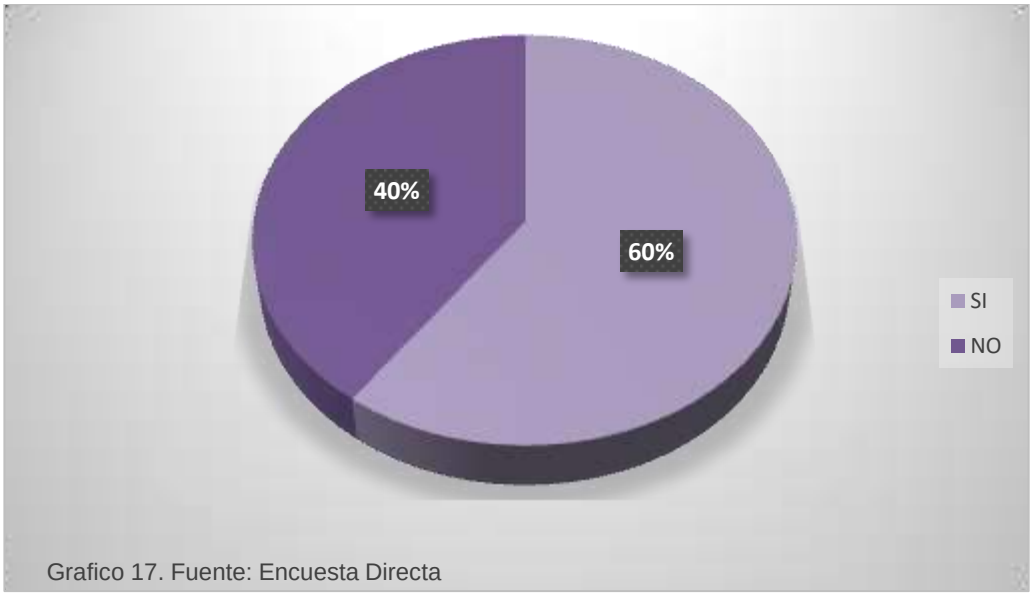
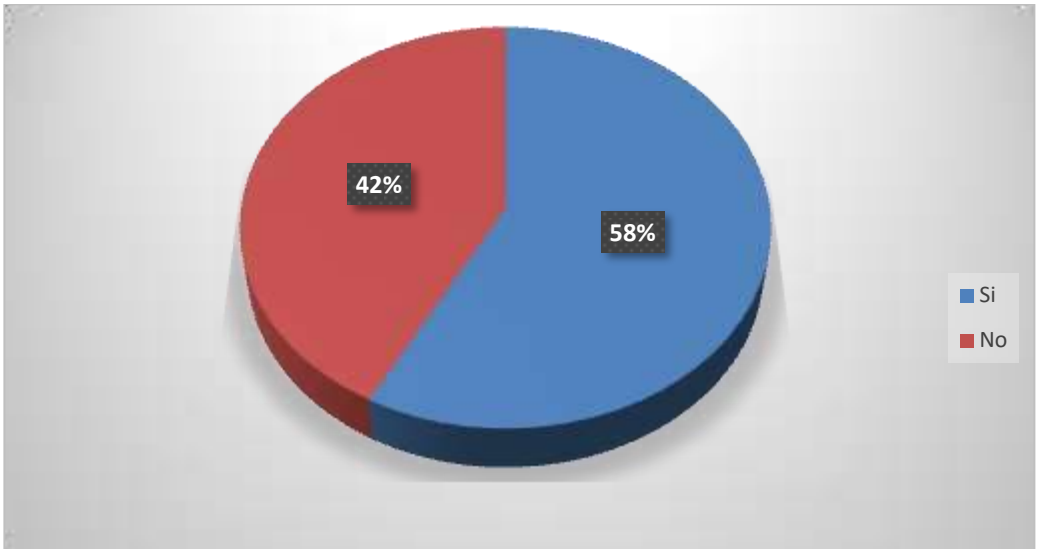


Grafico 17. Fuente: Encuesta Directa

Las respuesta que los encuestados dieron con respecto a la presencia de indigentes o personas no deseadas , el 60% respondió positivamente mientras que el 40% asegura que no afecta la presencia de estas personas, lo cierto es que la afirmación del 40% es preocupante, ya que en entrevistas informales con otras personas de la zona están muy preocupados.

Por otra parte se manifestaron que en ocasiones se han visto con personas que están en el estado de sustancias alucinógenas lo cual es muy recurrente pero por lo tanto coincide de manera directa del problema del espacio urbano, ya que este tiene origen en el comportamiento de la población encuestada.

CONSIDERA QUE ESTA ZONA ES PELIGROSA



Grafica 18. Fuente: Encuesta Directa

La respuesta a la pregunta si considera que la zona del centro es peligrosa los encuestados respondieron en un 58% que la zona es demasiado peligrosa para los que la frecuentan, mientras el 42% no piensa así creen que la zona no es peligrosa. Asi mismo las autoridades pertinentes hacen las charlas a las personas que frecuentan el centro, para la mayor seguridad ya que es una situación muy preocupante ya que con el paso del tiempo va a seguir el problema tanto para los q frecuentan la zona como para los que están en ella.

BENEFICIOS Y PERJUICIOS QUE OBSERVA EN ESTA ZONA

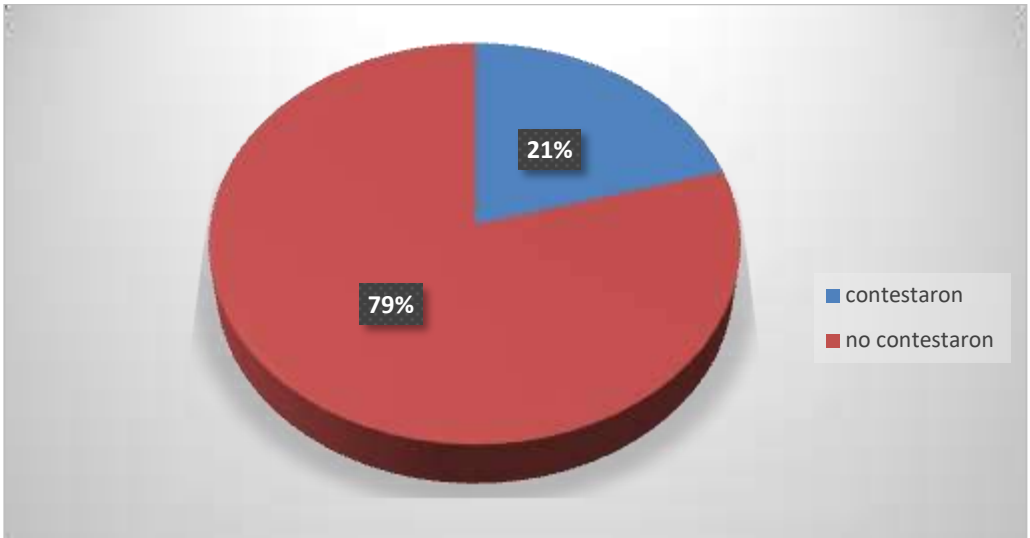


Grafico 19. Fuente: Encuesta Directa

Los resultados obtenidos muestran que el 79% no contestaron la pregunta mencionada, mientras que el 21% contestaron que algunos de los beneficios se encuentran muchos almacenes, tiendas de la canasta familiar, tiendas de mascotas lo necesario que una familia puede obtener para satisfacer sus necesidades. Pero los perjuicios que ellos ven es que es muy peligro tanto para sus familias como para los habitantes de Valledupar, es solo y se ve mucho delincuente en la zona.

LOS COMERCIANTES MANEJAN BIEN EL ESPACIO PUBLICO

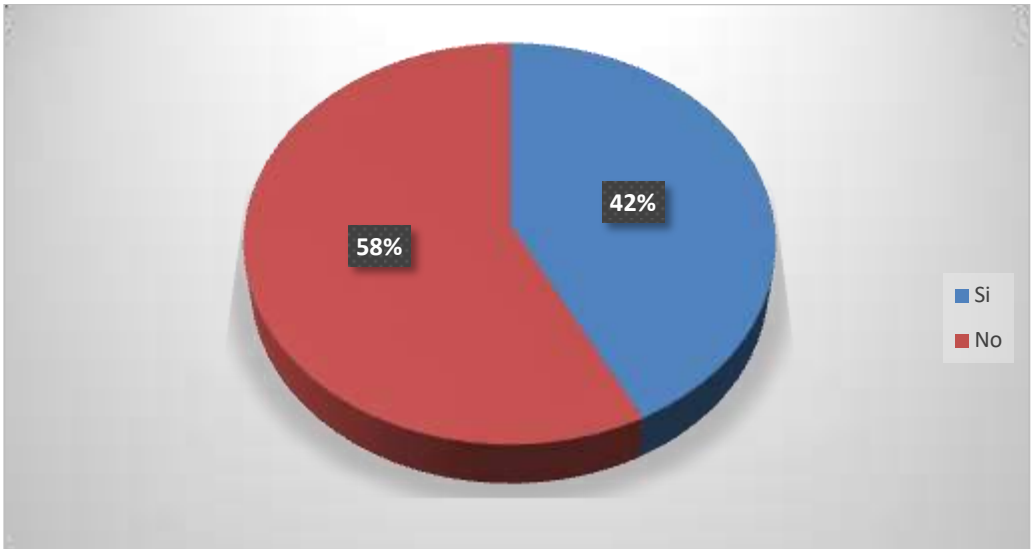


Grafico 20. Fuente: Encuesta Directa

El 58% de los encuestados afirmo que los comerciantes no están manejando bien el espacio público, mientras el 42% apoyan a los comerciantes al darle buen uso del espacio urbano. Se pudo establecer a través del dialogo con dueños de almacenes de la zona y no están de acuerdo con vendedores informales en la vía publica ya que esto ocasiona un mal ambiente tanto para el espacio urbano como para sus propios almacenes dicen que es una problemática de nunca acabar y que hay muchos factores que influyen en este problema que lo que hace que se genere un caos en el sector del centro porque no hay zona peatonal por la invasión del espacio público que es de todos.

5. CONCLUSIONES

El problema del espacio urbano en las personas que frecuentan el centro de Valledupar, se puede decir que tiene varias causas.

En primer lugar, las personas que frecuentan el centro de Valledupar tienen una marca tendencia del sentido de irresponsabilidad, falta de conocimiento, lo cual es causa de la problemática, algunos por los gastos excesivos que encuentran en la zona.

En segundo lugar, el espacio público no se hace un correcto uso lo que es un poco malo para las personas que frecuentan el centro especialmente si estas personas llegan a la zona a hacer sus actividades lo que hace que la población este inconforme.

En tercer lugar, no es un buen escenario para las familias lo que deja ver que hay una falta de cultura con los manejos que se le dan a los espacios urbanos lo que generan un problema de gran realidad y que está muy palpan té y lo cual hace que sea una responsabilidad de todos.

En cuarto y último lugar, la atención de los factores causantes del problema es la falta de atención por parte de los comerciantes ya que le dan un mal uso tanto al espacio público como al que le dan al privado lo cual hace que hallan medidas de atención por partes de entes administrativos y locales lo que hacen que busque responsables y esto con el fin que el espacio no sea invadido ya que impide el desarrollo urbano de la ciudad y así trayendo nuevos fenómenos.

6. RECOMENDACIONES

Por los resultados obtenidos en la presente investigación y de acuerdo con las conclusiones, se deben diseñar e implementar campañas de sensibilización a las personas que frecuentan el centro de Valledupar ah logra un cambio tanto como el manejo del espacio urbano con el fin de crear nuevas costumbres con relación al espacio público que es de todos y en esta en nuestra vida cotidiana.

En primer lugar adelantar campañas a través de estrategias comunicativas, esto con el objeto de ir preparando a la comunidad y a los vendedores ambulantes en el manejo adecuado del espacio urbano lo cual llamara la atención de la sociedad civil sobre el problema que se genera y se vive en el centro dejando un impacto negativo en el mal manejo de este espacio público.

En segundo lugar la administración municipal deberá tomar medidas en concordancia con las leyes vigentes para el caso mencionado por el mal manejo del espacio público para así lograr un impacto en las personas y promulgar sanciones y haciéndolas cumplir no solo a dueños de establecimientos, sino a los trabajadores informales que se encargan de invadir un espacio que es de todos los habitantes del municipio de Valledupar.

En tercer y último lugar lograr que el plantel universitario tome medidas para que los estudiantes que se están forjando como futuros profesionales pongan en práctica lo aprendido sobre la realidad que se vive en el municipio de Valledupar por la invasión y mal uso del espacio público y así ayudar a minimizar una gran parte del impacto negativo que se ve en la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

Carvajal, Rodrigo, (2003): Transformaciones socioeconómicas y urbanas en Palermo, En Revista Argentina de Sociología. Año 1 N° 1

Gravano, Ariel, (2007). Desafíos participativos en la planificación urbano-ambiental: el aporte antropológico

Esquema de Ordenamiento Territorial, Proyecto 2012-2015, Municipio de Valledupar, 2012

Marquez, Francisca, (2007). Imaginarios urbanos en el Gran Santiago: huellas de una metamorfosis. Revista eure (Vol. XXXIII, Nº 99), pp. 7-16. Santiago de Chile

Ibáñez, Tomás. (1988). Ideologías de la vida cotidiana. Psicología de las representaciones sociales. Barcelona, Sendai

Jodelet, Denise. (1986). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En: Moscovici, Serge (comp.). Psicología Social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales. Barcelona, Ediciones Paidós,

Moscovici y Miles Hewstone. (1986). De la ciencia al sentido común. En: Moscovici, Serge (comp.). Psicología Social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales. Barcelona, Ediciones Paidós

Moreno, Osvaldo, (2009). Problemática ambiental urbana y desarrollo sustentable en Chile Apuntes y consideraciones desde una larga y angosta faja de tierra, Chile

Salcedo, Rodrigo, (2002). El espacio público en el debate actual: una revisión crítica sobre el urbanismo post-moderno, Pontificia Universidad de Santiago de Chile.

Bronfenbrenner, Urie, (2002). La Ecología Del Desarrollo Humano: Experimentos En Entornos Naturales Y Diseñados. Editorial Paidós

WARF, B. The reconstruction of social ecology and neighborhood change in Brooklyn. Environment and Planning D, 1990, vol. 8, nº 1

Zuluaga, Julián, (2002). Símbolos ambientales urbanos, una interpretación del medio ambiental en el caso de la ciudad de Popayán, Colombia

Hiernaux, Daniel, (2007). Los imaginarios urbanos de la teoría y los aterrizajes en los estudios urbanos

Iglesia, Rafael, (2000). Imaginarios urbanos

http://www.laciudadviva.org/blogs/?p=3569

Anderson, B, (1991). Comunidades imaginadas, reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo. Fondo de cultura económica, México.

Villaspin, Fernando, (2000). Revista española de la ciencia política

Cochnra, W .G, (1953), "Sampling technics" John Wiley & Sons, Inc

Tortora, R.D, "Anote on sample size estimation for multimonal populations" The American statistician, vol 32. No. 3, 100-102

Goodman, A. Leo, (1965). "On simultaneous confidence intervals for multinomial proportions. Techno metrics, vol 7, No.2, 247-254

Ferre, Carme, Gaya, Catalina (2010). Infomainment y percepción ciudadana de la política: el caso de Polonia, razón y palabra, vol.15, No. 72, México

http://es.wikipedia.org/wiki/Espacio_Urbano

http://es.wikipedia.org/wiki/Estructura_Urbana

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta

UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR
FACULTAD DE DERECHO, CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
PROGRAMA DE SOCIOLOGIA
REPRESENTACIÓN SOCIAL DEL ESPACIO URBANO EN LAS PERSONAS QUE FRECUENTAN EL CENTRO DE VALLEDUPAR

CUESTIONARIO DE ENCUESTA: Estas preguntas están relacionadas con el espacio público como producto del imaginario social urbano en la ciudad de Valledupar.

1. Qué tipo de actividades viene a realizar usted en esta zona de Valledupar
   a. Compra
   b. Venta
   c. De Paseo

2. Las actividades que usted realiza en esta zona de Valledupar tienen relación directa con:
   a. Su desarrollo económico
   b. Su desarrollo Social
   c. Actividades Lúdicas (Pasear)

3. Las actividades realizadas en esta zona de Valledupar le generan:
   a. Ingresos Económicos
   b. Gastos
   c. Distracción

4. Cuándo visita esta zona de Valledupar, viene acompañado
   a. Si ( ) b. No ( )

5. Cómo ve usted el uso del espacio público como medio de comercialización
   a- Bueno
   b- Regular
   c- Malo

6. Considera usted que los espacios públicos se hace un correcto uso de los espacios comerciales en esta zona de Valledupar
   a- Si ( ) b. No ( )

7. Crees usted que esta zona de Valledupar es agradable
   a. Si ( ) b. No ( )

8. Cree que el ritmo que se lleva en las actividades de esta zona de Valledupar es:
   a- Acelerado
   b- Agitado
   c- Normal

9. Considera usted que esta zona es un buen lugar para visitar con la familia
   a. Si ( ) b. No ( )

10. Qué otras actividades considera usted que se pueden realizar en esta zona de Valledupar que no estén relacionadas con el comercio?
    _____
    _____
    _____

11. Considera usted que esta zona es un buen escenario para compartir con
    a- Familia
    b- Amigos
    c- Vecinos
    d- Todas las anteriores

12. Considera usted que estas zona de Valledupar es estéticamente agradable
    a. Si ( ) b. No ( )

13. Cree que existe una barrera entre lo público y lo privado dentro del espacio público en Valledupar
    a. Si ( ) b. No ( )

14. Cree usted que la ciudad de Valledupar está atrasada en el desarrollo urbano de esta zona
    a. Si ( ) b. No ( )

15. Cree usted que existe una falta de cultura en el comportamiento de algunas personas que visitan esta zona de Valledupar
    a. Si ( ) b. No ( )

16. Cree usted que el espacio público es manejado por los designios de los comerciantes
    a. Si ( ) b. No ( )

17. Cree usted que esta zona la afectan la presencia de indigentes o personas no deseadas
    a. Si ( ) b. No ( )

18. Considera usted que esta zona es peligrosa
    a. Si ( ) b. No ( )

19. Describa de forma breve los beneficios y los perjuicios que observa en esta zona de Valledupar:
    _____
    _____
    _____
    _____
    _____

20. Cree usted que los comerciantes de Valledupar están manejando bien el espacio público

a. Si ( ) b. No ( )

¡Muchas gracias por apoyar el desarrollo científico en Valledupar

Anexos 2.

www.innovacionatl.com
atl
innovación