



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
PROGRAMA DE MAESTRÍA Y DOCTORADO EN URBANISMO

¿COMERCIO O DISFRUTE?: ESPACIO PÚBLICO, IMAGEN URBANA Y CIUDADANÍA
EN LAS CALLES DE TEPITO.

TESIS QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE MAESTRÍA

PRESENTA:

TANIA CAMILA CHAPELA AYALA

TUTORA: PATRICIA RAMÍREZ KURI

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES

SINODALES DEL PROGRAMA DE MAESTRIA Y DOCTORADO EN URBANISMO:

MTRO. JAIME FRANCISCO IRIGOEYB CASTILLO

DR. HÉCTOR QUIROZ ROTHE

DRA. PATRICIA RAMÍREZ KURI

DR. VÍCTOR DELGADILLO POLANCO

DR. FELIPE ALBINO GERVACIO

MÉXICO D.F. NOVIEMBRE 2012



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE	Pág.
INTRODUCCIÓN.	1
CAPÍTULO 1: Presentación del proyecto de investigación.	11
1.1. Proyecto de investigación.	11
1.2. ¿Qué se entiende por espacio público urbano?	22
Ciudad y espacio público.	25
CAPÍTULO 2: La imagen urbana desde los usos de los lugares públicos.	34
2.1. Comercio informal y espacio público en la ciudad de México.	34
De la economía informal al tianguis global.	37
Políticas urbanas y comercio callejero.	45
2.2. Promoción cultural y políticas culturales en la Ciudad de México.	46
Los <i>culturosos</i> : acción colectiva, resistencia y colaboración.	51
2.3. Propiedad del suelo, comercio y promoción cultural en la reglamentación vigente.	58
2.4. Sobre los significados de Tepito.	64
2.5. La producción del espacio público en Tepito, una aproximación procesual.	69
El espacio del comercio informal en Tepito del siglo XIX y principios del XX.	70
Tepito y el comercio informal en el nuevo régimen.	73
La bonanza de la <i>fayuca</i> y el <i>Arte Acá</i> .	78
De los sismos y <i>Doña Blanca</i> .	86
La llegada del PRD y la permanencia del comercio informal.	91
El tianguis global y el surgimiento de la gestión alternativa del espacio público.	100
2.6. El tianguis de Tepito, imagen y usos públicos: una mirada económica y territorial.	110
El uso lucrativo del espacio a través de sus estimaciones.	110
“ <i>Se vende puesto</i> ”: una estimación del mercado inmobiliario en el espacio público de Tepito.	117
Territorios y lucha por el espacio.	122
<i>El puesto es todo...</i>	129
Consecuencias de la práctica del comercio informal en la vida cotidiana.	131
2.7. Imágenes de la vida pública desde el comercio informal y promoción cultural.	134
Promotores culturales y comerciantes en la Plaza Martes de Arte.	134
2.8. Conclusión: La noción de derecho y la práctica del comercio informal.	145
¿Cómo se produce el espacio público en un contexto de informalidad?	152
La promoción cultural en la construcción de lo público.	157
CAPÍTULO 3: Imaginar Tepito: las prácticas y los agentes de la informalidad.	162
3.1. Introducción.	162
3.2. Nombrar la mirada: hacia el diseño de un dispositivo de análisis de la imagen del espacio público.	163
Un punto de partida: el concepto de <i>imagen de la ciudad</i> en Kevin Lynch.	165
El modelo de análisis de la imagen de la ciudad de Kevin Lynch.	168
La noción de <i>observador</i> en Kevin Lynch.	169
<i>Diferenciar el mundo</i> .	172
La noción de <i>identidad</i> en el modelo de Lynch.	173
<i>Elementos fijos y móviles</i> como unidades básicas de construcción de la imagen.	175
El modelo de Lynch desde los <i>modos de ver</i> y la <i>mirada</i> en John Berger.	177
La <i>imagen de la ciudad</i> como representación social.	180
3.3. La imagen de la ciudad en la reproducción del espacio público.	186

	Lo público en la <i>imagen de la ciudad</i> .	186
	Los <i>elementos imaginísticos</i> como expresión de las prácticas sociales.	189
	Lo público espacial en la <i>imagen pública</i> de Kevin Lynch.	193
	La <i>imagen de la ciudad</i> como ámbito de comunicación entre los agentes.	199
	De <i>observadores</i> y ciudadanos.	205
3.4.	Consideraciones para la aplicación y el análisis de la entrevista.	211
3.5.	Imaginar Tepito: los agentes y las prácticas de la informalidad.	218
3.6.	Presentación de casos: Martes de Arte	223
	Caso 1: Joaquín y la fuente.	226
	Caso 2: La vecina, la alegría y el convivio.	229
	Caso 3: La mirada de Jorge.	231
	Caso 4: Edelmira y el cruce que no tiene señales.	233
	Caso 5: El funcionario y las papas.	235
	Caso 6: Rubén y las quesadillas.	237
	Caso 7: La vendedora y la gente.	239
	Caso 8: Mario y el abandono.	241
3.7	Presentación de casos: Bartolomé de las Casas	244
	Caso 9: El padre y el deportivo.	244
	Caso 10: Otro funcionario y el robo a transeúnte.	246
	Caso 11: El cronista y el bloqueo.	247
	Caso 12: “Cuando me quieren robar”: <i>Balico</i> .	250
	Caso 13: Dos comerciantes y los puestos.	251
	Caso 14: Josefina y los tenis.	254
	Caso 15: Brandon y los chocolates.	256
3.8.	Sujetos, prácticas y procesos desde las unidades de la imagen.	258
3.9.	Visibilidad y conflictos desde las <i>unidades de la imagen</i> .	265
3.10.	La imagen del riesgo al interior del “Barrio bravo”.	282
CAPÍTULO 4: ¿Comercio o disfrute?: los sentidos contrapuestos de la ciudadanía.		284
4.1.	Los sentidos contrapuestos de la ciudadanía.	296
4.2.	Los <i>culturosos</i> en la lucha por la visibilidad.	326
4.3.	Imagen urbana, hacia la construcción de un objeto de estudio.	328
	Bibliografía, tesis, revistas y diccionarios.	333
	Documentos electrónicos y páginas de internet.	347
	Documentos normativos.	349
	Referencias hemerográficas	350
	Entrevistas.	351
	Índices de fotografías, tablas y gráficas.	353
	Formato de entrevista.	361
	Planos.	362

INTRODUCCIÓN.

A continuación se presenta un trabajo de investigación que comenzó en 2007 y cierra en 2012 con muchas más preguntas que respuestas. El camino que recorrió pasó por diferentes lugares teórico conceptuales, pero también por encuentros dulces y crudos con la realidad tepiteña. Así, la exploración que partió de un enfoque urbanístico, donde la noción de espacio se encontraba con el de prácticas sociales y ciudadanía, comienza con un análisis histórico, continúa con una perspectiva económica, territorial y político. En ese punto, la investigación aborda las representaciones del espacio y la dimensión imaginaria. Enseguida se presentan los resultados de aplicación de un dispositivo adaptado a las condiciones y características del barrio donde se propone un primer acercamiento desde un enfoque de lo imaginario en la ciudad a partir de la idea de “unidades de la imagen”. Finalmente, es el vínculo entre *imagen urbana*, *espacio público* y *ciudadanía* el núcleo conceptual que guió las inquietudes y motivaciones que llevaron a la conclusión de esta fase del proyecto.

Es importante señalar que fueron muchos los problemas que se presentaron en el esfuerzo por construir un objeto de estudio. El primero de ellos consistió en establecer las diferencias y los vínculos entre las distintas maneras de abordar la categoría de *espacio*. En este punto, fue necesario considerar la concepción de un espacio producido socialmente, en la que se diera importancia al carácter imaginario y simbólico. En esta noción, el espacio se encuentra vinculado a los procesos relacionales y de búsqueda por el poder y el control territorial. De esta forma, cobra sentido en un ámbito que también ocurre en lo individual y lo sensorial, en la experiencia cotidiana de la ciudad. Fue así como la necesidad de dar relevancia a esta segunda manera de entender el espacio sin obviar el carácter político de las representaciones de la ciudad se convirtió en uno de los ejes de la investigación.

Al reconocer la dimensión de este reto, la primera respuesta fue comenzar la investigación con los elementos que tenía a la mano: Tepito y su espacio público, sus calles, sus plazas, sus protagonistas y sus prácticas. Entonces se realizó un estudio histórico del uso de la calle y del comercio informal. Además, comencé a indagar en algunos aspectos político-territoriales que tenían lugar en el marco del tianguis. De esta manera fue organizada la

primera parte del texto. Sin embargo, al investigar sobre la práctica del comercio informal, me dí cuenta de que la perspectiva política aportaba un horizonte a todas luces interesante, pero que se alejaba de la imagen como uno de los motivos principales del objeto planteado. En este punto, el objeto de estudio se encontraba en riesgo, pues la *imagen urbana* como tema se veía opacada por la vasta información documental y de campo acerca de las organizaciones de los comerciantes y sus relaciones con el estado, así como por la relativa a la informalidad económica y su vínculo con las estrategias de apropiación territorial y la relación de todo lo anterior con la conformación de las prácticas sociales. Se hacía necesario revalorar el problema original pero, ¿cómo justificar una perspectiva aparentemente distante a la vida política del barrio? ¿cómo integrar el estudio de la imagen como parte del análisis de la construcción de lo público en Tepito? ¿qué perspectiva teórica-metodológica debería tomar en cuenta para lograrlo?.

En aquél momento, el proyecto de investigación había cambiado varias veces y este era el tercer proyecto: no había más tiempo para rehacerlo. Se hacía necesario regresar al origen del proyecto y preguntarse ¿de dónde había salido la idea de la “imagen urbana”? El primer proyecto estaba orientado al análisis de los mecanismos de comunicación en unidades habitacionales y las maneras en que estos espacios significaban una oportunidad para la construcción de ciudadanía en espacios urbanos. El segundo proyecto tenía que ver con las diversas formas de expresión de las identidades que convergen en un espacio central metropolitano, y al igual que en el proyecto anterior, encontrar el valor que ello tenía en el proceso de construcción de ciudadanía. Entonces, me di cuenta que llevar a cabo un proyecto en Tepito implicaba por un lado, la posibilidad de acceder a una serie de informaciones muy amplia, pero que esto también me había llevado hacia una perspectiva más bien relacionada con la sociología política.

También recordé que antes de pensar en realizar mi trabajo en Tepito, la incursión en este tema me había llevado a indagar en el campo de la estética y la semiótica. En este sentido, la idea original de la investigación fue consecuencia del acercamiento al campo de la estética cotidiana de Bakhtín, ampliamente discutida y desarrollada por Katia Mandoki. Sin embargo, mi orientación profesional y los límites que marcaba el programa de posgrado

planteaban un obstáculo importante para el desarrollo del objeto de investigación. Así, encontré un serio problema al abordar el vínculo entre los sujetos, las prácticas y la imagen del espacio público urbano, pero sobre todo para vincular lo anterior con el análisis socio territorial y económico que ya estaba en marcha.

A la luz de una lectura en el campo de la semiótica se planteó una nueva revisión del trabajo realizado a partir de la cual se hizo evidente la riqueza que supone el vínculo entre el carácter imaginario y político del enfoque que estaba buscando, pero también pude dimensionar las carencias del trabajo en cuanto a la fundamentación y a su discusión en relación con la categoría de *espacio público*.

Fue entonces cuando el trabajo se encontraba ante una disyuntiva: a) continuar con mi propuesta de análisis de la imagen del espacio público tratando de fundamentarla y vincularla con la primera parte de la tesis, o b) *recortar* la tesis limitándola a un enfoque socio-político y territorial. La primera opción implicaba empezar a estudiar el tema de la semiótica y renovar el proyecto, modificar radicalmente las categorías de análisis. Rehacer por cuarta vez el proyecto llevaría mucho tiempo, con el que no contaba; así que seguí el consejo de la Dra. Ramírez Kuri de centrar el trabajo en la categoría de *espacio público* y fortalecer el tema de la *informalidad*. Acorde con esa decisión desarrollé ambos temas, pero aún persistía el interés por desarrollar esa “otra parte”, es decir, que lo imaginario, sensorial, perceptivo seguía de alguna manera presente.

Llegado el momento fue necesario retomar el proyecto de investigación, y al tratar de eliminar lo relativo a la imagen de la ciudad, se hizo evidente que el trabajo perdía forma y que de cualquier manera habría que hacer un proyecto nuevo. Invariablemente habría que empezar de cero, pero ¿sería posible continuar con mi proyecto?

Al sopesar esta decisión, me enfrenté con muchos problemas, uno de ellos giraba en torno a la posibilidad de dar lugar al tema de la imagen desde mis herramientas teórico-conceptuales, es decir: ¿era posible avanzar sin acudir al campo de la semiótica?. Hasta ese momento no había encontrado una metodología útil para investigar cuestiones referentes al

espacio público urbano que me permitiera vincular el tema de la imagen como experiencia sensible desde una perspectiva socio-urbanística y que además se adaptara a las condiciones del campo en Tepito. Paralelamente, se encontraba el problema de la diferenciación de planos de la realidad espacial y del espacio público urbano, en particular. Las nociones de subjetividad y objetividad, de espacio social, espacio físico y el universo de las representaciones sociales enmarcaron esta nueva búsqueda. Además, había que elegir una estrategia de abordaje que me permitiera construir una metodología y diseñar las entrevistas de acuerdo con ello.

Ahora el obstáculo al que me enfrentaba consistía en la insuficiencia que tiene por sí mismo un acercamiento etnográfico y sociológico a una noción de la imagen urbana. Si bien la cuestión de la imagen no escapa al análisis de las relaciones de conflicto y negociación entre actores, el enfoque que se necesita para comprender la producción de la imagen a partir de la experiencia sensible del espacio, pasa por los conceptos que ofrece el universo teórico-conceptual de la semiótica y la comunicación. De esta manera, la utilización de un modelo socio-semiótico y político de la realidad urbana trae consigo la necesidad de enfrentar los problemas que inherentes a cada una de esas disciplinas. En particular, había que enfrentar uno de los problemas de la semiótica aplicada, que consiste en asumir que la comunicación no siempre es lingüística, y que tampoco es siempre visual. De esta forma, se hacía necesario trabajar en un análisis del universo sígnico y simbólico que se implica en la experiencia cotidiana de la ciudad. En aquel momento, una de muchas recomendaciones de la Dra. Ramírez Kuri fue darle importancia al enfoque de Lynch. Esta era una vía que me permitiría continuar con mi tema sin acudir a la semiótica (un campo desconocido para mí), y que además me permitía volver a la teoría urbana. Así, me fue posible organizar la tesis de una manera coherente, pero sobre todo accesible como punto de origen. Fue entonces que decidí ubicar en el núcleo del trabajo la propuesta de Lynch, pues me permitía establecer relaciones entre las distintas dimensiones del espacio utilizando un lenguaje propio del urbanismo, es decir, un lenguaje que me era posible comprender y justificar. Sobre todo, el lenguaje de Lynch consistía en una plataforma para comunicar lo que yo estaba planteando.

Había resuelto un problema, pero vendrían otros a continuación. En este segundo momento, uno de los principales retos fue encontrar la manera en que, al experimentar la ciudad el habitante de un lugar construye un espacio imaginado donde no sólo se ubica en un mapa cognitivo (como lo propone Lynch con el concepto de *pauta total*), sino que además, a partir de la interacción con el espacio, el habitante se ubica a sí mismo en un ámbito relacional. En este ámbito, el habitante identifica las coordenadas a través de los objetos y situaciones materiales que forman parte de su campo visual y en general, en todos los estímulos experimentables en la ciudad.

Estudiar el espacio público lleva consigo una serie de implicaciones en cuanto al abordaje de la categoría de espacio, pero evidentemente incluye también una perspectiva socio-política. Así, otro reto que tuvo lugar a lo largo de esta investigación se relaciona con las posibilidades que el habitante de la ciudad tiene para constituirse como ciudadano y específicamente en el reconocimiento de la experiencia cotidiana del espacio urbano en este proceso eminentemente político. En este sentido, para concluir el trabajo fue necesario identificar y contrastar las distintas formas en que se construyen las nociones de derechos y obligaciones en el uso cotidiano del espacio físico.

Así, para cerrar este trabajo, había que enfrentar aún más cuestionamientos que tienen que ver con el vínculo entre dos perspectivas teórico-conceptuales que no aparecen juntas con frecuencia: ¿Cuáles son los vínculos que podrían existir entre producción de la imagen urbana y construcción de ciudadanía? ¿Es la imagen un escenario o un objeto en la disputa por el poder? ¿Cómo comprender las maneras en que los agentes la utilizan como una herramienta en sus relaciones? ¿Cómo sustentar una hipótesis que afirma que la imagen de la ciudad es el resultado de las relaciones que mantienen los agentes entre sí?.

La estrategia fue fortalecer el trabajo realizado y limitarlo a un estudio socio-urbanístico desprendiéndome de las pretensiones semióticas. Así, el trabajo se centró en torno a las categorías y conceptos: *espacio público*, *comercio informal*, *gestión cultural*, *usufructo* y *relación público/privado* a las que se sumaron los derechos incluidos en *el derecho a la ciudad* de Henri Lefebvre y que fueron desarrollados por Jordi Borja.

Al desarrollar el vínculo entre las categorías de *prácticas sociales e imagen urbana*, resultó ineludible tratar la noción de *representaciones sociales*. Con estos antecedentes, me fue posible comprender y trazar mi propio abordaje, reconociendo las diferencias con estos abordajes. Así, a través de la noción de *observador*, por fin se abrió la posibilidad de concretar el proyecto original. Es decir, que a partir de una noción de observador participante, era posible construir la idea de un sujeto urbano protagonista de la imagen no sólo como un objeto representado en ella, sino como productor directo. En este sentido, se consideran algunos conceptos clave que propone Kevin Lynch: *imagen pública, observador, identidad y las unidades de la imagen*.

En este aspecto el trabajo de Armando Silva es un punto de partida ineludible, pues desarrolla una noción ciudadana del usuario-espectador. Sin embargo, aún hacía falta reconocer ciertas situaciones en torno a la producción de la imagen que no necesariamente tienen que ver con una intencionalidad comunicativa, racional, política y que son distintas a la posibilidad que ofrece la incidencia de los imaginarios urbanos para modificar los contratos sociales.

En este trayecto de la investigación, se abrió un horizonte inesperado: se hacía evidente una amplia gama de posibilidades de vínculo entre los actores y la imagen que incluía la posibilidad de la inexistencia de un vínculo en este sentido. En otras palabras, los objetos visibles en la imagen podían ser utilizados en la comunicación con fines políticos, de reivindicación de identidades, con fines utilitarios o como residuos de una actividad. La presencia en la imagen de elementos que no fueron producto de la actividad humana planteaba un problema, pues no formaban parte de las relaciones sociales, tal como se había planteado. Aparecían nuevas dudas que ponían en tela de juicio la metodología de investigación y en específico, planteaban nuevos retos al diseño de la entrevista.

La investigación tendía de nuevo a desbordarse, esta vez hacia un horizonte más amplio, así que no quedó otra opción que aprovechar la oportunidad que ofrecía el vínculo entre grandes núcleos conceptuales y trabajar en la diferenciación entre cada uno de ellos. Así, por un lado se encuentra el núcleo que conforman las propuestas de Lynch y Jodelet, y que se deriva en el objeto de estudio construido por Marta de Alba, relativo a la aplicación en el entorno urbano de la categoría de las *representaciones sociales*. Fue de esta manera como

se obtuvieron las siguientes premisas que permiten la construcción de un objeto de estudio que se ubica en el cruce que forman la imagen urbana y las prácticas sociales: a) la idea de una producción social del imaginario urbano; b) la incidencia en la imagen de las actividades humanas; y c) la utilización de la imagen pública como plataforma de expresión de las diferencias que organizan el *espacio social*.

Paralelamente, al asumir como eje central del trabajo la categoría de *espacio público*, de nuevo se hacía necesaria la tarea de establecer vínculos entre diferentes dimensiones del espacio. Esta vez, era necesario exponer las relaciones entre el ideal normativo y las dimensiones óptica y estética de la imagen. Fue entonces como a partir de la propuesta de Rabotnikof, fue posible avanzar hacia la conclusión del proyecto. Con este objeto, se tomó como punto de partida el par conceptual *visible-oculto*, una de las características de “lo público” que podía entenderse desde las perspectivas que confluyen en el proceso de producción de las representaciones del espacio.

Así, la imagen de la ciudad aparecía como una posibilidad para la construcción de la ciudadanía, en tanto que la existencia de trayectorias múltiples que comparten un tiempo (Massey, 2005) se hace patente en el fenómeno de la *visibilidad*. Finalmente, se ubicaron tres perspectivas que permitían establecer la relación entre imagen urbana y ciudadanía:

1. El trabajo de Hannah Arendt y Nora Rabotnikof en la construcción del concepto de “lo público”.
2. El trabajo de Jordi Borja y Patricia Ramírez en el desarrollo de las aplicaciones de los conceptos de espacio público, democracia y ciudadanía en el entorno urbano.
3. Las propuestas de Armando Silva y Néstor García Canclini en el establecimiento de una perspectiva que retoma las dos perspectivas anteriores y las profundiza desde una mirada comunicacional y antropológica.

Como una manera de concluir el trabajo, se propuso un análisis que intentó sintetizar estos núcleos conceptuales para establecer las maneras en que se representa la producción del espacio, y las formas en que los agentes se representan en esta producción imaginaria llamada imagen urbana. A partir de ahí, se buscó reconocer la forma en que los proyectos

de espacio público enarbolados por los comerciantes y los promotores culturales se encuentran y contraponen. Por último, se buscó identificar la manera en que, al estructurar su acción, los agentes en disputa parecen hermanarse en la búsqueda del ideal normativo de la ciudadanía, estableciendo como derroteros una serie de derechos que simulan una conciliación de intereses y hasta de identidades. Sin embargo, al estudiar los discursos desarrollados en torno a sus experiencias del espacio, resultó una verdadera contienda por la legitimidad que da el ejercicio del derecho a la ciudad. Así, esta reconciliación aparente que se confunde en la lucha cotidiana por la calle, da pie a un horizonte de análisis insospechado al inicio de esta investigación.

El presente texto consta de tres capítulos y un apartado de conclusiones. En el primer capítulo se presenta el proyecto de investigación y un intento por definir la noción *imagen del espacio público urbano*. A manera de registro, se presentan además algunas de las vías de aproximación más importantes tanto en términos teórico conceptual como metodológicos. La construcción de la entrevista mereció una buena parte de este capítulo, pues implica uno de los principales aportes de este proyecto y recupera los resultados de la búsqueda conceptual y las reflexiones realizadas durante varios años de trabajo.

Un segundo capítulo contiene los resultados del acercamiento a ese mercado metropolitano informal llamado Tepito. La motivación principal de este capítulo es tratar de comprender un complejo universo de procesos y relaciones. El estudio de la fascinante dinámica tepiteña tomó al tianguis como principal práctica generadora de procesos en la esfera físico-espacial, pero también en el ámbito imaginario. Así, este segundo capítulo explora los orígenes del tianguis y su desarrollo paralelo a los grandes procesos políticos del país y las decisiones urbanísticas en la ciudad. El recorrido histórico se plantea hacia la explicación del fenómeno actual de utilización del suelo como recurso y por lo tanto como objeto de disputa. La segunda parte de este segundo capítulo profundiza en las dinámicas actuales de utilización comercial del suelo y propone la idea de un usufructo privado del espacio público como eje de las prácticas que tienen lugar en el tianguis. Desde el punto de vista territorial y afectivo, se plantea un puente entre una concepción funcional del espacio y un

acercamiento imaginario a éste. Así, de la descripción de la vida cotidiana en el puesto y la construcción de límites espaciales a partir de micro territorios, la investigación avanza hacia el conocimiento de Tepito desde la experiencia cotidiana del espacio.

Un tercer capítulo muestra los resultados del trabajo de campo y los expone a través de dos fases de análisis. La primera, define a los sujetos en su ubicación, sus estrategias de selección de lo visible y jerarquización de los referentes materiales del espacio una vez que fueron percibidos y verbalizados. La segunda fase de análisis consiste en encontrar las tendencias que permiten finalmente tener una imagen del espacio público de Tepito no mediatizada y compartida, pero también fiel al registro de la experiencia cotidiana.

Por último se presenta una evaluación relativa a los alcances de la investigación donde, a manera de conclusión, se revisa el proyecto de investigación y se vuelven a discutir los principales hallazgos. Así, esta sección expone algunas reflexiones producto del análisis de resultados a partir de cuatro ejes: el debate sobre una dimensión temporal de la imagen, la necesaria proximidad entre una dimensión subjetiva y otra imaginaria y el reflejo de las dinámicas de conflicto y negociación en la imagen. Además, se incluye un listado de líneas de análisis posibles para la continuación de este abordaje al mundo de la percepción en la ciudad.

Agradezco especialmente a la Doctora Patricia Ramírez Kuri y a los integrantes del seminario de investigación “Espacio público: ciudad y ciudadanía”, que ella dirigió durante el desarrollo de este trabajo, por sus aportaciones, sus preguntas, pero sobre todo por su acompañamiento crítico. Esta investigación no hubiera sido posible sin el apoyo del programa de maestría en Urbanismo de la Facultad de Arquitectura y del programa de becas de la UNAM.

Reconozco el invaluable apoyo de Mario García Puga, Luis Arévalo Venegas, Jaime Reséndiz Gutiérrez “Camarón”, Alfonso Hernández, Gabriel Tavárez, María Cristina Sánchez Aldama y David Rivera Santiago para realizar las entrevistas y reunir información. Aprecio la confianza de Lourdes Ruiz Baltasar, Víctor Manuel Alarcón y de todos los entrevistados por su disposición para responder a las entrevistas en un entorno marcado por la suspicacia. Este trabajo tampoco hubiera sido posible sin la solidaridad, la comprensión

y el amor de mi esposo Jesús Eduardo Fandiño Armas. Agradezco el aliento de mis padres, mis familias biológicas y de mis amigas Laura Jaloma, Alhelí González, Sandra Gallegos y Paulina Salomón, así como de mi familia cubana. Agradezco también a María de los Ángeles Bautista Riveros, Karina Pintor Morales y Nelzabeth Padilla, quienes me apoyaron con su trabajo en casa.

CAPÍTULO 1: Presentación del proyecto de investigación.

1.1. Proyecto de investigación.

Este trabajo pretende estudiar las relaciones existentes entre el proceso de producción de la imagen urbana y las prácticas sociales que tienen lugar en Tepito.

Los límites geográfico-espaciales de esta investigación corresponden a 2 plazas y espacios abiertos en Tepito: 1) La zona central de tianguis correspondiente a las calles Aztecas, Tenochtitlan y Bartolomé de las Casas y 2) la plaza “Martes de Arte”, ubicada en la esquina del Eje 1 Norte y Vidal Alcocer. Ambos espacios se encuentran en la Delegación Cuauhtémoc, en el Distrito Federal (y plano 1 ver gráfica 1). Se consideran el área pavimentada, las aceras, los frentes de los inmuebles y todo aquello que sea visible en la experiencia de recorrer estos espacios, como los puestos, los toldos, la mercancía y la basura.

La delimitación temporal-histórica de la investigación contempla el periodo entre 2008 y 2010. En este lapso se pueden observar dos procesos paralelos. Por un lado, el desarrollo de la actividad cultural en la plaza Martes de Arte, y por otro, el desarrollo de la actividad comercial informal en la zona del tianguis.

Esta investigación está dirigida a hacer un trabajo de tipo exploratorio y descriptivo que busca comprender la incidencia de las prácticas sociales en la producción de la imagen urbana en un espacio público, central e histórico. En este sentido, se propone un estudio a partir de tres expresiones de las prácticas sociales. Dos primeras, relativas a: a) la interacción con el entorno y b) con la toma de decisiones respecto a éste. Y una tercera: c) relativa a las formas de percepción, representación y comunicación de los modelos de realidad que los sujetos producen al experimentar el espacio, en este caso, la calle y la plaza.

El análisis se plantea como un ejercicio de identificación de las prácticas sociales a través de las huellas que dejan en la realidad material de la ciudad; en este caso, de algunas calles y plazas en Tepito. Las marcas de las prácticas sociales son producto de la actividad (o de su ausencia) y se pueden analizar a partir de las representaciones que los actores hacen de

éstos mediante producciones simbólicas que llamaremos *unidades de la imagen*. Así, la presencia de basura o de la actividad cultural expresarían una dinámica política específica, así como una sociedad y un tiempo únicas; y serían al mismo tiempo expresiones de un proyecto de ciudad y de ciertos valores morales y estéticos que tomarían cuerpo en la experiencia cotidiana de la ciudad.

Esta propuesta busca enfocar el vínculo entre las distintas dimensiones del espacio público. Por un lado, la realidad material, sensorial, y por otro, una dimensión más subjetiva (individual y colectiva) en la cual el sujeto de la experiencia urbana desarrolla sus actividades cotidianas al tiempo que las representa en su entorno y se somete a dinámicas relacionales en las que (de manera activa o pasiva) participa en el proceso de definición tanto de los elementos materiales que conforman el espacio como de sus contenidos simbólicos.

Los actores que se encuentran presentes en el lugar de estudio fueron clasificados según la intensidad de interacción con el espacio. Es decir, en función del tiempo que han tenido para experimentarlo. Además, se consideran los intereses políticos y económicos que éstos puedan tener sobre los espacios en función de su posibilidad de lucrar con el suelo y con los contenidos simbólicos asociados a éste. Un tercer criterio de selección tiene que ver con las demandas de servicios, de oportunidades de expresión para la diferencia, así como lugares para la vinculación y la convivencia.

Así, en el área del tianguis se consideran a los siguientes actores:

- Comerciantes informales (vendedores).
- Comerciantes formales (empleados).
- Clientes del tianguis.
- Vecinos de la zona.
- Funcionarios de la Delegación Cuauhtémoc.
- Representantes de la iglesia católica.

Mientras, en la Plaza Martes de Arte, se plantean los agentes:

- Representantes del comité Martes de Arte en Tepito.
- Comerciantes informales.
- Vecinos de la zona.
- Funcionarios de la Delegación Cuauhtémoc.
- Población en situación de calle.

En esta propuesta, se buscará prestar especial atención a los sujetos que tienen relación franca con la plaza y la calle, es decir, los encargados de los puestos, el público asistente a las actividades culturales así como funcionarios que ejercen su trabajo directamente en el espacio público. Estos actores son influidos por diversos factores: por un lado, la función que desempeña Tepito en el sistema metropolitano como uno de los enclaves de la economía subterránea de área metropolitana de la Ciudad de México. Por otro lado, la antigüedad de los inmuebles y de la traza urbana, así como la permanencia del barrio y de su carácter popular desde la época prehispánica, le han otorgado su carácter histórico.

Estas actividades se explican en un contexto económico y político nacional caracterizado por la tendencia a la mercantilización y el descuido de los bienes públicos. Estos factores generan una creciente demanda sobre espacios con buena localización como Tepito, provocando una exacerbada presión sobre el espacio público.

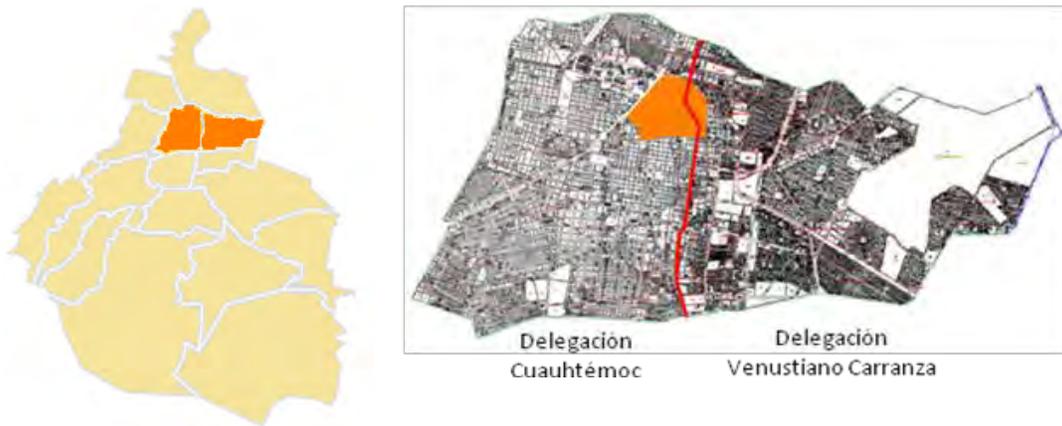
Al uso intensivo, y la masificación producidas por la demanda, se articula el crecimiento expansivo del comercio informal que ha provocado intervenciones muy características por la intensidad de uso de la calle y la cantidad de estímulos sensoriales que esta actividad genera. Esta tendencia, llevada al extremo en Tepito, ha llevado a la ocupación total de las aceras y las vialidades, imposibilitando el libre acceso y buena parte de los servicios domésticos y el comercio de barrio (misceláneas y expendios de mercancías de primera necesidad). El uso artero de la infraestructura eléctrica, así como la sobrecarga de los inmuebles al ser utilizados como bodegas al servicio del comercio informal son sólo algunas de las consecuencias manifiestas. Como consecuencia de todos estos factores, la oferta de espacios públicos de calidad, así como las condiciones básicas de un hábitat que contribuya al desarrollo social, se ven contrapuestas con los requerimientos del modelo económico vigente en la Ciudad de México.

Esta serie de fenómenos políticos y económicos tiene implicaciones en las prácticas sociales que se realizan en Tepito, pues inciden en el uso que se le da al espacio y en las formas de habitarlo. Así mismo, las tendencias políticas nacionales y regionales se reflejan en las actitudes de los agentes respecto a las formas de decidir sobre los objetos que conforman materialmente el lugar. Incluso la forma de percibir el espacio se transforma cuando los usos del espacio generan atmósferas que distancian al usuario de la imagen “primaria” que ofrecerían las fachadas de los inmuebles o bien, cuando las estrategias de

comercialización implican la súper densificación de las actividades familiares en torno a fenómenos como el “puesto”.

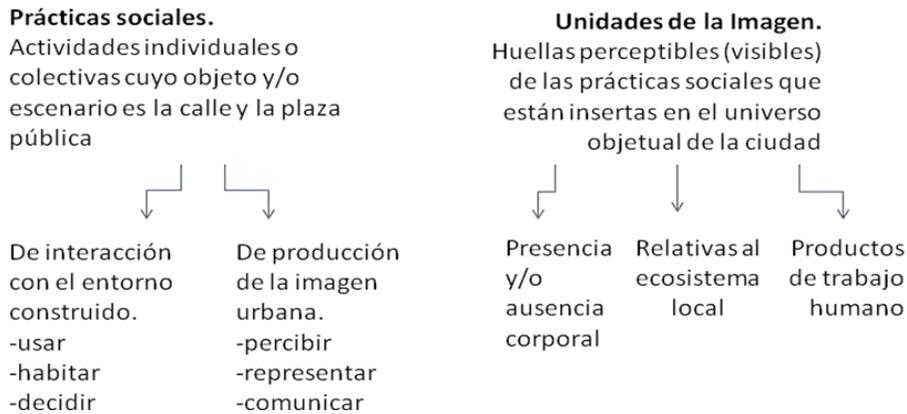
En este trabajo se pretende esclarecer las relaciones que existen entre dos tipos de prácticas:

- a) Las prácticas sociales relacionadas con la interacción con el entorno construido entendidas en primer lugar como las formas de usar y habitar el espacio, y, en segundo lugar, como las maneras de tomar decisiones sobre los objetos materiales que conforman el entorno construido, y
- b) Las prácticas sociales relacionadas directamente con la producción de la imagen urbana es decir, las formas de percibir tanto la realidad material, como las maneras de modelar esta realidad, así como los mecanismos de expresión de esas construcciones imaginarias.



Gráfica 1: Localización de Tepito en el Distrito Federal.

Espacio Público



Gráfica 2: Mapa conceptual “Prácticas sociales en la reproducción del espacio público”.

Si partimos de la idea de la imagen urbana como una expresión del espacio público, su construcción adquiere un carácter social. Luego, la producción de la imagen urbana resulta ser un proceso permeado por relaciones de conflicto y negociación; así como una elaboración íntimamente vinculada con las configuraciones identitarias de los agentes que participan de su construcción. Sin embargo, considerando el carácter sensorial y visual de la imagen, ¿cómo es que el uso del espacio, las dinámicas en la toma de decisiones, así como las formas de percibirlo y representarlo influyen en la producción de la imagen del espacio público?

La facultad de imaginación, de generación de modelos de realidad, implica la posibilidad de crear, de generar esquemas de solución a los problemas sociales más arraigados. Así, las propuestas en cuanto a la imagen urbana son relevantes en tanto que constituyen un modelo a seguir, un espacio para esbozar la materialización del deseo colectivo respecto al hábitat compartido. En este sentido, los distintos proyectos de ciudad y los conflictos por los recursos urbanos terminan reflejándose en las producciones imaginarias de los actores.

En el marco de mi trabajo profesional como urbanista en proyectos relativos a la revitalización del patrimonio urbano arquitectónico me he orientado hacia la formulación de programas culturales orientados a la integración de poblaciones con múltiples caracteres identitarios. Esta multiplicidad siempre se hace presente en espacios centrales e históricos; de manera que la integración entre centro y periferia, el pasado y el presente, así como el antagonismo de clases se imponen como las condiciones de referencia para el diseño de políticas públicas.

Por otro lado, como parte de mis estudios previos respecto a la planeación participativa y la ciudadanía como valor en la toma de decisiones respecto a lo público urbano, aparecía una constante inquietud referente a la dimensión cultural como una perspectiva de análisis del proceso de empoderamiento de los habitantes de la ciudad. Fue así como surgió la idea de formular un experimento de vinculación entre los imaginarios colectivos y las concepciones socio-políticas del fenómeno urbano que permitiera ampliar el conocimiento respecto al uso y a las apropiaciones del espacio público urbano.

Además, dentro de las actividades académicas de la maestría en urbanismo, tuvo lugar un estudio piloto en el Centro Histórico de Coyoacán, cuyo objetivo fue proponer estrategias que permitieran derivar de un proceso de diseño participativo las expectativas del usuario en relación al marcaje de su territorio que le dan identidad, pertenencia y apropiación del espacio (Ver foto 1). Luego de esa primera aproximación, se encontró que las estrategias locales están íntimamente relacionadas con objetos no permanentes colocados en espacios de flujo. Mientras que la identificación con el espacio se reflejó en las texturas, colores y diseño del mobiliario urbano.



Foto 1: Prueba piloto de diseño participativo, Coyoacán, 2007. (Fotos: CC).

Originalmente, la presente investigación estaba destinada a desarrollarse en Coyoacán, sin embargo, mientras se realizó el proyecto, se abrieron nuevas perspectivas profesionales y de investigación. Así, el modelo original fue adaptado para las condiciones del barrio de Tepito, donde la actividad de las agrupaciones y de las organizaciones sociales de comerciantes impone características muy particulares al espacio construido.

En el marco de los estudios sobre la ciudad y específicamente desde el abordaje propuesto por las ciencias sociales, se vislumbra una perspectiva poco estudiada en nuestro país; aquella relacionada con las imágenes que se producen en el marco del uso de los espacios y en la disputa por la toma de decisiones respecto a “lo público”. En este enfoque el estudio de la ciudad desde una perspectiva de lo imaginario adquiere relevancia cuando se le inscribe como una de las dimensiones de la disputa por el poder. Desde este punto de vista, la producción, expresión y manipulación de las imágenes adquieren una función principal en el vínculo entre actores diversos, así como en los lazos que éstos construyen con el espacio. En este aspecto, el reconocimiento de las prácticas sociales reflejadas en las diferentes estrategias de uso del espacio público resulta indispensable para orientar la gestión de áreas con alto valor patrimonial urbano-arquitectónico hacia la construcción compartida de los contenidos simbólicos del espacio público, es decir, el ejercicio democrático de la gestión pública en la ciudad.

Este proyecto adquiere otro valor dada la escasez de estudios sobre la dimensión simbólica y política de la imagen urbana en nuestro país. La orientación hacia el estudio del carácter visual de las expresiones del espacio público también adquiere sentido en el marco de los estudios sobre diseño y planeación urbanas, la arquitectura del paisaje, así como en el campo del arte público y arte urbano. En estos campos es necesario conocer con mayor profundidad las condicionantes sociológicas y políticas de las intervenciones y producciones sobre el espacio público. Así, trabajos como este aportan nuevas miradas en el estudio del espacio público, las formaciones sociales urbanas y en general, sobre la ciudad.

Desde la práctica del urbanismo en México, la “imagen urbana” es una actividad relativa a la preservación y mantenimiento de la apariencia de los inmuebles. Los planes y programas de desarrollo urbano establecen los criterios de intervención que deberán hacerse, por ejemplo, a

las fachadas y los pavimentos de una zona en particular. Como consecuencia de esta actividad, se eligen los materiales, los colores y se procura asignar un carácter homogéneo o por lo menos armónico que identifique al espacio como una unidad, como un lugar. Sin embargo, en la vida cotidiana, la construcción de representaciones y construcciones imaginarias de la ciudad, se encuentra ligada a los usos del espacio, a las poblaciones que lo habitan, al *status* y a las diversos juicios que se le adjudican a un lugar y a las emociones que suscita su evocación.

La comprensión de estas características rebasa las posibilidades de la actividad arquitectónica y del diseño urbano, pues la construcción imaginaria de la ciudad no es exclusiva de los profesionistas de la construcción, y aún menos si se trata de la imagen de un espacio público.

Objetivos generales:

Conocer y describir los procesos de producción de la imagen urbana en el Barrio de Tepito a través de: 1) el análisis de los referentes percibidos por los agentes. 2) el análisis las prácticas de interacción con el entorno.

Particulares:

1. Comprender cuál ha sido el proceso socio-histórico que ha definido la situación actual de un espacio público metropolitano de la Ciudad de México: el Barrio de Tepito.
2. Conocer cuáles son las diferentes formas de habitar y usar el espacio público en Tepito a partir de: a) Descripción e historia de las actividades (agentes involucrados, inicio, desarrollo, actualidad) y b) Conocimiento del emplazamiento y cifras de las actividades.
3. Identificar y analizar las *unidades de la imagen* que el uso y la dinámica política dejan sobre el entorno construido (entendido en su estrato material). En este sentido, se pretende conocer las formas de representar el espacio, así como los contenidos mismos de estas representaciones. Así, se buscará identificar: a) cuáles unidades de la imagen son percibidos, b) cómo son representados y c) qué sujetos y qué procesos se asocian a ellos.
4. Reconocer cómo se refleja la dinámica relacional local en la producción de las *las unidades de la imagen*.

Preguntas de investigación:

1. ¿Cómo se produce la imagen del espacio público en el barrio de Tepito?
2. ¿Cómo juegan las dinámicas sociales, políticas y económicas en esta producción?
3. ¿Cómo se expresan las disputas por el acceso a la ciudad y por los recursos urbanos en el proceso de producción de la imagen de la ciudad?
4. ¿Cómo conocer la imagen urbana desde la dimensión cotidiana de su producción?
5. ¿Qué relación tiene la producción de la imagen del entorno con la producción de la imagen del sujeto en sí mismo?
6. ¿Cómo juega la imagen urbana en la interacción y la confrontación social?

Si se concibe a la imagen urbana como una expresión del espacio público, que a su vez es el resultado de las prácticas sociales de múltiples agentes inmersos en relaciones de conflicto y negociación, entonces la imagen urbana del Barrio de Tepito es un producto conjunto de las prácticas sociales de múltiples agentes que participan en su construcción

En particular, estos actores responden a diversos fenómenos políticos y económicos regionales y globales que repercuten de manera indirecta en los mecanismos de producción de la imagen del espacio público. De esta manera:

Los principales agentes en la producción de la imagen del espacio público son las organizaciones de comerciantes informales. A partir del 2004, otras organizaciones incipientes han desarrollado propuestas alternativas de manera marginal con el fin de contrarrestar la dinámica de mercantilización y depredación del espacio público impulsada por la economía subterránea.

Ya sea por acción directa o por oposición, la percepción y representación de la imagen del espacio público están asociadas a las consecuencias de la actividad del comercio informal y la delincuencia organizada.

Las unidades de la imagen que se perciben en Tepito son más efímeros que permanentes y se realizan con recursos materiales precarios. En la zona del tianguis, los objetos y sujetos visibles se encuentran exclusivamente relacionados con el comercio: Comerciantes, mercancía, toldos, operativos. En la plaza martes de arte también se relacionan con el comercio, pero existen otros elementos relativos tanto a las actividades culturales como a la falta de higiene y el descuido

del espacio. Los agentes “invisibles” son los vecinos y los comerciantes formalmente establecidos.

Uno de los retos más interesantes en el conocimiento de la imagen urbana es a todas luces el diseño de dispositivos que permitan el acercamiento a las fuentes de información primaria. Si a esto sumamos el carácter suspicaz de los comerciantes, vecinos y funcionarios en el barrio de Tepito, tenemos frente a nosotros la oportunidad invaluable de realizar un ejercicio de creatividad para adaptar el dispositivo a las condiciones de trabajo en campo. En coherencia con los planteamientos señalados líneas arriba, se optó por escoger dos técnicas cualitativas: la observación participante y las entrevistas semi estructuradas.

La etnografía: es una técnica desarrollada fundamentalmente por la antropología social y cultural que consiste en el ingreso del investigador a los espacios cotidianos que son motivos de su investigación. Es importante señalar que los investigadores cuando aplican esta técnica, no buscan manipular, ni controlar sus entornos sociales o normativos, sólo describen aquellos aspectos que consideran importantes para su investigación, es por ello que la observación participante es un excelente mecanismo para tomar parte en la vida de una comunidad al tiempo que la observamos y la estudiamos, además de participar en la vida local, lo que significa hablar constantemente con la gente y preguntarles sobre lo que observan. Este procedimiento nos permitirá ubicar a los informantes claves.

Entrevistas focalizadas: la entrevista cualitativa es una conversación en donde se expresan narrativas y representaciones sociales, que refuerzan un orden de la vida, del pensamiento e incluso de las identidades de los sujetos, en este sentido, se distinguen básicamente dos tipos de técnicas de investigación: la entrevista en profundidad y la entrevista enfocada, ambas tienen básicamente la misma estructura instrumental a la hora de operar en el trabajo de campo, pero difieren en la estrategia de diseño que emplea el investigador.

Como técnicas de aproximación, se realizaron 9 entrevistas en profundidad a los siguientes actores: 1 líder del comercio informal, 2 promotores culturales, 3 funcionarios de la Delegación, 2 comerciantes, 1 representante de la iglesia. Estas entrevistas se realizaron a informantes clave para conocer el origen, desarrollo y actualidad del fenómeno del tianguis y de las actividades culturales.

En una segunda etapa, se efectuaron 22 entrevistas focalizadas cuyo objetivo fue el de realizar un ejercicio de identificación, enunciación y significación de los referentes visibles para cada sujeto. De esta forma, los formatos se repartieron de la siguiente manera: 11 en la Plaza Martes de Arte y 11 en las inmediaciones de lo que anteriormente fue la Plaza Fray Bartolomé de las Casas. Se aplicaron a: 5 vecinos, 5 a empleados del comercio informal, 2 a empleados del comercio formal, 4 a funcionarios de gobierno, 3 a promotores culturales, 1 representante de la iglesia católica, 1 persona en situación de calle y 1 transeúnte.

Las entrevistas a profundidad fueron realizadas entre agosto y diciembre de 2009 en espacios privados: oficinas de gobierno, viviendas particulares y locales comerciales. Por su parte, las entrevistas focalizadas fueron realizadas entre noviembre de 2009 y abril de 2010 durante las mañanas y tardes de los días laborables en el barrio y se realizaron en las plazas y calles antes indicadas.

1.2. ¿Qué se entiende por espacio público?

Definir el espacio público obliga a abordar la categoría de espacio. Esta tarea no resulta fácil, pero podríamos comenzar por considerar al espacio como producto que cobra diferentes dimensiones (Lefebvre, 1976: 23, Castells, 2006: 444; Harvey, 1990: 204). Por un lado, se entiende como algo real, concreto, instrumental y reducible a un objeto del conocimiento. En este sentido, se trata de un espacio mental preciso, determinado por filósofos y matemáticos, pero también como un objeto definido por la actividad práctico-sensorial (Lefebvre, 1992: 3-18).

Sin embargo, más allá de una condición esencial u ontológica, la *espacialidad* implica la posibilidad de la diferencia, es decir de la existencia de múltiples entidades que siguen su propio curso de manera simultánea y relativamente autónoma haciendo del espacio la posibilidad de cruce de trayectorias (Massey, 2005: 106,117). Desde esta perspectiva, el espacio no es una superficie ni un escenario inmóvil, sino una posibilidad de existencia, encuentro y desencuentro de trayectorias. Como consecuencia, el espacio entendido como producto de relaciones y como posibilidad de simultaneidad siempre está inacabado (Massey, 2005: 119).

Como producto social, perceptible, tangible y concreto, el espacio se entiende como (...) *el soporte material de las prácticas sociales que comparten el tiempo*. (Castells, 2006: 445). Por esta razón, no se le puede definir fuera del marco de los procesos y prácticas de reproducción de la vida social, pues es a través de estos procesos y prácticas que le son asignados forma, función y significado (Castells, 1972: 152; Castells, 2006: 444; Harvey, 1990: 204).

[el espacio se entiende]...*en relación con otros productos materiales –incluida la gente- que participan en relaciones sociales determinadas [históricamente] y que asignan al espacio una forma, una función y significado social*. (Castells, 1972: 152; Castells, 2006: 444).

...*las concepciones objetivas de tiempo y espacio se crean necesariamente mediante prácticas y procesos materiales que sirven para reproducir la vida social (...) Es un axioma fundamental de mi indagación que tiempo y espacio no pueden comprenderse independientemente de la acción social*. (Harvey, 1990: 204).

Por otra parte, el espacio entendido en su relación con los procesos sociales se entiende además como *territorio*, por lo que no es sólo un producto de una sociedad, sino que también es un elemento fundacional de las diversas configuraciones identitarias. Así, el espacio cumple una función principal como “*soporte de la memoria colectiva*” pues reúne elementos geo-simbólicos en un entorno construido (Giménez, 2005: 120; Ramírez Kuri, 2009: 22).

Paralelamente, el espacio se considera desde una dimensión histórica, pues cada sociedad y cada modo de producción generan su propio espacio, asignando lugares apropiados para las relaciones entre sexos y grupos de edad, y estipulando la forma jerárquica de las funciones sociales (Lefebvre, 1976: 32). De esta manera, el espacio como representación simbólica es útil para mantener las relaciones de reproducción y producción en un estatuto de coexistencia y cohesión (Lefebvre, 1976: 32). De esta manera, el espacio resulta en una serie de representaciones específicas de la interacción entre la división del trabajo y las formas jerárquicas de las funciones sociales en el que los actores se distribuyen de acuerdo a dos principios de diferenciación: el capital económico y cultural (Lefebvre, 1972: 32; Bourdieu, 1997: 14). Concebido como *espacio social*, se entiende entonces como estructura de distribución de las diferentes especies de capital y tiene la facultad de ordenar las representaciones de este espacio así como las tomas de posición en las luchas para conservarlo o transformarlo (Bourdieu, 1997: 18).

Desde la perspectiva de Lefebvre, el espacio se plantea como el intersticio entre el espacio *percibido*, *concebido* y *vivido* (Lefebvre, 1992: 38-46). Para Lefebvre, el espacio social también contiene representaciones específicas de esta doble o triple interacción entre las relaciones sociales de producción y reproducción (Lefebvre, 1992: 32). En este sentido, la representación simbólica sirve para mantener esas relaciones sociales en un estado de coexistencia y cohesión (Lefebvre, 1992: 32). En un esfuerzo por trascender la dicotomía sujeto-objeto, Lefebvre propone una idea de espacio a partir de la conjunción de la tríada conceptual que forman la *práctica espacial*, las *representaciones del espacio* y los *espacios representacionales* (Lefebvre, 1992: 33).

La primera de estas tres concepciones es la que hace referencia al resultado de la práctica espacial de una sociedad, es decir, aquélla que es consecuencia de la rutina cotidiana y de la construcción de rutas y redes que ligan al ámbito laboral, al de la vida privada y al del ocio (Lefebvre, 1992:38). Se trata del espacio *percibido*, es decir, de una idea del espacio que no ha sido trabajada intelectualmente, que no es concebida lógicamente y que sólo puede evaluarse empíricamente (Lefebvre, 1992: 38).

Por otro lado se encuentran las representaciones del espacio, es decir, el espacio de los científicos, planificadores, urbanistas, tecnócratas e ingenieros sociales y de un cierto tipo de artistas con inclinaciones científicas (Lefebvre, 1992: 38). Este sería entonces el espacio *concebido*, caracterizado por estar delimitado por las relaciones de producción y por el orden que imponen esas relaciones y por ende al conocimiento, a los signos y códigos y a las relaciones “cara a cara” (Lefebvre, 1992: 38). Por su parte, los espacios representacionales encarnan simbolismos complejos, algunas veces codificados, otras veces no, ligados al lado clandestino o subterráneo de la vida social y también al arte (Lefebvre, 1992: 39). En este sentido, Lefebvre hace referencia al espacio *vivido* a través de sus imágenes y símbolos asociados, es decir, el espacio que la imaginación busca cambiar y apropiarse (Lefebvre, 1992: 39). En este sentido, Lefebvre afirma que el espacio social contiene representaciones específicas de la interacción entre las relaciones sociales de producción y de reproducción (Lefebvre, 1992: 32). Desde esta perspectiva, las representaciones simbólicas son útiles para mantener las relaciones sociales en un estado de coexistencia y cohesión (Lefebvre, 1992: 32).

En síntesis, el espacio se concibe desde una perspectiva que contempla su multidimensión y que lo entiende como un cruce de trayectorias, como una forma de contener y ordenar las relaciones de producción y reproducción y por tanto, como un producto y expresión de una sociedad específica. En este enfoque se considera además que el espacio tiene un carácter práctico-sensorial, pero que también cobra forma en modelos realizados por diferentes agentes, desde distintas posiciones y que sus representaciones son parte de los mecanismos de mantenimiento de las relaciones sociales.

Ciudad y espacio público.

El término *ciudad*, procedente del latín *civitas*, *atis* se comenzó a utilizar hacia el año 1140 (*cibdad*) para nombrar al conjunto de los ciudadanos de un estado o ciudad (Coromines, 1991). Del vocablo *civis*, “ciudadano” (empleado desde el año 1250 aproximadamente) derivó “ciudadanía”, una palabra utilizada para denominar a un grupo de personas con ciertas características políticas que se encuentran en función de los derechos y obligaciones que les da la pertenencia a una ciudad. Entonces, aplicando los términos en que se describe al espacio como fenómeno universal, la ciudad puede ser vista como una expresión del espacio mental, pero también como expresión del *espacio social* (Bourdieu, 1997: 14)

Para fines de este trabajo, la ciudad es considerada como una de las manifestaciones del espacio que se identifica por hacer patente su carácter político. Es en la vida urbana donde se condensan los cambios estructurales de la sociedad y en donde se contienen diversas formas organizativas, identidades culturales, redes sociales, modos de vida y formas de apropiación del espacio (Ramírez Kuri, 2007: 107). La ciudad aparece entonces como un fenómeno paradigmático en la comprensión del espacio como producto social, como estructura que organiza las diferencias, y como base en la construcción de relaciones sociales (Ramírez Kuri, 2007: 107).

En el contexto de la relación local-global, la ciudad se entiende como materialización de los procesos sociales y como una compilación de lugares que se organizan en relación con el espacio de los flujos (Castells, 2006: 457-462). Se trata de una representación del mundo urbano, pero también se concibe como espacio de lugares, donde se crean varios significados y se confrontan distintos intereses, demandas y necesidades que muestran la configuración de las relaciones sociales y expresan la construcción de lo público espacializándolo

(...) como resultado de las prácticas sociales históricamente definidas que proveen a los lugares de forma, función y significado. (Ramírez Kuri, 2007: 102, 103-109).

Es importante mencionar que los lugares, entendidos como localidades organizadas en una compleja red, se entienden por oposición al espacio de los flujos por su carácter físico y relativamente estático (Castells, 2006: 457-462)

Un lugar es una localidad cuya forma, función y significado se contienen dentro de las fronteras de la contigüidad física. (Castells, 2006: 457).

De esta manera, la ciudad como espacio de lugares es también sede de las grandes transacciones de capital a escala global y es el punto de interacción entre el ámbito de lo local donde se espacializa el trabajo y, en muchas ocasiones la pobreza y lo global donde habitan las élites dominantes y fluyen los grandes capitales (Castells, 2006: 448-451).

La ciudad y el espacio público son dos categorías que tienen diversas convergencias. La primera de ellas tiene que ver con el hecho de habitar en un mismo lugar y compartir una misma situación de vida y de pertenencia. En la Grecia antigua, Aristóteles consideraba al lugar de residencia como punto común entre los ciudadanos dándole a la ciudad una dimensión tanto espacial como política:

No tener nada en común es evidentemente imposible, pues el régimen de una ciudad es una cierta forma de comunidad y, en primer lugar, es necesario que el lugar de residencia sea común: es, en efecto, la unidad de lugar lo que hace la unidad de la ciudad, y los ciudadanos son los que tienen en común su ciudad única (Aristóteles, 2006: 7).

En un segundo sentido, la ciudad es considerada como espacio público por ser sede de formas diversas de relación, acción, expresión y participación ciudadana (Borja, 2003: 59-82). Al respecto, Jordi Borja propone una definición dinámica que la vincula con el ejercicio del poder, la realización de las interacciones entre actores y el ámbito de toma de decisiones:

La ciudad es intercambio, comercio y cultura. No es solamente urbs, es decir, concentración física de personas y edificios. Es civitas, lugar de civismo o participación en los asuntos públicos. Es polis, lugar de política, de ejercicio del poder (Borja, 2008).

Por otra parte, en francés existe una distinción entre la ciudad física y la ciudad política, que no se presenta de manera tan evidente en el léxico castellano. El término *cit * refiere a la

ciudad política, es decir a sus habitantes en sus relaciones políticas, mientras que el término *ville*, se relaciona con el conjunto de edificios. En este sentido, Jean-Jacques Rousseau en “El contrato social” remarca esta diferencia al disociar la dimensión físico-espacial y aquella relacionada con un ámbito relacionado con las estrategias de intervención en los asuntos públicos y el gobierno en el que aparecen entidades como el ciudadano o el estado y las instituciones.:

La plupart prennent une ville pour une cité et un bourgeois pour un citoyen. Ils ne savent pas que les maisons font la ville mais que les citoyens font la cité. (Rousseau, 1762: 26; Liauzu, 1996: 434).

La ciudad se entiende entonces como una situación de vida que es compartida con otros, como objeto y escenario de la política pero también como sujeto colectivo. Todas estas acepciones coinciden en una aplicación del concepto de lo público y en específico de lo público urbano. Es así como el estudio de las dinámicas sociales que tienen lugar en la ciudad se articula al debate actual sobre la definición de lo público.

Según Nora Rabotnikof, los significados clásicos de lo público se organizan en tres parejas de conceptos encontrados. Por un lado, se hallan las referencias a lo común o general en relación con aquello individual, particular. Por otro lado, se hace referencia a la visibilidad de algo o de alguien y su conocimiento y publicidad en contraste con lo que se esconde, se desconoce o que es privado. Por último, la pareja que forman lo abierto o accesible y aquello que está cerrado o clausurado (Rabotnikof, 2003: 18).

Desde este enfoque, lo público no es un hecho consumado, sino más bien un proyecto por realizar. La idea clásica de lo público puede hacer creer que se trata de una forma de relacionarse que alguna vez existió y que es necesario recobrar. En este sentido, Rabotnikof propone abordar lo público como “*el espacio que hay que construir*” en el contexto de una sociedad plural y diferenciada (Rabotnikof, 2005: 13, Ramírez Kuri, 2007: 98). Este concepto responde a un proceso de “*búsqueda de un lugar de lo común y lo general*”, donde se identifique el espacio de la ciudadanía, del consenso, de lo colectivo, de la participación y de la reivindicación de la pluralidad (Rabotnikof, 2005: 14-15; Ramírez Kuri, 2007: 108).

Desde otro punto de vista, en la sociedad moderna la presencia de lo social en la vida pública disuelve los límites entre lo privado y lo político como actividad pública, transformando el significado de estos conceptos y haciendo patente que es en la sociedad donde los intereses privados adquieren un sentido público representativo del mundo común que tiene significación espacial, pero que trasciende la localización territorial (Arendt, 1993: 221; Ramírez Kuri, 2007: 103). En este enfoque se distinguen tres condicionantes que trazan pautas para pensar el espacio público en el contexto de una sociedad urbana compleja: 1) Permanencia: condición para la existencia de este mundo común en donde los seres humanos se relacionan y viven juntos, lo que implica que éste no puede pensarse para una generación, sino trascender su dimensión espacio-temporal inmediata. 2) Pluralidad: de perspectivas y situaciones que simultáneamente definen la realidad de lo público como mundo común que reúne a todos, pero quienes habitan en él ocupan y representan posiciones distintas. El sentido de la vida pública radica precisamente en “ser visto y oído por los otros deriva su significado del hecho de que todos ven y oyen desde una posición diferente” y, 3) Lo común: elemento unificador que por encima o a pesar de las diferencias pueda vincular a partir del interés y debate en torno a un mismo objeto, a aquellos que viven juntos (Arendt, 1993: 64-66). En este sentido, la ciudad se revela su identidad como espacio social, como lugar de confluencia de la diferencia donde se han desarrollado formas de poder, de gobierno, civilidad, y convivencia. Además, en el ámbito urbano se define también por la posibilidad de experimentar situaciones de conflicto, confrontación y disolución social (Ramírez Kuri, 2007: 90).

Desde este enfoque, la ciudad condensa y expresa la definición política del espacio al configurarse como una representación social. Así, la ciudad se ve involucrada en un uso ideológico de las representaciones, pero también se concibe como un fenómeno político dado que al compartir un espacio de habitación, uso y apropiación, la ciudad se convierte por sí misma en un lugar compartido, en un espacio público.

El espacio público es una categoría de significados múltiples que alude a las formas de organización de la vida común, lo que hace referencia a la espacialidad de las relaciones humanas pero trasciende la localización territorial. (Ramírez Kuri, 2007: 103).

Como consecuencia, el espacio público amplía sus significados, pues por un lado, la ciudad se entiende como una expresión del espacio público, pues ésta representa el mundo urbano, pero también el de lo común entre diferentes (Ramírez Kuri, 2007:104). Además, el espacio público se entiende a su vez como espacio de lugares compartidos por grupos distintos de la sociedad. En éstos se generan relaciones de sociabilidad y convergen formas de pertenencia y organización, por lo que se entiende como ámbito de encuentro y comunicación. Sin embargo, al ser un producto humano, éste adopta la condición ambivalente de las relaciones humanas y se convierte además en un escenario y objeto de confrontación. Así, en el espacio público tienen lugar conflictos sociales y culturales por el control y uso del espacio y los bienes públicos (Ramírez Kuri, 2009: 108-109).

Por su parte, Borja recupera la noción del “derecho a la ciudad” de Lefebvre y reivindica al espacio público como una condición necesaria de la justicia en la ciudad y lo considera como un factor de redistribución social. En este sentido, el espacio público aparece como objeto de intervención del urbanismo y se le impone la tarea de procurar condiciones de integración y de combate a la desigualdad social. Así, la calidad de un espacio público depende de su relación y ubicación dentro de la ciudad, de la dotación de medios de transporte así como de las condiciones necesarias para la movilidad. Además, las condiciones de un lugar deberían ser respetuosas con el habitante en relación con las necesidades de salud, higiene y elementos que permitan el goce de la ciudad (Borja, 2003:318,321).

Este autor incluye en el repertorio de los elementos que caracterizan a un espacio de calidad el factor de la seguridad en la propiedad y uso del suelo urbano (para la vivienda y las actividades económicas). Por último, esta perspectiva enfatiza el carácter político de las prácticas sociales que tienen lugar en la ciudad y entorno a ella. De esta manera, el espacio público debe significar una oportunidad para el ejercicio de los derechos políticos en la medida en que sus habitantes puedan participar de los espacios de decisión respecto a los temas que se comparten en torno a un lugar común.

El espacio público es una condición básica para la existencia de la ciudadanía, el derecho a un espacio público de calidad es un derecho humano fundamental en nuestras sociedades. El derecho a un lugar, a la movilidad, a la belleza del entorno, a la

centralidad, a la calidad ambiental, a la inserción en la ciudad formal, al autogobierno (...) configuran el derecho a la ciudad. (Borja, 2003: 291).

En el contexto actual se hace patente la resignificación de lo público en un entorno marcado por varios fenómenos convergentes. Por un lado se encuentran la articulación del ámbito local al global y el predominio del capitalismo flexible como modo de producción hegemónico. Además, a éstos se unen los cambios estructurales en la relación estado-sociedad-territorio y un inédito desarrollo de innovaciones tecnológicas (Castells, 2006: 410). En esta realidad surgen nuevos modelos de convivencia, relación, comunicación, información, participación y de acción colectiva que se vinculan con nuevas concepciones de política, sociedad civil, democracia, ciudadanía y derechos (Lechner, 1996 y 2001: 116-151; Borja, 2003: 295-322; Rabotnikof, 2008: 40-44; Ramírez Kuri, 2009: 50-55).

En este sentido, en las últimas décadas los cambios políticos, económicos y culturales han provocado la metamorfosis de lo que durante la primera mitad del siglo XX fue una vida estructurada en torno al estado (Hobsbawm, 1998:557-560). En esta situación inicial, la esfera pública estaba integrada espacialmente unidades territoriales identificadas política y culturalmente. De esta manera, se evidencian nuevas rutas de orientación de lo público cuyos principales ámbitos de transformación se encuentran en la configuración del estado y las relaciones con la sociedad, así como un recambio de roles y funciones al interior de los distintos agentes (Roitter, 2004: 17-32, Bresser y Cunill, 1998: 28-31).

Así, por un lado, se vislumbra la debilidad como espacio único articulado en torno al estado y las instituciones. Mientras que por otro lado, se hace evidente la fragmentación que experimenta como espacio de relación, de comunicación y de acción, que se produce de manera particular en las grandes ciudades. Una tercera tendencia de transformación hace referencia a la *refeudalización* de lo público, pues lo convierte en un conjunto diverso y complejo de espacios de comunicación interconectados que desbordan y fragmentan la dimensión nacional (Keane, 1997: 57; Ramírez Kuri, 2007: 104).

Las dinámicas sociales que tienen lugar en la ciudad son clave en la lectura de las transformaciones de la vida pública. De esta forma, procesos como la privatización, la corrosión de centralidades y la especialización del espacio urbano son consecuencia de la

reelaboración del vínculo social. Asimismo, la desigualdad y los problemas de gobernabilidad de las ciudades tienen ineludibles consecuencias sobre la calidad de vida y de los espacios públicos (Makowski, 2003: 89).

Las transformaciones de los espacios públicos no sólo están vinculadas a la impronta de las ciudades en tiempos de la globalización, sino también a las propias definiciones de la vida pública: una marcada estratificación de las interacciones sociales, un repliegue sobre lo privado y lo íntimo y una dispersión cada vez mayor de los marcos tradicionalmente generadores de sentidos socialmente vinculantes. (Makowski, 2003: 90).

El problema de definición en la concepción de lo público-privado toma sentido en la sociedad moderna y específicamente en la ciudad cosmopolita, donde ocurren encuentros cercanos entre extraños y diferentes. En este entorno, la vida pública se transforma disminuyendo la participación con fines sociales y se evidencia la falta de compromiso cívico y la debilidad de los vínculos sociales (Sennett, 1978). En cuanto a las formas de habitación y la vida cotidiana en las ciudades se observa el abandono de lo público y el repliegue al ámbito de lo privado y lo íntimo personal. Así, una de las consecuencias evidentes en las ciudades contemporáneas es la tendencia a ocupar menos los espacios públicos de la ciudad, -como plazas, calles, cafés- y concentrar la actividad en el ámbito doméstico y en otros espacios privados. Esta situación limita las oportunidades de sociabilidad y resta significado a aquello que es compartido dejando a su paso una situación de aislamiento y de soledad (Sennett, 1997).

De esta manera, el espacio público como lugar de encuentro de sujetos diferentes implica, por un lado, una oportunidad para ejercitar la tolerancia y disfrutar de la diversidad cultural, entendida como una riqueza propia de una ciudad. Pero, la diferencia también suele ser el resultado de la desigualdad. Entonces, a través del proceso de interacción entre diferentes actores se expresa el contenido de la vida pública, la manera como se definen los asuntos de interés común y la manera como se ejerce la ciudadanía. (Ramírez Kuri, 2009: 48). En un contexto marcado por la crisis del Estado, se observa una doble tendencia a la privatización y burocratización de lo público en el cual

[lo público] *ha estado expuesto a un proceso de privatización, dominado y capturado por intereses particulares, tanto de corporaciones privadas como de las propias burocracias.* (Bresser y Cunill, 1998: 31).

Evidentemente, la transformación del papel del estado y de sus relaciones con los otros agentes no derivó en un espacio vacío, más bien, actualmente tienen lugar nuevos procesos que reorganizan las funciones del estado y dan cabida a nuevas expresiones políticas y ámbitos de representación. En este sentido, Keane, propone el concepto de *esferas públicas* para describir esos espacios de comunicación que han surgido a partir de los movimientos experimentados en el ámbito estatal. En este enfoque, las esferas públicas se entienden como relaciones espaciales entre personas

...por lo general vinculadas por algún medio de comunicación y entre las cuales se suscitan disputas no violentas (...) en torno a relaciones de poder que operan dentro de un determinado medio de interacción y/o dentro de los más amplios ámbitos de las estructuras sociales y políticas en los que se encuentran los adversarios” (Keane, 1997: 58).

Estos espacios representan “*fases de poder y acciones ligadas a intereses*” (Keane, 1997: 58) en las que se distinguen las macroesferas y mesoesferas públicas. Las *Microesferas públicas* son ámbitos de interacción que también se dan en determinados medios o lugares donde se producen disputas localizadas. Son ámbitos de pequeña escala y estructura horizontal que pueden integrar a miles o millones de personas y debatir en niveles macrosociales y políticos de poder. En estas esferas públicas locales pueden generarse vínculos sociales, formas organizativas y participativas que emergen en la vida cotidiana, por lo que se han considerado características de los movimientos sociales (Keane, 1997: 58-60; Ramírez Kuri, 2007: 104).

Desde una perspectiva socio-urbanística, la noción de *microesferas* cobra relevancia en la construcción del espacio público urbano pues, es en esta escala de la vida social donde se construyen formas de relación, oposición e intervención colectiva que emanan de la experiencia cotidiana.

Mientras se observa la creciente debilidad del estado como garantía de las condiciones de vida, emerge la necesidad generar una nueva manera de entender lo público en la que se

impida, por otro lado, el crecimiento voraz del mercado. De esta manera, se propone que la concepción de lo público pueda encontrarse más allá de los límites impuestos por las condiciones actuales del estado y el sector privado. Lo público es visto como *“lo que es de todos y para todos”* (Bresser y Cunill, 1998: 42-43), es decir, lo que no está volcado para el lucro o para el consumo, aquello que tampoco está orientado a la defensa política de intereses sectoriales o grupales. Lo público no estatal se concibe como el espacio de la democracia participativa, donde aquello que es común, se encuentra relacionado con la protección de los derechos republicanos de los ciudadanos, en el sentido de que

(...) el patrimonio sea de hecho público y no capturado por intereses particulares. (Bresser y Cunill, xxxx: 42-43).

De esta manera, el espacio público se define como un ideal normativo cuyo contenido está formado por el paradigma de socialización y su expresión territorial. Sin embargo, resulta ser además un lugar de desencuentro, conflicto y expresión de la desigualdad. Así, el espacio público resulta ser el conjunto de dos realidades contrastantes que agrupan diversas posibilidades de interacción social y su espacialización en la ciudad.

CAPÍTULO 2: La imagen urbana desde los usos de los lugares públicos.

2.1.Comercio informal y espacio público en la ciudad de México.

En esta sección abordaremos algunos de los conceptos en torno a la práctica del comercio en los lugares públicos. Estos conceptos son relevantes si se consideran en su relación con los procesos de ocupación y apropiación de las calles y plazas en Tepito.

En primer lugar nos referimos al *tianguis*, entendido como una práctica de producción del espacio urbano que ha estado presente en el altiplano mexicano desde la época prehispánica (Alarcón, 2008: 13). La palabra *tianguis* proviene del náhuatl *tianquiztli* que se traduce al español como “plaza” o “mercado” derivado de *tianqui*: vender, comerciar, traficar (Robelo, 1912: 250), y en el español usual en México hace referencia a un grupo de puestos provisionales, más o menos extenso en el que se venden o intercambian mercancías de muy diversa índole. (Diccionario del español usual de México, 2010).

Actualmente, el fenómeno del *tianguis* es una práctica comercial que cobra vigencia como estrategia de distribución de nuevas mercancías que se incluyen en el concepto de “chatarra industrial para el mundo global” (Alarcón, 2008: 16). La tradición de la venta callejera en la ciudad de México ha pasado de ser una oportunidad de comercialización de productos de consumo inmediato como son alimentos frescos y preparados (por ejemplo), a ser un espacio de comercialización de productos como carteras, pañoletas, relojes o lentes que se empalman a las actividades tradicionales del *tianguis* (Alarcón, 2008: 13-17). Esta situación se debe a una economía nacional invadida por productos provenientes del pacífico asiático, de la región también llamada “fábrica global del mundo” donde se producen las mercancías que serán distribuidas en todo el orbe y que son comercializadas en grandes cantidades por las calles de ciudades en los cinco continentes (Alarcón, 2008: 15).

Paralelamente, en la ciudad de México se ha experimentado una notable transformación de las dinámicas comerciales. En este sentido, la apertura de economías nacionales a capitales extranjeros, el acelerado proceso de metropolización, así como la creciente movilidad de sus habitantes han generado cambios en las formas de habitar la ciudad y en los modos de consumo (Capron y Stamm, 2007: 3-8). En este contexto, las prácticas relacionadas con el

abasto se reestructuraron y mientras el comercio formal de pequeña escala y los mercados públicos se debilitaron, los centros comerciales y el comercio informal callejero se introdujeron y ocuparon el mercado (Duhau y Giglia, 2007: 28-43). Como consecuencia, la lógica de ocupación del suelo para el comercio presenta diversas modalidades que coexisten de manera simultánea y complementaria (Duhau y Giglia, 2007: 38).

En muchas de las vialidades y plazas, así como en salidas del Metro y bases y estaciones del transporte público se ubican puestos fijos, semifijos y ambulantes que ofrecen mercancías y servicios a los consumidores en su ámbito de movilidad (Duhau y Giglia, 2007: 35). Este tipo de consumo es propio de las grandes zonas metropolitanas que obligan a sus habitantes a ocupar una parte importante de sus vidas en transportarse, situación que da un nuevo sentido a la idea del “comercio de proximidad” (Navereau, 2007: 17). De esta manera, las condiciones económicas y políticas han hecho que la práctica tradicional del tianguis derive en expresiones conocidas como *ambulante*, pero que también son conocidas como *comercio en vía pública* o *comercio informal* (Monnet, 2004: 6).

El diccionario del español de México describe a un ambulante como un personaje urbano, por cierto relacionado con las dinámicas propias del centro histórico:

Vendedor o vendedora que no ejerce su actividad en un lugar fijo sino que va de uno a otro: “El centro de la capital se ha llenado de ambulantes.” (Diccionario del español de México, 2010).

Mientras, el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define la palabra *ambulante* como un vocablo que se usa en países como el Salvador, Perú y Uruguay:

Persona que vende en la calle, sea caminando de un sitio a otro o en un puesto fijo en la vía pública (Real Academia de la Lengua, 2011)

Es interesante subrayar que este diccionario también define al *ambulante* como una expresión mexicana que significa *actividad del vendedor ambulante* (Real Academia de la Lengua, 2011). Así, la idea del ambulante como personaje urbano está también vinculada a la de un punto de venta móvil, es decir, que no permanece fijo en algún lugar. Sin embargo, una de las características que definen el fenómeno del *ambulante* en las áreas en Tepito es su permanencia tanto en la superficie que ocupa, así como en los horarios, días de la

semana y temporadas en que tiene lugar. De esta manera, se hace necesario identificar las diferencias entre un tianguis y una zona de ambulantes:

[El ambulante]...se trata en realidad de puestos, normalmente agrupados en áreas de gran afluencia de público (nodos de transporte, calles comerciales), instalados generalmente en aceras, plazas o cualquier otra área susceptible de ser apropiada al efecto, incluidas las explanadas contiguas a muchas estaciones de metro. Paradójicamente se trata en realidad por regla general de puestos prácticamente fijos, ya que habitualmente funcionan en un mismo lugar todos los días. A diferencia de los tianguis, los agrupamientos de puestos ambulantes, suelen incluir la venta de comida preparada, pero no la de alimentos frescos, envasados o procesados. (Duhau y Giglia, 2007: 42).

Respecto a la función que cumple esta actividad, se puede decir que el ambulante es considerado como una de las principales alternativas para la compra de artículos de consumo en la zona metropolitana de la Ciudad de México (Duhau y Giglia, 2007: 42-43). Esta actividad se compara en importancia con otras alternativas como son las tiendas de abarrotes, los tianguis, los mercados públicos, los supermercados, los centros comerciales, las tiendas departamentales y los aboneros (Duhau y Giglia, 2007: 42-43). Sin embargo, el comercio informal en la vía pública y el ambulante se han concebido principalmente como “problemas sociales”. Existen evidencias de que ambos han sido objeto de las políticas públicas urbanas y de la agenda de los medios de comunicación de una manera continua por lo menos desde principios del siglo XX (Barbosa, 2008: 139-144; Meneses: 2010: 6-7; Aréchiga, 2003; Monnet, 2005:3-4; Castillo, 2005: 5-9; Stamm, 2007: 83; Alarcón, 2005: 14-15).

En relación a la normatividad vigente, el fenómeno del comercio en calles, plazas y otros espacios públicos es reconocido en diferentes leyes, acuerdos y reglamentos bajo el concepto de ambulante y más recientemente, como *comercio en vía pública*. De esta forma, en el Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública se hace una clasificación de los tipos de comercio y de comerciantes (DDF, Diario oficial de la Federación, 5 enero 1998).

Las actividades que pretende regular el presente programa se refieren fundamentalmente a las relativas al comercio que se realiza en calles y plazas públicas, que comprende las siguientes modalidades:

A. Comerciantes instalados en calles y plazas públicas. Se trata de personas dedicadas al comercio de mercancías, generalmente bienes de consumo, que pueden clasificarse a su vez en tres modalidades:

a) En puestos fijos, por lo regular estructuras metálicas sujetas al suelo

b) En puestos semifijos, que pueden ser estructuras metálicas o no metálicas;

c) En vehículos rodantes, generalmente automotores, que se estacionan en la vía pública.

B. Concentraciones que se realizan en festividades populares. El tipo de puestos es el mismo que en el caso anterior pero conviene separarlos por su temporalidad y por el tipo de productos que ofrecen, es decir su giro comercial. También conviene la distinción porque algunos están asociados a las ferias que se instalan temporalmente en diversas partes de la ciudad. Estas ferias, cuando se trata sobre todo de juegos mecánicos, se regulan por la Ley de Giros Mercantiles.

C. Comerciantes ambulantes. Se trata de aquellos que se instalan en las avenidas de alto flujo vehicular, normalmente en los cruceros, o en lugares donde por diversas razones hay una alta concentración o flujo de personas. Utilizan casi siempre puestos sin estructura o vehículos rodantes sin motor (carritos de helados, hot-dogs, etc.).

Este programa atenderá la problemática de los trabajadores que se dedican al comercio informal, que se instalen o pretendan instalarse en las calles y plazas públicas sean o no ambulantes; lo hagan o no de manera permanente o en temporadas o utilicen diversos tipos de puestos. En adelante, para los efectos de este Programa, serán denominados “trabajadores que ejercen el comercio en vía pública” o “comerciantes en vía pública”. (DDF, Diario oficial de la Federación, 5 enero 1998).

De la economía informal al tianguis global.

Hablar de la actividad comercial en las calles de Tepito implica necesariamente acercarse al tema de la economía informal, así como reconocer los principales elementos que permiten entender este fenómeno en el contexto global.

En principio, esta práctica se caracteriza por transgredir los límites y regulaciones impuestas por las instituciones de gobierno. La diferencia entre aquellas actividades inscritas en las regulaciones institucionales y las que no lo están se encuentra en la articulación del estado con la sociedad y con el sistema económico en un momento

determinado de la historia. Así, la economía informal se define como el conjunto de actividades económicas que violan o “rebasan” la regulación del estado y varían de acuerdo con la historia de las relaciones estado-sociedad estado-economía. (Portes, Castells, Benton, 1989: 298).

Estas actividades implican prácticas laborales como son la relación entre el trabajador y la empresa así como las condiciones mismas del trabajo. En este sentido, la Organización Internacional del Trabajo entiende la informalidad como una modalidad de la producción, pero también como una circunstancia laboral. En otras palabras, la informalidad se considera, desde el punto de vista económico, como la manera en que se establecen las condiciones de trabajo y las circunstancias en que funcionan las empresas. Así, la legalidad y las condiciones de aplicación aparecen como elementos en la definición de lo formal de aquello que no lo es.

El término «economía informal» hace referencia al conjunto de actividades económicas desarrolladas por los trabajadores y las unidades económicas que, tanto en la legislación como en la práctica, están insuficientemente contempladas por sistemas formales o no lo están en absoluto. Las actividades de esas personas y empresas no están recogidas por la ley, lo que significa que se desempeñan al margen de ella; o no están contempladas en la práctica, es decir que, si bien estas personas operan dentro del ámbito de la ley, ésta no se aplica o no se cumple; o la propia ley no fomenta su cumplimiento por ser inadecuada, engorrosa o imponer costos excesivos.... (OIT, 2011).

En un sentido más amplio, se entiende la informalidad como una caracterización de los procesos, relaciones y prácticas más que en los productos o mercancías, de manera que

La diferencia fundamental entre la economía formal y la informal no guarda relación con las características de producto final sino con la forma en que éste es producido o intercambiado. (Portes y Haller, 2004: 11).

En otras palabras, la economía informal se entiende como un conjunto de actividades económicas que se encuentran al margen de las regulaciones institucionales. En este sentido Portes y Haller proponen una tipología de las actividades no reguladas por el estado dentro de las cuales aparece la economía informal. Dicho de otra manera, la economía informal es una más de las formas de comercio que se inscriben en el conjunto de las actividades

económicas no reguladas por el estado (Catells y Porter, 1989: 12; Portes y Haller, 2004: 10,).

En primer lugar se encuentra la economía *ilegal*, que comprende la producción, distribución y comercialización de bienes y servicios prohibidos por la ley. En segundo lugar se encuentra la economía *no declarada* es decir, las acciones que soslayan o evaden las normas establecidas en los códigos tributarios. En tercer lugar se encuentra la economía *no registrada*, que incluye aquellas actividades que transgreden los requisitos de los organismos estadísticos del Estado en materia de declaración. Por último se encuentra la economía *informal*, es decir, el conjunto de actividades económicas que hacen caso omiso del costo que supone el cumplimiento de las leyes y las normas administrativas que rigen las “relaciones de propiedad”, el otorgamiento de licencias comerciales, los contratos de trabajo, los daños, el crédito financiero y los sistemas de seguridad social y están excluidos de la producción de aquéllas (Portes y Haller, 2004: 11).

Aplicando estas definiciones al caso que nos concierne, desde una primera aproximación se podría decir que el espacio público en Tepito está ocupado por: 1) La actividad económica ilegal, pues en las calles del barrio se comercializan bienes prohibidos por la ley como los productos apócrifos o *pirata*; 2) La actividad económica no declarada, pues no queda claro que todos los comerciantes paguen impuestos. De esta manera, se puede inferir que los comerciantes evaden las normas impositivas establecidas en los códigos tributarios. 3) La actividad no registrada, pues no se declaran los ingresos ante los organismos estadísticos como es el (Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI). Y 4) La actividad informal porque con excepción de las cuotas que pagan al gobierno del Distrito Federal por concepto de aprovechamiento de la vía pública, sus actividades hacen caso omiso del costo que supone el cumplimiento de las leyes y normas administrativas que rigen las relaciones de propiedad, el otorgamiento de licencias, el crédito financiero, los contratos de trabajo y los daños.

Sin embargo, habría que preguntarse en primer lugar si la reglamentación respecto al uso del suelo estipula que ese tipo de comercio es permitido o no. En segundo lugar sería necesario averiguar si las normas fiscales y comerciales estipulan que las licencias

comerciales existen y si éstas son legales o no. Por otro lado, para determinar la informalidad de la economía en Tepito habría que investigar si los trabajadores de los puestos respaldan sus relaciones laborales con contratos de trabajo legalmente establecidos y si estos acuerdos participan de los sistemas de seguridad social. Por último, habría que preguntarse si el financiamiento de estas empresas se encuentra respaldado por una institución financiera establecida formalmente. En otras palabras, habría que reconocer si los comerciantes son sujetos de crédito y si éste es el caso, en qué medida ellos ocupan los servicios financieros para realizar sus operaciones comerciales. En un sentido parecido, respecto a los daños, cabe preguntarse si los trabajadores, las mercancías, los puestos y las bodegas se encuentran protegidos por alguna compañía de seguros y si los comerciantes forman parte de la cartera de clientes de este tipo de empresas.

Partiendo del supuesto de que en Tepito efectivamente se practica la economía informal, es importante recapacitar en los elementos que se encuentran su origen. En este sentido, existen varias aproximaciones al fenómeno de la economía informal que describen los factores que favorecen su desarrollo (Castañeda y García, 2007: 55-62). Estas corrientes se conocen como subjetivista o voluntarista (Maloney, 2004), paradójica (Portes y Haller, 2004); ortodoxa (De Soto, 1987; Loayza, 1996), institucional (Piore y Sabel, 1990) y estructuralista (Cimoli, Primi y Prugno, 2006: 87-107)

Para Maloney una parte sustancial de la informalidad económica no es residual, sino voluntaria (Maloney, 2004: 1, 2). Desde esta perspectiva, se trata de un sector sin regulación que es análogo al sector de pequeñas empresas que se encuentra en economías desarrolladas. Los trabajadores encuentran en el sector desregulado mejores condiciones laborales que aquellas que podrían encontrar en la economía formal. Ya sea que por su bajo nivel de capacitación no puedan competir en el mercado laboral o sea que tengan la necesidad de un empleo con horario y espacio de trabajo flexible. Esta elección no se reduce entonces a la comparación de los ingresos directos, sino que también la utilidad o el bienestar se incorporan como elementos de decisión al elegir una actividad económica (Maloney, 2004: 1, 2).

Una segunda aproximación comprende la economía informal como una paradoja del control del estado. En esta perspectiva, la carga normativa genera incentivos para la

violación de reglas, pues al prohibir el mercado, disminuye la oferta elevando los precios. Esta situación debilita al estado en su función reguladora, pues no tiene la capacidad para controlar el mercado. A su vez, el desarrollo del mercado informal incentiva la corrupción entre los funcionarios que tienen a su cargo el cumplimiento de la ley. Esta situación se fortalece en un contexto donde las redes sociales son fuertes y están acostumbradas a sobrevivir sin contar con las instituciones de gobierno, por lo que el hacer caso omiso de la reglamentación forma parte de los hábitos cotidianos (Portes y Haller, 2004: 26).

...la informalidad económica responde, en suma, a los incentivos que generan las normas para transgredirlas en entornos institucionales con escasa voluntad y/o capacidad de controlar su cumplimiento y estructuras sociales fuertes que ofrecen posibilidades para actuar de manera relativamente eficiente por fuera de la formalidad” (Portes y Haller, 2004: 26).

Ambas perspectivas tienen en común el planteamiento de orígenes intrínsecos, es decir que no son consecuencias de otro fenómeno. Sin embargo, para distintos autores, la informalidad es vista como una derivación o una secuela de otro tipo de procesos. Los grandes cambios en la estructura económica global como son los flujos del capital, los métodos de producción y la organización del trabajo han transformado la economía imponiendo nuevas localizaciones, y una nueva estrategia de competencia (Alarcón, 2008: 41-46). Esta última, caracterizada por mayores deseos de maximización de utilidades y reducción de costos. En este contexto, la perspectiva estructuralista argumenta que la economía informalizada tiene su origen en la escasa capacidad de absorción del mercado laboral (Prebisch, 1981; Pinto, 1970; Tokman, 1987; Cimoli, Primi, y Pugno, 2006: 93). Esta corriente argumenta que en un entorno donde prevalece la poca capacidad de absorción, la formalidad está limitada por la informalidad. Como consecuencia, la informalidad comúnmente se asocia con la pobreza y en especial se identifica con el fenómeno de la marginalidad y el desempleo en las ciudades de países subdesarrollados (Cimoli, Primi y Pugno, 2006: 93).

En esta tónica, la perspectiva institucional (Piore y Sabel, 1990) explica este fenómeno como resultado de la precarización del empleo existente. Como consecuencia, la reducción de costos como estrategia de competitividad prevalente lleva a la contratación externa y a la

subcontratación. En este sentido, la informalidad económica se entiende como un fenómeno mundial, creciente, persistente y que es más fuerte en países en vías de desarrollo.

Por ejemplo, en Tepito uno de los comerciantes de la plaza Martes de Arte justifica su actividad comercial como una opción a los bajos salarios que podría ganar si trabajara como empleado en una fábrica, y la comparación del trabajo que tendría que realizar si tomara esa alternativa. Tomando en cuenta este caso, la perspectiva voluntarista podría explicar el fenómeno creciente del comercio en vía pública. Sin embargo, también es importante conocer las condiciones económicas en un plano más amplio. Esta persona oriunda del barrio se dedicó durante varias décadas a fabricar mochilas y dirigía una pequeña empresa familiar que tenía sus instalaciones en su vivienda, en una de las calles del barrio. Sin embargo, las intrincadas regulaciones y los altos costos de los impuestos y sobre todo la competencia que implicó la entrada de productos asiáticos al mercado tepiteño y metropolitano provocó que su negocio fracasara. Por esta razón decidió convertirse en un distribuidor mayorista de mochilas importadas y desde entonces ocupa un espacio en la esquina que forman las calles de Avenida del Trabajo y Eje 1 Norte.

Así, las perspectivas paradójica, institucional y estructuralista pueden explicar esta situación. De manera que en este caso se puede observar cómo la excesiva regulación finalmente abonó al crecimiento de las actividades informales. Por otro lado, la competencia entre los productores asiáticos y los tepiteños provocó que esta unidad económica desapareciera. Por último, las condiciones económicas del país impidieron que la familia que antes se dedicaba a producir mochilas encontrara otra alternativa que satisficiera sus expectativas de empleo y de consumo.

Ahora, la estrategia de espacialización de la actividad económica informal que nos incumbe es aquella que tiene lugar en la ciudad y en específico en el espacio público. En este sentido, cabe recordar que el espacio es entre muchas otras cosas, un bien, un recurso susceptible de ser utilizado en términos comerciales. Además, es importante considerar el papel fundamental que éste juega en la realización de las actividades económicas informales, como es el caso de la venta callejera.

El espacio público físico es la externalidad económica más importante que genera la ciudad, al menos para los vendedores informales en el espacio público físico, por las economías de escala, alcance, densidad y aglomeración que provee, además de la diversidad que concentra (...) el éxito de un punto de ventas depende, en efecto, de los criterios de localización por volumen de tráfico, afinidad comercial y homogeneidad social (Castañeda, García, 2007: 73).

Entonces, el espacio es visto como un recurso económico en un contexto de inequidad marcado por la pobreza y el desempleo como es el caso de muchas de las ciudades de América Latina. En estas circunstancias, el espacio público termina por ser un objeto de explotación y aprovechamiento útil para diferentes actores urbanos, pero vital para los sectores marginados. Sin embargo, la disparidad social determina a su vez una desigualdad en el acceso a los recursos que brinda la urbe (Castañeda, García, 2007: 41).

La pobreza y la desigualdad urbana remiten a la desigualdad en el acceso y la participación formal en las oportunidades ofrecidas por la ciudad como espacio público económico-social, estético, ambiental y político, y las dificultades consecuentes para los pobres respecto al mantenimiento y/o ampliación de su portafolio de activos de capital humano, social y físico (Castañeda, García: 2007 41).

El espacio público, visto desde una perspectiva económica cobra ciertas características particulares cuando se le vincula con el fenómeno de la economía informal. Así, Castañeda y García recuperan los elementos más importantes de las diferentes corrientes que han trabajado este concepto desde un punto de vista teórico y aplican esta serie de nociones a la actividad informal callejera en Bogotá. Como parte de su trabajo, ellos definen los factores que explican el carácter informal de las ventas en el espacio público físico (Castañeda y García, 2007: 77-81).

El primero de éstos se relaciona con la insuficiencia de empleos por terceros formales (es decir, el trabajo remunerado que no proviene de la actividad que en México llamamos “autoempleo”) en condiciones equivalentes de ingreso, autonomía, flexibilidad y estabilidad. En segundo lugar, se hace evidente el carácter inadecuado del portafolio de activos de capital humano, social y físico (incluida la baja formación académica o técnica) de un porcentaje notable de la población, que impide acceder a los empleos formales por terceros existentes (Castañeda y García, 2007: 77).

Por otra parte se encuentra una condición de competencia asimétrica con respecto a otros productores o vendedores, pues ésta aumenta los precios de los insumos, en general y el de los locales formales adecuados en términos de tráfico, afinidad comercial y heterogeneidad social, en particular. Además, estos autores consideran otros elementos que influyen en la creciente tendencia a la ocupación del suelo para prácticas de tipo comercial informal como son la baja generación de ganancias, un acceso deficiente a redes de recursos e insumos y el costo excesivamente elevado y no diferencial de establecerse y operar en el sector formal (Castañeda y García, 2007: 75). A estos factores se suma la existencia de regulaciones que no se ajustan a actividades rentables en ciertos lugares específicos y la ausencia o exigüidad de barreras de entrada financiera, tecnológicas o de capacitación al espacio físico (Castañeda y García, 2007: 75).

Por último, a la lista de elementos que explican el desarrollo del comercio informal en las calles de las ciudades latinoamericanas se añaden la existencia de una demanda de bienes de bajo costo por parte de sectores de bajos ingresos (a menudo con empleos formales y/o informales precarios), así como la presencia de capitales ilegales que no pueden invertirse sino con costos de seguridad extraordinarios en los mercados formales (Castañeda y García, 2007: 76). Estas condiciones responden a los cambios económicos que están implicados en la estructuración de los mercados y la nueva organización del capitalismo. Algunas de las características que definen esta transformación son la flexibilidad en las relaciones de trabajo, en los métodos de producción, en la localización de procesos productivos y del capital. Este proceso se define además por la apertura de fronteras para el tránsito de mercancías y el bloqueo de éstas para el movimiento de la fuerza de trabajo desde los países pobres hacia el mundo desarrollado. De esta manera, la economía informal, que se determina en función de la normatividad estatal asume un nuevo lugar en el contexto de la economía globalizada (Alarcón, 2008: 56, 57).

Como se expuso antes, este proceso global se concreta en las calles del barrio como una actualización de la tradición mexicana del tianguis (Alarcón, 2008: 13). De esta manera, la tradición de la venta callejera en la ciudad de México ha pasado de ser una oportunidad de comercialización de productos de consumo inmediato a ser un espacio de comercialización

de “productos chatarra para el mundo globalizado”, como les llama Sandra Alarcón (Alarcón, 2008: 16).

Sin embargo, la diferenciación entre las actividades económicas formales y las que no lo son es a todas luces difícil. Esto se debe a la complejidad de los procesos comerciales en un contexto nacional caracterizado por la apertura de fronteras a las mercancías en el cual el estado presenta serias debilidades respecto a la regulación de los mercados (Alarcón, 2008: 46-47). Desde este enfoque, la relación entre lo formal y lo informal en la economía es imprecisa, pues el límite que diferencia una de la otra se desplaza de acuerdo a las coyunturas. Los factores que hacen difícil esta definición comprenden las diferencias en la reglamentación estatal, las variaciones en el precio de las divisas, el vaivén de las crisis locales y las condiciones de consumo (Alarcón, 2008: 53-56).

Políticas urbanas y comercio callejero.

Para varios autores, el comercio callejero, ambulante o informal es parte de la agenda política de la mayoría de las administraciones de las ciudades latinoamericanas, pues es motor de la economía urbana y cara del paisaje urbano (Stamm, 2007: 83; Castañeda y García, 2007: 130; Alternativa-CISEP, 2005: 13-19).

A lo largo del siglo XX, el comercio en vía pública en la ciudad de México ha sido objeto de prohibiciones y reglamentaciones. Como se mencionó antes, en esta normatividad se ha concebido al comercio callejero como un “problema social”, por lo que se caracteriza por estar enfocada en prohibir el comercio en las calles del Centro Histórico y reordenar el comercio en otros lugares de la metrópolis (Meneses, 2008: 2; Stamm, 2007: 83-93). Es así como durante más de un siglo, el análisis sobre la normatividad capitalina respecto al comercio en vía pública se puede articular en tres dimensiones: prohibición, negociación y conflicto (Meneses, 2008: 2).

En esta perspectiva, la prohibición aparece de manera central, y es entendida como la designación del centro de la ciudad de México como un espacio vedado para el comercio ambulante. Paralelamente se encuentra la determinación de ciertas reglas y procesos administrativos que han tenido como efecto principal el diseño de un conjunto de criterios regulatorios que facultan a ciertos grupos y sujetos para solicitar, ante la autoridad local,

una licencia que les permita comerciar en las calles del primer cuadro de la ciudad de México (Meneses, 2008: 2, 12, 13; Cross, 1998: 120).

Para Meneses, el conflicto es también un aspecto importante, pues mediante éste se trata de identificar los términos a través de los que la población ha reclamado su derecho a comerciar en las calles del centro de la ciudad de México. Así, los actores que piden espacios para ejercer el comercio se sirven de diversas estrategias para lograr un espacio de interlocución y de satisfacción de sus demandas. Éstas pueden expresarse en escenarios institucionales (los tribunales, por ejemplo), pero también se valen de acciones en ámbitos más cotidianos e informales (la toma de calles, por ejemplo) (Meneses, 2008: 2).

2.2. Promoción cultural y políticas culturales en la Ciudad de México.

Paralelamente al fenómeno comercial en la vía pública, esta investigación toma en cuenta un tipo de actividad no lucrativa que se desarrolla cotidianamente en la plaza Martes de Arte y en otros lugares públicos.

Es importante reconocer el papel del tianguis como eje principal de las estrategias de uso y apropiación del suelo. Sin embargo, se considera además que las actividades culturales en los espacios públicos del barrio son secundarias o marginales conforme a diferentes criterios. Por un lado se encuentra que la superficie que éstas ocupan es mínima en relación con la extensión total del tianguis. Por otro lado, se observa que el tiempo total de ocupación de las plazas para estas actividades también es inferior en relación con los horarios de venta. Por último se toma en cuenta la capacidad de atracción del público hacia estas actividades. En este sentido, mientras que los consumidores del tianguis se cuentan por miles diariamente, las personas que acuden a las actividades culturales son decenas y en ocasiones la asistencia a las actividades es nula. En este sentido, el proyecto Martes de Arte asume esta condición secundaria y busca formar un nuevo público entre los consumidores aprovechando el flujo peatonal que genera la actividad comercial” (Entrevista con Luis Arévalo, 10 de diciembre de 2009). Es importante además nombrar y definir las acciones de estos actores, además de vislumbrar lo que sucede en el campo “cultural” en las distintas escalas territoriales de las que forman parte.

En los testimonios recogidos entre los actores relacionados con las actividades culturales aparecen los conceptos “culturoso” y “promotor cultural” con los que aluden a su propia actividad en relación con el espacio público en el barrio. El término “culturoso” es una forma familiar que usó Luis Arévalo en su testimonio sobre los orígenes de su proyecto para nombrar a aquellas personas que han desarrollado actividades artísticas, educativas, culturales y de capacitación en los diversos espacios públicos del barrio. También es importante decir que las actividades que se realizan en el marco de la iniciativa Martes de Arte, forman parte de un proyecto premeditado de intervención social que busca a “*liberar los espacios públicos de mugre para llevar educación y capacitación*” (Entrevista con Luis Arévalo, 10 de diciembre de 2009).

Cuando en el 2005 se iniciaron las actividades en la Plaza Martes de Arte se encontraban, entre otras personas Luis Arévalo, Diego Cornejo, Ricardo Benitez y *Chucho Téllez* (Entrevista con Luis Arévalo, 9 de diciembre de 2010). Más tarde se incorporaron a la actividad Mario García Puga y Edelmira Lomelí. Ellos, los “culturosos” organizaron y produjeron bailes, conciertos y exposiciones al aire libre, pero también estuvieron a cargo de programas de capacitación en derechos humanos y talleres de producción artesanal de zapatos, de ajedrez, etc. De esta manera, a decir de Mario Puga, ellos, los que están detrás de la *resistencia cultural* son “promotores culturales” (Entrevista con Mario García Puga, 17 de diciembre de 2009).

Siguiendo la definición que ellos proponen para su propio trabajo como promotores culturales, encontramos que México es uno de los estados firmantes de la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de la UNESCO¹. Un objetivo central de esta convención es alentar el trabajo creativo y las expresiones culturales de una manera incluyente y respetuosa de la diversidad.

Los Estados procurarán crear en su territorio un entorno que anime a individuos y grupos sociales: a) para crear, para producir, para diseminar, para distribuir y tener acceso a sus propias expresiones culturales, prestando especial atención a las circunstancias particulares y las necesidades de mujeres así como varios grupos

¹ México es parte desde octubre de 2005 y la ratificó en mayo del 2006.

sociales, incluyendo a personas que pertenecen a minorías y pueblos indígenas. Y, b) para tener acceso a expresiones diversas culturales desde dentro su territorio así como de otros países del mundo. (UNESCO, 2005: 7) (La traducción es mía).

Según este documento, la promoción cultural tiene como objeto de trabajo el *contenido cultural*, entendido como el significado simbólico, la dimensión artística y los valores culturales que provienen de o expresan identidades culturales (UNESCO, 2005: 5). En este tenor, las *expresiones culturales* son aquellas expresiones que resultan de la creatividad de individuos, grupos y sociedades y que tienen contenidos culturales (UNESCO, 2005: 5). Las actividades, bienes y servicios a las que se hace referencia en el contexto de la promoción cultural son aquéllos que dan cuerpo o son portadores de expresiones culturales sin considerar el valor comercial que puedan tener (UNESCO, 2005: 5). Así, las actividades culturales pueden ser un fin por sí mismas o pueden contribuir a la producción de bienes y servicios culturales. Por su parte, en la ciudad de México, la Ley de Fomento Cultural del Distrito Federal estipula sus propias definiciones respecto a la promoción cultural:

Promoción cultural: El apoyo económico, técnico, profesional y logístico que se proporciona de manera sistemática, planificada y organizada encaminado a la realización de actividades culturales en cualquier ámbito y sector de la sociedad. (Ley de Fomento Cultural del Distrito Federal, Art. 2 Fracc. XIV).

Promotor cultural: Toda persona física o moral cuya labor consiste en organizar, estimular y difundir las expresiones culturales de comunidades, pueblos, barrios o colonias del Distrito Federal. (Ley de Fomento Cultural del Distrito Federal, Art. 2 Fracc. XV).

Como actividad profesional o semi-profesional, la promoción cultural se vincula con la realidad política y social de un territorio. Al ser una herramienta para la construcción de proyectos sociales no es raro que la actividad cultural forme parte del desarrollo institucional y del diseño de políticas públicas. Así, consideramos que el concepto *promoción cultural* es insuficiente sin el de *políticas culturales*.

Continuando con las definiciones de la convención de la UNESCO, encontramos que la *política cultural* y las *normas culturales* se refieren a aquella política y regulaciones que se relacionan con la cultura en el nivel local, nacional, regional o internacional. En este

sentido, las políticas y normas culturales se enfocan en la cultura como tal o son diseñadas para tener un efecto directo sobre las expresiones culturales de individuos, grupos o sociedades, incluyendo la creación, la producción, la diseminación, la distribución de y el acceso a actividades culturales, bienes y servicios. (UNESCO, 2005: 5). Otra definición útil para delimitar la actividad de Luis Arévalo, Mario Puga y sus compañeros en la Plaza Martes de Arte en el barrio de Tepito, es la que García Canclini propone para el término *política cultural*:

...el conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social. (García Canclini, 1987: 24)

Este autor se refiere a la política cultural como una serie de acciones encaminadas a orientar las prácticas simbólicas, entendidas como formas de producción y expresión material de las construcciones simbólicas (García Canclini, 2006: 9-21) y con ello hacer parte de un proyecto social. En otras palabras, podríamos decir que las políticas culturales son un conjunto de actividades realizadas por diferentes agentes y están encaminadas a orientar el proceso de producción simbólica. A su vez, este proceso está vinculado a la formación de identidades. Por lo que estas actividades son intencionadas y sistemáticas y se caracterizan además por ser herramientas útiles a un proyecto social determinado. En este sentido, en el caso de la Plaza Martes de Arte cabe preguntarse ¿Qué actores participan en cuál proyecto social?

Uno de los asuntos relevantes tanto en la conformación de los promotores como agentes en un proyecto social en un ámbito barrial es entenderlos en el marco de la construcción de un agente con capacidad de acción e interlocución diferenciada del estado y de los intereses del mercado. En este sentido, la construcción del sujeto en el proceso mismo de la acción colectiva se juega su identidad en las experiencias cotidianas de participación en el ámbito público (Melucci, 1999: 37-39). Así, la participación del colectivo que se aglutina en torno al proyecto Martes de Arte tiene como campo la promoción cultural y en este sentido, busca incidir en el diseño y aplicación de las políticas culturales que se inscriben en el ámbito territorial barrial.

De esta manera, habría que concebir la presencia de este grupo en el marco de las mutaciones en las funciones del estado, donde se hace patente la emergencia del tercer sector (Roitter, 1998: 18-21) como agente en la construcción de las políticas culturales. En este aspecto, las políticas culturales son concebidas a su vez como una experiencia de construcción de lo público que busca ir más allá de los límites del estado y los intereses del mercado (Canclini, 2008: 39-41; Martinell, 1999: 6). Por otro lado, es necesario considerar cuáles han sido las experiencias, ideas y concepciones de la realidad que han llevado al grupo Martes de Arte a organizarse de manera independiente para tomar el espacio público y realizar actividades diferentes al comercio informal y a otras lucrativas.

Es importante recordar que en América Latina, durante los siglos XIX y XX los proyectos sociales estaban mayormente vinculados a la construcción y fortalecimiento de los estados nacionales. Por esta razón, las políticas culturales urbanas se referían hasta hace poco tiempo al conjunto de tradiciones, prácticas y modos de interacción que distinguen a los pobladores de una ciudad o barrio determinado (García Canclini, 1995: 96). En este tenor, las políticas culturales se concebían como conservación y administración de patrimonios históricos, acumulados en territorios nítidamente definidos: los de la nación, la etnia, la región o la ciudad (García Canclini, 1995: 96).

En nuestros días, las transformaciones que se han vivido en las ciudades latinoamericanas en relación con el proceso de globalización se expresan a partir de dos cambios. Por un lado se encuentra la disolución de las identidades únicas, es decir, aquellas que buscando la unidad estatal, regional, étnica o barrial terminaron por pretender la homogeneización en detrimento de la diversidad cultural (García Canclini, 1995: 96). Por otro lado, en el contexto de desarrollo y difusión de las tecnologías de información, las culturas tradicionales-locales han perdido peso y han sido reubicadas por el avance de los medios electrónicos de comunicación (García Canclini, 1995: 95,96).

Ante esta transformación, una postura indica la necesidad de asumir esa situación y de dar al Estado el rol de facilitador y regulador de la actividad cultural (Jiménez, 2005: 53) Así, se hace necesario establecer mecanismos de delegación de las responsabilidades del estado a las organizaciones sociales y las empresas en programas conjuntos de gestión y financiamiento (Jiménez, 2005: 38-42). Desde este punto de vista, el asunto del interés

colectivo aparece como un eje que deberían perseguir las políticas de estado (Jiménez, 2005: 39).

Sin embargo, una segunda postura afirma que el desarrollo de la política cultural en las ciudades latinoamericanas (incluida la ciudad de México) ha estado orientada en función de los intereses particulares de los grandes consorcios de la información (García Canclini, 1995: 104-105). Esta situación se da en un contexto de “mediatización” del espacio público en el que la comunicación se encuentra acotada por las alternativas que ofrece mayormente el sector privado. Además, estas alternativas tienden a reducirse debido al control oligopólico de los medios de comunicación e información. De esta manera, la pluralidad democrática se ve restringida y se pone en tela de juicio la posibilidad de los otros agentes (estatal y de las organizaciones sociales) para orientar las políticas públicas en función de un proyecto de desarrollo social (García Canclini, 1995: 102-105; 2008: 32).

En los últimos años, la cultura aparece como un derrotero político de los movimientos sociales, pues se concibe como derecho y como soporte del desarrollo (Rey, 2003: 19-21; Nivón, 2004: 2). Así, la promoción de la diversidad cultural es entendida como eje estructurador de las relaciones entre cultura y equidad, el crecimiento económico y el fortalecimiento de las instituciones democráticas (Rey, 2003: 2-11; Nivón, 2004: 2). Podemos decir entonces que la cultura forma parte de un proyecto universalista vinculado con el desarrollo y la constante reproducción de las identidades, pero ¿cómo es que estas nociones se materializan en México, el Distrito Federal y Tepito?

Los *culturosos*: Acción colectiva, resistencia y colaboración.

En el transcurso del primer sexenio panista, la descentralización y la priorización de la lectura cumplieron una función como ejes de la acción de las instituciones federales dedicadas a la cultura (Nivón, 2004: 3). Esta política estuvo caracterizada por valores como el pluralismo, libertad de creación, participación de la sociedad, y el estímulo a la creación artística (Nivón, 2004: 3).

Sin embargo, en este periodo el estado abandonó la idea de un aparato cultural como mecanismo de legitimación del régimen. Sin embargo, se continuó con una política de discrecionalidad como estrategia de gestión de las actividades culturales. En este periodo,

no se puede decir que hubo un interés por establecer una política cultural de estado; más bien se habla de una renuncia de la acción cultural a favor del sector empresarial y siguiendo la pretensión de vaciar la cultura de sentido público (Nivón 2004: 4). De esta manera, la relación entre economía y cultura se hizo difusa y se vio limitada por el esfuerzo por sacralizar la vida cultural alejándola del mercado (Nivón, 2004: 14).

En este tema, es importante mencionar el debate que se generó en torno al adelgazamiento del aparato cultural del estado posrevolucionario tras la ola neoliberal de la segunda mitad del siglo XX (Jiménez, 2005: 23-25; Nivón, 2004: 5). Así, se entiende que la federación haya perdido capacidad de interlocución y que otros agentes del estado se involucren en el diseño de las políticas federales (Nivón, 2004: 5). Como consecuencia, la discusión sobre los modelos de política cultural se empobreció debido al desconocimiento sobre el poder de la cultura para promover el desarrollo complicando con ello la reivindicación de los proyectos culturales ante la sociedad (Nivón, 2004: 13-14).

En este periodo, agentes distintos al gobierno federal protagonizaron actos de resistencia al proyecto de globalización (entendida como una nueva expresión del capitalismo). En este aspecto, se enarbolaron demandas relativas al tema de la homogeneización, la adaptación de las tendencias mundiales a las condiciones locales y la búsqueda de las culturas locales en su relación con la economía global (Nivón, 2004: 2). Así, se hizo visible el surgimiento del tercer sector como agente en la definición de las políticas culturales a raíz de lo cual el patrimonio se fortaleció como núcleo aglutinador de movilizaciones sociales (Nivón, 2004: 3,6).

Uno de los temas principales de la agenda cultural nacional fue el reconocimiento a los pueblos indios. En este contexto se destacó el surgimiento del patrimonio intangible como bandera de acción de los nuevos agentes que tuvieron un impacto cultural en el entorno rural (Nivón, 2004: 5). Así, los nuevos agentes relacionados con los movimientos sociales rurales tuvieron un auge en términos de visibilidad y capacidad de interlocución, y en relación con el reconocimiento de la pluralidad cultural que se aglutina en torno a “lo mexicano”. En este contexto, ¿Qué pasó en este tiempo con las políticas culturales en el contexto barrial? ¿Cuál ha sido la tónica de las políticas respecto a los espacios públicos en

la zona central de la ciudad de México?. Así, se hace necesario reconocer el espacio público y la escala barrial como ámbitos de construcción territorial de las políticas públicas en un entorno urbano, este caso, en la ciudad de México.

En este sentido, el proyecto oficial de cultura del Gobierno Distrito Federal considera al espacio público urbano como un ámbito de diagnóstico y de trabajo de la actividad cultural:

...[la actividad cultural se entiende] como un derecho de los habitantes de la ciudad, a preservar su historia, identidad y formas de convivencia comunitaria; a impulsar el potencial creativo, de expresión intelectual y cultural de individuos y colectividades, asumiendo la diversidad e inclusividad de sus manifestaciones en un ambiente de tolerancia, de respeto, y de sentido democrático del uso de los espacios públicos; a contribuir en la formación de capacidades de expresión, de comprensión de manifestaciones culturales y artísticas, de apreciación de la belleza, de ejercicio del derecho a la felicidad; así como a difundir la pluralidad de actividades que se realizan en espacios públicos y privados, y facilitar el acceso gratuito o a bajo precio en todas ellas.” (Lineamientos de trabajo de la Secretaría de Cultura del Gobierno de Distrito Federal, 2005: 143-148).

Como parte del diagnóstico de esta institución, se hace patente la desigualdad que entre las diversas delegaciones y zonas de la ciudad existe en términos de oferta cultural, tanto en cantidad como en calidad. Además, se plantea la deficiencia de espacios destinados al equipamiento cultural como son casas de cultura y centros culturales. (Programa de Fomento y Desarrollo Cultural del Distrito Federal, 2004: 57-139).

Casas de cultura y centros culturales: El DF ocupa el decimocuarto lugar entre las entidades de la República en la correlación entre las casas de cultura y centros culturales existentes y su números de habitantes, que lo sitúa en un rango cercano al promedio nacional de 61, 233 habitantes por cada recinto de este tipo, dado que en la capital son 56, 988 habitantes por recinto. Sin embargo, se encuentra lejos de los tres estados mejor equipados. (Programa de Fomento y Desarrollo Cultural del Distrito Federal. Secretaría de Cultura de la Ciudad de México, 2004: 77.)

Por otro lado, se hace patente cómo parte de las debilidades encontradas el deterioro y parcelización de los espacios públicos haciendo énfasis en la protección del patrimonio arquitectónico, las complicaciones que generan el comercio en vía pública y la inseguridad, además del deterioro de la imagen en buena parte de la ciudad.

...Frecuentemente parques, plazas, monumentos, edificios y casas no reciben el mantenimiento adecuado produciendo un deterioro del patrimonio arquitectónico. La inseguridad, el ambulante y el desempleo han conducido al amurallamiento de edificios y el cierre de calles, al blindaje y la generación de negocios que venden protección contra la delincuencia. En el otro extremo se acentúa los que José Guadalupe Posada llamó la “estética de la pobreza” para referirse a la imagen del deterioro y pauperización de muchos barrios de la ciudad. (Programa de Fomento y Desarrollo Cultural del Distrito Federal. Secretaría de Cultura de la Ciudad de México, 2004: 101-102).

Por otro lado, el sistema administrativo con el que se dirigen las casas de cultura no facilita las iniciativas de las organizaciones sociales en la conformación de la oferta cultural. En este sentido, el régimen de “autogenerados” implica que la toma de decisiones respecto a los elencos, talleres y demás ofertas culturales se lleve a cabo en función de los recursos que dichas actividades generen. Así, ese tipo de condicionamiento impide la integración de nuevas propuestas y paradigmas estéticos dando prioridad a aquellas actividades propuestas por parte de los grandes consorcios nacionales y globales o, en el mejor de los casos, vinculadas a las tradiciones nacionalistas o locales (Paco Ignacio Taibo II , 2012)

Ante la dificultad para ofrecer actividades culturales en el marco de los espacios y programas del gobierno central y delegacional, los promotores tepiteños plantearon “sacar la casa de cultura a la calle” (Entrevista con Luis Arévalo, 10 de diciembre de 2009). Así, el proyecto Martes de Arte en Tepito inició como una propuesta de colaboración con el gobierno local que daba continuidad a la actividad que había comenzado hacía décadas. En este contexto, el proyecto Martes de Arte se entiende como una expresión local del fenómeno de debilidad del estado mexicano como rector de las políticas culturales. Al mismo tiempo, se entiende como el intento por materializar un proyecto social de oposición ante las condiciones actuales que impone el régimen capitalista. En este sentido, resulta necesario dar voz a los actores para conocer la idea que ellos mismos tienen respecto a su proyecto.

Para Mario García Puga, la *resistencia cultural* es un proyecto destinado a confrontar las recurrentes crisis económicas y la dinámica de consumo que impera entre la población tepiteña. En esta iniciativa, se plantean opciones ante los problemas que han causado las

transformaciones en la fisonomía del barrio y la “falta de oportunidades”. De esta manera, en el diagnóstico que ellos proponen aparecen problemas relativos al desempleo, la drogadicción, la deserción escolar, así como las malas condiciones de habitación dentro y fuera de las viviendas (entrevista con Mario García Puga, 11 de octubre de 2011).

En este sentido, una de las ideas que permean la actividad de estos actores tiene que ver con el fenómeno de metropolización en la ciudad de México. En este enfoque, la dinámica urbana ha tenido como consecuencia la pérdida de la identidad barrial, pues “*el barrio se lo va absorbiendo la ciudad*” (entrevista con Mario García Puga, 11 de octubre de 2011) y con ello se pierde el valor social y cultural relacionado con la pertenencia al barrio (entrevista con Mario García Puga, 11 de octubre de 2011).

De esta manera, tanto García Puga como Arévalo coinciden en una construcción de la situación de su comunidad como un “problema cultural” y de comunicación. Desde sus perspectivas, la población tepiteña no sólo sufre por falta de ingresos económicos, sino por una suerte de vacío que permea la construcción de los proyectos de vida y de comunidad.

En este sentido, el proyecto Martes de Arte busca responder ante la ausencia de los valores que antes dieron sentido a las redes de solidaridad. En la definición de estos valores se hace referencia a las formas de socialización que tuvieron lugar entre las poblaciones que habitaron las vecindades en el barrio desde principios del siglo XX hasta la reconfiguración del modelo de vivienda que imperó luego de los trabajos de renovación habitacional que tuvieron lugar entre principios de los años setenta y finales de la década de los noventa (Grisales, 2003: 114-121). El proyecto, al que no se le puede negar cierta actitud nostálgica, busca recuperar las formas de sociabilidad que de alguna manera funcionaban como vías de escape ante la situación de marginalidad económica y social. En términos coloquiales, García Puga afirma que en las vecindades “*había pleitos y chismes, pero no se dejaban morir*”, había respeto por los mayores, y los consejos eran escuchados; el núcleo familiar era importante y “se hacía equipo” (entrevista con Mario García Puga, 11 de octubre de 2011).

En la hipótesis que estructura la propuesta del Martes de Arte, los problemas actuales de exacerbación de la violencia, drogadicción, que se estructuran entorno a la noción del

“abandono”, como lo llama Mario Puga, son la consecuencia directa de la tendencia hacia la desaparición de los lazos afectivos y la convivencia entre los residentes. Desde este punto de vista, la solidaridad, la convivencia y la comunicación son elementos clave para la solución de los problemas en el barrio. Así, la propuesta de *resistencia cultural* es relacionada con una actitud de reivindicación de la identidad local en el entorno hostil de la globalización (entrevista con Mario García Puga, 11 de octubre de 2011).

...en la dinámica de sacar p'al chivo, de luchar por la sobrevivencia, no dejar que la globalización, que los valores te consuman; [reconocer que] también hay cosas propias que no tienen lugar... (entrevista con Mario García Puga, 11 de octubre de 2011).

Es importante decir que García Puga tuvo una formación profesional en las ciencias sociales, de ahí que la propuesta de promoción cultural se engarce a partir de un discurso antropológico. En éste se hace referencia a la recuperación de la tradición cultural del “barrio indómito” y se habla de la existencia de un mito en torno al cual se estructura la identidad tepiteña (entrevista con Mario García Puga, 11 de octubre de 2011).

En este sentido, tanto el orgullo de pertenecer al barrio como lo que García Puga llama el “*no-orgullo*” aparecen como tomas de posición ante el mito y se convierten en fórmulas de renovación de la identidad barrial. (entrevista con Mario García Puga, 11 de octubre de 2011).

Así, las estrategias de intervención del espacio que propone el Martes de Arte, tienen que ver con la generación de formas de vinculación social, cultural y política (entrevista con Mario García Puga, 10 de abril de 2010). En ellos se busca a su vez el fortalecimiento de vínculos afectivos, la recuperación y el cuidado de la memoria histórica, así como la interacción generacional y el desarrollo de “vasos comunicantes” (entrevista con Mario García Puga, 11 de octubre de 2011).

Por otra parte, la acción que llevan a cabo se orienta principalmente al fomento de actividades de tipo artístico o de rescate de las expresiones de cultura popular locales, pero

también han coordinado acciones relativas a las obras públicas, la promoción de la salud e incluso la seguridad pública.

Es importante decir que el movimiento cultural en Tepito tiene reconocimiento por parte de las instituciones de gobierno y se les toma en cuenta como ejemplo de organización barrial. En las orientaciones generales de la de Secretaría de Cultura se estipula la coordinación con organizaciones y asociaciones comunitarias barriales para expandir la cobertura de sus servicios, así como apoyar las iniciativas privadas de construcción de empresas culturales.

Apoyarse en las organizaciones comunitarias y ciudadanas para ampliar la capacidad y el efecto de las actividades organizadas (Tepito Arte-Acá, Neza Arte Nel, Unión de Vecinos y Damnificados 19 de Septiembre, Fundación Cultural Trabajadores Pascual y del Arte), y promover modificaciones a las normas que rigen a la sociedad mercantil para impulsar ese tipo de sociedades culturales (Programa de fomento y desarrollo cultural del distrito Federal: 119).

Es importante también mencionar que parte de las actividades que plantea para sí la Secretaría de cultura son la recuperación y reutilización de espacios públicos. En este sentido, las estrategias de acción y los mecanismos de interlocución con organizaciones como el Martes de Arte en Tepito son expuestos como parte de los lineamientos de dicha institución.

La recuperación de los espacios públicos está ligada a la equidad y a la vida democrática, a la convivencia con respeto y tolerancia, a la libertad d expresión, a la identidad de los habitantes con su ciudad. Por eso es importante organizar y promover eventos culturales en los espacios públicos. Son oportunidades para ofrecer posibilidades de acceso gratuito a todos los defechos a las distintas manifestaciones culturales y para propiciar imaginarias colectivas en torno a distintas propuestas e ideas. Además, estos espacios abren nuevos puntos de encuentro entre públicos y creadores (Programa de Fomento y Desarrollo Cultural del Distrito Federal, 2004: 124, 125).

...Será importante propiciar las iniciativas de la sociedad organizada para constituir empresas culturales autogestivas en barrios y colonias; así como favorecer la operación de sociedades mercantiles culturales que permitan a grupos artísticos y culturales expresar sus propuestas y comercializar sus productos. Esto podrá favorecer la reactivación de inmuebles en desuso y el aprovechamiento de espacios urbanos". (Programa de Fomento y Desarrollo Cultural del Distrito Federal, 2004: 126).

Como parte de la política de “corresponsabilidad” que planteaba esta institución en relación con las organizaciones sociales, se instauró el Programa Cultural Comunitario, integrado a la Dirección de Vinculación.

Programa cultural comunitario: (...) Sus objetivos serán: Integrar un programa cultural comunitario, agrupando y fortaleciendo las actividades llevadas a cabo hasta ahora, con el fin de reconocer y estimular la creatividad de comunidades organizadas en los barrios, unidades habitacionales, pueblos y colonias de la ciudad, apoyando actividades que promuevan la recuperación de espacios públicos y la convivencia comunitaria; así como ampliar la dimensión del programa Artes por todas partes, con el apoyo de las Delegaciones y espacios culturales activos, y establecer estímulos al desempeño de los mejores creadores, al fin de cada ciclo. (Lineamientos de trabajo de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal, 2006:146).

Este programa ha estado presente como parte de los apoyos institucionales a la actividad del Martes de Arte. Sin embargo, dado que los apoyos se dan por concurso la capacidad de la organización para responder a las convocatorias es muy débil en relación con los requerimientos administrativos que se deben cumplir para renovar los apoyos.

Por otro lado, como parte de la política de la Secretaría, los recursos se distribuyen entre distintas organizaciones tratando de asignarlos equilibradamente entre todas las colonias y barrios, delegaciones y organizaciones que año con año se suman a la demanda de los apoyos. Esta situación ha fomentado un desgaste interno ante lo cual, los miembros de la organización han tratado de hacer eficientes sus esfuerzos para conseguir los apoyos provenientes de otros programas del gobierno local, así como en administrar el apoyo que obtienen de la relación con la Delegación Cuauhtémoc, la Secretaría de Desarrollo Social del GDF y de otras organizaciones solidarias nacionales e internacionales (entrevista con Mario García Puga, 11 de abril de 2010).

2.3. Propiedad del suelo, comercio y promoción cultural en la reglamentación vigente.

La definición del carácter público de un espacio pasa necesariamente por la definición que en este sentido se haga en la legislación vigente. En este apartado se plantean algunos

elementos para el conocimiento acerca de los procedimientos legales que definen las prácticas de producción del espacio público. Así, se puede aportar elementos útiles para la discusión sobre las prácticas comerciales y de promoción cultural así como para ubicar las relaciones entre los distintos actores que juegan en la definición de los usos y significados del espacio. Así, partimos de una serie de preguntas: ¿Quién es propietario de la calle en Tepito? ¿El comercio informal está permitido?, ¿Qué dicen las leyes respecto a las actividades culturales en el espacio público?

A continuación se presentan algunos datos respecto la propiedad del suelo en las calles y plazas del barrio, así como algunos aspectos legales en torno al comercio informal. Por otro lado, se presentan algunos elementos que norman la actividad de los promotores culturales en el espacio público así como sus relaciones con las instituciones de gobierno.

Para definir la propiedad del suelo en la vía pública en Tepito se propone por un lado un acercamiento a las normas federales y locales que estipulan el régimen de propiedad de las vialidades, parques y plazas de la Ciudad de México. Por otro lado, se propone un acercamiento a las formas cotidianas de uso y apropiación del espacio que si bien pueden no coincidir con las reglamentaciones vigentes, expresan la relación territorial que tienen diferentes actores con el espacio público en el barrio. Es importante recordar que el comercio en vía pública y las actividades culturales son las prácticas que centran esta investigación, por lo que no se profundiza en otras estrategias legales e informales de apropiación del suelo.

En términos legales, las vías generales de comunicación (aquellas que comunican una o más entidades del país) así como las plazas, monumentos, parques y paseos que construyó el gobierno federal o que están a su cargo, forman parte de los bienes de dominio público del Estado por lo que son inembargables e imprescriptibles (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: Art. 27, Párr. 1, Fracc. VI; Ley General de Bienes Nacionales: Art. 7, Fracc.XI y XIII).

Por su parte, la Federación otorga a las distintas entidades que la conforman la facultad de administrar los bienes públicos que son propiedad de la nación (Ley General de Bienes

Nacionales, Art. 9). La normatividad vigente en el Distrito Federal determina las características que deben observar los bienes de dominio público:

Los bienes de dominio público son inalienables, imprescriptibles, inembargables y no estarán sujetos a ningún gravamen o afectación de dominio, mientras no cambien su situación jurídica, a acción reivindicatoria o de posesión definitiva o provisional. Las Dependencias, Entidades, Delegaciones y otros órganos desconcentrados, así como los particulares sólo podrán obtener sobre ellos, cuando su naturaleza lo permita, el derecho de uso, aprovechamiento y explotación de estos bienes en los casos y en las condiciones que esta Ley establezca. (Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público: Art. 17).

...No pierden su carácter de bienes de dominio público los inmuebles que estando destinados a un servicio público de hecho o por derecho fueren aprovechados temporalmente, en todo o en parte, en otros fines distintos que no puedan considerarse como servicio público, hasta en tanto la autoridad competente resuelva lo procedente.” (Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público: Art. 25).

Dentro del conjunto de los bienes de dominio público, se especifican aquellos de uso común, es decir, los bienes de dominio público que puedan ser aprovechados por todos los habitantes del Distrito Federal, con las restricciones y limitaciones establecidas en ley. (Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público: Art.19). En el subconjunto de bienes de uso común del Distrito Federal se encuentran las vías terrestres de comunicación que no sean federales o de particulares; así como las plazas, calles, avenidas, viaductos, paseos, jardines y parques públicos, (Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público Artículo 20, Fracc. I y III)

De esta manera, las calles y plazas públicas que se encuentran en Tepito son propiedad de la nación y están a cargo del Gobierno del Distrito Federal, son bienes de dominio público y son consideradas además como bienes de uso común. Esta situación tiene tres consecuencias; por un lado las calles y plazas públicas del barrio son inalienables, imprescriptibles, inembargables y no están sujetas a ningún gravamen o afectación de dominio. Por otro lado, la Delegación Cuauhtémoc puede obtener derechos de uso, aprovechamiento y explotación de estos bienes. En tercer lugar, el régimen de propiedad del espacio público podría cambiar, pero implicaría una situación excepcional.

Por su parte, es importante observar las responsabilidades que tienen los gobiernos delegacionales con respecto al mantenimiento de los espacios públicos. En este sentido, es importante mencionar que las vialidades secundarias están a cargo de las delegaciones y los titulares de los órganos político-administrativos de cada demarcación territorial son los encargados de dotar los servicios correspondientes. Éstos son: barrido y recolección de residuos sólidos, seguridad pública, alumbrado y alcantarillado así como mantener en buen estado las guarniciones y banquetas en su demarcación territorial (Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal, Art. 39). Además, las Delegaciones tienen la obligación de administrar los recursos materiales y los bienes muebles e inmuebles asignados a cada una de ellas, por lo que deben construir y mantener las vialidades secundarias, parques, plazas y monumentos que estén a su cargo, así como otorgar permisos de uso de la vía pública y aplicar medidas administrativas para mantener o recuperar la posesión de bienes de dominio público (Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal: Art. 39).

Una cuestión elemental en la discusión sobre la apropiación del espacio público en las calles del barrio tiene que ver con la posibilidad legal de otorgar “permisos” de venta en la calle a cambio de una remuneración económica. En este sentido, el uso y aprovechamiento de los bienes de la nación tiene su fundamento legal en la Constitución y en la Ley General de Bienes Nacionales (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: Art. 27 párr. 6; Ley General de Bienes Nacionales: Art. 8 Párr. 2). De ahí, el gobierno de la ciudad tiene la facultad de cobrar por los derechos de uso o explotación de las vías públicas (Código fiscal para el Distrito Federal: Título cuarto, Capítulo 1, Art. 304; Título tercero, Capítulo X, sección 5). De esta manera, existen permisos para ejercer el comercio en vía pública en ciertas zonas de la ciudad y bajo los criterios que se imponen el código fiscal y en los programas de desarrollo que correspondan a cada lugar. Así, el Gobierno del Distrito Federal administra el aprovechamiento de las calles a través de los gobiernos delegacionales (Estatuto de Gobierno del Distrito Federal, Art. 115, Fracc. V, VI, VII, XI; Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal, Art. 39, Fracc. V; Ley de Régimen Patrimonial y del Servicio Público: Art. 16, Fracc. I a IV). En el caso de Tepito, la

instancia que administra el comercio en la vía pública es la dirección territorial Tepito-Guerrero, de la Delegación Cuauhtémoc.

A su vez, los aprovechamientos que administran las diferentes delegaciones son centralizados por la Secretaría de Finanzas del Distrito Federal (Ley de Régimen Patrimonial y del Servicio Público: Art. 12; Código Fiscal para el Distrito Federal, Art. 303). Por su parte, la Dirección General de programas delegacionales y ordenamiento de la vía pública, de la Secretaría de Gobierno realiza cada año un padrón de comerciantes, denominado Sistema de Comercio en Vía Pública (SisCoVip). Con esta herramienta, cada Delegación hace un registro de los comerciantes, emite gafetes de identificación y expide los recibos de pago que determina el Código Fiscal por concepto de aprovechamiento de la vía pública que deberán cubrir los particulares.

Siguiendo la discusión legal sobre la apropiación del espacio público en Tepito, nos centraremos ahora en la normatividad relativa a las actividades que realizan los promotores culturales. En este sentido, el uso del espacio público por parte de este agente tiene como fundamento un interés público a partir del cual se establecen relaciones de cooperación con las instituciones de gobierno. Las actividades de los promotores culturales coinciden con el cumplimiento de las leyes relativas al “derecho a la ciudad” en un marco de fomento a la participación ciudadana (Ley de Desarrollo social para el Distrito Federal, Art. 1: Fracc. X, XIII, XVIII). En este sentido, el uso que hacen los promotores culturales del espacio público se consideran parte de las actividades de desarrollo social, pues se realizan

...sin fines de lucro, en beneficio de terceros, con sentido de corresponsabilidad y transparencia, sin fines confesionales o político partidistas y, bajo principios de solidaridad, filantropía y asistencia social. (Ley de fomento a las actividades de desarrollo social de las organizaciones civiles para el Distrito Federal, Art. 2).

Específicamente, estas actividades se encuentran en el marco del fomento al desarrollo social porque promueven la realización de obras y la prestación de servicios públicos para beneficio de la población y porque impulsan el desarrollo cultural al promover las bellas artes, las tradiciones populares, así como la preservación del patrimonio cultural (Ley de

fomento a las actividades de desarrollo social de las organizaciones civiles para el Distrito Federal, Art. 2: Fracc.II, III, IX, XII, XIV).

Al respecto, la Ley de Fomento Cultural del Distrito Federal estipula la contribución de las organizaciones sociales a las actividades culturales que se ofrezcan en los distintos espacios de la ciudad (Ley de Fomento Cultural del Distrito Federal, Art. 5, 47). Asimismo, el usuario tiene derecho al uso de los bienes culturales de la ciudad como es el caso del uso del espacio público para estos fines (Ley de Fomento Cultural del Distrito Federal, Art. 5, Fracc. V). Por otro lado, la legislación vigente considera que un espectáculo público es:

...la representación, función, acto, evento o exhibición artística, musical, deportiva, taurina, cinematográfica, teatral o cultural, organizada por una persona física o moral, en cualquier lugar y tiempo y a la que se convoca al público con fines culturales, o de entretenimiento, diversión o recreación, en forma gratuita o mediante el pago de una contraprestación en dinero o especie.(Ley de Celebración de espectáculos públicos en el Distrito Federal, Art. 1 : Fracc. V).

Por su parte, la norma prohíbe la celebración de todos los espectáculos públicos que no se consideren espectáculos tradicionales. Es decir, aquellas manifestaciones, que siendo gratuitas, populares y de contenido cultural:

...tengan connotación simbólica y/o arraigo en la sociedad y que contribuyan a preservar y difundir el patrimonio intangible que da identidad a los barrios, pueblos y colonias que conforman el Distrito Federal.(Ley para la celebración de Espectáculos Públicos, Art. 4: Fracc. V, V bis; Art. 55).

Por último, las autoridades delegacionales tienen la facultad de efectuar ceremonias públicas, organizar actos culturales así como proponer y ejecutar las obras tendientes a la regeneración de barrios deteriorados y, en su caso, promover su incorporación al patrimonio cultural.(Ley orgánica de la administración pública del Distrito Federal Art. 39).

Además, la normatividad vigente estipula la obligación que las autoridades delegacionales tienen de promover actividades que fomenten la solidaridad comunitaria y de vincularse con las organizaciones locales que fomenten actividades no lucrativas que promuevan la integración y el desarrollo social (Ley orgánica de la administración pública del Distrito Federal Art. 39). De esta manera, los promotores culturales tienen la posibilidad de

coadyuvar con las instituciones de gobierno para realizar sus actividades en la vía pública y en las plazas del barrio para lo cual deben obtener el permiso de las autoridades delegacionales (Ley de Celebración de Espectáculos públicos en el distrito federal, Art. 12, 24, 55 bis).

En resumen, se entiende que el espacio público en Tepito es un bien de dominio público y que por lo tanto pertenece al estado mexicano, quien en determinadas circunstancias puede permitir su uso a particulares, ya sea mediante permisos gratuitos o mediante cuotas de aprovechamiento. De esta manera, los comerciantes y los promotores culturales tienen la posibilidad de hacer uso del espacio público para actividades comerciales o sin fines de lucro. Por otra parte, en Tepito el órgano que representa al estado mexicano en cuanto a la administración del espacio como patrimonio público es la Delegación Cuauhtémoc, quien organiza las cuotas que recibe la Secretaría de Finanzas, instancia del gobierno central de la ciudad.

Dado que se trata de un bien de dominio público y catalogado como de uso común, salvo algunas excepciones, la propiedad del suelo en la vía pública y en las plazas no es transferible a particulares. Por esta razón, la posibilidad de acceder a un permiso no implica que los comerciantes ni los promotores culturales puedan hacerse del dominio de la vía pública ni de los otros espacios públicos como son plazas, parques, paseos y jardines.

2.4. Sobre los significados de Tepito.

Es importante señalar que el barrio de Tepito no forma parte del acervo de la nomenclatura oficial, pues el lugar en donde se le ubica corresponde al de la Colonia Morelos, en la Delegación Cuauhtémoc y una parte de la colonia que lleva el mismo nombre, se encuentra en la Delegación Venustiano Carranza. Sin embargo, la búsqueda del significado de Tepito y “lo tepiteño” ha sido un trabajo arduo desarrollado por los “culturosos” y por investigadores atraídos por el mito del “barrio bravo”.

Como resultado de esta serie de trabajos se ha construido una representación acerca del origen del barrio como un lugar dedicado a la actividad comercial (Entrevistas con Felipe

García “Balico”, 16 de mayo de 2009, Alfonso Hernández, 21 de abril de 2009 y Mario García Puga, 11 de abril de 2010). Así, aparece la idea de un tianguis secundario en relación con el mercado de Tlateloco, antes de la llegada de los españoles al Anáhuac (entrevistas con Felipe García “Balico”, 16 de mayo de 2009, Alfonso Hernández, 21 de abril de 2009 y Mario García Puga, 11 de abril de 2010). Según las investigaciones de Ernesto Aréchiga, durante la época de la colonia existió un lugar llamado San Francisco Tepito, correspondiente al territorio de la parroquia que actualmente lleva el mismo nombre y que se encuentra a un lado del deportivo Morelos, en la esquina que forman las calles de Toltecas y Bartolomé de las Casas (Aréchiga, 2003).

Sobre los orígenes del nombre “Tepito” se ha encontrado una relación con la palabra en náhuatl “Tepitón”, que significa “templo pequeño”. En este sentido, se cree que este término hace referencia a una construcción religiosa construida por una comunidad perteneciente al territorio de Tlatelolco, en tiempos anteriores a la conquista (Aréchiga, 2003; CMAT, s/f). Otra interpretación se vincula con el nombre de la parroquia de la Concepción Tequipehuca, que se encuentra entre las calles de Tenochtitlán y Constancia. En esta segunda hipótesis, se considera que el nombre de Tepito es una deformación de “Tequipehuca”. Así, el significado del barrio estaría vinculado a un hito en la historia del país, que marca el comienzo de una relación de dominio hacia la población indígena. Actualmente es posible encontrar una placa de cerámica adosada al muro de la parroquia de la Concepción Tequipehucan² donde se observa una inscripción que dice:

Tequipehucan, (lugar donde inició la esclavitud). Aquí fue hecho prisionero el emperador Cuauhtemotzin la tarde del 13 de agosto de 1521.

Los significados actuales de Tepito podrían encontrarse en las representaciones que hacen los visitantes y los consumidores metropolitanos. El internet es en este sentido, una manera de conocer lo que se dice en nuestros días del barrio y de su gente. En un foro virtual de preguntas y respuestas abierto a todo público³, la búsqueda “Tepito” arroja entradas relativas a su ubicación, a la calidad de los productos que venden ahí, su precio y la forma de encontrarlos en el tianguis:

² Se ubica en el cruce de las calles Tenochtitlán y Constancia.

³ Búsqueda realizada con la entrada “Tepito” en el foro “Yahoo respuestas”, junio del 2011.

¿Qué estación me queda más cerca para el tianguis de Tepito?, ¿Qué tiene de diferente una patineta de marca y una de Tepito?, ¿En qué calles o calle o avenida de Tepito encuentro video juegos de computadora piratas?, ¿Alguien me puede decir de un tianguis que sea más económico que Tepito aunque no sea en el DF?, “Busco vendedor de Tepito que surta cosméticos de marca provenientes de China”⁴.

Otras preguntas se refieren a la dispersión del fenómeno comercial que tiene lugar en el barrio y a la política local, así como a la identidad y su controvertida fama:

¿Cuál es el significado de Tepito, a ver esos tepiteños?, ¿Qué tan peligroso es el barrio de Tepito?, ¿Alguno sabe la historia del tanque militar vendido en Tepito. ¿Te gusta ver convertido al D.F. en un Tepito extendido por los 4 puntos cardinales? ¿Quién es el líder de los ambulantes de Tepito, hoy? ¿Tenemos la obligación de cooperar con el censo, si sabemos que esta información se venderá en Tepito?.

Estas preguntas reflejan en parte las percepciones que tiene la gente que no necesariamente vive en el barrio y tienen una característica que se repite en la mayor parte de ellas: el rasgo comercial del barrio. Así, Tepito se asocia con tradición, amenaza, oportunidad; y es también un mito y un modelo de ocupación del espacio.

Una rápida sesión de búsqueda de imágenes sobre Tepito en internet⁵ nos puede dar una idea del imaginario que respecto al barrio se tiene desde fuera. Estas imágenes hacen referencia al tianguis, a los puestos y a la gente que va a comprar, a los productos “pirata” (Ver foto 2), así como a la presencia policiaca, las manifestaciones y los zafarranchos que cotidianamente protagonizan los comerciantes.

⁴ Búsqueda realizada con la entrada “Tepito” en el foro “Yahoo respuestas”, junio de 2011.

⁵ El ejercicio se reduce a observar las primeras 5 páginas provenientes de la búsqueda de imágenes en el buscador de google.



Foto 2: La gente y los puestos en el tianguis de Tepito (fotografía tomada de Internet).

También están presentes la Santa Muerte y los personajes del barrio, fotografiados por Francisco Mata (Ver foto 3) y por otros fotógrafos aficionados. La traza urbana, su historia y el abigarrado orden en que están colocados los puestos en ella también aparecen en un lugar importante del crisol virtual (Ver foto 4). Se incluyen además imágenes relativas a los bailes y los sonideros, la porra del equipo de futbol del Atlante llamada “la tito Tepito”, y a Místico, la estrella de la lucha libre que “regresa al barrio que lo vio nacer”. Además se presentan otras imágenes en torno al tema del barrio, algunas chuscas, otras más serias, como portadas de libros y hasta un proyecto universitario de reciclaje de basura destinado al barrio proveniente del Tecnológico de Monterrey.



Foto 3: Afiche del baile y la presentación del libro “Tepito Bravo el barrio” de Francisco Mata, 2008. (imagen tomada de Internet).



Foto 4: Los puestos ocupan la calle (fotografía tomada de Internet).

Todas estas imágenes, creadas por fotógrafos profesionales, reporteros gráficos, aficionados, y subidas a la red por publicaciones periódicas, blogs y páginas especializadas en fotografía y en turismo son, sin embargo, generadas desde fuera, por lo que no están necesariamente comprometidas con la representación que puedan hacer del barrio sus habitantes cotidianos, ya sean éstos residentes, comerciantes, consumidores, etc. Más adelante, en este trabajo se buscará conocer una perspectiva más cercana a la construcción cotidiana del espacio público por algunos actores que lo construyen y lo viven.

2.5. La producción del espacio público en Tepito, una aproximación procesual.

Este acercamiento parte de una premisa inicial: la dinámica social, política y económica se concreta como una forma particular de producir el espacio público. En otras palabras, la construcción y uso de las plazas, calles y banquetas es en buena medida producto de la materialización de una estructura social y política.

Una segunda premisa tiene que ver con la importancia del tianguis como elemento estructurador en el proceso de producción de lo público espacial. Además, como se señaló antes, se considera la promoción cultural como una práctica que también contribuye, desde sus limitaciones a la construcción del carácter público del espacio en el barrio. De esta manera, se propone un recuento de algunos de los hitos importantes para la construcción de lo que hoy es el espacio público en el barrio de Tepito. Esta recopilación gira en torno a un objetivo inicial: comprender cuál ha sido el proceso sociohistórico que ha definido la situación actual de un espacio público metropolitano en la ciudad de México.

Para ello, el presente capítulo muestra los resultados de una investigación bibliográfica y hemerográfica, pero que también se vale de los testimonios de vecinos, comerciantes, cronistas y promotores culturales recopilados entre 2008 y 2011. En este sentido, las investigaciones de Ernesto Aréchiga y de Mario Barbosa resultan valiosas para comprender la primera etapa de la venta callejera en el barrio en el contexto de las transformaciones urbanas de finales del siglo XIX, pero también para contextualizar este fenómeno como parte del sistema de *rumbos* que definieron la geografía comercial de la ciudad a principios del siglo XX (Aréchiga, 2003; Barbosa, 2008).

Por su parte, múltiples trabajos universitarios han abordado la historia del barrio durante la segunda mitad del siglo XX (Herrera Villarreal, 2008; Grisales, 2003; Rocha Osorio, 2004; Sánchez Salas, 2006; Conde Rodríguez, 1985). Desde diversas perspectivas, estos autores han desarrollado nuevos conocimientos en los que si bien el espacio público no es objeto principal de estudio, sí aparece como un eje transversal que los articula.

El espacio del comercio informal en Tepito de finales del siglo XIX y principios del XX.

Desde la perspectiva de Ernesto Aréchiga, el uso comercial informal del espacio público en Tepito ya estaba presente durante la segunda mitad del siglo XIX. Este periodo se caracterizó por tres procesos que definieron las formas de habitar y decidir sobre él: la desamortización de los bienes de la iglesia y de las comunidades indígenas, la expansión urbana y el auge de la desigual ciudad porfiriana (Aréchiga, 2003: 77-94). Según este autor, a partir de 1868 los servicios y espacios que antes administraban las instituciones eclesiásticas y las asociaciones de indios, pasaron a manos de la República, representada por el nuevo gobierno local. En adelante, las decisiones sobre el uso y usufructo del espacio público y sobre el mantenimiento y servicios en favor de éste y de la población, estarían centralizadas por el Ayuntamiento de la ciudad (Aréchiga, 2003: 79, 82, 138). Por otro lado, la expansión de la urbe hacia los nuevos fraccionamientos más allá de los límites de la ciudad colonial y la creciente población empobrecida ubicada en las zonas oriente y norte de la ciudad, llevarían a la creación de otros grupos de consumidores así como la consolidación de nuevos espacios para la venta informal callejera (Barbosa, 2008:138). Por último, el auge de la “modernidad porfiriana” que buscaba transformar la imagen de la ciudad sería a su vez acompañada por una distribución inequitativa de los beneficios de la vida urbana (Gortari de, 1988: 69; Rivera, 1883: 145-148; Sesto, 1918).

Entre 1882 y 1896 el Ayuntamiento otorgó los permisos para la construcción de los fraccionamientos Violante, La Bolsa, Morelos y Díaz de León, que corresponden a los límites actuales del barrio. Estas nuevas colonias fueron ocupadas por población marginada proveniente de otras zonas de la ciudad de México, así como de los Estados de la naciente República. Como consecuencia, la demanda de suelo para vivienda y el bajo nivel adquisitivo de su población generaron condiciones de hacinamiento nunca antes vistos. En ese tiempo, la calle era un espacio abierto e insalubre que se usaba como espacio de flujo pero también como lugar de convivencia y consumo entre los sectores empobrecidos de la sociedad urbana (Aréchiga, 2003: 171, 215-229).

A finales del siglo XIX Tepito era uno más de los barrios marginales en donde no había pavimentación ni drenaje y en donde los carretones recolectores de basura no accedían a todas las calles porque les era imposible atravesar los charcos, canales anegados y desniveles del terreno. Las calles que antes formaron parte del sistema de lagos, ahora eran los recipientes permanentes de los desechos de las viviendas. De esta manera el espacio público era fácilmente relacionado con suciedad y enfermedad (Aréchiga, 2003).

Desde aquella época la actividad de los comerciantes informales evidenciaba las contradicciones de la sociedad capitalina: por un lado se hacía patente la necesidad de una fuente de ingresos estable para la población mayoritaria, que no pertenecía a las élites gobernantes y que vivía en condiciones miserables. Por otro lado, la falta de higiene y de accesibilidad que causaba su presencia en las calles implicaba a su vez un problema para las autoridades (Gortari de, 1988: 104). En este contexto, en 1897 se otorgó una serie de permisos para la instalación de puestos en las calles más recorridas del barrio, cerca de la Plaza de San Francisco, donde hoy se encuentra el Deportivo Morelos (Herrera, 2008: 57, Aréchiga, 2003: 216).

Las constantes quejas de los comerciantes establecidos y de los vecinos afectados, así como el reclamo de las clases acomodadas por mantener el aspecto de la ciudad llevaron a los funcionarios a tomar algunas decisiones encaminadas a “limpiar” la ciudad. 1901 fue un año crucial en la historia del espacio público en Tepito: el 8 de agosto los comerciantes provenientes del desaparecido mercado del Volador⁶ (Prieto Guillermo, 1880), fueron obligados a trasladarse de la plaza del Jardín y posteriormente, a la plaza principal del barrio (Herrera, 2008:60; Rocha, 2004: 63).

Entre 1850 y 1851 trasladaron El Baratillo a la Plaza Villamil (hoy Plaza Aquiles Serdán) y, posteriormente a la Plazuela del Jardín (hoy Plaza Garibaldi), de donde regresó al centro de la ciudad, en la Plaza del Volador, justo donde hoy está la Suprema Corte de Justicia, de donde fue desalojado y finalmente reubicado en el corazón del barrio de Tepito .(Hernández Alfonso, ver página de CETEPIS)

⁶ El mercado del Volador estuvo desde la época de la colonia en el costado sur de Palacio Nacional, en el espacio que ahora ocupan las oficinas de la Suprema Corte de la Nación.

Unos días más tarde, el 22 de agosto, el Ayuntamiento de la Ciudad de México prohibió la práctica comercial denominada “el baratillo”⁷ (Grisales, 203:123) en toda la ciudad excepto en Tepito. Así, junto con la Lagunilla, el barrio se convertiría en uno de los rumbos del comercio popular callejero en la ciudad (Barbosa, 2008:142).

En el tianguis ampliado se expedían productos de primera necesidad como carne, verduras y semillas, pero también se ofrecían a la venta fierros viejos, ropa así como objetos usados y robados. Los “ayateros”⁸ y otros vendedores provenientes de todas partes de la ciudad se instalarían en la plazuela de Tepito, en las calles que hoy se conocen como Fray Bartolomé de las Casas. En un principio las mercancías se acomodaban sobre sábanas y trapos viejos llamados “sombras” extendidas sobre el suelo. Años más tarde, se permitió la colocación de barracas construidas con pedazos de madera y diversos materiales de desecho.

En la plaza de San Francisco Tepito gran cantidad de población pernoctaba en las barracas en condiciones infrahumanas. La fruta y la verdura podridas, así como las heces y los animales muertos se mezclaban con el lodo en un escenario inmundo (Aréchiga, 2003: 224; Barbosa, 2008: 206). El desinterés por la población más pobre se hizo evidente: el alcoholismo, el hurto, la violencia intrafamiliar y otras situaciones sórdidas se presentaron cada vez con mayor frecuencia. La intensidad de estas prácticas impactaría a los reporteros y literatos de la época inaugurando la imagen terrible del *barrio bravo* (Aréchiga, 2003). En consecuencia, el abandono de las nuevas colonias por parte de las autoridades dio pie a una lucha que no concluyó sino hasta mediados del siglo XX (Aréchiga, 2003: 171-194, 205).

Los informes de los inspectores de salud, las demandas vecinales, así como las imágenes publicadas en periódicos y en la literatura de ficción finalmente lograrían la atención de las autoridades locales quienes destinaron parte del presupuesto local para diferentes obras.

⁷ El *baratillo* era una forma coloquial de llamarle a la actividad comercial informal callejera.

⁸ Los ayateros son comerciantes callejeros de mercancías de segunda mano. Antiguamente recorrían las calles intercambiando y comprando ropa, losa y otros objetos usados que exponían a la venta sobre mantas llamadas ayates que colocaban en el suelo. En 2010 aún se les podía ver en la calle de González Ortega y Avenida del Trabajo.

Sin embargo, el cese del gobierno porfirista interrumpiría las acciones, que sólo alcanzaron a atender algunas zonas del barrio (Aréchiga, 2003: 195).

Tepito y el comercio informal en el nuevo régimen.

Según las investigaciones de Barbosa, durante los primeros años del gobierno revolucionario, la inestabilidad política y económica que se vivía en la ciudad también se reflejaba en los problemas de insalubridad y los relacionados con el comercio callejero (Barbosa, 2008: 205-220). La nueva administración reanudaría la pavimentación y la colocación de tuberías iniciadas antes de su administración, pero todavía en 1929 las autoridades de salubridad encontraban grandes riesgos para la salud pública (Aréchiga, 2003:200, 203). La imagen inmunda que se asociaba al barrio sólo comenzaría a transformarse en los años cincuenta, cuando los servicios públicos se introdujeron de manera generalizada (CMAT, s/f: 12).

Luego del traslado a Tepito de una parte del comercio informal de la ciudad que comenzó en 1901, los puestos situados originalmente en la plaza de Fray Bartolomé de las Casas se extenderían por las banquetas del barrio. En éstos se ofrecían mercancías usadas (ropa y loza entre otros), así como comestibles, productos artesanales locales y servicios de reparación. Tras la instauración del régimen, el barrio de Tepito seguía siendo un espacio importante para el comercio informal, al que acudían los grupos más vulnerables de la ciudad:

...1920. En Tepito, el mercado de flores, carnes y verduras se encuentra frente al templo de San Francisco; atrás se encuentran los puestos de leña; a un lado los de botellas usadas. En la calle de Toltecas están los puestos de comida y entre Matamoros y Rivero, los puestos donde comercian los indios. (CMAT, s/f: 10).

Desde principios del siglo XX, grupos de migrantes empobrecidos y desempleados se asentaron paulatinamente en las periferias de la ciudad, en un entorno semi rural, como fue el caso de Tepito (entrevista con Mario García 10 de octubre de 2011). En el barrio, este proceso se mantuvo de manera constante por lo menos hasta la década de 1970 (entrevista con Mario García 10 de diciembre de 2009). Así, en Tepito se establecieron maestros de

oficios que instalaron sus talleres y negocios como ebanistas, talabarteros, zapateros, carpinteros, sastres y textiles (entrevista con Mario García 10 de octubre de 2011). Por ejemplo, la familia de Luis Arévalo es proveniente de Guanajuato, donde los problemas vinculados al fenómeno de la cristiada los obligaron a migrar a la capital. Los miembros de esta familia, dedicada a la producción y reparación de calzado continuaron con su actividad una vez ubicados en Tepito (entrevista con Luis Arévalo 10 de diciembre de 2009).

Conforme a los testimonios de los promotores y cronistas del barrio, la localización en Tepito de los migrantes capacitados en algún oficio cobraba sentido en el marco de la dinámica comercial local. En este sentido, los consumidores de mercancías de segunda mano acudían a los talleres de los residentes del barrio a reparar toda clase de objetos y aparatos. Así, la actividad comercial del tianguis era complementada por una serie de servicios organizados en torno a pequeñas empresas familiares (entrevista con Mario García 11 de octubre de 2010 y Alfonso Hernández, 21 de abril de 2011).

Durante los gobiernos de Huerta y Carranza la relación entre funcionarios y comerciantes callejeros estuvo marcada por la discrecionalidad y la negociación (Barbosa, 2008: 222). En ese periodo los comerciantes conocieron la efectividad de la presión colectiva, mientras que los funcionarios aprendieron sobre la cooptación de estos grupos. Así, ambos hicieron su parte en la formación del pacto clientelar y de la creación en los años treinta del régimen corporativista, que se materializaría después como el tianguis que hoy conocemos.

En el establecimiento del régimen priísta se desarrolló el modelo de “desarrollo estabilizador” (Ortiz Mena, 1998), de manera que los fenómenos de industrialización de la economía y el crecimiento poblacional tuvieron como efecto el proceso de urbanización y la expansión del área urbana en la ciudad de México (SAHOP, 1980: 370; Unikel, 1976; Garza y Rivera, 1995; Galindo, Escalante y Asuad, 2004). En este contexto, entre 1930 y 1980, la población del Distrito Federal creció de uno a 9.5 millones de habitantes (SAHOP, 1980: 370). Además, la ciudad se desarrollaba de una forma “anárquica”, absorbiendo las localidades rurales que la rodeaban y extendiendo el área urbana hacia localidades del Estado de México (SAHOP, 1980: 370). Así, los pueblos englobados en el

crecimiento se proletarizaban en la proximidad de colonias industriales o adaptaban sus habitaciones para transformarlas en viviendas de lujo modernizadas (SAHOP, 1980: 370).

Desde los años cincuenta, el estado realizó grandes obras de equipamiento (como es el caso de los mercados y escuelas públicas) y construyó una extensa red de vías rápidas como es el del circuito interior y los ejes viales (SAHOP, 1980: 370). A mediados de la década de los setenta, la mitad de los capitalinos vivían en colonias populares; mientras, el 35% de la población habitaba en fraccionamientos desarrollados por empresas privadas y una de cada diez personas vivía en vecindades. En este periodo, el 8% habitaba en espacios producidos por el estado y un 3% vivía en tugurios y “ciudades perdidas” (SAHOP, 1980: 370).

En este proceso, la distribución de la población en los nuevos territorios tuvo lugar de manera diferenciada. Los sectores con mayores ingresos salieron del centro histórico y se establecieron en nuevos fraccionamientos en el poniente y norponiente de la ciudad. Los nuevos sectores aglutinados en torno a lo que se llamó “clase media” ocuparon nuevos fraccionamientos hacia el sur de la ciudad en proyectos de construcción privados, pero también ocuparon unidades habitacionales proyectadas, financiadas y construidas por las instituciones del estado (Puebla, 2002:40; Villavicencio, 2006: 12; SAHOP, 1980: 370). En este contexto, los sectores marginales de la ciudad se distribuían entre las colonias aledañas al centro histórico y los espacios alejados semi-rurales y sin servicios de la periferia. Así, la nueva configuración espacial de la ciudad posrevolucionaria seguía un modelo de estratificación socioeconómica fácil de identificar:

A medida que los barrios del centro se degradan para recibir a las clases populares, las capas acomodadas se instalan en los nuevos barrios del noroeste que no están organizados alrededor de una iglesia, sino que son fraccionamientos homogéneos de mansiones lujosas (SAHOP, 1980: 376).

En 1958 Tepito fue considerado como parte de una región de la ciudad que el Instituto Nacional de Vivienda tituló “Herradura de tugurios” (INV, 1958). En este diagnóstico se hacía referencia a las malas condiciones de vida de la población capitalina que no participaba del “milagro mexicano” ni se beneficiaba de las políticas del llamado “desarrollo estabilizador” (Ortiz Mena, 1998). En este lapso, la situación económica y

social del barrio llegaba a niveles de degradación que impresionaban a propios y extraños, actualizando el mito del *barrio bravo* (Aréchiga, 2003).

Durante la primera mitad del siglo XX y hasta mediados de los años setentas, la vida cotidiana en el espacio público de Tepito se desarrollaba en torno al patio de la vecindad y junto al taller, la calle y el tianguis local y fungía como ámbito de interacción social⁹ (Conde Rodríguez, 1985: 108). En este periodo, la vida cotidiana estaba marcada por la necesidad económica, de manera que la supervivencia tenía como base las redes de solidaridad familiares-vecinales y las pequeñas unidades económicas sostenidas por éstas (entrevista con Mario García 11 de abril de 2010 y Alfonso Hernández, 21 de abril de 2009). Mientras, la vida en la vecindad se caracterizaba por su precariedad y por las condiciones de hacinamiento al interior de las viviendas (Conde, 1985:83).

Las difíciles condiciones de vida se agudizaron a partir de 1948, año en que el gobierno decretó el congelamiento de las rentas en viviendas de interés social (Grisales, 2003: 99,102; Rocha Osorio, 2004: 44). Desde de entonces, la vida en la vecindad se haría aún más barata, pero también más deplorable, pues los dueños de los inmuebles dejaron de interesarse por su mantenimiento. Estos factores hacían que el espacio público fuera utilizado de manera especialmente intensa de manera que algunos de los usos y actividades privadas se trasladaban al patio desarrollando el sentido de lo común, pero también acrecentando la lucha por el control micro territorial. En ocasiones, las relaciones entre vecinos evolucionaban en lazos familiares, pues la interacción entre residentes era tan estrecha que terminaban por formar familias enteras al interior de las vecindades y por establecer vínculos afectivos entre distintas vecindades (entrevista con Mario García 10 de octubre de 2011). De esta manera, las bodas, bautizos y sepelios eran ocasión de reunión y de ocupación del patio de la vecindad y las calles locales. Los festejos patronales y los aniversarios de los mercados eran ocasión de grandes romerías (Alfonso Hernández, 21 de abril de 2009 y Abraham Parra, 2 de diciembre de 2009). De esta manera, las formas de uso del espacio estaban permeadas por prácticas de convivencia e interacción intensa. Así,

⁹ Entrevista con Alfonso Hernández, 21 de abril de 2010.

el uso continuo, intensivo y colectivo del espacio generaba condiciones para la apropiación colectiva del espacio y la construcción de una identidad común.

Durante la administración del regente Uruchurtu la ciudad fue objeto de una política de construcción masiva de equipamiento urbano (Gruzinski, 2004: 503; Uruchurtu, 1952; SAHOP, 1980: 370). Entre 1952 y 1966 se construyeron más de 100 mercados en toda la ciudad, 4 de ellos en Tepito destinados a la venta de artículos usados, comestibles y calzado. De esta manera, los comerciantes callejeros fueron reubicados en los nuevos inmuebles prohibiendo además la venta en la vía pública (CMAT, s/f:13; Grisales, 2003:83). Sin embargo el orden espacial duraría poco tiempo, pues dos años después de la inauguración de los mercados, el comercio informal volvería a las calles.

Las relaciones clientelares entre la Confederación Nacional Obrero Popular y el regente Uruchurtu impidieron el control del comercio callejero (Rocha Osorio, 2004: 67), pues el gobierno local ofrecía tolerancia a líderes de comerciantes que estuvieran afiliados al partido condicionando los permisos de venta (Grisales, 2003: 84). Así, en 1957 se otorgó la primera autorización formal para la venta de mercancía de segunda mano fuera de los mercados establecidos. En este año, veinticinco comerciantes expandieron sus negocios fuera de los inmuebles y se registró la instalación de nuevos puestos en el Callejón de la Rinconada, a unos pasos de la plaza principal del barrio. (Grisales, 2003: 83; CMAT, s/f:13).

A continuación se presenta una serie de fotografías donde se pueden apreciar los cambios en el uso y la fisonomía de la Plaza Fray Bartolomé de las Casas. En los años veinte, se observaban las barracas donde se expendía mercancía de segunda mano, alimentos y otras más en condiciones insalubres (Fotos 5 y 6). Más tarde se observa la plaza desocupada y rehabilitada (Fotos 7 y 8).



Foto 5: Plaza Fray Bartolomé de las Casas en 1928 I. (Foto CETEPIS).



Foto 6: Plaza Fray Bartolomé de las Casas en 1928 II. (Foto: CETEPIS).



Foto 7: Plaza Fray Bartolomé de las Casas en 1961. (Foto CETEPIS).



Foto 8: Plaza Fray Bartolomé de las Casas en 1967. (Foto: CETEPIS).

La bonanza de la *fayuca* y del *Arte Acá*.

Luego de la construcción de los mercados públicos, el comercio informal se localizaba principalmente en torno a éstos, sobre las banquetas de las calles de Tenochtitlán y de Aztecas. Durante los años sesenta y setenta, los puestos ubicados en el Callejón de la Rinconada eran escasos, mientras que el espacio de la plaza que antes ocupaban los comerciantes, era utilizado como cancha de futbol (entrevista con Mario García 10 de octubre de 2011).

En 1982, una de las transformaciones más impactantes que se realizaron sobre las formas de concebir el espacio público en Tepito fue la construcción del Deportivo “Tepito”. La plaza Bartolomé de las Casas, que en su origen se llamó Plaza de Tepito y que se

encontraba había sido ocupada por los comerciantes a principios de siglo y que más tarde fue desocupada y remozada, ahora estaría bardada y el acceso estaría restringido. En este lugar se ubicó uno de los referentes espaciales del barrio, conocido como el “estadio maracaná” y se estableció un gimnasio de box se formarían los “campeones del barrio”. En ese sentido, Alfonso Hernández¹⁰ narra la transformación de la plaza Bartolomé de las Casas y la construcción en ella de un equipamiento deportivo:

...fue un espacio que [los funcionarios del gobierno] no supieron resolver cuando los vendedores que estaban en esa plaza fueron reubicados en los mercados públicos (...). Entonces a la plaza se le trató de dar una función después de que se había convertido, o la habían dejado convertirse en un cochintero. (...) se les ocurrió que lo más fácil era, si era un solar eriazó, pues convertirlo en una cancha de futbol (...) anexándole un gimnasio de box.. (Entrevista con Alfonso Hernández).

Hacia principios de los años sesenta comenzaban a aparecer nuevos personajes en el barrio; los *carreros* y *salderos* (CMAT, s/f:13)¹¹ quienes anunciaban la especialización del trabajo en el tianguis y con ello sus dimensiones y transcendencia para el imaginario popular. Junto a ellos aparecerían también los *fayuqueros*, los nuevos héroes del barrio, que harían la competencia a los campeones del boxeo salidos de las vecindades¹². La *fayuca* era un tipo distinto de mercancía (Grisales, 2003:91) que se caracterizaba por ser nueva, extranjera, proveniente del contrabando y en muchas ocasiones, por su mala calidad. Los inicios de este tipo de comercio en Tepito se han fechado en 1963 mientras que el auge se ubica hacia 1977 (CMAT, s/f: 13; Herrera Villarreal, 2008: 60; Rocha Osorio, 2004: 77-78). Si bien el auge del llamado “tianguis global” tiene lugar hacia la década de 1990, es importante reconocer en este periodo la inserción del tianguis del Tepito en la configuración de la red global de distribución de productos provenientes de la creciente industria asiática (Alarcón, 2008: 16).

¹⁰ Cronista del barrio.

¹¹ Los *carreros* arrastraban los fierros viejos en carros. Los *salderos* son comerciantes de ropa nueva de *saldo*, es decir, que tiene poco valor comercial en el mercado formal por ser defectuosa o porque no se vendió en su temporada.

¹² Entrevista con Alfonso Hernández. Entre estos héroes populares se encontraban los boxeadores Raúl *ratón* Macías y Rubén *púas* Olivares, entre muchos otros.

Las mutaciones físico-espaciales que se vivirían más tarde en todo el barrio comenzaron a mediados de los años sesenta, cuando el Instituto Nacional de la Vivienda hizo estudios y planes para el Centro Histórico (Grisales, 2003: 100). Como un primer resultado, entre 1969-1971 se llevó a cabo un plan de remozamiento de fachadas (CMAT, s/f: 13; Grisales, 2003: 108). Más tarde, en 1972 el gobierno dio inicio al “Plan Tepito”, un proyecto que abarcaba todo el barrio y que buscaba demoler la vivienda en vecindad para ser sustituida por unidades habitacionales de interés social (CMAT, s/f: 15; Grisales, 2003:100, Herrera Villarreal, 2008: 79).

En esta época se realizaron acciones colectivas en torno a la demanda de mejores condiciones de vivienda y por el acceso a fuentes de ingresos dentro del mercado legal, especialmente para la creciente población de jóvenes (entrevista con Luis Arévalo, 10 de diciembre de 2009). Así, en 1970 se conformó la Comisión del 40 de Tenochtitlán y en 1972 la Asociación de Inquilinos de la Colonia Morelos-Tepito (CMAT, s/f: 14; Grisales, 2003:108). En esta organización participaron personajes que luego serían los principales líderes del barrio, en el ámbito comercio informal, como gestores de vivienda popular, pero también como artistas y promotores culturales.

En este sentido, el espacio público jugó un rol inédito como lugar de exposición y reafirmación de las identidades locales. Además, en aquellos años, el trabajo cultural dio especial importancia a la construcción de lo común, lo compartido en el barrio. Esto a su vez, tendría efectos importantes sobre lo público urbano en el contexto de la acción colectiva que en aquellos años aún era incipiente. En ese sentido, una de las experiencias interesantes respecto a la construcción de la imagen del espacio público en Tepito fue la representación del barrio en la Galería José María Velasco en 1973, cuando se realizó una exposición llamada “Conozca México, visite Tepito”. En esta muestra, se presentaron las propuestas plásticas de los artistas locales (entrevista con Mario Puga, 11 de abril de 2010). Los promotores culturales, continuamente trasplantaban el arte a la calle, pero también llevaron el barrio hacia el museo, la literatura y las artes plásticas. Así, los traslados del espacio cotidiano hacia aquellos de las representaciones marcaron la construcción del imaginario sobre el barrio que aún pervive entre algunos de sus habitantes y entre otras comunidades artísticas e intelectuales.

Al aproximarnos a ese imaginario, uno de los rasgos o expresiones más importantes es la reivindicación de lo popular, en el que se busca visibilizar y celebrar a los personajes del barrio, las formas de andar, de hablar y de ocupar los espacios. Estas expresiones se entienden como parte de un proyecto de reconocimiento de los valores estéticos, pero también como reconocimiento de la producción cultural local como centro y origen de la identidad mexicana, barrial y capitalina.

Otra característica de imaginario tiene que ver con una imagen del barrio alejada de la faceta violenta y miserable que se ha reproducido en los medios masivos de comunicación. En este sentido, el combate al estigma de inferioridad de la identidad tepiteña es también un núcleo que ha aglutinado al movimiento cultural desde sus orígenes. De esta manera, las actividades de promoción cultural que se vinculan a partir de este imaginario también lo hacen en contraposición a los contenidos simbólicos que respecto al barrio se reproducen en la actividad de los grandes consorcios de la información. Así, este movimiento trata de ofrecer una mirada al barrio como un baluarte histórico, pero también como un espacio de vanguardia artística y como origen de las propuestas culturales que caracterizan las culturas populares en otros barrios de la ciudad y del país. (entrevista con Mario García 10 de octubre de 2011, Luis Arévalo 11 de octubre de 2011, Alfonso Hernández, 21 de abril de 2009).

En este contexto surgieron iniciativas como el *Arte Acá* (Conde Rodríguez, 1985: 82; Manrique, 1998; Vásquez, 2003) que buscaba el rescate de la cultura barrial, el cuidado del patrimonio intangible y el desarrollo del arte público (Galería José María Velasco, 2007). Esta propuesta buscaba además trasladar la actividad artística a los espacios cotidianos del barrio. De esta forma, algunas vecindades fueron reclamadas como espacios artísticos y en ellas se realizaron murales que abordaban la historia del barrio desde un enfoque humanístico (Ver fotos 9, 10 y 11).



Foto 9: Murales de Daniel Manrique en patios de vecindad en Tepito I (Foto: GJMV).



Foto 10: Murales de Daniel Manrique en patios de vecindades en Tepito II (Foto: GJMV).



Foto 11: Murales de Daniel Manrique enmarcan la vida en el tianguis (fotografía tomada de internet).

Así, aunque de una manera incipiente, el patio de la vecindad, principal espacio de convivencia en el Tepito de los años setenta fue ocupado por el arte y la cultura. Uno de los personajes más representativos de este movimiento expone sus orígenes:

En el año de 1974 surge lo que yo Daniel Manrique digo es mi choro, rollo o cuento al que le puse por nombre TEPITO ARTE ACÁ. Todas las manifestaciones artísticas pero especialmente las artes plásticas y de éstas el muralismo. Y, aunque se oiga mamonamente simplón, también es una propuesta moral-ética, ¿desde mi barrio de Tepito? ¡háganme el rechingado favor! (...) Debemos recuperar nuestras chingonísimas cualidades, nuestra capacidad creativa, productiva y de propuesta sosteniendo esto por nuestra también muy chingona capacidad de la informalidad, la improvisación y la espontaneidad, cualidades de nuestra esencia de ser tepiteños... (Daniel Manrique en: Galería José María Velasco, 2007).

Los esfuerzos por la reafirmación colectiva en torno a “lo tepiteño” no se limitaron a las artes plásticas; paralelamente se fundaron varias asociaciones de gestión cultural comunitaria entre cuyas labores se sumaron la creación de foros, centros culturales, la “Biblioteca de la Juventud”, una escuela preparatoria popular, el actual Centro de Estudios Tepiteños y las Peñas Culturales Tepito y Morelos (Ver foto 12). En este marco, la actividad editorial también fue un producto importante de esta efervescencia cultural; las publicaciones que se cuentan como parte de este movimiento han sido “El ñero”, “Desde el zaguán” y “La hija de la Palanca”. Más tarde darían pie a otros trabajos editoriales y talleres literarios autogestivos (entrevista con Mario García Puga).



Foto 12: Afiches de la Peña Morelos 1979-1980 (imágenes tomadas de internet).

En el surgimiento y desarrollo de este tipo de expresiones artísticas y de promoción cultural se pueden mencionar algunos procesos que se encuentran en la articulación entre la práctica comercial, las formas de entender “lo tepiteño” y las maneras de expresión cultural.

Por un lado se puede mencionar la herencia creativa de una colectividad permeada por la producción artesanal y la facultad de resolver problemas a partir de recursos mínimos. Por otro lado, se puede considerar que la práctica de ocupación comercial del suelo desarrolló formas de apropiación del espacio y lazos de afectividad en torno a la pertenencia al territorio delimitado por el barrio. En este último sentido, las formas de ocupación de los espacios privados y semiprivados también alentaron la cercanía entre los residentes fortaleciendo la construcción de “lo tepiteño”. También se puede decir que la necesidad de construir la idea de un “sujeto colectivo” cobró un sentido muy particular a finales del siglo XX, pues en ello se iba la posibilidad de interlocución con las instituciones de gobierno y con ello, la posibilidad de acceder a mejores condiciones de vida en relación con la vivienda, el acceso al suelo para el comercio o la posibilidad de desarrollar proyectos de desarrollo comunitario de tipo social, de salud, de educación, entre otros temas.

Por otro lado, en el marco del movimiento socio-cultural posterior al 2 de octubre de 1968, los jóvenes capitalinos de clase media protagonizaron nuevas formas de expresión de las demandas de su generación. En este sentido, la defensa de lo popular se convirtió en un elemento aglutinador del movimiento cultural y un factor de unión entre el ámbito académico universitario, los círculos relacionados con la creación artística y el movimiento inquilinario que tuvo sus inicios con la organización del 40 de Tenochtitlán (entrevista con Luis Arévalo y Mario García ,11 de octubre de 2011).

Es importante mencionar que este movimiento fue alentado y acompañado por diversas organizaciones y personajes. Como parte de estas relaciones estuvieron presentes en el barrio algunos sacerdotes adeptos a la teología de la liberación como Federico Loos (Cornejo, 2003: 2) así como grupos de estudiantes y académicos universitarios, apoyando especialmente los temas relacionados con el diseño arquitectónico (López Rangel, 1981: 12-25). Esta serie de vínculos tuvo también un alcance internacional, pues lograron realizar actividades culturales en otras ciudades del país y de América Latina. Se llegó incluso a obtener premios y reconocimientos en Europa generando una red de solidaridad que hasta la fecha continúa vigente (entrevista con Alfonso Hernández, 21 de abril 2010).

Mientras se desarrollaba una pujante actividad cultural, la presión colectiva atrajo la atención del Gobierno Federal. En 1975 el movimiento de comerciantes e inquilinos de Tepito logró la interlocución con el presidente Echeverría (Grisales, 2003: 109). Más tarde, algunos de los líderes del barrio comenzaron a trabajar como funcionarios en la Delegación Cuauhtémoc y a tener cargos públicos.

A partir de esta coyuntura, el movimiento se dividió definitivamente (Cornejo, 2003: 3). Para algunos entrevistados y autores, esta situación significó la afirmación del pacto clientelar con importantes beneficios para los líderes de las asociaciones (Grisales, 2003:114, entrevistas con Luis Arévalo y Alfonso Hernández). Desde de ese momento, cada “facción” del movimiento comenzaría a actuar por cuenta propia siguiendo proyectos distintos (entrevista con Alfonso Hernández, 21 de abril de 2011). Por un lado, algunos actores apoyaron desde entonces el derecho al comercio en la vía pública reclamando “Tepito para los tepiteños”, mientras que otros enarbolarían una lucha por la recuperación de los oficios tradicionales y la capacitación de los jóvenes. Paralelamente, otros prefirieron seguir realizando actividades artísticas y culturales sin tomar una postura definitiva respecto al comercio informal.

1978 fue un año denso en la historia del barrio; por un lado se entregó la primera unidad habitacional del Plan Tepito (Los Palomares) y se formarían nuevas asociaciones de comerciantes como la del Callejón de la Rinconada (Herrera Villarreal, 2008: 67). En ese año también se concretó la lucha contra el Plan Tepito (Grisales, 2003: 110), para lo cual, estudiantes y académicos de las escuelas de arquitectura de la UNAM y la UAM trabajaron de cerca con los habitantes del barrio y elaboraron una contrapropuesta urbano-arquitectónica para construir las nuevas viviendas sin afectar los ciclos de vida tradicionales que se basaban en la integración del espacio laboral con la vivienda (CMAT, s/f: 17; Rosales Ayala, 1986: 26). Por si esto fuera poco, en ese mismo año se realizaría otro cambio significativo en la forma y estructura del espacio en el barrio: la construcción de los ejes viales (CMAT, s/f: 16, Herrera Villarreal, 2008: 79).

Para realizar la ampliación del Eje 1 Norte Vidal Alcocer, en 1978 muchos inmuebles fueron demolidos (CMAT, s/f: 16). Ese fue el caso del inmueble conocido como la

vecindad “del lirio” que se encontraba en la esquina con la Avenida del Trabajo. Así, el gobierno local se apropió del solar convirtiéndolo en un nuevo espacio público que más tarde sería bautizado por los promotores culturales como la plaza “Martes de Arte en Tepito”. En 1979 se entregó la segunda y última parte del Plan Tepito (La Fortaleza), proyecto que se detuvo en 1982 sin haber alcanzado sus objetivos iniciales (Grisales, 2003: 110-112, Villarreal, 2008:79).

Paralelamente a las transformaciones físicas del barrio durante la década de 1970, la economía informal creció de marginal a preponderante (Grisales, 2003: 89; CMAT, s/f: 17); de manera que a principios de los años ochenta, el denominado *auge fayuquero* significó la oportunidad de obtener ingresos muy por encima de las expectativas de una población acostumbrada a las malas condiciones económicas. Esta nueva condición económica provocó el abandono de los oficios tradicionales y con ello, la estructura de la dinámica económica local transitó de un ámbito de manufactura de pequeña escala a un espacio de comercialización informal de productos extranjeros (Entrevistas con Luis Arévalo y Alfonso Hernández).

De los sismos y *Doña Blanca*.

Después de los sismos de 1985 la mayor parte de las viviendas del barrio quedó en muy malas condiciones estructurales (CMAT, s/f: 17). En respuesta a las movilizaciones de los vecinos, diversas instituciones gubernamentales iniciarían el Programa de Renovación Habitacional Popular, para lo cual se expropiaron 250 hectáreas con aproximadamente 6000 predios (Grisales, 2003:100,114; CMAT, s/f: 17). Al parecer, el problema de la vivienda tendría al fin una solución: los antiguos inquilinos tendrían derecho a ocupar las nuevas viviendas construidas por el estado. Sin embargo, el alto costo de las viviendas hizo que una parte importante de la población tepiteña que había perdido sus casas no pudiera acceder a los nuevos condominios (Grisales, 2003:120). Así, por un lado, muchas familias se mudaron hacia otros barrios del oriente y norte de la ciudad mientras que habitantes con mejores condiciones económicas de otras colonias aprovecharon la oportunidad para adquirir una vivienda propia a un precio razonable. Las fotografías 13 y 14 fueron tomadas en los alrededores de lo que hoy es el Deportivo Tepito en 1985.



Foto 13: El callejón de la Rinconada en 1985.
(Foto: MGP).



Foto 14: Alrededores de la Parroquia de San Francisco de Asís Tepito en 1985. (Foto: MGP).

En esa coyuntura se realizaron movilizaciones populares en demanda de vivienda digna (Grisales, 2003: 100, 114; CMAT, s/f :17). Sin embargo, a pesar de esa expresión colectiva, autores como Conde y Hernández (Conde, 1985: 113-122; entrevista Alfonso Hernández, 21 de abril de 2010) asocian la desestructuración de las redes comunitarias de solidaridad a las transformaciones de la fisonomía de la vivienda. Según estos autores, la construcción de nuevos condominios verticales trajo como consecuencia la reducción del espacio de interacción entre vecinos. Además, en esta hipótesis la separación de los espacios de trabajo y los de la vivienda, implicaron la pérdida de las tradiciones y de una forma de vida más “orgánica” (Conde, 1985:106).

Por otra parte, existen perspectivas que afirman que los vínculos comunitarios en Tepito se basan en la “solidaridad de emergencia”. Es decir, que en este caso, los lazos comunitarios sólo existen cuando se presenta una situación pasajera que pueda afectar la vida de los vecinos (como en el terremoto de 1985), o que pudiera afectar el interés de los comerciantes o los espacios de venta de un grupo determinado. Así, se plantea que, como es el caso de otras colonias y barrios de la ciudad, la solidaridad en Tepito ha sido si no un mito, una realidad idealizada (Conde, 1985:111).

Como parte del trabajo de los promotores culturales se buscaba llamar la atención respecto a la solidaridad y el trabajo en colectivo como características propias de los tepiteños. Según esta hipótesis, la idea de una comunidad con fuertes lazos de cooperación que

aparecía en el imaginario sobre el barrio no correspondía del todo con la realidad. En este sentido, las relaciones entre los residentes están más orientadas hacia la satisfacción de las necesidades e intereses individuales más que por la lealtad a una comunidad.

En un sentido físico-espacial, el terremoto surtió efectos en las formas de ocupar la calle. Por un lado, las condiciones económicas de los pobladores del barrio se volvieron especialmente precarias, por lo que varios vecinos se integraron a la venta callejera (entonces emergente) aumentando el área ocupada por las actividades comerciales en el espacio público. Así, en 1986 se colocó el primer puesto de *garnachas* en la esquina de Vidal Alcocer y Avenida del Trabajo (entrevista con Rubén Pérez, 21 de enero de 2010).

Por otro lado, la demolición de las vecindades y las obras de renovación habitacional crearon una condición difícil para el comercio. La proliferación del polvo y los escombros hicieron que los comerciantes adaptaran los puestos a las condiciones de su entorno. De esta manera, los vendedores de las calles de Bartolomé de las Casas dejaron de exponer la mercancía en el suelo y comenzaron a colocarla en bancos, mesas y tablonés (entrevista con Lourdes Ruiz Baltasar, abril de 2009). La entrada y salida de los camiones con el material para las obras y con el *cascajo* hizo necesaria la organización de los comerciantes para suspender la venta y permitir el acceso de los camiones. Desde entonces se estableció el martes como día de descanso de las actividades del tianguis (entrevistas con Jaime Reséndiz, 15 de mayo de 2009; Luis Arévalo 10 de diciembre 2009; y Alfonso Hernández, 21 de abril de 2009).

A principios de la década de los noventa, la fisonomía urbana había cambiado considerablemente. Por un lado, se desarrollaron modelos de vivienda en los que no se ofreció una alternativa al espacio de socialización que representaba el patio de la vecindad y los accesos a ésta. Por otro lado, la creciente extensión del área ocupada por el tianguis, así como el despliegue de los puestos en un sentido vertical transformó el espacio en las calles y plazas. Además, el cierre de la plaza Bartolomé de las Casas disminuyó la posibilidad de transitar libremente reduciendo el campo visual del usuario. Así, el barrio de Tepito era un lugar constituido como un conjunto de unidades habitacionales de distintos tamaños en los que vivía una población desarraigada. En ese nuevo barrio, la plaza central

se había convertido en un equipamiento cerrado, controlado por el gobierno local. En las calles principales, como alrededor de los mercados predominaba la venta de fayuca (entrevista con Mario García Puga 11 de abril de 2010).

En 1990, tuvo lugar un gran operativo comandado por las autoridades del gobierno local (Herrera Villarreal, 2008:80). Enseguida los grupos de comerciantes y vecinos se manifestaron ante el regente Manuel Camacho Solís, quien se comprometió a dar nuevas prerrogativas a los comerciantes. Como parte de este acuerdo, se creó un fideicomiso en el que participarían tanto las autoridades locales como los líderes del barrio. Paralelamente, en 1993 se aprobó una bando en contra del comercio informal en vía pública (Sánchez Salas, 2006: 57, Meneses 2010a). Sin embargo, entre 1991 y 1994 se realizaron varias obras para mejorar y ampliar el mobiliario y el equipamiento urbano.

El barrio vivió otro giro importante tras la firma del Tratado de Libre Comercio en 1994 y tras la crisis económica que tuvo lugar al terminar el sexenio salinista . Estos sucesos provocaron la caída de la “bonanza fayuquera” (Grisales, 2003: 94) que elevó los ingresos de toda una generación. En adelante, los consumidores podrían encontrar los mismos productos a un menor precio en almacenes establecidos recibiendo la garantía sobre el producto y sin necesidad de arriesgarse al visitar las calles del barrio.

En este nuevo entorno económico, las empresas familiares relacionadas con la producción artesanal que sobrevivieron a los sismos y los proyectos de renovación habitacional perdieron su capacidad para comercializar sus productos en un mercado que se abría a las mercancías producidas en el sudeste asiático. Así, la actividad comercial disminuyó considerablemente y muchos de los comerciantes fayuqueros se incorporaron al negocio de la cocaína para mantener el nivel de consumo que adquirieron durante las décadas anteriores (entrevista con Alfonso Hernández, 21 de abril de 2010). A la nueva dinámica comercial se sumarían paulatinamente la producción y venta de mercancía “pirata” o apócrifa, el tráfico de armas además del aumento del contrabando. Una mujer, comerciante de mediana edad narra esta serie de cambios:

La... la cocaína, Doña Blanca le parte la madre a todos sus enanitos. Y los enanitos es... pues toda la gente de Tepito. Desgraciadamente, todo ese tiempo del boom de la

fayuca, la gente se vuelve materialista y nomás piensa: dinero, dinero, dinero. Y empieza a olvidarse de la familia, de los hijos, de los hermanos, y los papás empiezan nada más a:- toma, dinero, y dinero-, sin saber en qué se gastaban sus hijos el dinero. Y eso es lo que le parte la madre a Tepito, la droga. Cuando entra la droga a Tepito. (Entrevista con Lourdes Ruíz, 15 de agosto de 2009)

En un contexto cambiante, la actividad cultural continuó y el ánimo por reivindicar al barrio y por sobreponerse al estigma mediático llevó a los activistas culturales a organizar una gran exposición sobre el barrio que se realizó en el Museo de Culturas Populares en 1994 bajo el nombre “Tepito mágico, albur del tiempo” (Dirección General de Culturas Populares, 1994). Bajo la premisa de “llevarse Tepito a Coyoacán”, el proyecto consistía en una instalación gigante que recreaba de la manera más realista posible las formas de construir y habitar el espacio privado y público en Tepito. La exposición se montó con las pertenencias de los vecinos que sirvieron para representar de los diferentes espacios del barrio, desde la vivienda, el patio y la calle y el tianguis, hasta los salones de baile, gimnasios y tiendas. De esta manera, la cultura no se reducía a la actividad de una élite ni se restringía al ámbito de la actividad artística. Desde esta iniciativa, se buscaba reconocer la cultura como práctica cotidiana y a los habitantes pobres de la ciudad como protagonistas de la producción cultural.

Como se vio antes, durante los años posteriores al terremoto, el espacio público en el barrio vivió importantes cambios relacionados con fenómenos que tuvieron lugar simultáneamente. Uno de ellos se relaciona con las transformaciones de los espacios de habitación. En este sentido, el espacio de la vivienda se transformó desapareciendo a la vecindad como núcleo de identidad y de organización imaginaria de “lo común”. Por otro lado, el principal espacio abierto del barrio, la plaza Bartolomé de las Casas, fue cerrado y convertido en un equipamiento administrado por el gobierno delegacional, aumentando la presión comercial sobre las calles aledañas. En tercer lugar, se pueden considerar las transformaciones económicas que a su vez alteraron la dinámica cotidiana basada en la producción artesanal y la compra-venta de mercancía de segunda mano hacia una economía local articulada en torno a la comercialización informal de productos asiáticos y con el

desarrollo de empresas familiares relacionadas con la *piratería informática*, entendida como la reproducción y comercialización ilegal de información audiovisual (Cross, 2011: 310-312) Además, es necesario incluir como parte de estos cambios el crecimiento de la economía ilegal, caracterizada por el intercambio de productos y servicios relacionados con las organizaciones criminales. Así, como parte de una nueva configuración socio espacial, la fayuca, la venta de droga y otras actividades delictivas se convirtieron en nuevas fórmulas de supervivencia y construcción del espacio físico, así como de la reconfiguración de las relaciones sociales.

La llegada del PRD y la permanencia del comercio informal.

El régimen neoliberal que cobró fuerza en este periodo cobró además ciertas características en el ámbito de las políticas urbanas. En este entorno, uno de los temas de la agenda pública en el Distrito Federal se construyó en torno al fenómeno del ambulante. Durante los últimos años del régimen priista en la ciudad de México se continuó con la política de prohibición al comercio callejero, que fue acompañada de permisos restringidos y más tarde por los intentos de reubicación en plazas comerciales. A partir de 1997, año en que se realizaron las primeras elecciones para Jefe de Gobierno en el Distrito Federal, el Partido de la Revolución Democrática comenzó a gobernar la ciudad y también la Delegación Cuauhtémoc. En este periodo los programas y leyes estuvieron encaminados hacia la regularización de la venta en vía pública. Así, mientras el otorgamiento de permisos y el pago de cuotas fueron incluidos en las leyes, los gobiernos delegacionales iniciaban la elaboración de padrones de los comerciantes autorizados y se instituyeron infracciones por la venta no autorizada (Meneses, 2010: 20). Es importante señalar que el desarrollo de la política relativa al comercio callejero no se entendería sin observar el proceso de intervención del centro histórico. En este sentido, autores como Cross y Meneses suscriben la idea de que el trato especial a esta zona de la ciudad marcó la relación entre funcionarios y comerciantes diferenciándola de la que ocurre en otros espacios de la ciudad (Cross, 1998:161-187, Meneses, 2010: 5-10).

Una de las consecuencias del proceso de monumentalización del centro histórico y la diferenciación en el manejo del comercio en vía pública ha sido la diferenciación en las formas organizativas al interior de los grupos de comerciantes en el centro histórico y en Tepito. En este aspecto, se propone que mientras en el centro histórico el liderazgo entre los comerciantes tiende a conformar una estructura centralizada en una o dos organizaciones, en el barrio de Tepito, las organizaciones tienden a disolverse y a formar liderazgos múltiples y débiles (Cross, 1998: 234). En estas circunstancias, otro de los cambios importantes en el ámbito del barrio fue el surgimiento de nuevas formas de uso y apropiación del espacio. En este enfoque, los procesos que hoy definen a las plazas y calles del barrio son descritos a partir de dos lógicas espaciales; por un lado, el tianguis como expresión de la práctica comercial en el espacio público, y por otro lado, las actividades culturales en espacios públicos como signo de una intención alternativa aunque secundaria en relación a la extensión, intensidad y población relacionadas con el tianguis.

Entre 1997 y 2000 la delegada Dolores Padierna hizo gestiones para desarrollar una plaza comercial en el espacio que ocupa el deportivo Tepito (entrevista con Alfonso Hernández, 21 de abril de 2010).

Según Alfonso Hernández, el interés del grupo de Padierna era controlar los ingresos provenientes de los estacionamientos; razón por la cual los líderes de los comerciantes se negaron a permitir la realización del proyecto. A través de este suceso se puede observar por un lado la capacidad de interlocución que en ese entonces tenían los comerciantes con los funcionarios. Por otro lado, es notable cómo la defensa de los intereses corporativos y de grupo impidieron el desarrollo de un proyecto destinado a atender la demanda de lugares de estacionamiento.

En aquellos años se hizo evidente que el vacío de poder que provocó el cambio de gobierno había sido aprovechado por las organizaciones delictivas; el negocio del narcotráfico en el barrio había tomado mayor fuerza que en cualquier otro momento y la actividad local comenzaba a relacionarse con instituciones y grupos delictivos de relevancia nacional (entrevista con Alfonso Hernández, 21 de abril de 2010).

Más tarde, la prensa denunció que existían relaciones entre los traficantes de Tepito y el cártel de Tijuana, liderado por los hermanos Arellano Félix y a partir del 2001, los medios de comunicación afirmaron la existencia del “cártel de Tepito” (El Universal, 17 de enero de 2008).

En este periodo de transición partidista la política del gobierno del Distrito Federal en relación con el ambulante se puede entender a partir de dos procesos sucesivos. En un primer momento, se pasó de la prohibición casi total al intento de reubicación en plazas del comercio popular. En un segundo momento, el diseño de leyes y programas se orientó hacia la formalización y regulación “paulatina” de esta actividad (Meneses, 2010b: 25). En este sentido, Meneses propone una cronología de los principales programas y acciones que se han dispuesto para ordenar el comercio en la vía pública (ver tabla 1). En estas circunstancias, en el 2001 tuvo lugar el Congreso General Resolutivo de vecinos y comerciantes del barrio de Tepito en la Subdelegación Tepito-Guerrero. Los acuerdos que se tomaron giraron en torno a varios temas: incremento de la seguridad, mejoramiento del mobiliario urbano, circuito vial de emergencia, descanso obligatorio (para facilitar las obras y el mantenimiento de la infraestructura), alternativas para la recolección de basura, reglamentación del uso de las banquetas y el establecimiento de horarios para carga y descarga de mercancía (Grisales, 2003:106).

En 2000 y 2001 se llevaron a cabo grandes decomisos de mercancía robada y de contrabando, ante los cuales se suscitaron grescas y situaciones violentas que reiteraron la idea de un barrio de delincuentes (Sánchez Salas, 2006: 67-70). Después, con el mismo propósito en 2003 se llevó a cabo el operativo policiaco denominado CAT-03 “Coordinación de Autoridades en Tepito” (La Crónica de Hoy, 12 de mayo 2003). En 2006, la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda del GDF presentó un programa de intervención en el barrio denominado “Tepito es mi barrio” que no se llevó a cabo (Entrevista con Mario García Puga, 11 de octubre 2010). Un año más tarde, Arturo Aispuro, representante de la Secretaría de Desarrollo Urbano del Distrito Federal anunció la invitación formal que se hizo a inversionistas como Carlos Slim y Alejandro Martí para

instalar negocios como la cadena de restaurantes Sanborn's y las tiendas de deportes Martí (El Universal, 24 de marzo 2007).

Tabla 1: Principales programas y acciones para ordenar el comercio en la vía pública.

Fuente: (Meneses 2010a) Distrito Federal.

Leyes, programas y bandos	Año	Disposiciones relevantes
Bando por el que se prohíbe el ejercicio del comercio en la vía pública en puestos fijos, semifijos y de cualquier otro tipo en las calles comprendidas dentro del perímetro determinado por el Departamento del Distrito Federal para la primera fase de desarrollo del Programa de mejoramiento del comercio popular.	1993	Prohíbe el comercio en la vía pública salvo en períodos de festividades tradicionales.
Programa de mejoramiento del comercio popular	1993	Prohíbe el comercio ambulante. Fomenta la construcción de plazas comerciales para reubicar a los ambulantes. Busca mejorar el entorno urbano y la convivencia social. Comprende la elaboración de padrones delegacionales de los comerciantes en la vía pública, emisión de permisos de operación y cobro de cuotas por el uso de la vía pública. Construcción de plazas comerciales y habilitación de edificios y espacios públicos como plazas comerciales.
Programa de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública.	1998	Se contempla "el paulatino ordenamiento y formalización del comercio en la vía pública, en los límites permitidos por la evolución de la economía y los ingresos en el ámbito local, metropolitano y nacional.
Programa Parcial de Desarrollo Urbano Centro Histórico del Programa Delegacional de Desarrollo Urbano para la Delegación Cuauhtémoc.	2000	Regularización de la venta en la vía pública. Control de las autorizaciones para el uso y aprovechamiento de la vía pública para ejercer el comercio en el Centro Histórico del Distrito Federal.
Programa Sectorial de Comercio. Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2000-2006	2001	Regulación de las condiciones de operación de los vendedores en la vía pública.
Acuerdo mediante el cual se crea la Comisión de Reordenamiento y Regulación del Comercio en la Vía Pública del Centro Histórico de la Ciudad de México.	2003	Regula la conducta de los ciudadanos en lugares o espacios públicos de uso común o libre tránsito. Impone sanciones a las infracciones a la ley. Entre las infracciones se encuentra la venta de productos o prestación de servicios en la vía pública sin previa autorización.
Ley de Cultura Cívica del Distrito Federal	2004	

El 14 de febrero del mismo año, el gobierno de la ciudad expropió uno de los condominios en donde se concentraban las operaciones delictivas, ubicado en el número 40 de la calle de Tenochtitlán (Proceso, 14 de febrero 2007). La operación se repitió en dos conjuntos de locales comerciales, uno de ellos conocido como la “tepiplaza”. En febrero de 2007 se hizo público un proyecto arquitectónico para construir nuevo equipamiento barrial (orientado a la salud y educación) en el predio expropiado. En el año 2008 se llevaron a cabo diversos operativos en las bodegas de los comerciantes (Ver foto 15). A raíz de los operativos comenzaron las manifestaciones de los comerciantes (Proceso, 16 y 20 de febrero 2007). En marzo del mismo año se llevaron a cabo reuniones entre los manifestantes y los funcionarios (Herrera Villarreal, 2008:114).



Foto 15: Operativo contra la piratería (fotografía tomada de Internet).

Así, los comerciantes se comprometieron a retirar las estructuras metálicas de las calles, a respetar el horario de venta y el reordenamiento de las medidas de los puestos. A su vez, el gobierno anunciaría los dispositivos oficiales contra la mercancía ilegal. De esta manera, la política del gobierno central relativa a la regularización de comercio en la vía pública tuvo como efecto un acuerdo con los comerciantes de Tepito en el que se funcionaría con reglas.



Foto 16: Acceso al tianguis por Eje 1 Norte (tomada de internet).



Foto 17: Comercio de videos “piratas” en la vía pública (tomada de internet).

En el año 2010, las calles de Tepito seguían siendo utilizadas por el comercio informal; pues en ellas se volvió a instalar estructuras metálicas utilizadas para colocar los puestos de manera permanente y la circulación seguía afectada por la actividad comercial (Ver fotos 16, 17, 18 y 19). En este año se decretó una ley que penalizaba la venta de mercancías apócrifas en la vía pública (El Universal, 7 de abril del 2010), pero en el 2012 los comerciantes de este tipo de mercancías aún seguían ejerciendo su actividad en la vía pública.



Foto 18: Estructuras metálicas en el camellón de Bartolomé de las Casas 2010. (Foto: CC)



Foto 19: Estructuras metálicas y lonas en los alrededores del Deportivo Tepito abril de 2009. (Foto CC).

Es importante mencionar que entre 2010 y 2011, los residentes de Tepito vivieron una situación que conmocionó la vida al interior del barrio que tuvo su origen en la desaparición de un niño tepiteño. Ante esta situación, los habitantes buscaron denunciar públicamente el secuestro del menor para lo cual organizaron bloqueos y colocaron mantas en los puentes de las principales avenidas entorno al barrio. En esta coyuntura, se suscitó el secuestro de un turibús perteneciente al gobierno del Distrito Federal con el fin de llamar la atención de las autoridades y la opinión pública respecto al secuestro del menor.

El 2 de junio de 2010, una multitud de adolescentes y jóvenes amagaron al chofer de la unidad, se subieron a ella y, acompañados por una corte de motonetas protagonizaron una persecución-caravana que recorrió varias calles del Centro Histórico, hasta que los jóvenes fueron alcanzados y detenidos por elementos de la policía en la Avenida Reforma (El Universal, 2 de junio de 2010). Semanas más tarde, se corrió el rumor de que una persona del barrio descubrió el cadáver del niño que había sido enterrado en un camellón en la zona de la Lagunilla (Mario García Puga, 11 de octubre de 2010). Después, las autoridades judiciales llegaron a la conclusión de que el menor había sido asesinado por su padre, aunque la madre desmintió dicha acusación (El Universal, 2 de junio de 2010a). Finalmente el inculpado desapareció, las movilizaciones se detuvieron y la prensa no volvió a mencionar el caso.

El 22 de agosto de 2010 falleció Daniel Manrique, muralista fundador del movimiento Tepito Arte Acá. Se realizaron varios homenajes por parte de los promotores culturales del barrio, pero según Mario García Puga, el protagonismo y la incapacidad logística al interior de este grupo impidieron desarrollar actividades que reflejaran la importancia del trabajo y la magnitud de la aportación de este “culturoso” para el movimiento que empezó décadas atrás (Mario García Puga, 11 de octubre de 2010).

Entre 2010 y 2012 los medios de comunicación registraron decenas de acontecimientos relacionados con las operaciones de la policía al interior de barrio en relación con el narcomenudeo, la piratería, y los secuestros. De la misma forma, tuvieron lugar un número aproximado de 5 asesinatos en la vía pública, entre los que destaca el asesinato múltiple de jóvenes residentes (28 de octubre de 2010).

En 2011 Marcelo Ebrard, Jefe de Gobierno del Distrito Federal inauguró el “Centro de Desarrollo Comunitario Cuauhtémoc” en el predio que fue expropiado en 2007 bajo el argumento de la realización de actividades criminales. Este lugar que sería administrado a través del Sistema de Desarrollo Integral para la Familia, órgano del gobierno central del Distrito Federal (El Universal, 28 de septiembre 2011).

Esta serie de situaciones revelan la actualización de procesos que se han espacializado en el barrio desde principios del siglo XX. Por un lado, se encuentra la política de control territorial caracterizada por la dualidad prohibición-permisividad que funge como base para el lucro de los funcionarios y líderes. Por otro lado, se actualiza la condición violenta de la vida cotidiana al interior del barrio y el uso sensacionalista que hacen de esta situación los consorcios de la información. También se hace patente la continuidad de la lógica de la “solidaridad de emergencia” que ha caracterizado las relaciones sociales al interior del barrio y la demanda que se hace a las autoridades para la solución de los graves conflictos que las atraviesan. Otra de las continuidades que se exhiben en esta revisión tiene que ver con las condiciones de la actividad cultural, que tras una grave ruptura, no recuperó la capacidad de movilización, atomizando la actividad que sin embargo persiste en condiciones de aislamiento y precariedad.

En este aspecto, las novedades en esos procesos tienen que ver con las nuevas expresiones de la relación entre comerciantes y funcionarios a partir del derrotero de la piratería. Por otro lado, la relación con el gobierno local perredista dio a los promotores nuevos horizontes de interlocución con los agentes gubernamentales. Por último, los jóvenes como rehenes de una situación de violencia y criminalidad aparecen también como figura icónica del Tepito actual. Las expresiones públicas de esta nueva generación de jóvenes tepiteños. En este sentido, habría que preguntarse si la expresión del descontento social inaugura una nueva manera de ocupar la calle o si se trata de una modalidad de expresión en el marco de un proceso mucho más amplio de relaciones con la autoridad de la ciudad.

En el primer sentido, respecto a la piratería como ruta en la política del ambulante se proponen algunas reflexiones a partir del reconocimiento de la continuidad en una política

de utilización de las leyes como una suerte de moneda de cambio necesaria para mantener los beneficios de los funcionarios y de los líderes (Cross, 1998: 234). Una vez que el comercio en la calle se permitió y se amplió el número de comerciantes, los beneficios de la relación ilegal entre comerciantes y funcionarios dejaron de tener sustento. Así, la piratería se convirtió en el nuevo tema de la política del comercio informal (Cross, 2011:306). En la primera década del siglo XXI, se hace presente una lógica de persecución de la piratería acompañada a su vez por la permisividad del gobierno local. Además, ésta es completada por la necesidad de los comerciantes por encontrar nuevas fuentes de ingresos y por las condiciones de demanda de los sectores empobrecidos de la zona metropolitana. De esta manera, los viejos vínculos entre comerciantes y funcionarios con que Barbosa y Aréchiga caracterizaban la política urbana a principios del siglo XX se actualizan en el contexto de una nueva estructura productiva donde la novedad la aporta la globalización de la piratería informática (Cross, 2011: 306) Así, se acude a una renovación de la relación entre funcionarios y comerciantes, donde se hace necesario un reforzamiento de las leyes para que en el proceso de negociación de los permisos de venta, puedan ser más selectivos y así evitar que el fenómeno se desborde y, por otro lado, puedan obtener mayores ganancias por las cuotas. En la relación del ámbito local y global, es factible pensar en políticas que se ordenan en torno a un interés económico que estructura las relaciones comerciales entre regiones distantes (Wallerstein, 1979). Sin embargo, en el entorno nacional y local, esto se traduce como una política contradictoria, pues por un lado se mantiene una política de apertura de fronteras y de un débil control de los procesos de comercialización de los productos al interior del mercado mexicano y por otro, se castiga a los distribuidores locales que participan del mercado informal globalizado.

El tianguis global y el surgimiento de la gestión alternativa del espacio público.

Con la llegada del PRD al gobierno de la ciudad se experimentó un desarrollo incipiente en el campo de las políticas culturales. En este proceso, se propició la realización de proyectos artísticos en espacios públicos (Programa de Fomento y Desarrollo Cultural del Distrito Federal, 2004: 84,119-121,146) (Ver foto 20).



Foto 20: Daniel Manrique pintado los muros de la plaza martes de Arte en 2004. (Foto: MGP).

En este aspecto, la Delegación Cuauhtémoc durante las administraciones de Dolores Padierna y Virginia Jaramillo contó con equipos de gestores culturales que desarrollaron esquemas incipientes de gestión participativa.. Así, la subdirección de Servicios Culturales de la Secretaría de Desarrollo Social de esta dependencia organizó el trabajo en las casas de cultura y en las principales plazas de la Delegación mediante una relación intensa con los grupos culturales y elencos locales (Ver fotos 21 y 22).



Foto 21: Actividades artísticas en la plaza Martes de Arte en 2004. (Foto: MGP).



Foto 22: Corte de cabello “muy barato” en la Plaza Martes de Arte en 2004. (Foto: MGP).

Más tarde, este trabajo sería limitado por las propias autoridades delegacionales sentando sin embargo un antecedente en cuanto a los esquemas de gestión de la cultura (entrevista con Luis Arévalo, 10 de diciembre de 2009). Como resultado, los grupos culturales de Tepito continuaron las actividades iniciadas con las autoridades locales, pero haciéndolo de manera independiente (entrevista con Luis Arévalo, 10 de diciembre de 2009). Fue así como en septiembre del 2005 comenzaron las actividades de la plaza Martes de Arte en Tepito, ubicadas en la esquina de Vidal Alcocer y la Avenida del Trabajo. Durante este proceso, la Secretaría de Cultura del Distrito Federal llevó a cabo programas de atención a comunidades marginadas en todo el Distrito Federal (Ver tabla 2).

Tabla 2: Relación de lugares ocupados por el Comité Martes de Arte en Tepito.

Lugar	Descripción de actividades y horarios	Superficie ocupada
Plaza Martes de Arte en Tepito. Plaza pública.	Trabajo con adultos. Actividades culturales y baile. Martes por la tarde.	200 m ²
Alameda Tepito. Jardín público.	Trabajo con adultos mayores. Baile y actividades culturales. Domingo por la tarde-noche.	1200 m ²
Los Palomares. Área común en Unidad Habitacional	Trabajo con niños. Talleres de títeres y artes plásticas, eventos musicales. Sábados a medio día.	400 m ²

Bajo el esquema de atención por concurso, la SCDF llevó elencos y talleres a la Plaza Martes de Arte en Tepito (entrevista con Álvaro Rodríguez, 14 de diciembre de 2009) y otorgó materiales, instrumentos y otros apoyos para dicha actividad. La actividad fue expandiéndose hacia otras plazas, como la Unidad Habitacional “Los Palomares” y la “Alameda Tepito” (Ver fotos 23 a 28 y plano 2).



Foto 23: Unidad Habitacional Los Palomares, 2008. (Foto: CC).



Foto 24: Talleres infantiles en la UH Los Palomares, 2008. (Foto: CC).



Foto 25: *Tallerista* de la Secretaría de Cultura atiende a los vecinos, 2008. (Foto: CC).



Foto 26: Fuente recién pintada en el Jardín López Velarde “Alameda Tepito”, hacia 2007. (Foto: MGP).

En 2008, los integrantes del comité Martes de Arte en Tepito acudieron al posgrado en Urbanismo de la UNAM para solicitar una asesoría con el fin de mejorar los espacios públicos del barrio. A partir de ese encuentro, se formó un equipo de trabajo que desarrolló un proyecto urbano-arquitectónico orientado al mejoramiento de la imagen de tres de los espacios culturales ocupados por esta organización. Así, el equipo participó en concurso anual del Programa Comunitario de Mejoramiento Barrial financiado y organizado por la Secretaría de Desarrollo Social, perteneciente al Gobierno del distrito Federal. Con el proyecto denominado “red de espacios culturales en el Barrio de Tepito”, se logró que el gobierno financiara una obra de un millón de pesos para remozar las fachadas, los pavimentos y colocar un escenario cubierto en la Unidad Habitacional “Los Palomares”.



Foto 27: Inauguración del Jardín López Velarde “Alameda Tepito”, hacia 2007. (Foto: MGP).

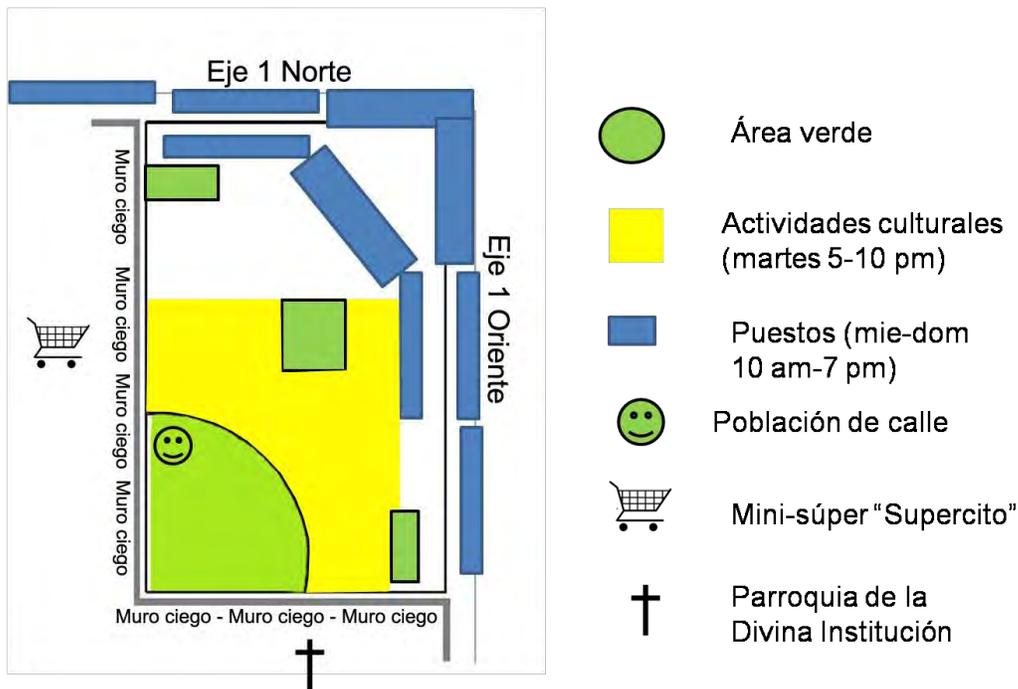


Foto 28: Exhibición de danzón en la “Alameda Tepito”, hacia 2007. (Foto: MGP).

Tras esta primera experiencia se desarrolló el contacto entre la organización y grupos de vecinos con los que no se tenía contacto anteriormente. También llamó la atención de algunos funcionarios del gobierno local como Martí Batres, Secretario de Desarrollo Social y el Subdelegado Territorial. En junio de este mismo año se conocerán los resultados de la convocatoria de los que depende la renovación de la Plaza Martes de Arte. Este proceso ha significado uno primeros encuentros directos entre el proceso de comercio callejero y el desarrollo de las actividades culturales pero ¿podrá el proyecto cultural de barrio convivir con el desarrollo del comercio informal? ¿Cómo serán esas relaciones? ¿Cuáles serán las prácticas dominantes en esa plaza? ¿Qué productos espaciales resultarán de ese proceso?

Esas son preguntas interesantes para un siguiente trabajo de investigación. Por lo pronto, en el siguiente apartado se describen las condiciones actuales de ambas formas de producir el espacio público en torno a la dinámica del tianguis.

La plaza Martes de Arte se encuentra ubicada al suroriente de la zona el tianguis, entre dos ejes viales y cerca de la salida de la estación del metro Tepito. Es una esquina con mucho tránsito donde convergen varias líneas de transporte público. En la plaza se ubican 55 puestos y está limitada por dos muros ciegos, uno que colinda con la parroquia de la “Divina Institución” y otra con el “superprecio”, establecimiento comercial tipo autoservicio. En la plaza hay algunas jardineras donde vive un indigente (ver gráfica 3 y plano 4).



Gráfica 3: Esquema de la Plaza Martes de Arte en Tepito.

Con estos antecedentes, se presenta el testimonio de Luis Arévalo Venegas, donde se plantean los motivos de sus actividades, la historia del proyecto “Martes de Arte” y algunos de los problemas que presentan en la vida cotidiana.

Estoy muy convencido de que el problema del barrio (...) el problema es de cultura ¿no?. Viendo cómo de ser un barrio de artesanos, de gente creativa, se empieza a convertir en un barrio de malandrines. Consciente también de que en la zona tenemos dos casas de cultura (...) pues la gente no acude a esos lugares, la gente está en otra dinámica ¿no? La gente ha dejado de saber para qué son sus manos y se ha dedicado al comercio, pero un comercio desordenado.

Todo esto ha generado una serie de problemas que nosotros participando en una ocasión con el comunitario lagunilla Tepito (...) empezamos a participar y de ahí que nació la idea de llevar esa casa de cultura a la calle. Eso sería hace como seis años, este director se llamó Marcos Ramírez.

Antes estuvo otro que se llamó Armando Porras, que fue el que inició. Desgraciadamente no duró mucho, como siempre pasa en esas casas, en esas dependencias de gobierno siempre van a cambiar a la gente. Cuando ven que ya se está dando un fruto, lo cambian (...) Entonces entró Marcos Ramírez, y siguió la misma temática de este cuate. También sabedores de que en con esa casa no iban a poder ellos solos si no involucraban a la gente, a la comunidad, ¿no?.

Ya ahí, con marcos Ramírez empezamos a planear y yo fui el de la idea ¿Por qué no sacar la casa?, el comunitario Tepito-Lagunilla, ¿por qué no sacarlo a la calle? Entonces yo les hice la propuesta de que por qué no llevar gentes que leyeran poesía, gentes que hicieran algún performe o pasar un video ¿no?. Que por cierto yo me moví para conseguir una televisión y pasarles al 24 de Jesús Carranza ¿no?. Cuando llegamos a esa vecindad como primer trabajo hacia afuera de la casa de cultura, pues vimos que si dio resultado, pero ya después no hubo una secuencia, por lo mismo, porque también la casa de la cultura tenía sus limitaciones, ¿me entiendes?, y empezó a tener también broncas por parte de sus jefes de arriba, que ¿qué tenía que andar haciendo afuera? Cuando el trabajo lo tenía que hacer en la casa de cultura. Y de ahí que nos deslindamos un poquito de con Marcos y pensamos en el grupo de 5, 6 que éramos en aquel...

Empezamos con el rollo de que “vamos a hacer un espacio”. Entonces, hubo propuestas, unos decían: -¿por qué no en Bartolomé de las Casas?-. Otros decían:-bueno, ¿Por qué no en Toltecas donde están las migas de la güera? , ahí se reúne mucha gente.- (...) Todos ponían el dónde, otros decían: bueno ¿porqué no en Díaz de León?. Díaz de león es un callejón ahí donde hay... frente a lo que es la Alameda ¿no? Lo que es de chachareros-. Y yo les decía: -ahí hay un cuate que nos puede echar la mano-. Y bueno, yo fui el de la idea de que fuera en esta esquina, en la esquina de Vidal Alcocer y el Eje 1 norte. Y yo les decía porqué, yo lo veía muy difícil, que la gente de la comunidad se interesara en un espacio de cultura ¿no?. Pero que podríamos ahí, a los

demás tepiteros, a los demás tepiteños que a la gente de otras colonias, que ahí era el paso a comercio y que ahí era una base de combis donde la gente llegaba y a la mejor, por descansar un rato o por esperar la combi, pues nos podría escuchar ¿no?.

Y bueno, ya total que ese día se acordó de que fueran tres frentes. Yo decía: -es que no vamos a poder con tres frentes-. Y otros decían: -¡sí, sí, sí!-. Bueno, total que se programó para que fuera en Bartolomé de las Casas, que fuera en las migas y que fuera en Martes de Arte o en la calle de obreros. Total que ya luego empezaron las cosas: -no pues que allá en Bartolomé de las Casas, ¿Ahí quién va a estar?, ahí están los puestos, no se puede, ahí nadie nos va a ver. Bueno, lo cambiamos por Obreros... Entonces así se quedó esa tarde, esa noche, de que íbamos a iniciar la cultura en la calle ¿no?. De liberar los espacios públicos de mugre para llevar educación y capacitación...

Resulta que ese día, pues no llegaron ni todos los que éramos (que éramos cinco o seis) y se nos complicó la logística ¿no?, que cómo llevar unas sillas, que cómo llevar unas luces para allá. Algunos compañeros de por allá de Toltecas, ellos habían prometido que ellos iban a poner cincuenta sillas y que no sé qué rollo y a la hora de la hora no llevaron nada. Esta gente era gente que se dedica a la cultura por aquél lado ¿no?. Y este, total que nos agarraron las carreras, las prisas, y el único lugar que pudimos cubrir fue el de la esquina del Martes de Arte, que es la esquina del Eje 1 norte y Vidal Alcocer y ahí nos plantamos. Llegamos y tomamos el lugar, tomamos el espacio público. Era Diego cornejo, era Ricardo Benítez, era la chava esta María de la Luz, una chava que hacía teatro, era chucho Téllez, era el candelas que también lo jalamos y yo, Luis Arévalo.

(...) me preguntarás que por qué tan poquitos y por qué lo otro ¿no?. Porque también yo lo pensé, que si empezábamos a llamar a todos los culturosos del barrio, desde antes de aparecer, ya en el espacio público, cuando teníamos nuestras reuniones, si llamábamos por ejemplo a la gente del barrio, que le hace a la cultura, yo, por conocedor y por el tiempo que ya tengo de vida, yo dije: -si empezamos a llamar a todos nos la vamos a pasar en una polémica y no vamos a llegar a nada porque todos somos muy protagonistas y vamos a discutir y no vamos a hacer nada y a mí me interesaba que sí se hiciera- (...).

Se dió, te digo, ese día no llegaron todos para movimientos de llevar silla y llevar todo y ahí nos iniciamos. ¿Con qué? Con lo que teníamos, una pequeña grabadora y cosas así. Pues ahí nos la pasamos tomando refresco y café porque la gente ni nos pelaba, la que se paraba, pues nomás volteaba a vernos, la que se paraba, la población flotante, se paraba, nos veía, pero no se arrimaba, pero bueno, algunos compañeros como que se desanimaron, pero yo, siempre aferrado, seguía, seguía. Y así con el tiempo fue pasando y empecé a invitar a mucha gente que participara, gente de fuera del barrio. Y esta

gente pues era el trovador urbano, el cantautor, algunas gentes que leían poesía, pero gente de fuera, de fuera.

Y ya empezamos ahí, pues a tener el micrófono, la sillita y alguien ahí que estaba leyendo, o la crónica o lo que fuera ¿no?. Y así fue como martes con martes ahí estábamos y esto fue creciendo. Pero cuando creció más fue cuando se me prendió el foco de hacer el baile, cuando dije: si ya estamos aquí, ¿Por qué no poner discos de danzón? Discos de salsa, discos de son cubano. Y cuando ya empezó a ver el baile, la gente ¡ay! ¿Qué dan clases? Sí, sí damos clases.

Para eso ya se nos había arrimado otro señor de la comunidad que por cierto ya murió. Y ese lo hicimos que el maestro del danzón. Luego se nos sumó otro señor que también era de la comunidad, que también ya murió era el charro negro, Panchito... bueno, ese señor iniciaba el Martes de Arte dando una crónica del barrio, de cuando teníamos cines, de cuando teníamos pulquerías, cuando toda la historia del barrio. Y también comentaba la noticia, la noticia nueva que salía en el barrio, ya sea de inundaciones, de falta de agua, de... de todo, política y todo, daba él ahí la crónica de la noticia, hacía un análisis de la noticia.

Y luego ya, cantaba muy parecido al Pedro Infante, se aventaba ahí su rolita, sin tocar... Tenía ahí una guitarrita pero la guitarrita nomas le hacía al cuento porque ni cuerdas tenía ¿no?. Ahí el se aventaba las de Pedro Infante y así fue como fue creciendo fue creciendo, hasta tener el Martes de Arte que tenemos, donde ha habido mucha participación y que te voy a decir también, hay temporadas, bajas, como esta temporada de diciembre. Pues la gente ya anda en otra dinámica, anda como loca comprando lo que no sirve para nada. Pero bueno, el frío, y eso también ausenta un poco a la gente, pero aún así tenemos ya un público cautivo ¿no?. Y el baile nos ha ayudado mucho a eso ¿sí?. (Entrevista con Luis Arévalo Venegas, 12 de diciembre de 2009)

A manera de cierre de esta sección vale la pena proponer algunos elementos para el análisis de este testimonio en el marco de las relaciones con las instituciones del gobierno local en torno a la promoción cultural y el mantenimiento de los espacios públicos.

Por un lado, se hace evidente la dificultad para dar continuidad a los proyectos culturales y con ello, sería interesante reconocer el significado que esto indica respecto al valor que para los agentes gubernamentales tiene la interlocución con los actores locales. Por otro lado, en la comprensión de los elementos que obstaculizan el desarrollo de iniciativas colectivas de las organizaciones de la sociedad civil, parece importante mencionar los problemas en cuanto a la capacidad de trabajo colectivo en función a objetivos comunes.

En relación al fortalecimiento de las iniciativas de construcción de lo público desde una posición diferenciada a las instituciones estatales y los agentes del mercado, es importante observar cómo en este caso las acciones colectivas están marcadas por la improvisación y el minúsculo manejo de recursos materiales. Como consecuencia, este grupo basa su acción en la solidaridad de otros actores en situaciones semejantes. Así, el trabajo de esta organización es valioso en términos de la persistente búsqueda por la construcción de un proyecto de barrio distinto al comercial. En otras palabras, el desgaste al interior de la organización y el funcionamiento de la organización con base a los recursos de otras organizaciones, instituciones de gobierno y otros actores solidarios deja al Martes de Arte en una condición de vulnerabilidad.

Por último, se propone atender algunas rutas de exploración retomando la noción de espacio público en un enfoque que valora tanto su dimensión política como su carácter físico espacial. En este sentido, es interesante observar el desarrollo de la iniciativa del Martes de Arte frente a las carencias y restricciones de las instituciones locales y la ineficacia que para fines del proyecto tenía la interlocución con el gobierno local. De esta forma, es importante notar que la ocupación de la plaza no fue producto de un otorgamiento o de una prebenda, sino que fue el resultado de la toma del espacio como una suerte de “asalto invertido”. En este acto reivindicativo, un actor distinto al estado acude al discurso sobre lo público para legitimar la apropiación forzada ante apropiaciones previas consideradas como ilegítimas por parte de actores del estado y del mercado. En esta estrategia reivindicativa, la defensa del derecho a la cultura, así como del patrimonio intangible, la educación, y la calidad de los espacios de socialización, se incluyeron en el discurso de lo público enarbolado por los promotores culturales. De esta forma, el proyecto de barrio de los promotores culturales fue construido como una manera de contraponerse al discurso legitimador del uso privativo del espacio por parte de los comerciantes y funcionarios.

La paradoja se encuentra en el hecho de que tanto funcionarios como comerciantes han utilizado el discurso de “lo público” con fines particulares, ya sean éstos corporativos, gremiales o individuales. Los promotores culturales transgredieron los procedimientos formales y se instalaron en el espacio sin pedir permiso para contraponerse a la toma del

espacio que antes hicieron los comerciantes y que apoyaron los funcionarios. La idea de devolver al espacio su uso colectivo funciona entonces como un acto deliberadamente irregular con fines pretendidamente legítimos.

2.6. El tianguis de Tepito, imagen y usos públicos: una mirada económica y territorial.

El uso lucrativo del espacio a través de sus estimaciones.

Como se vio antes, la práctica del comercio informal en vía pública ha sido una práctica importante en la dinámica espacial del barrio. Al tratarse de una práctica económica, conviene conocer las expresiones espaciales, así como tener nociones de la dimensión que adquiere este fenómeno. La ocupación de las calles, plazas y jardines del barrio por el comercio informal genera anualmente ganancias que no están registradas de manera oficial, por lo que se propone un trabajo de estimación que nos permita aproximarnos a la dinámica económica en las calles del barrio.

En este sentido, se propone una indagación a partir de dos vías; por un lado se estudiarán los volúmenes de venta diarios por puesto y se presentarán los resultados de su extrapolación mensual y anual con el fin de compararlos con el salario mínimo vigente en el D.F. así como con otros mercados en la región metropolitana. En este aspecto, se hará una estimación de la evasión de impuestos por estas actividades en comparación con algunos programas del gobierno local. Por otro lado, se exponen los resultados de un estudio de las transacciones comerciales que actualmente se realizan con la “renta” y “venta” de los locales comerciales instalados en la vía pública. Por último, a manera de un estudio del mercado inmobiliario informal se contrastarán los valores del suelo en el barrio con los de otras colonias de la zona metropolitana.

Es importante advertir que la información presentada se basa en datos obtenidos en entrevistas con vecinos y comerciantes de la zona, por lo que no se puede hablar de un estudio económico definitivo, sino más bien de una estimación sistematizada. Dado el carácter informal de la actividad comercial, el área total del tianguis en el barrio de Tepito no tiene un límite espacial permanente como sí sucede por ejemplo en un mercado establecido donde los límites son definidos claramente por muros u otras marcas territoriales. Para tener algunas referencias respecto a la magnitud espacial, en este trabajo se consideran dos fuentes de información geográfica. Por un lado se acudió a las imágenes satelitales que ofrece el programa “Google Earth” (Ver foto 29) y por otro, la información geo-estadística otorgada por la Delegación Cuauhtémoc.



Foto 29: Fotografía satelital de Tepito, Google Earth, 17 de febrero de 2007.

Actualmente el tianguis de Tepito ocupa una superficie aproximada de 10 hectáreas (99,279 metros cuadrados, equivalente a 5 veces la superficie de la plancha del zócalo capitalino)¹³ en la cual diariamente (excepto los martes) se instalan 8107 puestos ¹⁴. Mientras, los puestos al interior del barrio y sobre el Eje 1 Norte suman 5946 y 2161 respectivamente. En la fuente citada se advierte un aumento de 674 puestos al interior del barrio, es decir un incremento de 11.3% en el lapso entre 2008 y 2009.

¹³ Para obtener estos datos se acudió a las imágenes satelitales que ofrece el programa “Google Earth” y por otro, la información geo estadística otorgada por la Delegación Cuauhtémoc. En una imagen fechada el sábado 17 de febrero de 2007 se pueden observar las calles ocupadas por puestos (superficies irregulares en amarillo y azul) y entre ellas las que fueron cubiertas con estructuras ligeras (en blanco y gris), que se diferencian de las vialidades y secciones de calle que no habían sido ocupadas (en negro). De esta imagen se obtuvo que el tianguis ocupaba en aquel momento 8, 273 metros lineales. A partir de esa imagen se realizó una medición del ancho de cada uno de los tramos de calle que ocupaba el tianguis y se obtuvo un promedio de 12 metros. De esta forma, se calculó el área total. Al comparar con la misma herramienta las superficies del tianguis de Tepito y la de la plancha del zócalo capitalino, se encontró que ésta última mide 20,800 metros (2.08 hectáreas), por lo que se puede concluir que la superficie que ocupa el tianguis de Tepito equivale a 5 veces la superficie del zócalo.

¹⁴ La Delegación Cuauhtémoc a través de la Unidad de Servicios Jurídicos de la Subdelegación Territorial Tepito-Guerrero realizó a finales del 2009 un estudio sobre el número de puestos localizados en la vía pública en la colonia Morelos (barrio de Tepito) incluyendo aquellos ubicados en las aceras norte y sur del Eje 1 Norte. En este informe se desglosan los datos por tramo de calle, así como el número de puestos ubicados en cada acera y aquéllos que normalmente se colocan en el centro del arroyo vehicular.

La información sobre el ingreso diario por puesto estimado se obtuvo en entrevista realizada a finales de 2009 con Víctor Manuel Alarcón, comerciante de mediana edad, quien tiene su puesto en la esquina de Vidal Alcocer y Avenida del Trabajo:

(...) en lo que nos ganamos, no sé, aproximadamente unos trescientos, cuatrocientos pesos al día, de lo cual se tiene que pagar bodega, se tiene que pagar la comida, se tiene que pagar el piso, porque se le paga luego a las asociaciones. El muchacho que nos ayuda a traer la mercancía, el que nos ayuda a quitar el puesto. De lo cual deben quedar unos... 150 pesos libres por decir, eso es aproximadamente mi día de trabajo. (entrevista con Víctor Manuel Alarcón, 11 de abril de 2010)

Si se analizan estos datos desde una perspectiva de la vida cotidiana familiar, se tiene que el ingreso mensual neto por las ventas en el puesto sería de \$3900¹⁵, que corresponden a poco más de 2 salarios mínimos. En este sentido, la renta del suelo es un indicador útil para reconocer la validez de estos datos. Al respecto, otro comerciante de edad avanzada y vecino de la Rinconada de Caridad aporta algunos datos:

Si usted quisiera poner un puesto (...) tendría que buscar quién le rente un puesto, porque hay gente que tiene sus puestos y que si no tiene ninguna mercancía lo puede rentar. Le puede costar... desde 3, 4, 5 mil pesos mensuales. Hay mucha gente que vive de eso, de rentar sus puestos que tiene abajo de la banqueta. (entrevista realizada el 16 de mayo de 2009)

Esta entrevista arroja que la renta mensual del puesto oscilaba en 2009 entre los 3 y 5 mil pesos mensuales. Suponiendo la actualidad de estos datos, la ganancia mínima día/puesto, necesaria para pagar la renta se encuentra en el rango de los \$115-\$192. Sin embargo, para que la actividad sea rentable, se considera una ganancia mínima del 20%, por lo que los ingresos netos día/puesto no deberían ser menores al rango de los \$138-\$230. Por otro lado, se estima una ganancia promedio máxima del 100% sobre la renta del suelo, por lo cual los ingresos promedio netos día/puesto no podrían ser mayores al rango de los \$230-\$384.

¹⁵ La estimación se realizó de la siguiente manera: \$150 netos diarios por un mes de 26 días (con descanso los martes). El salario mínimo para el DF es de \$1723.8 mensuales con base en un ingreso diario de \$57.46 (El Universal, 17 de diciembre 2009)

Tabla 3: Estimación de ingresos del comercio en vía pública en el barrio de Tepito en 2010.
Fuente: Elaboración propia.

Concepto	Estimación baja: \$300 día/puesto (Monto en pesos)		Estimación alta: \$500 día/puesto (Monto en pesos)	
	Bruto*	Neto**	Bruto*	Neto**
Ingreso diario por puesto	300	150	500	250
Número total de puestos	8107	8107	8107	8107
Ingresos mensuales por puesto (mes de 26 días)	7,800	3,900	13,000	6,500
Ingresos anuales por puesto	93,600	46,800	156,000	78,000
Ingresos mensuales tianguis	63,234,600	31,617,300	105,391,000	52,695,500
Ingreso anual total tianguis en 2009-2010	758,815,200	379,407,600	1,246,692,000	632,346,000
	Promedio ingreso anual tianguis 2009-2010 bruto:			1,002,753,600
	Promedio ingreso anual tianguis 2009-2010 neto:			505,876,800
*Ingreso bruto: considera el ingreso total diario.				
**Ingreso neto: considera las ganancias sin gastos de operación como licencias, permisos y pagos a trabajadores.				

Entonces, se propone una estimación global con dos bases distintas; la primera lleva a una estimación “baja” de \$150 netos diarios por cada puesto y la segunda, a una estimación “alta”, de \$250 netos diarios por puesto. Los ingresos mensuales familiares basados en las estimaciones propuestas ascenderían entonces de \$3900 (como lo plantea el comerciante entrevistado) a \$6,500. Es decir que en éstas los ingresos netos oscilan entre 2 y 3.7 salarios mínimos respectivamente. Así, el volumen de ventas del comercio en vía pública en el barrio en una estimación “baja” alcanza los \$758, 815,200, aproximadamente 60 millones de dólares¹⁶. Mientras que en una estimación alta, ésta asciende a \$ 1,246,692,000, aproximadamente 160 millones de dólares anuales. Por último, el volumen de venta promedio anual sería de \$ 1,002,753,600, mientras que las ganancias libres alcanzan los

¹⁶ Con un tipo de cambio de \$13 pesos a la venta.

\$505,876,800 al año (aproximadamente 13 y 6 mil millones de dólares, respectivamente, (ver tabla 3).

En cuanto al volumen de ventas, se puede plantear la comparación con las transacciones financieras que realizan cada año en la Central de Abastos. En esta comparación, el tianguis de Tepito aparece como una economía pequeña, puesto que el volumen de ventas en la Central de Abastos asciende a los 8 mil millones de dólares en el 2010 (UneAbasto.com), mientras que en el mismo periodo, en Tepito las transacciones alcanzaron 160 millones de dólares en la estimación “alta” del ingreso promedio bruto anual. En otras palabras, Tepito representa el 1.7% de la Central de Abastos, comercialmente hablando. Sin embargo, es importante decir que la Central de Abastos es el segundo mercado más grande del país, sólo detrás de la bolsa de valores y la superficie total construida es de 304 hectáreas, es decir, 30 veces la superficie que ocupa el tianguis de Tepito.

Ahora, en una comparación más justa, según datos de la Asociación Nacional de Comerciantes de Material Eléctrico (ANCOMEE), durante el 2010 en el Centro Histórico de la Ciudad de México las ganancias del “ambulante” se estimaban en \$1,250,000 diarios (El Diario de México, 12 de mayo de 2010). Mientras que en el tianguis del barrio la ganancia bruta diaria en la estimación baja se estimaba en \$2,432,100. Por lo que se puede decir que, en términos económicos el comercio informal en el Centro Histórico representa la mitad del comercio en Tepito.

Suponiendo que esta actividad aportara recursos al erario público, tendríamos que obtener del volumen total de ventas el 15% correspondiente al pago ideal del impuesto sobre el valor agregado. Así, se puede deducir que en el barrio de Tepito se evade un volumen total de impuestos de más de 150 millones de pesos anuales sobre el total de ingresos promedio bruto (Ver tabla 4). En este sentido, es importante señalar que el presupuesto de egresos aprobado por la Asamblea Legislativa para la Delegación Cuauhtémoc en 2010 fue de poco menos de 2 mil millones de pesos¹⁷, de manera que la evasión anual de impuestos en las calles de Tepito corresponde al 7.5% de los egresos de dicha dependencia. De la misma

¹⁷ El monto total asignado en 2010 para el Programa Operativo Anual de la Delegación Cuauhtémoc fue de \$1,927,396,513 (Secretaría de Finanzas del DF).

referencia se obtuvo que el volumen de ingresos por impuestos evadidos en el tianguis alcanzaría para costear los siguientes programas delegacionales: programa de mantenimiento de la infraestructura educativa de nivel básico, mantenimiento delegacional de la infraestructura cultural, de espacios deportivos y de áreas verdes (100, 23, 20 y 6 millones de pesos respectivamente, en cifras aproximadas, ver tabla 4).

Tabla 4: Evasión de impuestos por el comercio en vía pública en Tepito. Fuente: Elaboración propia.	
Concepto	Monto anual en pesos
Ingreso anual promedio bruto comercio en vía pública en el barrio de Tepito 2009-2010	1,002,753,600
Costos de operación comercio en vía pública en el barrio de Tepito 2009-2010 (pago de empleados, etc.)	501,376,800
Total de ganancias antes del pago ideal de impuestos del comercio en vía pública en el barrio de Tepito 2009-2010	501,376,800
Volumen total anual de impuestos idealmente recaudados del comercio en vía pública en el barrio de Tepito 2009-2010 (IVA= 15% sobre el volumen total de venta).	150,413,040

Los datos presentados no indican que el comercio en vía pública en el barrio sea un mercado preponderante para la Zona metropolitana. Sin embargo, Tepito aparece como un núcleo comercial importante en relación con otro mercado de su mismo tipo: el Centro Histórico. En este sentido, sería necesario evaluar en los mismos términos a otras zonas del comercio informal en vía pública con el fin de comparar la importancia relativa del tianguis de Tepito en el marco de una red de espacios del mercado informal callejero en la Ciudad de México.

Otro elemento relevante es la estimación de la evasión de impuestos causada por la actividad comercial informal en la vía pública. En este sentido, se encontró que el volumen total de ingresos “evadidos” no parece ser tan importante en relación con los egresos de las instituciones del gobierno local. Sin embargo, es imposible negar que las posibilidades del sector gubernamental para atender las necesidades cotidianas de la población local,

efectivamente son mermadas por la falta de recaudación. En este sentido es interesante concebir el fenómeno del comercio callejero como un proceso de apropiación privada de un capital que, paradójicamente proviene de los recursos espaciales de la ciudad. En este sentido, el comercio callejero implica por un lado el beneficio privado de la localización del tianguis, producto de la inversión histórica pública y privada. Por otro lado, esta “privatización” implica la apropiación del capital espacial público, entendida en cuanto al uso mismo del espacio con fines lucrativos por particulares. Por último, esta apropiación privada se realiza en cuanto al aprovechamiento de la infraestructura y los servicios que financian los contribuyentes.

Un tercer punto en esta reflexión es el ingreso por puesto; como lo veremos más adelante, la violencia que genera la lucha por el control micro-territorial parece explicarse en función de una ganancia mínima. En este sentido, cabe preguntarse en qué medida el ingreso señalado corresponde a la realidad. Si efectivamente esos son los ingresos reales, ¿cómo es que esa actividad compite con otro tipo de empleo? ¿El mercado laboral en el Distrito Federal se encuentra en condiciones tan deterioradas que la población está dispuesta a recibir una cantidad mínima por su trabajo?

Si los datos de las entrevistas son falsos y los ingresos son mayores a los señalados ¿Cuál es el origen de las ganancias que no se mencionan en la entrevista?. O, dicho de otra manera ¿la venta de mercancía apócrifa es rentable? Sí esto es así, ¿qué tan rentable es? Y si no es así, ¿Existe otro tipo de mercados ocultos tras “la cortina de humo” de la piratería y el contrabando?.

Al respecto existe una amplia gama de referencias periodísticas que señalan a Tepito como un espacio concentrador del mercado de estupefacientes ilícitos y otro tipo de mercados ilegales (La Crónica, 20 de abril 2010 Proceso, 30 de julio 2010)¹⁸, pero ¿Cuál es la relación entre el comercio de mercancías apócrifas y el mercado de drogas? ¿Son la piratería y los productos del contrabando los mercados predominantes en las calles del barrio?. En este sentido, el universo de la economía subterránea en Tepito es tan vasto que

¹⁸ Para más referencias, insertar el motivo “Tepito” en el buscador de Google en el área de noticias, donde se encontrarán cientos de ellas.

merece que estas cuestiones sean abordadas con mayor profundidad en investigaciones posteriores.

“Se vende puesto”: una estimación del mercado inmobiliario en el espacio público de Tepito.

Siguiendo con la aproximación a la economía del barrio, se propone un enfoque desde el análisis del mercado inmobiliario. En este sentido, los objetos de las transacciones comerciales no son los títulos de propiedad privada de un inmueble, sino la calle misma y la banqueta a partir de la mercantilización del uso del espacio público (ver foto 30).



Foto 30: “Se vende puesto en frente del 40 de la Rinconada”. 2009. (Foto: CC).

Así, el precio por la adquisición de los “permisos” o “tolerancias” otorgados por la Delegación Cuauhtémoc se compara con las ofertas de compraventa de inmuebles en el mercado formal. El ejercicio se propone con el fin de dimensionar la dinámica económica del barrio como eje de las prácticas sociales, por lo que no se presenta como un estudio de mercado inmobiliario.

La boyante actividad comercial en esta zona del barrio sugiere que como consecuencia lógica, la demanda sobre el uso del espacio es especialmente alta. De esta forma, se propone conocer las dimensiones económicas de este fenómeno a partir del cálculo del

valor del suelo y la comparación de éste con el de otras zonas de la ciudad. Es importante mencionar que el mercado informal del suelo en el barrio de Tepito consiste en transacciones comerciales que tienen como objeto el permiso de venta ante la Delegación Cuauhtémoc, que implica a su vez la incorporación al padrón de comerciantes titulares. Esto los obliga a pagar una cuota mínima que se registra legalmente como parte de los ingresos “autogenerados” de la Delegación.

La aproximación al mercado inmobiliario en el barrio se propone a partir de la selección de un área considerada como de alta densidad dentro de los parámetros del propio tianguis. En las calles aledañas al núcleo formado por las instalaciones del deportivo Morelos y la Iglesia de San Francisco Tepito, (donde en 1901 se instalaron los puestos del comercio informal de la ciudad porfiriana), se colocan actualmente un total de 1470 puestos¹⁹ (Ver tabla 5). De éstos, 612 se ubican sobre el arroyo vehicular y 858 sobre las aceras (41.63% y 58.37%, respectivamente), es decir, que la mayoría de los puestos se instalan cotidianamente en las banquetas, pero una cantidad importante de éstos lo hace sobre el arroyo vehicular (Ver foto 31 y plano 3). Las mercancías que se ofrecen en estas calles son: ropa, relojes, zapatos, discos compactos y materiales audiovisuales (*películas*) así como mochilas y bolsas (ver tabla 5).

¹⁹ La referencia espacial otorgada por la Delegación Cuauhtémoc permitió una interpretación gráfica que a su vez fue objeto de una medición mediante la herramienta del Google Earth, antes mencionada, que permite calcular áreas de una manera relativamente precisas a partir del banco de imágenes satelitales que ofrece este programa. Así, se hizo una estimación de 7 polígonos correspondientes a los tramos de calle incluidos en el estudio de la Delegación que son relevantes para nuestra investigación.



Foto 31: En las inmediaciones del Deportivo Morelos la ocupación de la calle es absoluta. (fotografía tomada de Internet).



Gráfica 4: Número de comerciantes por sección de calle según la Delegación Cuauhtémoc.

Tabla 5: Detalle estadístico del informe sobre el comercio informal en Tepito de la Delegación Cuauhtémoc, datos de diciembre de 2009. Fuente: Información recabada por Rafael del Castillo Rodríguez. Jefe de Unidad Departamental de Jurídico, Gobierno y Seguridad Pública, obtenida en la entrevista del 17 de Marzo 2010.

Calle	Tramo de calle	Acera Nte/pte	Acera Sur/ ote	Arroyo vehicular	Total	Mercancía
Fray Bartolomé de las Casas	Aztecas y Toltecas	63	66	110	239	CD's, películas
Toltecas	Caridad y Fray Bartolomé de las Casas	24	60	195	279	Ropa, relojes, zapatos y 2 de cerveza
Toltecas	Fray Bartolomé de las Casas y Matamoros	30	24	121	175	Ropa, relojes, zapatos
Plaza Fray Bartolomé	Caridad y Toltecas	89	93	66	248	Relojes, mochilas, bolsas
Rinconada de Caridad	Plaza Fray Bartolomé y Caridad	45	56	57	158	Relojes, mochilas, bolsas
Caridad	Toltecas y Florida	52	51	23	126	CD's, películas, ropa
Caridad	Florida y González Ortega	102	103	40	245	CD's, películas, ropa.

La superficie de los polígonos referidos suma un total de 12,300 metros cuadrados, es decir 1.23 hectáreas. Si se considera que esta superficie contiene los 1470 puestos señalados anteriormente, es posible calcular una densidad de 1195 puestos por hectárea. En este lugar, la superficie correspondiente a cada puesto, incluyendo los pasillos destinados al tránsito peatonal es de 8.36 metros cuadrados.

Estos datos acerca del espacio nos pueden ayudar a construir la información respecto al valor del suelo si se cruzan con otros valores numéricos. Al respecto un vecino, vendedor y relojero de edad avanzada, entrevistado en la Rinconada de Caridad ofrece la siguiente información:

(...) por ejemplo aquí los puestos se cotizan carísimo, es la vía pública, pero la gente les ha inflado los precios a los lugares abajo de las banquetas. A mí me parece muy fuera de... que un puesto cueste doscientos 250, 280 mil pesos, porque se supone que es la vía pública, ¡y la vía pública no es de nadie! Pero le digo, la mafia que crean líderes del comercio y autoridades es la que hace que alcancen esa plusvalía la vía pública... (...)
(entrevista realizada el 16 de mayo de 2009)

Para calcular el valor comercial del suelo en el polígono elegido se propone dividir el valor a la “venta” del puesto entre la superficie promedio de cada puesto que anteriormente se promedió en 8.36 metros cuadrados. Para este cálculo se considera el precio señalado en mayo del 2009 y se resta una depreciación del 30% de éste dada la inflación y la baja en las ventas del barrio. Así, el valor promedio actual de la transacción de “venta” del puesto se propone en \$175,000. De manera que el valor del puesto por metro cuadrado en esta zona del barrio asciende a \$20,933. Habría que pensar en una forma de comparar el mercado del suelo público en Tepito con otros mercados similares en distintas zonas de la ciudad para darnos una idea del significado económico del suelo en relación con el entorno en el que se ubica el tianguis. Sin embargo, este trabajo se propone para una siguiente investigación.

Lo que sí podemos resaltar de ésta serie de datos relacionados con las plusvalías que genera el uso comercial del suelo tiene que ver con la diferenciación de dos prácticas de

generación de plusvalías. En este sentido, podemos distinguir dos formas de utilización comercial del espacio público. Por un lado se encuentra una práctica comercial en cuyo centro está la obtención de plusvalías a través del intercambio de mercancías en la calle. Esta primera práctica comercial aprovecha el espacio como un punto de venta privilegiado dadas las condiciones de localización y de acceso a bajo costo.

En esta primera estrategia comercial, el acceso al suelo está mediado por el pago de cuotas, ya sean éstas formales o informales. El procedimiento formal de acceso al suelo público pasa por el pago de cuotas a las autoridades delegacionales y la inscripción en un padrón de comerciantes “legítimos”. Mientras, el procedimiento informal para hacer uso del espacio público también implica un pago de cuotas, pero en este caso, éstas son otorgadas directamente a los líderes. Los comerciantes no son incluidos en el padrón de comerciantes “con permiso”, pero son considerados en un censo anual que hacen las delegaciones (en este caso, la delegación Cuauhtémoc), diferenciando a unos y otros comerciantes.

Ahora, una segunda forma de mercantilización del suelo público se caracteriza por comercializar los permisos que otorgan las instituciones de gobierno para vender productos en un espacio determinado de la calle o de la plaza. Así, esta segunda práctica cobra sentido en la apropiación de las plusvalías provenientes de la cesión de derechos sobre un local determinado. El espacio es valorado como un lugar de venta, pero además como una mercancía por sí misma.

A grandes rasgos, la generación de plusvalías en torno al comercio informal, así como los mecanismos de apropiación y distribución de éstas se vislumbran como elementos para la discusión sobre las formas de producción del espacio público. En este sentido, surgen diversas interrogantes en las que se propone recuperar al final de este capítulo: ¿Quiénes son los actores principales en el proceso de apropiación de las plusvalías que genera el uso comercial del espacio público? ¿Qué relación existe entre las prácticas de comercialización del suelo y la construcción de lo público?. En este sentido, se propone incluir los procesos generación, apropiación y distribución de las plusvalías como factores en la discusión sobre la diferenciación público-privado, así como el diseño y aplicación de políticas públicas.

Territorios y lucha por el espacio.

El factor económico es sin duda un elemento ineludible en el análisis de un fenómeno comercial. Sin embargo, existen otros procesos paralelos que se encuentran en la construcción de lo público espacial. En este apartado proponemos un acercamiento a la dimensión afectiva y territorial que da sentido a la práctica del tianguis.

El objetivo de esta sección es indagar en algunas expresiones territoriales y micro-políticas del fenómeno del usufructo privado del espacio público, considerado como un eje organizador de las prácticas sociales de relación con el espacio. En este sentido se abordarán algunas expresiones como la producción material, así como una aproximación al uso, apropiación y representación espacial en relación con la variable económica planteada. Para ello, se propone un abordaje a través de la mirada de un sector de comerciantes caracterizados por su pertenencia al barrio.

En primer lugar, como parte de una representación espacial de los fenómenos económicos y políticos, se presenta un mapa micro-territorial de los espacios controlados por diferentes agrupaciones y líderes que actúan en el barrio. Enseguida, se presentan algunos testimonios que ilustran la lucha por el control del espacio, en donde se hace referencia a las relaciones conflictivas que forman parte de la vida cotidiana en el tianguis. Por último, a partir del análisis de los testimonios de los comerciantes, se propone una aproximación a las percepciones sobre el usufructo privado del espacio público como derecho y como patrimonio.

En las entrevistas que se realizaron a comerciantes de la zona, se hizo evidente una forma de apropiación del espacio determinada por el uso comercial, pero que también implica una relación familiar e histórica en torno a un territorio. En esta interpretación, “el puesto” aparece como la unidad territorial mínima, rica en términos de explotación comercial, densa en cuanto a la carga emocional y vital en tanto que funciona como referente de la estructura familiar. También en el ámbito político el puesto se convierte en objeto de vinculación y disputa en el marco de la construcción y mantenimiento de territorios más amplios.

A partir del puesto como unidad mínima territorial-espacial-económica se construyen conjuntos de ocupación segmentada de las calles, banquetas y esquinas. A su vez, cada uno de estos micro-territorios es controlado por una estructura político-administrativa que se organiza en torno a la figura del líder o a la de la asociación; en la cual recaen los roles de intermediación con los funcionarios de gobierno y también una buena parte de las decisiones respecto a la ocupación comercial del suelo. En este contexto, el número de líderes y asociaciones de comerciantes oscila entre 30 y 80, quienes se disputan los espacios que conforman el tianguis. En un croquis realizado por un funcionario de la Delegación Cuauhtémoc, en 2009 se identificaron 36 territorios, correspondientes cada uno a un liderazgo distinto²⁰.

En esta forma de ocupación de la calle, los territorios son controlados por líderes o asociaciones de comerciantes con grados de influencia desiguales. Algunos de ellos agrupan unos cuantos puestos (7 u 8), mientras que otros llegan a controlar más de 100 puestos²¹ (ver plano 3).

En este contexto, la lucha por la apropiación de las plusvalías urbanas generadas por la localización y la economía de aglomeración han hecho de las calles un objeto de disputa cotidiana. De esta manera, el interés económico que subyace a esta práctica provoca que la lucha por el espacio adquiera a su vez un carácter intenso y que en ocasiones se torne violento.

Al respecto, Felipe García “Balico”, antiguo residente del barrio y “saldero²²”, narra sus experiencias como espectador de la brutalidad cotidiana desde su posición como comerciante oriundo del barrio:

(...) uno palpable de aquí, a la vuelta... hubo un homicidio porque un comerciante se estaba pasando como diez centímetros invadiendo el lugar del otro compañero.

²⁰ Información obtenida en entrevista con un funcionario de la Delegación Cuauhtémoc en noviembre de 2009, quién pidió no mencionar su nombre y accedió a hacer el croquis bajo la condición de no indicar el nombre de los líderes.

²¹ Información obtenida con el funcionario de la Delegación Cuauhtémoc antes referido.

²² “Balico” nació en el barrio, fue boxeador y es “saldero”, es decir, comerciante de ropa de “saldo”. El saldo es ropa nueva, pero con defectos de fábrica o que está fuera de temporada que se vende a un menor precio que en un establecimiento comercial formal.

Entonces ese compañero le dijo: -mira, dame chance ¿no?, es que mi catre no cabe- Y no... no era la primera vez que tuvieron este tipo de problemas. Hasta que llegó el momento que ese... esa persona le colmó la paciencia, cuando le dijo: -¡te quitas o te quitas!-. Se hicieron de palabras y por cierto fue el hijo de una señora que le cobraba aquí a los comerciantes de la calle de Rivero. Sacó la pistola y lo mató. Y por una estupidez, por estar invadiendo diez centímetros su lugar, eso sí me tocó verlo.(entrevista con Felipe García “Balico”, 16 de mayo de 2009).

La densidad en la ocupación del espacio, se refleja también como una densidad emotiva, donde la lucha por el poder sobre un territorio ínfimo puede motivar actos criminales, como sucedió en este caso, que derivó en un homicidio entre comerciantes, es decir, entre “iguales”. En este sentido, las relaciones violentas entre comerciantes, no agotan el conflicto; sino que los actos de violencia también se ejercen entre “diferentes”.

En las entrevistas realizadas, salieron a la luz tensiones que existen entre diversas configuraciones identitarias que actúan cotidianamente en confrontaciones duales como “líderes y comerciantes” o “*tepiteños y tepiteros*”, como lo advierte el mismo comerciante en otra parte del testimonio:

...Traté una vez de quitar a un líder que no era de aquí del barrio, pero desgraciadamente después repercute en las venganzas, represalias y pues yo la verdad quiero mucho a mi familia (...) Los problemas que actualmente yo veo... pues me trago el coraje, yo ya no me meto. ¿Por qué? Porque muchas veces nosotros los de aquí del barrio, nos vamos a meter en problemas, pero vas a beneficiar a gente que vienen de otros lugares, de otros lados (...) aquí muchos llegaron a comprar puestos, a comprar accesorias, a comprar puestos en la calle. Y eso ya les da pauta a sentirse de Tepito....(entrevista con Felipe García “Balico”, 16 de mayo de 2009).

En esta sección del testimonio de “Balico” se manifiesta un ambiente de intimidación donde el conflicto, que tiene como base una dimensión económica en términos del control de los medios de producción (el suelo), es atravesado por una cuestión de identidad y alteridad. Así, “Balico” denuncia una suerte de “extranjerización” de la *propiedad del suelo* y reclama el control territorial para el grupo de oriundos del barrio. De esta manera, el testimonio parece indicar que son los “otros” (los “*tepiteros*”, que nacieron y viven en otras colonias y vienen exclusivamente a hacer usufructo de las calles del barrio) quienes hacen uso de la fuerza para imponer su voluntad. Como consecuencia, se expresa una sensación

de impotencia que explica la autocensura como estrategia de supervivencia ante los atropellos de los “recién llegados” y frente a una aparente actitud de indiferencia por parte de las autoridades respecto a esta situación.

Uno de los procesos visibles en este testimonio es la reproducción de un sistema autoritario basado en el uso de las amenazas (respaldadas por actos anteriores) como maniobra de disuasión, en el cual el control micro-territorial no se asegura mediante reglas amparadas por las instituciones de gobierno, sino por una serie de relaciones en las que la resolución de las diferencias pasa por el sometimiento del otro a través de la intimidación o el escarmiento.

Desde otro ángulo, resulta interesante la relación entre la apropiación del suelo y la identidad barrial. En esta ecuación, la pertenencia aparece como requisito de legitimación del usufructo, pues el *pago de derechos* no parecería suficiente para acceder legítimamente al proceso de toma de decisiones. En este sentido, habría que preguntarse en qué medida se hace uso de la identidad barrial como expresión de la defensa de los intereses económicos locales. Es decir, habría que reconocer en esta mirada un entrecruzamiento de las dimensiones económica e identitaria en el marco de la lucha por el espacio.

Otro de los conflictos duales, relevante en el marco de la disputa por los territorios, es el juego en el que participan comerciantes y líderes, pues como se mencionó anteriormente, el puesto es una unidad económico-administrativa básica, mientras que los conjuntos de puestos conforman a la vez territorios identificados con su líder o asociación. Ambas figuras (líder y asociación) se basan en un liderazgo personal o en todo caso familiar y en ocasiones grupal, pero que siempre parecerían estar caracterizados por ser excluyentes.

En la tabla 6 se hace un síntesis de los conflictos que permean el proceso de construcción del espacio público. En ésta se proponen la definición de conflictos en los que participan dos o más agentes. Se propone además una definición de su composición e intereses y se plantean las expresiones en las que estos conflictos se hacen presentes como parte de la dinámica de interpelación entre los distintos agentes.

Tabla 6: Descripción de los conflictos, actores y las expresiones que tienen lugar en torno a las disputas por el control territorial y de las plusvalías en el tianguis de Tepito. Fuente: elaboración propia a partir de entrevistas en campo y de la investigación de John Cross (Cross, 1998)

Conflicto	Actores	Expresión
Comerciantes y líderes.	<p>Comerciantes: Dueños de los negocios en cada puesto, representan los intereses personales y familiares.</p> <p>Líderes: Dueños de uno o más negocios en cada puesto, además son interlocutores con los funcionarios de la delegación. Representan intereses gremiales, familiares e individuales.</p> <p>Funcionarios: definen de manera discrecional los espacios permitidos, el monto y asignación de las cuotas informales y la importancia que se le da a cada líder en el proceso de toma de decisiones.</p>	<p>Los comerciantes, a título individual se quejan de los abusos que cometen los líderes respecto a la asignación y distribución de los espacios y respecto al monto de las cuotas que de manera informal se otorgan a los funcionarios de la delegación para “tolerar” su actividad.</p>
Tepiteños y Tepiteros.	<p>Tepiteños: comerciantes y líderes que tienen sus viviendas en el barrio y cuyas familias han vivido en él por generaciones.</p> <p>Tepiteros: comerciantes y líderes que tienen sus viviendas y familias fuera del barrio y de sus inmediaciones.</p>	<p>Los tepiteños consideran que el acceso al suelo público es un derecho ganado a través del trabajo de interlocución con el gobierno a través de generaciones. Los tepiteros argumentan que su presencia se legitima en función del pago de cuotas a la delegación y a los líderes y por el pago por la cesión de derechos otorgada a antiguos comerciantes residentes del barrio.</p>
Comerciantes y funcionarios.	<p>Comerciantes: Tepiteros y tepiteños, líderes y dueños de negocios a título personal.</p> <p>Funcionarios: representantes de gobierno delegacional, pero también de la secretaría de Finanzas y de la jefatura de Gobierno.</p>	<p>Los comerciantes demandan la regularización de su actividad. Denuncian un abuso de las autoridades por el cobro excesivo de cuotas informales, por la amenaza de reubicación, el robo de mercancías en los operativos contra la piratería y por la inestabilidad de los compromisos acordados respecto a la localización de los distintos grupos de comerciantes (Cross, 1998: 131-137).</p>

Con estos referentes, resulta lógica la confrontación entre las dos figuras administrativas, por un lado, el comerciante, como representación del puesto y por otro lado, el líder como imagen política del micro-territorio (el pedazo de banquetta, el tramo de calle, la sección de esquina, etc...). En esta confrontación aparece otro actor, los funcionarios de la Delegación,

quienes participan como una suerte de “fuentes de poder”. En otras palabras, la cercanía con los funcionarios genera diferencias entre ambos grupos y otorga a los líderes capacidad de interlocución y control ante los comerciantes, disolviendo la relación de “pares” para convertirse en una relación desigual.

El siguiente testimonio relata un caso de disputa entre líderes y comerciantes a través de la mirada de un vecino del barrio, comerciante de edad avanzada que actualmente expende su mercancía en una accesoria²³. En la lógica de uso del espacio público planteada en este testimonio, la calle es considerada como una extensión de los locales comerciales “establecidos”. Aquí, el espacio en la calle se divide entre varios “propietarios”, entre los que se encuentran los dueños de las accesorias (locales comerciales). Con estos antecedentes, el comerciante, quien es además vecino y oriundo del barrio y dueño de una accesoria, considera que es su derecho hacer usufructo del pedazo de calle que está frente a su accesoria. Sin embargo, la líder, quien es a su vez dueña de la accesoria contigua, se agenció el espacio que él considera como propio. De esta manera, el entrevistado se asume a sí mismo como víctima de la violación de sus derechos patrimoniales y denuncia a la líder por el atropello que cometió al despojarlo de su “propiedad”.

...yo no tengo frente, pues porque se lo agarró la líder. Llegó el momento en que ya, pues mejor me desistí con la fuerza de la razón, jamás iba yo a poder recibir, pues lo que a mí me correspondía (...) Yo fui el primer comerciante que se puso afuera de la accesoria, pero fue porque me despojaron de mi frente ¿no? Yo no me pude poner abajo porque la líder se agarró mi frente...

Con la intención de resarcir la violación a su *derecho* como *propietario legítimo* del pedazo de calle que le “correspondía”, el entrevistado intentó rebasar el poder de la líder y buscó la interlocución directa con los funcionarios de la Subdelegación Tepito-Guerrero. Este acto motivó a la líder para ejercer represalias en su contra. Como consecuencia del miedo generado por las amenazas hechas por la líder, el entrevistado renunció definitivamente a este “derecho”:

²³ Es decir, un local comercial establecido (aunque no se aclara si sus actividades son fiscalizadas).

...yo me acuerdo que un día que platicué con el subdelegado, cuando ella fue a llevar la transita regresó muy brava y me dijo: -usted lo que quiere es que yo lo mande matar a golpes- Te digo, porque así son los líderes que piensan que la gente tiene que bajar la cabeza ante ellos ¿no?. (...) Como era de las que siempre le daba a los de vías públicas, siempre pues ellas tenían razón y podían rebanar el queso a su antojo ¿no? Entonces, le digo, (...) Peleé por mi frente, porque yo como tepiteño, pues tenía derecho a tener un lugar en dónde expender mis mercancías, pero debajo de la banqueta, pero digo, ¡nunca pude con la señora líder!. Nunca pude con ella... (entrevista realizada el 16 de mayo de 2009).

Este caso ilustra como los anteriores el uso de la violencia y la intimidación como estrategias de control territorial en el marco de un espacio de excepción en cuanto al dominio de un régimen de uso y usufructo del suelo urbano. El análisis de este caso también aporta nuevos elementos al estudio de las relaciones en el marco de la práctica comercial callejera.

El primero de ellos es la representación del usufructo privado como un derecho asociado a la propiedad del suelo privado y a la pertenencia a la comunidad local. En este punto, el testimonio anterior se liga con el de “Balico”, quien defiende la propiedad y usufructo del suelo para los tepiteños. En este sentido, sería interesante indagar en investigaciones posteriores el primer proceso de repartición de las áreas donde se encuentran los puestos, así como la actualidad de los acuerdos que lo hicieron posible. También sería importante investigar cómo participaron los funcionarios de gobierno y reconocer las transformaciones que con el paso del tiempo han dado pie a la presencia de nuevos actores y a la reconfiguración de los territorios en el tianguis.

Una de las cuestiones más interesantes en cuanto a la construcción del usufructo como derecho es la distancia que por un lado se toma con el estado de derecho y sus instituciones, y cómo en esa distancia se construye un marco de reglas paralelas, de acuerdos no escritos y de relaciones ilegales con los funcionarios que son conocidas por la comunidad de comerciantes.

La corrupción aparece entonces como el mecanismo cotidiano de ordenamiento territorial. En este contexto “*la transita*” se convierte en la contraprestación necesaria para mantener

la dinámica comercial y sostener la fuente de ingresos. La normalidad con que se habla de la corrupción lleva a pensar acerca de la preponderancia de esta práctica en la vida cotidiana y orilla también a preguntarse si se trata de una *institución substituta* de las instituciones formales o más bien funge como parte de la normalidad estatal; en la que la informalidad y a corrupción se insertan en el sistema político local.

En este último testimonio, el control territorial aparece como consecuencia directa de la interlocución de la líder con los funcionarios de gobierno a través de “*la transita*”. Parecería que la cuota que se otorga cotidianamente a los funcionarios es el pago por la posibilidad de vender en la vía pública, pero también la posibilidad de acceder al espacio de toma de decisiones de una forma excluyente. Sin embargo, no queda claro quién toma las decisiones de fondo, es decir, ¿cómo se construye la relación entre líderes y funcionarios?.

Otro aspecto interesante es la presencia de la variable del género en la construcción de la figura de control micro territorial, pues en su narración, el “otro” se caracteriza en femenino y también en plural. En este sentido habría que investigar sobre el proceso de empoderamiento de las mujeres líderes de comerciantes y cómo viven ellas mismas su papel como dirigentes en el marco del ejercicio violento del poder. También habría que reconocer si ellas representan el usufructo de la vía pública de manera diferente y si sus experiencias y roles como mujeres influyen en la manera en se relacionan con el entorno.

El puesto es todo...

A continuación se presenta un último testimonio, en el cual aparece la mirada de una mujer comerciante de mediana edad que es jefa de familia y de la organización familiar en torno al puesto. Éste se encuentra en la esquina de Aztecas y Fray Bartolomé de las Casas y se distingue por su amplitud en una localización privilegiada. El enfoque con que se pretende interpretar este testimonio tiene que ver con la construcción imaginaria del puesto como el eje económico y emocional de la vida familiar. En este sentido, se observa cómo el puesto es un referente estructurador de la vida de la entrevistada. Desde niña, el puesto ha sido el lugar de partida y de llegada cotidiana y más tarde fue el espacio de encuentro para una familia fracturada.

El comercio viene desde mis padres. Mis padres toda la vida han sido comerciantes. Cuando yo era niña, salía de la primaria y me iba al puesto. Ahí me cambiaba, ahí comía, ahí... ahí era mi vida... (...) Porque por ay en alguna ocasión, me corrió ella de su casa y... y pues ya, tuve que retirarme de ahí... Me tuve que retirar de su casa... Para ese tiempo, pues, como yo ya trabajaba, pues yo ya tenía mi departamento. Me retiro a mi departamento, y dejé de frecuentar a mi mamá... No la volví a ver más que en el puesto... (Entrevista con Lourdes Ruiz, 15 de agosto de 2009).

Así, es notable el papel del puesto como espacio condensador de los referentes familiares y como lugar de socialización. Estos sentidos son paralelos al sentido económico del uso del suelo. Pues el espacio se explica no sólo en términos de beneficios económicos, sino que también adquiere un rol emotivo en cuanto a su función como estructurador de la identidad del sujeto en el sistema familiar.

De esta manera se explica la construcción imaginaria del puesto no sólo como un derecho colectivo asociado en ocasiones con la propiedad del suelo; sino además, se considera al espacio como un eje de vinculación familiar que termina por expresarse en la noción patrimonial privada. Así, la actividad comercial heredada por los padres, lleva inmediatamente a la herencia de espacio “ganado” por ellos; de tal suerte que la ocupación del suelo y la reproducción cotidiana del puesto, son representadas como una propiedad patrimonial familiar que se vincula estrechamente con una apropiación emocional.

Mira, mis padres trabajaban en cuestión de que venían las camionetas antes de que hubiera el tianguis que ahora hay. Venían las camionetas, levantaban su maletas ¡y a correr con su maleta! Y llegó el tiempo en que ya se forma el tianguis y ellos escogen ahí. Ahí se quedan. (...)¿Como en el sesenta y siete? Ya mis padres tenían ya ahí su lugar. Y vinieron remodelaciones de las calles y que querían quitar las esquinas, que querían hacer esto, que querían hacer l'otro. Y ellos lucharon por su pedazo. Y lucharon y lucharon por su pedazo. Porque... pues a lo mejor algún día ellos pensaron lo que hoy es ¿no?: El patrimonio de los hijos.

En este testimonio, la noción patrimonial proviene de la idea de una legítima apropiación del espacio producto de la lucha de reivindicación donde el pedazo de suelo representa el vínculo entre generaciones. La apropiación del suelo adquiere una connotación emotiva en tanto se vincula el bienestar de la familia con el mantenimiento de la actividad comercial.

De esta manera, se puede observar cómo se desvanecen los límites entre las dimensiones económica y emotiva y cómo esta interacción genera prácticas sociales que no se explican exclusivamente desde un enfoque unidimensional, sino que resulta necesario plantear abordajes más complejos que incluyan el sentido de pertenencia a un barrio y a una familia en relación al sentimiento de propiedad del suelo en un espacio considerado patrimonio público de uso común.

Consecuencias de la práctica del comercio informal en la vida cotidiana.

Desde el ámbito académico como desde la mirada local, el comercio informal en Tepito tiene consecuencias en las condiciones de habitabilidad como es el acaparamiento de la calle para uso comercial, la congestión vial en las vialidades que circunscriben el barrio. Para Grisales, Tepito es un lugar en el que pueden encontrarse características propias de lo que la escuela ecológica de Chicago llamó “slums” o “blighted areas”. Desde esta perspectiva, el tipo de actividad comercial ejercido en Tepito, es el principal elemento modificador de la dinámica social del barrio, donde las luchas por la posesión del suelo urbano, generalmente son marcadas por la violencia y en muchos casos traen consecuencias trágicas para sus actores (Grisales, 2003:102). De manera similar a lo que sucede en un lugar vecino como es el barrio de la Merced, la espacialización de la práctica comercial ha tenido consecuencias en las formas de sociabilidad, de manera que no hay un control social, los espacios de socialización se convirtieron en centros de vicio y se ha desarrollado la actividad colectiva (Grisales, 2003: 100; Valencia, 1965: 27).

En las entrevistas realizadas durante la investigación, la relación entre la práctica del comercio informal y los problemas de funcionalidad se constituyeron como uno de los elementos comunes entre todos los agentes considerados, quienes manifestaron su preocupación por el desbordamiento de la capacidad para “asimilar” la demanda de suelo para usos comerciales, así como por la falta de acuerdos que permitan condiciones mínimas de seguridad y confort (entrevista con Alfonso Hernández, 21 de abril de 2009; Mario García Puga, 11 de abril de 2010; funcionario de la Delegación, 3 de noviembre de 2009). Algunos de los problemas cotidianos actuales que se manifestaron en las entrevistas fueron el robo masivo de energía eléctrica de la red local, el confinamiento de una gran cantidad

de residuos sólidos, así como el daño a secciones de banquetas y de carpeta asfáltica (entrevista con un funcionario de la Delegación, 3 de noviembre de 2009). Por otro lado, el cierre de calles al flujo vehicular implica la obstrucción del servicio de gas, agua purificada y de unidades de emergencia como ambulancias y coches de bomberos. Muchas de estas situaciones son atendidas por la Delegación Cuauhtémoc ocasionando gastos extraordinarios al erario de dicha dependencia.

Paralelamente, se percibe un impacto en los espacios que facilitan la construcción de una serie de relaciones sociales de convivencia y solidaridad, así como en el ámbito de construcción de “lo común”. Además, el hecho de que el costo económico del mantenimiento de esta práctica comercial se traslade al erario público amplía el impacto de esta práctica. En este sentido, en la comunidad afectada se incluyen también los contribuyentes del Distrito Federal y aquellos que no siendo residentes aportan a los ingresos del gobierno local. Así, se puede decir que hay un impacto en la construcción de lo público entre la sociedad local, pero también entre la sociedad urbana.

Un caso ejemplar²⁴ es la instalación e tomas clandestinas de energía eléctrica o “diablitos” directamente a los transformadores. En una ocasión, la cantidad de tomas fue tan grande que provocó bajas de corriente que generaron a su vez un corte en el suministro de toda la colonia Morelos durante dos días. Como consecuencia, la Delegación se vio forzada instalar 4 transformadores con un valor aproximado de \$400,000 (equivalentes a 243 salarios mínimos mensuales) cargando los costos al erario público. El problema de la accesibilidad afecta a los vecinos, deteriorando su calidad de vida. En este sentido, un comerciante que vive en la Rinconada de Caridad nos ofrece su testimonio:

Ha habido ocasiones que los vecinos han secuestrado camiones para que se metan, de teléfonos, de la compañía de luz, del gas, que tal día, el martes, no vino en toda la semana no vino en toda la semana, vamos a esperarlos al eje y meterlos a fuerza y ellos

²⁴ La instalación de cada transformador de 75 kVA tiene un costo que oscila entre los \$80,000 y los \$120,000. La Delegación pagó por el concepto e 4 transformadores, un total aproximado de \$400,000. Datos obtenidos con el Ing. Alfredo Juárez, ex trabajador de la Compañía de Luz y Fuerza.

que se radeen y les diga: -pues me tienen aquí, manda gente porque si no, aquí me van a tener no sé hasta cuándo- y ya ha sucedido que se ha tenido que llegar a esos extremos para que hagan algún arreglo, y no es tanto de ellos sino del comercio que está ahí o sea sí, yo te arreglo, pero ¿cómo entro?.

...ha habido casos, pues de un tiempo para acá se ha visto mucho asesinato ¿no? Entonces los servicios médicos forenses ya cuando esta el muerto ahí, pues han tardado horas, y la persona en cuestión, el muertito se queda ahí mucho tiempo, entonces llegaron a verse caso en los que con una tabla subían al muertito y los sacaba el mismo comerciante, los mismos amigos del fallecido, los mismos allegados a él, los que lo conocían, decían, pues vamos a sacarlo de aquí, lo llevamos a la ambulancia que está en el Eje.

Así era la manera, entonces decidí, se decide que... el mismo comerciante decide que haya espacios para que puedan entrar y salir. Hay muchos comerciantes que no respetan eso y les vale y siguen saliéndose más de lo normal. Hay un espacio de la banqueta hasta donde ellos pueden salir y después así hicieron como carreteritas ¿no?, como banquetitas más chiquitas, donde se midió y podía entrar digamos también un carro de la basura, para que en la tarde o en la madrugada que llegaran se quedaran los puestos pero el camión pudiera entrar y recoger la basura, en su caso los bomberos, o en su caso una ambulancia... (Entrevista con Jaime Reséndiz “Camarón”, 15 de mayo d 2009).

Esta situación revela varias cuestiones problemáticas. Por un lado se encuentran las afectaciones que la práctica comercial en Tepito genera en términos de la construcción de lo común entre la sociedad local y la población residente. En este sentido, el comercio se ha planteado como una estrategia de reivindicación social y de redistribución de la riqueza que genera la ciudad; sin embargo, en la vida cotidiana, esto ha tenido un efecto contrario.

Por otro lado, el costo que implica la existencia del tianguis para la ciudad hace considerar los beneficios de esta práctica en relación con las condiciones de habitabilidad en la ciudad. En cierto sentido, el tianguis se ha consolidado como una opción para el abasto popular. Sin embargo, el mantenimiento de éste tiene como consecuencia la desatención de otros espacios públicos en función de la concentración del presupuesto hacia la atención de los daños causados por los comerciantes (entrevista funcionario).

Además, el discurso que reivindica a la práctica comercial como una forma de acceder a oportunidades de trabajo de alguna manera de contraponen con la posibilidad de contar con un espacio habitable. De esta manera, la lógica de defensa del derecho al trabajo interfiere con la defensa del derecho a la vivienda y al espacio público. Así, la construcción de la ciudadanía atraviesa por un proceso contradictorio que finalmente impide asegurar las condiciones de vida de los residentes. En este sentido, las instituciones participan de un fenómeno de deterioro de las condiciones de vida más que en un proceso de fortalecimiento del tejido social y de condiciones aptas para el desarrollo social.

Las instituciones cobran entonces un papel principal en la solución de este conflicto. Sin embargo, la redefinición de las políticas territoriales y de relación con la economía informal que se encuentran en el eje problemático que se expresa en Tepito, no pueden ser atendidas de manera disociada de las políticas económicas a escala urbana, regional y nacional.

2.7. Imágenes de la vida pública desde el comercio informal y promoción cultural.

Promotores culturales y comerciantes en la Plaza Martes de Arte.

La Plaza Martes de Arte es un espacio donde se espacializa la lucha por el control territorial y donde se ponen en juego dos proyectos de espacio público. Por un lado se encuentra el comercio informal como práctica preponderante en el barrio, y por otro, el interés de utilizar el espacio para fines recreativos y educativos. La confrontación y la negociación tienen lugar en una zona que periférica del tianguis, cuyo “núcleo” se encuentra a varias cuadras de la Plaza Martes de Arte. En este lugar, donde se rompe la continuidad de los puestos y empiezan a verse las fachadas de los inmuebles, es sede de una relación muy peculiar entre comerciantes y promotores culturales. En esta sección nos detendremos para observar esta relación desde la perspectiva de los promotores, quienes, a través de su mirada muestran las condiciones de negociación y de lucha por el espacio.

Para los promotores culturales, la ocupación de la plaza ha sido un proceso arduo de conflicto en torno al control territorial de la plaza. Algunas de las estrategias que han utilizado para construir y defender su ámbito de trabajo. Por un lado, se encuentra la creación de una intervención del espacio como parte de una actividad gubernamental, pues

a pesar de que el Programa Comunitario de Mejoramiento Barrial (PCMB) es parte de un programa de gobierno, la iniciativa y el proyecto mismo son originalmente su idea, obra, y responsabilidad.

En este sentido, es interesante observar cómo la participación de Luis Arévalo y Mario Puga en el Programa Comunitario de Mejoramiento Barrial les permitió contar con una suerte de respaldo institucional para formalizar sus actividades en la plaza. Sin embargo, también es importante decir que ni la Delegación y el Gobierno Central apoyaron directamente a los promotores en la pugna contra los comerciantes. Es decir, que en ningún funcionario de gobierno intercedió por ellos ante los líderes de los comerciantes, por lo que ellos tuvieron que echar mano de sus propias relaciones para llevar a cabo el proyecto de ocupación de la Plaza.

En este contexto, tanto Arévalo como Puga han buscado una interpelación con los comerciantes y han buscado espacios de negociación, por lo que trataron de convencer a los comerciantes de que la remodelación de la plaza era un proyecto en el que las actividades comerciales estaban incluidas. Así, el vínculo entre comerciantes y promotores ha estado permeado por la desconfianza de los comerciantes y el interés por expandir sus locales, así como por la expectativa de colocar nuevos puestos. Ante esta situación, los promotores echaron mano de la figura gubernamental para justificar el proyecto y para dar una imagen “inevitable” al proyecto. Como respuesta, la resistencia de los vendedores se expresó mediante la desobediencia de las propias reglas del tianguis, pero también con amenazas anónimas a Luis Arévalo.

...desde que se inició el proyecto tuvimos broncas con los comerciantes, ya que ellos se sentían así como... como que iban a salir perjudicados. Nosotros les hacíamos ver que el tener un buen proyecto ahí cultural también iba a beneficiar sus espacios de trabajo, en el comercio. Pero ellos no lo entendieron así. Pero bueno, total, ya, el proyecto, sabían que no era un capricho de los vecinos, sino que era un programa de gobierno y que nosotros como promotores no teníamos la lana suficiente como para hacer un proyecto de esa... de ese tamaño ¿no?. Y que bueno, que se iba a dar. Entonces ellos fueron tomando conciencia de que se iba a dar, eh, no como lo teníamos planeado hasta la esquina, sino que iba a ser por partes. Y una primera parte era lo que ya está ahorita ¿no?. Cuando ya se empezó la obra de ese primer proyecto hubo muchos

problemas porque ellos tampoco respetaron sus horas... Por ejemplo el martes vecinal, que no se debe.... el martes que no se debe de trabajar ellos también lo trabajaban. Y eso hacía que también los trabajadores pus no avanzaran, ¿si?. Y de ahí se dio una serie de amenazas por teléfono hacia mi persona, donde me decía que ya parara mi desmadre, pero colgaban ¿no?. (Entrevista con Luis Arévalo, 11 de octubre de 2011).

La convivencia cotidiana hizo que se esclareciera el origen de las amenazas y se diera una confrontación directa. El reclamo hacia los promotores se basaba en la incompatibilidad entre la actividad comercial y la obra, pues como parte del reclamo se exigía una compensación por los daños que las obras provocaron a las mercancías. Ante esta situación, Luis Arévalo se respaldó en la imagen institucional argumentando la fragilidad legal de los comerciantes y la posibilidad de que éstos perdieran el espacio al acudir con la Secretaría de Desarrollo Social a resarcir los daños.

Después ya pude identificar más o menos de quién se trataba porque a un reclamo que me hizo personalmente me dio la misma palabra. Entonces yo le dije: -¡ah!, tú eres la que me está llamando por teléfono- (...) se quedó así media pendeja y luego: -¡No!, pero que ¿quién me va a pagar lo que hemos perdido aquí?, porque ya me mancharon mis petacas-... y que no sé qué rollo, le digo: -Bueno, es que tú también no respetas eh... los martes no tienes por qué estar y estás-. -¡No pero ellos porqué están pintando con pistola y no con brocha!-, -bueno, pero es que tú no les vas a decir cómo van a trabajar ellos ¿no?-. Pero bueno, -Yo no tengo porqué pagarte porque yo no tengo la lana y ni, ni es mi proyecto, mi capricho. Pero sí te puedo orientar quién te puede pagar: ¿ves esa lona?, dice ahí “Gobierno Central, Desarrollo Social”, a ellos véselas a echar de pedo y ellos te van a pagar, pero sí te digo una cosa: cuando ellos te... vayas y les digas, te van a venir a levantar, y tú vas a ser la causante de que levanten a todos-. Entonces eso como que también la... hizo que se fuera pá tras. (entrevista con Luis Arévalo, 11 de octubre de 2011).

Más tarde, los promotores acudieron con los asesores técnicos para transformar el proyecto de manera que los comerciantes estuvieran incluidos en él y que como parte de las obras se considerara el mejoramiento de los puestos. Esto con el fin de que los comerciantes permitieran la realización de actividades culturales y de la obra, en general. Sin embargo, no obtuvieron respuesta por parte de los asesores y el proyecto continuó como originalmente se había estipulado. Fue así como el vínculo personal con Teresa González, presidenta de la Unión de Vecinos y Comerciantes del Poligonal del Centro Histórico, hizo

que los comerciantes de la plaza Martes de Arte menguaron sus reclamos hacia los promotores culturales. De esta manera, el apoyo institucional que se aparentaba en el desarrollo del PCMB, fue acompañado con un respaldo importante en el mundo de los comerciantes de la zona central de la Ciudad de México.

A raíz de eso ya no recibí yo más llamadas, pero se corrió el rumor de las llamadas amenazantes a mi persona y... llegó el rumor hasta con la líder del Centro Histórico, que tiene también su fuero...(…) Eh... se llama Teresa González. Y ella, como me conoce. A mí como persona me conoce y conoció a Daniel Manrique, entonces nos tiene hasta cierto punto una estima ¿no?. Como conoce también a Mario, este... pero la bronca era no con Mario, sino conmigo ¿no?, entonces dijo: -¡no, no, no! ¡A Luisito no me lo tocan!- y se dejó venir. A hacer presencia pá que vieran que no estaba yo solo...(…) vino y su pura presencia, sin hacerla mucho de emoción, la presencia al verla que había un trato, no de ahorita, sino de mucho tiempo. Porque era hasta del abrazo y todo ese rollo ¿no?. Como que le bajaron de volumen, los comerciantes y ya, nos dejaron chambear. (Entrevista con Luis Arévalo, 11 de octubre de 2011).

Otras estrategias cotidianas de control del territorio son la ocupación continua del espacio y la limpieza de la plaza. El hecho de instalarse en la plaza y usar el foro con actividades culturales es una necesidad de este grupo ante el continuo avance de los comerciantes en cuanto a la expansión de los puestos, que tienden a crecer en cantidad y en área. Por otro lado, la limpieza de la plaza es en principio una manera de habitarla, aunque también es un medio de legitimación ante los otros, por lo cual, el hecho de barrer, echar agua y recoger la basura y las heces implica una fórmula de negociación con los comerciantes. Destinar la plaza a actividades culturales implica, por otro lado una tarea cotidiana de organización de eventos y actividades culturales y educativas. En este sentido, se busca cubrir la plaza en diferentes días de la semana para abarrotar los horarios de uso de la plaza en la medida en que les sea posible.

...si el lugar está bonito es más agradable, para que el cliente, el consumidor llegue y les compre ¿no? Y más si se trata de alimento ¿no?. Pero, ya te digo, ahorita nosotros no hemos dejado, aquí con la compañera Lupe y con Gabriel y como los que más o menos no hemos dejado de darle la limpieza, que eso cerrado o abierto hay que dársela ¿no?. Ahorita, porque todavía no hay un mantenimiento así por parte ni de la delegación ni de nadie. Sino, nosotros somos los que tenemos que estar limpiando, y eso sí, hemos procurado tener eventos lo más... cubrir la semana lo más posible, porque

también eh, si un foro lo tienes sin ocupar varios días de la semana, pues como que también se vicia ahí el ambiente, ¿no?. Y ahorita también tenemos el martes de arte y miércoles de la palabra, jueves de son cubano y viernes de cine (...) también estamos viendo eso, que otras gentes, aunque no sean del barrio, pero que tengan trabajo cultural, pues también de repente sea su sede ¿no?. Como también ellos nos han ofrecido ocupar sus espacios, hacer un intercambio, jeso es muy rico!. (Entrevista con Luis Arévalo, 11 de octubre de 2011).

A finales del 2011, parecía que se estaba presentando un reacomodo en los liderazgos de la plaza. Por un lado las ventas estaban disminuyendo y por otro, al tratarse de una coyuntura electoral en la que se jugaba la jefatura delegacional, las pugnas por el control territorial se estaban reflejando en la lógica de organización de los comerciantes. Por un lado, la división entre los comerciantes y la falta de liderazgo estaba debilitando su posición ante los promotores, pero sobre todo, ante otros dirigentes. Por otro lado, las tensiones dentro del proceso de cambio de líderes y la disminución de los ingresos por la falta de ventas obstaculizaba el acercamiento entre promotores y comerciantes. En ese sentido, la negociación de las obras del PCMB se veía obstaculizada por las tensiones entre comerciantes.

...Si tú le preguntas al que está vendiendo ahí las aguas, ahí afuera, ¿Qué cómo le ha ido? Dice que de la chingada, ¿no?. Le preguntas ahí al que vende la ropa, igual, ¿ninguno la hace ya!. ¿Por qué? Porque, pues la gente, ahorita, hay más vendedores que compradores. Y eso mismo, bueno, zonas como la nuestra, donde el comercio crece tan desordenadamente, pues se dan ahí vicios de conducta muy cabrones ¿no?". (entrevista con Luis Arévalo, 11 de octubre de 2011).

[Miguel Galán]...*está perdiendo terreno, porque no están apoyando a los mismos. Por ejemplo, ahorita dentro de la Delegación ya se hicieron tres grupos importantes; que están peleando ahorita para la Dele... a ver quién se queda con la Delegación. Entonces hasta los mismos grupos de comerciantes están divididos. Que unos apoyan a Alejandro Fernández, otros están apoyando al Delegado antiguo que ahora se va a querer...(...) José Luis Muñoz Soria, que se quiere reelegir como delegado. ¡Y traen unas broncas ahí! Entonces están entre los comerciantes divididos. Entonces aquí en la... en la Alameda... aquí en Martes de Arte está pasando el mismo problema. Aquí se refleja. Entonces lo que se puede proponer por parte de unos para decirle a la Señora Esther, ¿si se llama Esther?. La Esther dice: -¡no, no!, ¡a esos ni los reconocemos!, ¡esos güeyes no sean metiches!- y la otra que ¡ya no son ni de Esther!, ¡ora son de la otra!, de la nueva dirigente que eran de Víctor y ahora ya no son ni de Víctor (tono de*

risa). *Entonces ahí la bronca es negociar casi casi ¡de manera personal!. Porque no es solamente una agrupación. Antes podíamos decir que había dos o tres: Élfego, la hija del Jarocho, y la señora Esther. ¡No, ahora ya hay cuatro, cinco gentes que están como dirigiendo! ¡Solamente aquí!. Ese gran problema ya se está reflejando aquí ¿sí?.”* (entrevista con Mario García Puga, 11 de octubre de 2011).

... la gente que está vendiendo, tienen una bronca entre ellos muy gruesa, de que: - ¡hazte para allá!, ¡yo aquí!- ¡que no! y que -¡te lo renté, que no!- entonces ahí... porque no tienen mucha venta, son... y están buscando a ver cómo chingados se desquitan. Todo el día están de mal humor, y entonces cuando uno llega a hablar con ellos que: - mira, que vamos a hacer...-, -¡no! ¡ahorita no!, este... luego vemos eso, porque ahorita estoy viendo otras cosas, y la chingada y...-. Y por lo mismo, por ejemplo este Víctor, como tiene la bronca de representar a todos los comerciantes de todas las demás calles de aquí derecho así, tres, cuatro calles, ya nadie le está dando tampoco lana. Están cambiando así como de... de líder. Como que surgió otra nueva líder acá y que le está echando la bronca porque hay otra líder de otra líder más grande, que la está apoyando de la cuestión de la Merced. Entonces entre ellos ahorita, como si no venden, entonces con las cuotas quieren sacar el chivo. Entonces como no... ni por el chivo tampoco porque ya también se les están yendo... digamos que... cautivos. Ahí hay una bronca interna de ellos muy gruesa. Entonces ahorita llegamos con mejoramiento barrial y... y entran en otro conflicto. (Entrevista con Mario García Puga, 10 de octubre de 2011).

La necesidad de encontrar un punto de acuerdo con los comerciantes refleja, por otro lado el vacío que han dejado las instituciones de gobierno, pues al no intervenir el proceso, son los promotores quienes tienen que hacerse cargo de controlar el territorio para defender un proyecto de espacio público que debería ser parte de las responsabilidades de las autoridades. En este sentido, el gobierno central financió un proyecto de mejoramiento de la plaza, pero no protegió a los promotores en el esfuerzo por controlar el espacio. De esta manera, se puede decir que el rol de las instituciones es si no contradictorio, por lo menos confuso, pues por un lado permite la expansión del comercio, deja las decisiones respecto a las condiciones materiales del espacio a los comerciantes (con o sin liderazgo), pero por otro lado, financia proyectos de desarrollo local sin involucrarse en el conflicto y la negociación vendedores.

En la búsqueda por un espacio para las actividades culturales, Arévalo y Puga han suplantado a las instituciones de gobierno en cuanto a la gestión de la plaza. Este tipo de actividades debieran ser parte de la agenda de la Dirección Territorial o de la Delegación

Cuauhtémoc. En su defecto, el GDF debería hacer lo propio a través de sus instancias; sin embargo esto no es así y los promotores se ven obligados a poner en práctica toda clase de argucias e ingeniárselas para tener un lugar en la plaza y así desarrollar actividades culturales.

Entonces esta situación abre la posibilidad de poder tener todavía una... vinculación todavía, no se ha roto con ninguno de ellos, no ha habido enfrentamiento. Más que la vez que pasó, que todavía era, que ya para casi inaugurar. Porque lo que les molestó que se haya cerrado y después ya cuando se abrió ya como que se desconcertaron porque dijeron: -¡ay, es que aquí nos está molestando y están cerrando!- Y al otro día ya no había nada. Entonces eso así como que ya, se paró la bronca porque era el problema. El problema también se da de que ellos tienen broncas con los espacios de la banqueta. Ellos de algún modo quieren que la banqueta se nivele, porque hay mucha gente que se cae, la coladera y todo esto, les afecta también el agua que se inunda, y todo esto. Y están diciendo: -pues sí, estoy de acuerdo con lo que hacen, es cultural, eso, ¡pero no chinguen! ¡mhá! ¡josea!- El chiste es hacerla de tos. Por un lado no niegan de que las cosas son buenas y son este... en beneficio al barrio y hasta en beneficio de ellos. Pero por otro lado, no quieren ceder nada, ¿no?. ¡Al contrario! están viendo que si van a empezar para agandallarse ¿no?. Porque ya la señora Esther decía: -¡no, pues es que yo ya tengo dispuestos dos tres locales y... aquí son tres y la, la jardinera...-, - Y me pregunta: -¿Oiga, de veras van a quitar la jardinera?-. Digo: -No, no, la jardinera no se va a quitar. Es más, se va a hacer un ojo... un, un, espejo de agua y todo...- Y se queda así como que... como que: ¡Chin! ¿Ahora qué hago? ¿no?. (entrevista con Luis Arévalo, 11 de octubre de 2011).

Entonces, los promotores encabezan el proceso de negociación utilizando la figura gubernamental como respaldo “virtual” ante los comerciantes. En su intento por concretar un proyecto de espacio público distinto al comercial, los promotores hacen uso de sus recursos personales, entre los que se incluyen sus relaciones, sus esfuerzos de gestión y su propio trabajo para ganar el territorio y detener la expansión del tianguis. A finales del 2011 la pugna por el liderazgo de los comerciantes, aunado a la disminución de los ingresos por ventas resulta una coyuntura favorable para los promotores. Sin embargo, la oportunidad que debía significar el desarrollo del PCMB se ve opacada por el mal manejo de recursos que finalmente tuvo el desarrollo del proyecto, pues las condiciones del foro no fueron las estipuladas en el proyecto original. La intervención de los asesores, quienes en su primera

etapa en un principio lograron el éxito del proyecto, ahora empeoró las condiciones para el trabajo cultural en la plaza.

Sin embargo, Arévalo y Puga no pretenden realizar ningún acto legal para denunciar las faltas cometidas en el manejo de los recursos, ni para resarcir los daños, sino que buscan encontrar una solución acordada, de manera que el proyecto se termine y se tengan las mínimas condiciones de trabajo.

... yo creo que aquí lo que sería bueno negociar. Primero hacer una propuesta al interior, (...) para que esta primera etapa que se hizo, que realmente se termine. ¿Cómo? El techo, realmente no funciona porque, cuando llueve, todo mundo se moja más adentro que afuera. La luz, que debería de servir para estar ahí de a pechito, no sirve. Los ca... las conexiones, no sirven. El agua, llueve y te quedas ahí como en una isla. Se tiene que poner hasta una tabla, un puente porque... [Las condiciones de trabajo cultural y del foro ahora están] ¡Peor! ¡peor! ¡totalmente peor!. (...), se hicieron arreglos de los murales y ahorita con la humedad ya están echados a perder, ¡ya se madrearon!. (...) Entonces, mejoramiento barrial, de algún modo, casi casi, dificultó más las cosas, osea... ¡ay!, las láminas quedaron de una forma que les tuvieron que añadir otro pedazo de lámina y están añadidas ahí con puntitos, entonces, no están... Le dijimos ¡oye! que hay unas goteras, ¡pues vinieron nomás a echar silicón! de ese así casero, ¡que ese con el sol se cae! Se cae esa madre y... ¡se cae!. Deberían de haber soldado bien, osea ¡no sé!. Pero yo creo que... de algún modo, yo creo que... con todo el respeto que me merece la empresa... o el mismo asesor técnico (...) Tienen que garantizar que ese primer recurso, de la primera etapa aquí en pa... aquí en la Fortaleza... tuvo que haber quedado satisfactoriamente bien. Y más situaciones así, por ejemplo ahorita ya está obscureciendo tarde y ya no se puede usar la luz. Se tiene que poner antes un cable con más riesgo. Ponerlo. Antes nomás ponías una clavija ¿no?. Ahora es más riesgo de que alguien se electrocute porque es directamente a la luz viva. Porque ahí ni clave hay...

Pero, independientemente de eso, pero sí, que garanticen que eso se pueda usar mínimamente en condiciones normales, ¿Sí?. lo que hicieron de la bajada de agua ¿sí?. Y que nada más pusieron el tubo simulado. Eso la verdad, dices, bueno: ¿a quién quieren engañar? ¿no?, dices, la verdad no, no se vale. No es correcto, yo creo que sí, sí se siente uno chamaqueado, se siente uno, ahora sí que, pues le quieren ver la cara de... güey a uno, y la verdad es que.... y en el barrio ¡no se vale!. (Entrevista con Mario García Puga, 11 de octubre de 2011).

En esta coyuntura, la idea de los promotores es continuar con el PCMB y recibir la tercera etapa del proyecto. Con el fin de evitar la expansión de los comerciantes y la ocupación del foro por parte de la población de calle, Arévalo y Puga proponen dividir la plaza mediante un cerco. De esta forma, se piensa en el cierre del escenario manteniéndolo visible y abriéndolo en ocasión de cada evento.

Y entonces, ahora, la idea es utilizar el próximo recurso que venga para tratar de terminar esta primera etapa con condiciones un poquito más dignas... eh, nivelar bien el piso, evitar ese... los caños que se hacen ahora en temporada de lluvias y pues este, pues darle una especie de cerco para que ya no se muevan los comerciantes y... por parte de la Delegación no hay ninguna bronca de que se pueda tener control sobre ese espacio.

Ahorita tenemos el otro recurso ya pendiente para seguir avanzando con la segunda etapa del proyecto, que es lo que ya mencionábamos, ¿no?. Bueno, el proyecto llega hasta aquí, eh, la jardinera no la hemos quitado también porque estamos defendiendo nosotros el territorio, a modo que no se nos agandallen los comerciantes.(...) Bueno, ya me explicaba ahorita Mario que el ahorita el proyecto está en... que a la mejor es nada más es nivelar piso, arreglar algo de la electricidad, ver las goteras, como un mantenimiento así de volada y a la vez así como cercar, sin llegar a privatizar, pero sí cercar. Para también para evitar los problemas con el indigente, que también no hay una ley que le puedas prohibir a un indigente que la agarre de casita. Eso yo ya lo chequé y... no hay ley que a uno como ser humano te prohíban entrar o no entrar en un lugar público ¿verdad?. Entonces, este, pero sí, se le puede dar un buen... puede ser un buen resultado si cercamos con una... con tubo, tubular y con una entrada. En la entrada así una puerta que se abra y se cierre cuando hay evento, ¿no?. Pero también la puerta puede ser en reja, que no sea nada oculto, no, sino que sea... que sea vea, que sea visible hacia dentro ¿no?... (Entrevista con Luis Arévalo, 11 de octubre de 2011).

Este testimonio refleja las condiciones de interpelación con otros agentes y los argumentos que están detrás de esta iniciativa cultural. Existen muchas variantes interesantes para el análisis, sin embargo, interesa rescatar aquellas relacionadas con la construcción de lo público espacial. Por un lado, se hace evidente la debilidad que como organización se tiene para echar a andar un proyecto de barrio distinto al comercial. Si bien, las instituciones de gobierno han estado presentes y han apoyado esta iniciativa independiente, lo han hecho de manera discontinua y mediante procesos administrativos que desgastan a la organización. Los recursos orientados a apoyar esta iniciativa son producto de un trabajo voluntario que

no es posible sostener a largo plazo sin hacer uso de los recursos personales y familiares. Esta situación pone en riesgo al proyecto, pues genera condiciones para la apropiación personal de los recursos públicos, pero también da pie al abandono de estas actividades para atender otras formas de trabajo remunerado.

En este marco, caracterizado por la debilidad organizacional, la relación con los comerciantes se vuelve compleja dada la disparidad de las condiciones de relación el espacio. Así, los comerciantes tienen a su favor la presencia continua en el espacio, la obtención de plusvalías en esta presencia, las relaciones gremiales que llegado el momento, podrían ser utilizadas para disuadir a los promotores culturales y censurar su acción.

Lo interesante en este caso, es que no existe una confrontación absoluta entre los actores vinculados en torno al comercio informal y los promotores culturales. Es importante destacar que, al pertenecer al barrio, los promotores de alguna manera deben su subsistencia al comercio informal. En otras épocas Mario García fue comerciante informal y familiares de Luis Arévalo dependen económicamente de esta actividad. Así, el comercio no es una práctica ajena, sino que se concibe como un fenómeno inevitable y como parte de la identidad barrial que ellos mismos celebran.

En este sentido, es asombroso para las miradas ajenas la manera en que se hace uso de las estrategias de territorialización de los líderes de los comerciantes para defender una actividad que genera una disputa micro territorial por el control de un espacio. La legitimidad de Luis Arévalo fue la carta que le permitió obtener el apoyo de la lideresa Teresa González. Sin embargo, habría que ubicar esta situación en el marco de la disputa por el territorio comercial en el vínculo entre los territorios que forman parte del polígono “monumentalizado” y sus periferias.

Como parte del discurso de Arévalo, salta a la vista una propuesta de cercar la plaza y controlar su acceso. En este sentido, cabría preguntarse si es que Luis Arévalo y Mario García Puga realmente representan un interés público, o en qué medida y de qué manera lo hacen. Como se mencionó antes, en las estrategias de definición del espacio para actividades culturales se encuentra la idea de cerrar físicamente la plaza. En un primer momento, se techó una parte de ella, y como parte de la siguiente etapa de la aplicación en

el barrio del Programa Comunitario de Mejoramiento Barrial se tiene contemplado cercar una sección de la plaza que estaría controlada por Arévalo y García Puga.

En su perspectiva, las condiciones en que enfrentan la dinámica del tianguis justifican este tipo de acciones. Sin embargo, las conclusiones a las que se ha llegado en el debate académico para establecer las características de lo público como un espacio abierto, traslúcido y accesible indican que la solución espacial a la que lleguen definirá la lealtad al proyecto universalista de construcción de lo público al que hacen referencia varios autores (Arendt, 1993; Sennett, 1978, 1997; Rabotnikof, 2003; Borja, 2003b; Ramírez Kuri 2008, 2009). En todo caso, esta situación expresa la debilidad del gobierno para generar vínculos con la sociedad, fortalecerlos y mantenerlos; pero además muestra la impotencia o el desinterés de las instituciones de gobierno para mantener el sentido público del patrimonio colectivo en el caso de un bien de uso común como es la calle y la plaza en Tepito. A pesar de las actividades realizadas y de los esfuerzos por dotar a la plaza de mejores condiciones para la realización de un proyecto social, surgen cuestiones que ponen en tela de juicio la publicidad del proyecto Martes de Arte.

Así, queda la duda, ¿Qué noción tienen estos promotores culturales respecto al desarrollo de un proyecto de construcción del espacio público?, ¿Se puede hablar de un espacio público aún cuando éste sea cercado y controlado por una organización?. Si esto fuera así, ¿Cuál es la posibilidad de mantener en el tiempo su uso para actividades culturales? ¿Cómo evitar comparar esta situación con el cierre de la plaza Bartolomé de las Casas en la que se construyó un equipamiento deportivo que generó consecuencias sobre la definición de las condiciones de habitabilidad y reconstrucción de los lazos sociales? ¿Qué sentido tendría lo público si esta iniciativa llegara a concretarse?.

2.8. Conclusión: La noción de derecho y la práctica del comercio informal.

Con el objetivo de conocer las estrategias de interacción con el entorno se hace necesario detenerse a analizar una de las formas que en Tepito ha cobrado el proceso de apropiación del espacio público. Nos referimos a la noción de derecho que en relación al comercio informal callejero aparece en el discurso de los comerciantes oriundos del barrio. Es importante poner énfasis en esta representación, pues marca un eje en la relación entre las prácticas sociales, la apropiación colectiva del suelo y la definición de lo público-privado en un ámbito desde el cual se expresa el desarrollo de la economía informal y desde donde se articulan las dimensiones global, nacional, metropolitana y local.

Como parte de los testimonios que se recabaron para esta investigación se encontró que un sector de los comerciantes, identificados como “tepiteños” -es decir, aquellos dueños de negocios cuyas familias provienen del barrio-, coinciden en una visión de su actividad como una práctica que estructura las formas de significar y representar el espacio en Tepito. Como parte de esta argumentación, la práctica del comercio informal no se entiende como una práctica “clandestina” o “ilegal”, sino que en ella abiertamente se presume el derecho de los residentes del barrio a vender en la vía pública. Como se vio antes, algunos de los comerciantes entrevistados se representan a sí mismos como herederos de la actividad comercial y consideran que las calles de Tepito son un patrimonio familiar. También algunos de los comerciantes mencionaron que además de ser un derecho, el acto de vender en la calle trae consigo diversas responsabilidades con respecto a la limpieza, al orden y en dos ocasiones se mencionó la intención de pagar impuestos. Paralelamente, la gran mayoría de los entrevistados considera que las calles deben ser útiles para el transporte y el libre tránsito, mientras que los parques y plazas deben ser usados como espacios de recreación.

Para ilustrar este discurso, resulta interesante atender la perspectiva de Víctor Manuel Alarcón, comerciante, quien debate acerca del derecho de los tepiteños a la venta en vía pública y hace una reflexión acerca de la legitimidad de esta práctica.

...puede ser que no sea un derecho, pero... ¿usted cree que el ser humano tenga derecho a vivir? Pues yo pienso que sí, ¿verdad? Y si no tenemos otra parte de dónde echar mano, ¿qué remedio nos queda? Tratar de subsistir de la manera que... (Entrevista con Víctor Manuel Alarcón, 11 de abril de 2011).

En relación con la idea del espacio público como un espacio para el uso no lucrativo, la socialización y la recreación, Alarcón insiste en jerarquizar los derechos y posicionar el derecho al trabajo sobre el derecho a la movilidad y la dignidad de los lugares de uso público.

[-¿Para qué deben servir las plazas, parques y calles del barrio?...]...se lo dije desde hace rato: esparcimiento, las partes de esparcimiento. Las calles no se lo había dicho, las calles son para caminar, para deambular, se lo he dicho desde hace rato, pero nos han obligado a vivir esta situación porque no tenemos quién nos proporcione un trabajo, una labor. (Entrevista con Víctor Manuel Alarcón, 11 de abril de 2011).

El discurso de Alarcón se fortalece al presumir su capacidad para producir las mercancías que vende y al expresar una posición de indefensión e impotencia en el marco de un mercado desigual.

...yo sé hacer todo lo que usted ve, yo lo sé hacer, yo sé hacer la mochila, no nomás la compro y la vendo, también la sé hacer. Pero pá poner un taller piden tantos requisitos que es imposible hacerlo ¿si?. Yo tenía un taller familiar, cuando llegó la mercancía china hace veinticinco, treinta años quebré. (Entrevista con Víctor Manuel Alarcón, 11 de abril de 2011).

El espacio aparece como recurso mediante el que consigue el sustento propio y de su familia aún si esto genera consecuencias o “molestias” a los otros usuarios del espacio que ocupa para dicha actividad.

Entonces tengo que aprovechar la urbanidad que me ha proporcionado la ciudad en la que yo vivo para tratar de subsistir, trato de no perjudicar al prójimo, aunque en esta vida nunca se podrá lograr totalmente convivir con los demás, porque alguna gente le voy a estorbar, pero otra gente me va a decir -¡ay! ¡qué bien que me trajo esto aquí!, porque yo lo necesitaba y si no, tengo que ir hasta el centro- Por eso yo le cambiaría la pregunta: -¿qué hacen las autoridades para tratar de salir de ese marasmo que tenemos en el barrio?- Que nos han quitado espacios, nos han quitado todo. Entonces yo no vengo a estorbar a nadie, yo vengo a trabajar. (entrevista con Víctor Manuel Alarcón, 11 de abril de 2011).

En este testimonio se hace patente un desarrollo del discurso que parte del argumento de la necesidad y se conduce hacia una tensión donde la subsistencia se antepone a la posibilidad

de transitar y disfrutar en el espacio público. En esta mirada, las preferencias respecto al uso del espacio son de alguna manera contradictorias, pues si bien el espacio público se considera como un recurso económico que puede ser ocupado por ellos mismos como ámbito de recreación. Sin embargo, para justificar su actividad, Alarcón se vale de un traslado de la responsabilidad hacia otro agente denominado “las autoridades”, quien es responsable de las condiciones económicas que él, su familia y la gente del barrio enfrentan cotidianamente. Las acciones del gobierno son entonces vistas como el origen de los problemas de movilidad y accesibilidad, pero también este actor es, en esta perspectiva, el responsable de organizar y ordenar el uso del espacio.

El derecho a vender, entendido como un derecho a trabajar es sin embargo, una de las formas de legitimación de la práctica del comercio. Como consecuencia, esta forma de concebir al ambulante como derecho da pie a otras expresiones que extienden esta prerrogativa hacia una noción patrimonialista del suelo. Una de las características de este tipo de expresión es la limitación que se impone al ejercicio de estos “derechos” a la comunidad tepiteña generando un discurso excluyente basado en la identidad local.

Para desentrañar esta segunda línea de argumentación es importante señalar en primer lugar la aceptación generalizada de la situación económica como un factor crucial en la explicación de esta práctica. En otras palabras, la idea de una serie de consecuencias nefastas para la población metropolitana fue compartida por todos los actores que ofrecieron su testimonio. De esta manera, en la representación de esta práctica coinciden los comerciantes, residentes y consumidores. En esta noción que aparece también en algunos testimonios de los promotores culturales y funcionarios, el tianguis se coloca en un contexto marcado por el desempleo, las malas condiciones laborales así como los bajos salarios que ofrece el mercado formal.

En esta perspectiva, que podríamos llamar “consensuada” aparece la necesidad económica como una situación que permea la vida cotidiana de los residentes del barrio, pero que también afecta la de los comerciantes y consumidores provenientes de otras zonas de la ciudad. Hasta aquí se pueden considerar algunos elementos comunes entre las distintas representaciones de las prácticas comerciales ligadas a la economía informal. Desde este

punto, el debate se desarrolla en torno a varios núcleos problemáticos desde los que se estructuraron las entrevistas. Esta discusión también toma en cuenta ciertas percepciones que se hicieron patentes en el transcurso de la investigación y que son útiles para comprender la producción del espacio público en el contexto del tianguis.

En una primera perspectiva, se reconocen las posturas de los comerciantes, consumidores y vecinos del barrio, quienes justifican la actividad comercial por su función social. Por el otro lado, se ubica una serie de miradas críticas que se aglutinan en torno a dos argumentos. El primero de ellos se relaciona con las consecuencias que esta actividad ha tenido en las condiciones de vida en el barrio. El segundo tiene que ver con cuestionamientos a la representación del comercio informal como alternativa única y a la idea del comerciante como actor marginal.

Así, en la perspectiva que justifica la práctica del comercio aparece implícita la posibilidad de acceder a una fuente de trabajo, pues al ser considerada como la única alternativa económica, la venta informal en la vía pública se convirtió en una necesidad. Así, el derecho a vender se explica como una respuesta ante una ominosa condición económica. En este sentido, se hace referencia al papel del espacio público como un recurso que a lo largo de la historia del barrio fue utilizado por la comunidad local y permitió acceder a mejores condiciones económicas dando lugar a un fenómeno de movilidad social (entrevistas con Felipe Gracia “Balico”, Víctor Manuel Alarcón, Josefina Mendoza, Gabriel Piña Landa, y Joaquín Ramírez y Alfonso Hernández). Podemos proponer entonces un modelo inicial, que explica la existencia del fenómeno del ambulante como una estrategia de distribución de los recursos urbanos. Esta concepción tiene como fundamento la repartición de las plusvalías que son generadas por el acceso al suelo para la comercialización en localizaciones privilegiadas. En esta perspectiva, la regulación del comercio informal en la vía pública forma parte de una política urbana de redistribución de la riqueza que permite a los sectores empobrecidos de una ciudad aprovechar las ventajas que ofrece la comercialización en el suelo público. Esta idea se asemeja a la que propone una actualización del ideal normativo del “derecho a la ciudad” propuesto por Lefebvre. En éste se propone sustituir la política persecutoria del ambulante por una nueva concepción de la justicia en el entorno urbano (Borja, 2003: 290-295). Desde esta perspectiva, el uso del

suelo por los sectores marginales de una ciudad permite a las instituciones de gobierno crear las condiciones que redunden en el ejercicio del derecho al trabajo.

Así, en los testimonios recabados en Tepito el permiso que se otorga a los comerciantes funciona como una alternativa que ofrece el gobierno ante las malas condiciones de vida generadas por las decisiones macroeconómicas que han llevado a la población a la necesidad de integrarse a la economía informal. De esta manera, mediante la tolerancia a esta práctica, se estaría apuntalando una política de construcción del espacio público, pues éste es aprovechado con un fin social legítimo y acorde con la construcción de ciudadanía en tanto que se emplea como una manera de ejercer los derechos sociales como son el trabajo, la alimentación, la salud, la vivienda y la educación.

Como parte de esta noción, se tiene la idea de una práctica legitimada por su generalización entre la población y por su permanencia a través de la historia del barrio. Ambas situaciones son vinculadas además con una concepción del tianguis como una expresión de la cultura del barrio que lo convierte en un elemento de identidad, así como en una parte importante del patrimonio intangible que identifica a la comunidad tepiteña.

Quizá uno de los procesos más importantes en la caracterización de esta práctica como un derecho, tenga su origen en el desarrollo de las actividades de reivindicación que históricamente han protagonizado los residentes y comerciantes del barrio. Esta serie de acciones han tenido como factor común la búsqueda de un espacio de interlocución frente a los funcionarios de gobierno y ante los medios de comunicación para incidir en la agenda pública. De esta manera, se puede plantear una ruta de investigación histórica que siga los intentos mediante los cuales se ha buscado la “restitución” del prestigio de la comunidad y las maneras en que se ha pretendido acceder a una posición superior en la lucha por el control territorial, así como a mejores condiciones de vida.

En la definición de la práctica comercial como una prerrogativa ligada a la identidad barrial también habría que considerar los esfuerzos de colaboración y confrontación tanto al interior de las organizaciones como frente a otros agentes. De esta manera, la patrimonialización del suelo se reconocería como una suerte de “recompensa” que se legitima en el discurso a través de los esfuerzos de reivindicación que enarbolaron los

comerciantes de otras épocas. Sin embargo habría que reconocer si en el imaginario se generaliza una noción de un patrimonio heredado que se legitima a su vez como un espacio ganado en estas disputas.

En contraste con un modelo de justificación del comercio, se encontró que algunas de las miradas críticas hacia el ambulante en Tepito la consideran además como una práctica “inevitable”. En este sentido, las críticas hacen referencia a las consecuencias que esta práctica genera en relación con las condiciones de habitación dentro y fuera de la vivienda. Así, una de las preocupaciones que aparece con mayor frecuencia tiene que ver con el tema del riesgo y la protección civil. En este sentido, el comercio es visto como “un mal necesario” y, a partir de esta idea surge la necesidad de asumirlo formalmente y regularlo. De esta forma, los funcionarios aceptan que se trata de una práctica que tiene poca importancia en términos de su carácter ilegal, por lo que se le considera como una “falta menor”. En un sentido opuesto, el comercio es visto como un derecho al cual deben asociarse obligaciones y responsabilidades relativas con el mantenimiento de los “espacios de trabajo”, la higiene y el respeto a los espacios destinados al flujo peatonal.

Como parte del argumento que legitima la prerrogativa del uso comercial del espacio público y que lo limita a los residentes del barrio, se encuentra una idea de patrimonialización del suelo que si bien no es extensiva a todos los comerciantes entrevistados, sí es importante en el discurso de los comerciantes establecidos en torno al deportivo Tepito. En este sentido, se identifican dos maneras de utilización comercial del suelo que actualmente tienen lugar en el tianguis de Tepito. Por un lado se encuentran las plusvalías provenientes del intercambio comercial de mercancías en el espacio en cuestión; en este caso se consideran por ejemplo, las ganancias que provienen de la venta de ropa. Una segunda manera de utilizar comercialmente el espacio tiene que ver con la obtención de plusvalías provenientes de la cesión de derechos sobre un espacio; este es el caso del fenómeno de la “venta de puestos”. Esta segunda estrategia se caracteriza por hacer del espacio una mercancía en sí misma, por lo que, de cierta manera se puede hablar de la generación de un mercado informal del suelo público.

En el contexto de esta segunda manera de apropiarse de las plusvalías que genera la ciudad, es importante mencionar que los permisos de aprovechamiento que otorga la Delegación Cuauhtémoc se restringen a la zona del tianguis en torno al deportivo Tepito. Mientras, los comerciantes instalados en zonas alejadas de ésta, no cuentan con este tipo de prerrogativas.

También es necesario recordar que en la plaza Martes de Arte, los comerciantes no cuentan con permisos de la Delegación, sino que para realizar sus actividades acuden a procedimientos informales. En este sentido, la práctica del comercio informal en esta zona se encuentra en función de los acuerdos que se establezcan con la Delegación, por lo cual la Delegación no otorga permisos de aprovechamiento, sino “tolerancias”. De esta forma, la idea patrimonial del suelo que tiene su fundamento en la obtención de permisos legales de uso del espacio, se restringe a los lugares donde se llevan a cabo procedimientos formales de cesión de derechos sobre los puestos.

Recordemos también que en Tepito las calles y las plazas son consideradas bienes públicos, de uso común administrado por las autoridades delegacionales, quienes están facultadas para otorgar permisos de aprovechamiento comercial a particulares. Esta facultad es ejercida de manera discrecional, de manera que se abre la posibilidad de obtener ganancias en función de acuerdos con los comerciantes (Cross, 1998: 246). Además, como sucede en otros lugares de la ciudad de México, estos acuerdos están mediados por transacciones económicas ilegales que permiten afirmar el carácter clientelar y corrupto de la aplicación de la política hacia el comercio informal. De esta manera, habría que estudiar el fenómeno de legitimación del comercio como un derecho que cobra sentido en el marco de las políticas del ambulante y de los discursos que se construyen en torno a éstas.

En este contexto, es importante tener presente que la actividad comercial informal genera plusvalías que permiten la obtención de recursos para el erario público e ingresos para los comerciantes. Así, los recursos que genera la localización ventajosa de los puntos de venta y el subsidio al suelo, son distribuidos entre un sector de la población que se considera perjudicado por las políticas económicas impuestas por las instituciones de gobierno. De esta forma habría que reconocer en qué medida la presencia del comercio informal se

legítima en el discurso en función de su utilidad pública y de qué manera lo hace en términos de la posibilidad de acceder a un conjunto de derechos que de otra manera no serían satisfechos.

Las miradas críticas que señalan las consecuencias que tiene esa práctica en las condiciones de vida al interior del barrio abren paso a la discusión sobre la construcción de lo público. En este sentido, el comercio informal y las estrategias de espacialización de este fenómeno en el tianguis de Tepito se convierten en temas controversiales, pues en torno a éstos se juegan asuntos vitales en el proceso de construcción de ciudadanía. A continuación proponemos abordar algunas de las condiciones en que se espacializa la práctica del comercio informal, asimismo, proponemos reconocer las repercusiones que éstas han tenido en la definición de lo público.

¿Cómo se produce el espacio público en un contexto de informalidad?.

Como vimos antes, desde principios del siglo XX en torno al tianguis de Tepito se ha mantenido de manera constante una política de prohibición y de regularización-permisividad discrecional que ha sido acompañada por un discurso legitimador de la práctica del tianguis como una estrategia de redistribución de la riqueza. Sin embargo, este discurso se pone en entredicho al reconocer las condiciones de aplicación de estas políticas y los resultados que éstas han tenido a lo largo de la vida contemporánea del barrio.

Para cerrar este capítulo proponemos una serie de planteamientos que se organizan en torno a una mirada crítica del discurso legitimador del comercio informal. No se trata sin embargo de asumir una posición que de manera definitiva sea contraria a esta práctica, sino más bien, se busca establecer elementos para la discusión de las condiciones en que esta práctica cobra sentido en términos del ejercicio de la ciudadanía. Es importante mencionar que las conclusiones de este capítulo son elementos que fortalecen el debate sobre la imagen del espacio público en Tepito, por lo que se consideran como parte de una discusión más amplia que será objeto de análisis en el último capítulo.

Los planteamientos a los que haremos referencia se organizan en torno a las condiciones que para la construcción de lo público imponen algunos factores vinculados con el tianguis,

pero también con la promoción cultural. El primero de ellos tiene que ver con el carácter conservador de los discursos legitimador y crítico en torno a las políticas macroeconómicas, pero también en torno a la diferenciación socio-territorial en la aplicación de las políticas del ambulante, así como en la aplicación de las políticas relativas a la promoción cultural y la protección del patrimonio urbano arquitectónico.

Al conocer los discursos a favor y en contra de la idea del comercio como derecho, uno de los aspectos que llaman la atención tiene que ver con una posición que asume las condiciones económicas y políticas que están en el fondo de esta práctica. En este sentido, habría que pensar si, como parte de las demandas de los comerciantes y los residentes en algún momento se consideró la idea de una transformación de aquellas políticas económicas y territoriales a partir de las que se toman decisiones relevantes para la vida en el barrio. Si esto hubiera sido así, ¿en qué momento y por qué se abandonó un proyecto colectivo de incidencia en el diseño y aplicación de las políticas públicas?. Si este proyecto no tuvo lugar en ningún periodo de interlocución con las instituciones de gobierno ¿por qué fue así?.

En segundo lugar, podríamos considerar como parte de las condiciones que participan en el proceso de construcción de lo público, la serie de consecuencias que la práctica comercial ha significado para la vida cotidiana en el barrio, y para el erario público. En este aspecto, las consecuencias de esta práctica en las condiciones de vida de la comunidad a la que se supone son orientados los beneficios de esta política muestran inconsistencias entre los argumentos legitimadores de esta práctica y los resultados que ha tenido un siglo de políticas hacia el ambulante.

En el supuesto de que el ambulante se practica como una forma de justicia social, el debate cobra lugar en cuanto se asume que las plusvalías que genera el uso de un espacio de uso común no son necesariamente repartidas entre los sectores marginados de la ciudad. También es necesario poner en claro que por el contrario, éstas son repartidas también entre los líderes de los comerciantes, los funcionarios de la Delegación y entre los funcionarios del gobierno central. Así, la idea de un fenómeno de concentración de plusvalías entre sectores que no necesariamente son marginales hace necesaria la reflexión en torno a la

utilidad pública que tiene la política de permisividad en torno a la práctica del comercio informal. En otras palabras, ¿Cómo se construye la noción de lo público espacial en un contexto donde en el proceso de distribución de las plusvalías participan actores que no necesariamente son marginales?, ¿es posible justificar esta práctica sin acudir a la necesidad de los sectores marginados?.

Al considerar la apropiación de las plusvalías que genera el aprovechamiento del suelo público por parte de particulares, y al considerar además que este aprovechamiento no necesariamente redundaría en un interés público justificado por una política de redistribución de la riqueza, ¿se puede decir que las calles de Tepito son un patrimonio público?. Además de la caracterización legal de las calles y las plazas como un bien público de uso común, ¿Qué otras características se hacen presentes para definir el carácter público de las calles y plazas en Tepito?. En esta discusión resulta indispensable hacer énfasis en que el espacio es público en un sentido legal pero que paralelamente las plusvalías obtenidas de su aprovechamiento se caracterizan por ser privadas. Así, el aprovechamiento se hace de manera personal, familiar, gremial y corporativa y esto da pie a que el espacio se conciba como propio en un sentido privativo, pero ¿por qué esto ha sido posible?.

En este sentido, una de las vetas que se pueden recorrer en una futura investigación sería la relacionada con la historia de las políticas públicas en la ciudad de México, caracterizada por la vigencia desde 1901 de un modelo mixto de prohibición y permisividad aplicado de manera diferenciada en un sentido socio espacial (Barbosa, 2008: 243-247). En una perspectiva que suscribe las hipótesis de Barbosa, Meneses, Cross, Alarcón y Aréchiga, esta situación ha dado pie a la construcción de un discurso de compensación por los daños causados a los habitantes de un barrio que ha sido considerado como residual en términos de su papel intraurbano, interurbano y más recientemente, como sede de las transacciones comerciales de la economía informal a escala global.

A esto se suma el proceso relacionado con los movimientos sociales en Tepito (inquilinario, cultural y de comerciantes informales) que han aportado elementos para la construcción de la identidad local y de los discursos en torno a una lógica de reivindicación ante el ejercicio del poder que representan las instituciones del estado (Reyes Domínguez, Rosas Mantecón,

1993). En tercer lugar, podríamos subrayar el papel que en el sentido de construcción de “lo común” ha jugado la idea patrimonial del espacio por parte de los comerciantes. En este aspecto, se hace referencia al discurso de patrimonialización familiar, gremial y corporativa del suelo en el espacio público y al significado que éste fenómeno cobra en un contexto de aplicación de las políticas económicas en el que no responde a las necesidades de una parte importante de la población metropolitana. Sin embargo, es importante enfatizar que este entorno también está marcado por la distribución desigual de las plusvalías que genera el aprovechamiento del suelo público. Así, resulta necesario reconocer en qué medida y de qué maneras el discurso sobre el derecho al comercio se relaciona con el afán por sostener una dinámica económica que dé salida a las necesidades e intereses de los comerciantes. En este aspecto, la noción de derecho, como una prerrogativa excluyente, también se construye como respuesta a la ampliación de la base de comerciantes que forma parte de las negociaciones con los funcionarios de gobierno.

Paralelamente, la política estatal de congregación de las prácticas indeseables para otras zonas de la ciudad justifica el argumento de los tepiteños como un acto de aceptación del rol del barrio como un espacio vital para la ciudad, pero que ha sido agraviado por las consecuencias que para su población ha tenido esta serie de decisiones. En los testimonios, los daños causados por la concentración de las prácticas asociadas a la economía informal en Tepito tienen que ver además con el empobrecimiento de las condiciones del entorno construido, aunque también se refieren a las prácticas sociales negativas asociadas a las redes sociales que sostienen la economía informal y que se vinculan con prácticas ilegales y disolutorias como es el tráfico de mercancías robadas, de estupefacientes, de armas, y otros sectores de la economía ilegal.

Entonces, es posible entender cómo es que en el discurso de reivindicación de la identidad tepiteña se considera que la población local ha sido víctima de las políticas del gobierno y que esta situación también ha lastimado el prestigio de su comunidad. Así, como se mencionó antes, se acepta la condición relegada del barrio a través de la aceptación de las políticas territoriales diferenciadas, pero también a través de la aceptación de las políticas económicas urbanas y nacionales que se encuentran en la base de este proceso. Por otro lado, se procura un tratamiento especial hacia la población local asumiendo como propias

las ventajas de una política de permisividad del comercio informal como parte de la lógica de construcción de una relación de compensación por parte del gobierno por los daños “colaterales” causados por una política de desigualdad territorial.

Siguiendo con la ruta de argumentación que justifica la función social del ambulante, habría que acercarse de los resultados de esta política. ¿Cómo se reparten las plusvalías provenientes de la comercialización de mercancías en el espacio público? ¿Ha sido realmente efectiva la política de redistribución de la riqueza?. En este caso, habría que identificar de qué tamaño es el volumen de las ganancias y quién está siendo favorecido. Habría que preguntarse cuál es el tamaño de la población beneficiada y si a lo largo de las décadas en que ha persistido esta política, la cobertura de estos “apoyos” se ha ampliado o se ha reducido. También habría que considerar si el ambulante ha sido un factor de movilidad económica entre sus beneficiarios y si sectores distintos a los marginales se han beneficiado y en qué medida lo han hecho.

Más allá de la eficiencia del ambulante como política de redistribución de la riqueza, habría que pensar en los condicionamientos que esta práctica impone a los contribuyentes que participan en el mantenimiento de los espacios que el sector de comerciantes aprovecha de manera privativa. En este sentido, habría que orientar la reflexión hacia un horizonte más amplio en la definición de la comunidad que participa en el debate sobre la definición de lo público. Además, en un contexto donde los procedimientos formales e informales se convierten en experiencias cotidianas de utilización gremial y corporativa del suelo público, se hace necesario reflexionar en las definiciones de lo público y lo privado. En este sentido, cabría plantearse: si el capital proveniente del uso comercial de un espacio catalogado por la legislación como un bien común es apropiado por individuos o grupos de manera excluyente de una comunidad política mayor como la que se aglutina en torno a la ciudad de México ¿En qué medida se puede decir que las calles y plazas de Tepito son una expresión del espacio público?.

La promoción cultural en la construcción de lo público.

Para cerrar este capítulo, nos parece importante incluir en el debate en torno al desarrollo de un proyecto de barrio la práctica de la promoción cultural en el marco de sus relaciones con los comerciantes y los funcionarios. Así, se propone abordar la iniciativa del colectivo Martes de Arte como una manera de conocer la práctica de la promoción cultural en términos del papel que ésta juega como el desarrollo de un proyecto de comunidad.

En este orden, uno de los aspectos que llama la atención tiene que ver con un ideal de vida común que rebase la idea de la supervivencia y el consumo que subyace en la propuesta de espacio público que suscribe el proyecto martes de arte. En este sentido, se hace referencia a las formas de socialización anteriores a la destrucción de las vecindades, al crecimiento expansivo del tianguis, etc. Así, esta idea de alguna manera es una evocación nostálgica del barrio que se desapareció. Entonces, habría que reconocer si en las condiciones actuales de la población residente y de las transformaciones que tuvieron lugar al interior del movimiento cultural en el barrio, ¿se asumen estas transformaciones? Y, en todo caso, considerando que la tendencia nostálgica en la construcción del proyecto de barrio efectivamente es rebasada por una propuesta de vanguardia ¿Cómo se asumen estos cambios? ¿Qué ofrece el Martes de Arte a la nueva generación de tepiteños?, ¿Cómo juegan en este proyecto las diferentes identidades que se aglutinan en torno a “lo tepiteño”?, ¿Cómo se expresa la búsqueda de lo común entre diferentes en esta iniciativa? ¿Es este proyecto un ámbito de expresión de la diversidad cultural?. Dicho de otra manera: ¿Cómo es que el martes de arte propone valores como aprender a vivir juntos, respetarse, ser solidarios y a tolerar?. En un sentido inverso, ¿Cuál es el alcance de esta propuesta ante una tendencia marcada por la depredación, masificación y el abandono de los espacios públicos?

Este tipo de cuestionamientos cobran especial importancia en cuanto al papel que un proyecto cultural de desarrollo comunitario adquiere como alternativa para aquellas expresiones culturales que no están contenidas en las producciones de los grandes consorcios de la información. En este sentido, uno de los elementos a considerar resulta del hecho de que los corporativos de las industrias culturales que se tienen en el barrio un

núcleo de reproducción y difusión de las nuevas mercancías informalizadas que se expresan en el fenómeno de la piratería. En este sentido, habría que plantearse si las actividades del Martes de Arte se relacionan orgánicamente con las otras actividades de la población y en qué medida las limitaciones de la organización en términos logísticos y de interlocución con otros agentes condicionan su capacidad de respuesta. El papel de esta iniciativa en el marco de la construcción de un proyecto universalista de ciudadanía se encuentra condicionado por las posibilidades de atención a poblaciones diversas. En este sentido, habría que sopesar el esfuerzo de esta organización y contrastarlo con el alcance de los medios masivos de comunicación.

Considerando la actividad de la organización de promotores culturales como una expresión local del surgimiento de un agente diferenciado del estado y del mercado, una veta de análisis respecto a iniciativas como ésta, necesariamente pasa por las condiciones en que las organizaciones sociales del llamado “tercer sector” ejercen su acción colectiva (Melucci, 1999:38). En este sentido, habría que reconocer cómo es que las experiencias de interlocución del Martes de Arte con los comerciantes y con los funcionarios del gobierno influyen en la definición de su identidad como organización independiente de los intereses corporativos. En este sentido, sería interesante tomar en cuenta factores como la identificación con la dinámica comercial del barrio así como la necesidad de aproximarse a las instancias gubernamentales para financiar sus proyectos. En este sentido, cabe también preguntarse acerca de las expectativas que los propios promotores se han planteado para esta iniciativa y si efectivamente se la propone como una alternativa a las relaciones permeadas por la corrupción, el clientelismo y el autoritarismo que marcan la relación entre funcionarios y comerciantes.

En su relación con los comerciantes, la disputa sobre el control territorial está atravesada por un conflicto caracterizado por el encuentro entre dos concepciones de ciudadanía. En este contexto, se observa una tensión entre jerarquías de derechos, en la que se establecen diferencias entre aquellos que resuelven problemas económicos y los que tienen que ver con el uso de la calle para la socialización, la movilidad (en el sentido del transporte dentro del barrio) y las actividades de tipo educativo y artístico. En este marco, pareciera que el argumento de la cultura como derrotero del desarrollo no es un paradigma compartido, sino

que más bien se encuentra en el centro del conflicto entre estos actores. En este sentido habría que investigar cómo es que se contraponen las ideas de ciudadanía entre la práctica comercial y la promoción cultural y en qué medida el planteamiento que hacen los promotores incluye una alternativa a los problemas del barrio, identificados por los comerciantes como de carácter económico.

El paradigma de la cultura, que pasa por la construcción de un espacio de socialización y que idealmente se concretan en una mejor posibilidad de ejercer los derechos mediante la acción colectiva se pone en discusión ante la experiencia que años atrás vivió el movimiento barrial. Además, habría que preguntarse si efectivamente el desarrollo económico pasa por el desarrollo de las actividades culturales o de la oferta de lugares públicos de calidad, pues el derecho al trabajo se contrapone con el derecho a la cultura y a la dignidad de los espacios de habitación. En este aspecto, Jordi Borja plantea que un espacio de calidad debería albergar a ambos propósitos, sin embargo, dadas las condiciones en que se desarrolla la práctica del comercio informal y considerando las limitaciones de iniciativas como la que propone el colectivo: ¿Qué posibilidades existen en Tepito de concretar el ideal normativo que se aglutina en “derecho a la ciudad”? es decir, ¿cuál es la posibilidad de integrar en posiciones que parecieran irreconciliables como son el interés lucrativo privado y el interés común?

Desde una perspectiva histórica, podríamos considerar al movimiento social como una experiencia de acción colectiva que participó en la construcción de lo público espacial mediante la visibilización de las demandas de vivienda y trabajo, pero que también incidió en la formulación de una imagen colectiva diferenciada del estigma difundido por los consorcios de la información. En este sentido, luego de la ruptura de la organización, ¿cuáles han sido en el sentido de la construcción de “lo común” las consecuencias de su desintegración como organización? ¿Cuál es hoy el papel de los promotores culturales en términos de la construcción de la imagen del barrio? ¿Qué limitaciones encuentran en términos del acceso a los medios de información? ¿Qué perspectivas se plantean ante la incapacidad de convocatoria entre los tepiteños?

Aparentemente, el fenómeno de contraposición entre los diferentes tipos de derechos se originó en el seno de las decisiones del gobierno central, que han puesto a Tepito como un lugar residual en el que se alojan las prácticas indeseables en otras zonas de la ciudad. De esta manera, la política de protección del patrimonio urbano que se desarrolla en el Centro Histórico, contrasta con los resultados del traslado de los comerciantes a los barrios aledaños al centro. Así, en el centro histórico se impulsó la revitalización de los inmuebles, se invirtió en la carpeta asfáltica y el mobiliario e incluso se han peatonalizado varias calles para dar más vitalidad a las oportunidades de convivencia. Mientras tanto en Tepito, la actividad comercial ha provocado que la masificación, la depredación y el abandono de las calles y de los espacios públicos ha restringido las condiciones de vida de sus residentes.

Sin embargo, no se puede decir que las instituciones han dejado de atender sus obligaciones sobre el barrio, pues buena parte de los recursos destinados a las obras y servicios públicos de la Delegación Cuauhtémoc son utilizados para atender las demandas que en este sentido son provocadas por la actividad comercial. Así, no se puede hablar de un abandono en términos generales, sino que más bien habría que plantear una hipótesis orientada a conocer los significados y funciones que desde la institución le son otorgados al barrio. Y, en esta perspectiva, sería útil reconocer las diferencias que respecto a la noción de acceso a derechos tienen los residentes y usuarios en ambos espacios. En este mismo sentido, habría que preguntarse ¿Cómo se plantean estas diferencias entre tipos de derechos desde la institución?

La variable que impone el factor patrimonial en esta ecuación considera la cultura como un tema crucial en la definición de las políticas territoriales que han caracterizado al centro histórico como baluarte de la identidad nacional. En función de ello, en el diseño y ejercicio de las políticas habría que considerar cómo es que se legitima la diferenciación socio-territorial y la asignación de funciones y el trato al espacio público. Así, por un lado, en el Centro Histórico las condiciones en las que se desarrolla la actividad comercial permiten la convivencia del proyecto del ambulante (aunque esto signifique el desarrollo de procedimientos informales) con el proyecto de recuperación de los inmuebles y las vitalidades para el goce del usuario y como oferta turística.

Paralelamente, en Tepito los promotores buscan que el barrio sea reconocido también como un baluarte de la identidad nacional. Sin embargo, esta identidad no coincide con la visión triunfalista de la identidad imperial de la época de la colonia, la identidad criolla de los primeros momentos del México independiente ni con el nacionalismo y centralismo del siglo XX. De esta forma, la idea de identidad que se propone desde la perspectiva de los promotores del barrio se relaciona con lo que Miguel León Portilla llamaría “la visión de los vencidos”. En este sentido, para entender la diferenciación de las políticas territoriales que expresan las concepciones institucionales, sería necesario conocer ¿Qué lugares deben formar parte del patrimonio cultural mexicano?. Entonces, se hace evidente la interrelación entre las políticas hacia el comercio informal y aquellas relacionadas con el patrimonio cultural. En este sentido, los significados asociados a tal o cual lugar terminan por situarse en el centro de las políticas territoriales y forman parte también de la diferenciación socio-territorial. De esta forma, el trato que se le da a los lugares estudiados termina por ser en parte, una consecuencia de las maneras en que se han construido los significados tanto del centro histórico como del barrio de Tepito.

Por último, para ahondar en esta discusión, habría que conocer si este mismo fenómeno de diferenciación socio espacial tuvo consecuencias similares en otros barrios periféricos al Centro Histórico como es La Merced, o en otras zonas que actualmente ocupa la práctica del ambulante como es la zona nororiente que se organiza en torno al Eje Central. Esto permitiría reconocer con mayor claridad la función de Tepito en el marco del sistema de lo que Barbosa llamaría “rumbos comerciales” en la zona central del valle de México. La comparación también se propone en relación a otros tianguis y “zonas de ambulante” con características similares a Tepito como son Santa Martha Acatitla en Iztapalapa, o las zonas de comercio informal que se instalan cotidianamente en torno al tianguis de San Felipe de Jesús, La Raza y La Villa, en la Delegación Gustavo A. Madero.

CAPÍTULO 3: Imaginar Tepito: las prácticas y los agentes de la informalidad.

3.1. Introducción.

En el capítulo anterior se expuso una aproximación al espacio público en el barrio de Tepito desde una perspectiva histórica, económica y política donde la práctica del comercio informal aparece como un eje ordenador de las demás prácticas, incluyendo a las actividades culturales como una estrategia marginal de producción del espacio.

En el presente capítulo se continúa con el estudio de las prácticas sociales y se analiza la práctica de imaginar el espacio público. Con este propósito se plantean elementos para el conocimiento de las estrategias de construcción del espacio público desde las representaciones que los diferentes actores producen a partir de su experiencia cotidiana en las calles, banquetas y plazas.

Es importante recordar que esta propuesta toma como punto de partida una idea de la imagen urbana como expresión del espacio público. Desde este enfoque, la imagen urbana se entiende como un proceso que resulta de las relaciones de conflicto y negociación; y se entiende además como una elaboración íntimamente vinculada con las configuraciones identitarias de los agentes que participan de su construcción. Sin embargo, en este trabajo se plantea la necesidad de comprender la producción de la imagen urbana desde un enfoque que integre las diferentes dimensiones en las que ésta se produce. En este sentido, se busca un acercamiento a la imagen como una construcción social en la que tienen lugar procesos de carácter sensorial y visual.

En el marco de los estudios urbanos se plantea una investigación en torno al proceso de uso y habitación de las calles y plazas de Tepito desde una mirada multidisciplinar que se engarza con la psicología ambiental y con los estudios en el campo de la estética. La presente propuesta es el resultado de un esfuerzo conceptual y metodológico por construir un objeto de estudio y por establecer modelos de análisis de un fenómeno que ocurre en un ámbito colectivo, pero que también se ubica en el ámbito de la percepción individual.

3.2. Nombrar la mirada: hacia el diseño de un dispositivo de análisis de la imagen del espacio público.

Como parte de los objetivos planteados en el proyecto de investigación se encuentra el interés por identificar y analizar las huellas que el uso y la dinámica social (entendida desde una dimensión que cruza las perspectivas económica, política y socio-territorial) dejan en el entorno construido, entendido en su estrato material. Asimismo, se pretende conocer las formas de representar el espacio y los contenidos que tienen que ver con la construcción de *lo público*.

En este sentido, uno de los problemas en el establecimiento de las rutas de exploración consistió en plantear una metodología que permitiera conocer el proceso de percepción individual en el contexto socio-territorial. En otras palabras, fue necesario plantear una metodología para estudiar aquello que sucede en el ámbito sensorial individual en el marco de la lucha por el control territorial y de las disputas por el aprovechamiento de los recursos urbanos.

En el capítulo anterior se abordaron algunos de los imaginarios que dan densidad simbólica a las formas de ocupación del espacio en Tepito. De esta manera, se pudo observar cómo es que el puesto como unidad territorial es una expresión materializada de la identidad tepiteña. En este sentido, el tianguis se imagina como una práctica reivindicativa que cobra sentido en la relación de poder entre funcionarios y comerciantes, tepiteños y *tepiteros*, así como entre líderes y agremiados. Esta serie de conflictos se acompaña además por la interlocución entre promotores, representantes de las instituciones de gobierno y los comerciantes en la búsqueda por imponer distintos sentidos de comunidad y por concretar una serie de proyectos en torno a lo público.

En esta segunda parte de la investigación nos centraremos en identificar cómo es que el tianguis se despliega ante los ojos del usuario y qué significado tiene para él en relación con los fenómenos que se analizaron anteriormente. Con este objeto, una de las herramientas principales para la investigación fue un modelo de estructuración del discurso a partir del registro visual en la experiencia del espacio. De esta manera, la investigación se organiza a

partir del reconocimiento de los objetos que se registran en la experiencia visual del usuario y que se representan como unidades de la imagen. Luego, se propone el estudio de los sujetos y los procesos que aparecen en un discurso tematizado en torno a un objeto presente en la plaza y la calle.

Por su parte, la construcción del marco conceptual y metodológico fue necesario identificar una manera de analizar la experiencia del habitante de la ciudad de una forma que resultara útil para organizar la representación del lugar mediante unidades de construcción lingüística que permitieran organizar el discurso de una manera clara para el investigador. De esta manera, se propone como punto de partida una revisión del trabajo que realizó Kevin Lynch en torno a la teoría de la forma urbana. Así, se recurre al concepto de *imagen urbana* para construir un modelo de análisis de los elementos mediante los cuales el usuario construye las representaciones de la ciudad. Es necesario mencionar que la propuesta de Lynch ha sido revisada en diversas ocasiones, por lo que se convierte en un autor muy visitado. Sin embargo, una de las razones por las que se acude a su trabajo tiene que ver con la familiaridad de sus conceptos en el campo de los estudios urbanos y la posibilidad que esto ofrece para comunicar con claridad asuntos que tienen una gran densidad conceptual. En este sentido, se pretende abordar algunas nociones importantes para la construcción de la idea de *imagen urbana* en relación con categorías relevantes en el estudio de las relaciones y los imaginarios sociales como son las *representaciones sociales*, el *espacio público* y las *prácticas sociales*. De esta manera, la noción de imagen de la ciudad que se plantea contiene elementos sugestivos para el debate en torno a la construcción de lo público urbano.

Un punto de partida: el concepto de *imagen de la ciudad* en Kevin Lynch.

Desarrollado a mediados del siglo XX, el trabajo de Lynch aún ofrece mucho material para considerar, pues apunta a un vasto horizonte del conocimiento de la ciudad. Sin embargo, en esta ocasión nos concentraremos en aquellos elementos que vinculan lo imaginario con el mundo de las relaciones sociales y buscaremos examinarlos desde un enfoque territorial y urbano; para lo cual es necesario retomar algunas categorías y conceptos relevantes. En un primer sentido se encuentran aquellas nociones relacionadas por el debate sobre la construcción de los modelos de realidad en el contexto de la construcción de lo colectivo. Por otro lado se encuentran los conceptos que giran alrededor de la producción de lo común en una colectividad vinculada con un territorio. Así, la discusión sobre la imagen y la ciudad imaginada toma sentido a la luz de la construcción del espacio público en el ámbito urbano.

Lynch parte de una idea de la imagen como una imagen mental o mnémica, es decir, como una manera de diferenciar el mundo que tiene como base las sensaciones físicas que experimenta el individuo (Lynch, 2010: 9-13, 17, 90, 193). En esta perspectiva, la imagen de la ciudad, el paisaje urbano y la imagen ambiental son considerados como una misma cosa: herramientas para la supervivencia de los organismos móviles en general y de los habitantes de la ciudad en particular.

Desde este enfoque, la imagen aparece como una representación de la organización de una región, pero principalmente como un instrumento universal de orientación y dirección (Lynch, 2010: 11-13, 17, 27, 140, 148-151). La imagen ambiental es valorada como un vínculo estratégico con el entorno, pues es una representación mental generalizada del mundo “exterior” que posee un individuo. Así, la imagen es producto de la sensación inmediata, pero también del recuerdo de experiencias anteriores. A su vez, la imagen adquiere un valor funcional en tanto que es útil para reconocer y estructurar el entorno pero también para orientar la acción. De esta manera, la capacidad de generar imágenes del entorno implica a su vez la facultad de desplazarse con un fin determinado y la posibilidad de “hallar el camino”.

Según este autor, la imagen es producto de un proceso de elaboración bilateral entre el observador y el medio ambiente al cual busca adaptarse. Para ello, el observador escoge, organiza y dota de significado lo que ve, por lo que la imagen limita o acentúa aquello que es visto (Lynch, 2010: 15). Este proceso es único y propio de cada individuo, razón por la cual la imagen puede variar entre diversos observadores. Sin embargo, existen coincidencias que permiten la existencia de una imagen colectiva; es decir, aquella conformada por los elementos compartidos entre una cantidad proporcionalmente grande de individuos. De esta forma, al aumentar la proporción de individuos considerados en el estudio es posible trascender la imagen colectiva y obtener a una *imagen pública*, es decir, una imagen cuyos puntos de coincidencia aparecen en la interacción de tres elementos: una realidad física única, una cultura común y una naturaleza biológica básica (Lynch, 2010: 15,16, 26, 27, 172, 180).

Pero, ¿porqué interesarse por una imagen pública y no por las individuales?. En este enfoque, el objetivo de conocer la imagen pública es coadyuvar a la actividad de los urbanistas, pues ellos tienen la tarea de “modelar un medio ambiente que será usado por un gran número de personas” (Lynch, 2010: 16). En este sentido, el urbanismo es visto como un arte que tiene como objeto de manipulación del entorno urbano para generar las condiciones que permitan a su vez disfrutar y gozar de la ciudad. Así, el urbanista aparece como un artista a quien Lynch vincula la imagen como objeto de su actividad.

Idealmente, la imagen ambiental debería tener ciertas características que Lynch engloba bajo el concepto de *legibilidad*. A grandes rasgos, la legibilidad es una cualidad de la imagen ambiental, un valor del diseño urbano que se traduce en la facilidad para reconocer y organizar las partes del paisaje urbano en una forma visible total, a la que se le llama *plan visual*, *pauta total* o *pauta global* (Lynch, 2010: 11). Esta característica también se entiende como visibilidad, en el sentido en que “no sólo es posible ver los objetos, sino que se los presenta aguda e intensamente a los sentidos” (Lynch, 2010: 19). La imagen debe ser fácil de comprender, es decir que ésta debe ser nítida, vigorosa y auténtica; y debe estar representada en un plano claro y bien integrado, “económico en materia de esfuerzo mental” (Lynch, 2010: 19). La claridad de la imagen de la ciudad se entiende entonces

como un medio ambiente ordenado, cuyas formas están organizadas y cuya imagen es vívida, inconfundible (Lynch, 2010: 11, 17, 19, 154).

Como parte de las propiedades deseables del paisaje urbano, se propone además el carácter *comunicable* de la imagen; es decir, la posibilidad de compartir la información con otros. De esta manera la legibilidad cobra una función social; pues

[una imagen nítida]... *confiere al individuo un punto de partida para nuevas informaciones (...)* [y] *puede proporcionar la materia prima para los símbolos y recuerdos colectivos de comunicación del grupo.* (Lynch, 2010: 13).

En esta perspectiva, una imagen comprensible es útil a una población para conocer un territorio, y a partir de ello, dar seguridad a sus habitantes y facilitar la movilidad en él. Además, la imagen nítida se constituye como una herramienta para la conformación de la memoria colectiva. (Lynch, 2010: 150).

Como se mencionó antes, para Lynch el urbanismo es un arte y la imagen, una obra. De esta manera, el acto expresivo, artístico consiste en remodelar la ciudad para mejorar su imaginabilidad (Lynch, 2010: 144, 145). Así, una imagen clara, que contenga a su vez todos los elementos importantes para una comunidad se traduce en una *imagen eficaz*.

En esta perspectiva, los procesos que forman parte de la creación de esta imagen eficaz son: identidad, estructura y significado (Lynch, 2010: 17). Por un lado, la *identidad* se entiende como la identificación de un objeto, el reconocimiento de una entidad “separable” en un universo de cosas de tal manera que se le pueda atribuir el significado de individualidad o unicidad. Por otro lado, para construir una imagen eficaz es necesaria una relación espacial o pautal entre el objeto y el espectador y entre el objeto con otros objetos. Por último, este objeto debe tener significado, práctico o emotivo para el espectador.

En resumen, la imagen de la ciudad se entiende como una imagen mnémica que se construye en el vínculo entre *observador* y medio ambiente y sirve para orientarse en la ciudad. Esta imagen se construye a partir de los elementos compartidos por diferentes observadores y a la imagen compartida por un número importante de habitantes se le llama *imagen pública*. Para Lynch, el urbanista es un artista y la imagen ambiental su materia de

intervención. La *legibilidad* es el ideal al que ellos deben aspirar para que los habitantes disfruten la ciudad. Esta cualidad consiste en producir una imagen fácil de entender, clara y comunicable que permita organizar los elementos de una región en un solo plano al que Lynch llama *pauta total*. Una imagen legible es considerada también como una *imagen eficaz* y se reconoce por sus tres características: estructura, identidad y significado.

El modelo de análisis de la imagen de la ciudad de Kevin Lynch.

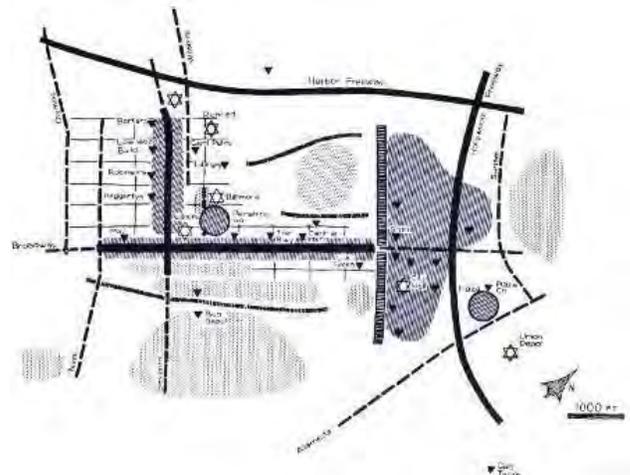
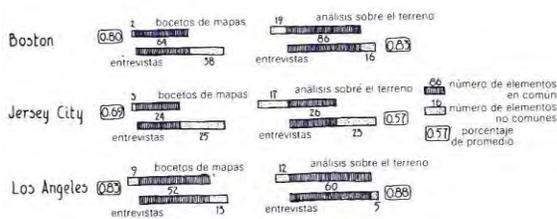
A mediados de la década de los cincuenta Kevin Lynch estaba a cargo de un grupo de investigación del Centro de Estudios Urbanos y Regionales del Instituto de Tecnología de Massachusetts. Con ellos realizó un proyecto en el que se buscaba conocer las imágenes públicas en Boston, Los Ángeles y Jersey City. Para lograr este objetivo fue diseñado un estudio estadístico respecto a la frecuencia de las coincidencias existentes en el universo de imágenes individuales. Así, se realizaron entrevistas entre los habitantes de ciertos sectores en cada una de estas ciudades que fueron previamente definidos por el grupo de investigación. En ellas se pidió a los entrevistados que realizaran un ejercicio de representación gráfica y verbal que describiera sus trayectos cotidianos, señalando aquellas claves que les permitieran identificar cada lugar, además de orientarse y dar indicaciones para ayudar a una persona nueva en la ciudad²⁵. Este análisis de la imagen se centraba en los objetos “físicos y perceptibles” dejando de lado otras influencias en la imagen, como la historia y el significado social de un lugar. En este sentido, el objetivo fue “develar la función de la forma en sí”, para lo cual era necesario reconocer los elementos de organización del mundo (Lynch, 2010: 17, 61).

En esta perspectiva, la experiencia sensorial de la ciudad expone al individuo a un universo de objetos que requieren de una organización que a su vez le permita acomodarlos en una imagen global. De esta manera los contenidos de las imágenes de la ciudad (que son referibles a las formas físicas) fueron organizados en cinco tipos formales de elementos imaginísticos: *sendas, bordes, barrios, nodos y mojones* (Lynch, 2010: 17, 61-111, 145, 189, 191). Todo ese material se sintetizaría en una serie de planos e informes que

²⁵El modelo de entrevista que fue utilizado en el proyecto dirigido por Lynch se encuentra en los anexos, al final de este trabajo.

presentaría la imagen pública básica de la zona, los problemas y las fortalezas visuales generales, los elementos críticos y las interrelaciones de elementos, conjuntamente con sus cualidades detalladas y las posibilidades que pudieran ofrecer al diseño urbano.

Como resultado de la investigación se presentaron las imágenes públicas obtenidas a partir de los elementos imaginísticos compartidos en las imágenes individuales recogidas en las entrevistas. De esta manera pudo además realizarse una confrontación entre entrevistas, bocetos de mapas y análisis sobre terreno (Lynch, 2010: 180-187).



Gráfica xx: Simbología de frecuencias por tipo de elemento y por ciudad

Gráfica XX: La imagen pública de Los Ángeles, a partir de descripciones orales.

La noción de *observador* en Kevin Lynch.

Dos elementos cardinales de la teoría de la imagen urbana son la idea de ciudad y de *observador*. La relación entre ambas nociones abre la discusión hacia rutas de exploración que si bien tienen elementos en común, requieren ser ponderadas por separado para utilizarlas como parte de un mismo modelo de análisis.

Por un lado, nos interesa reparar en la dimensión sensible que aparece en la idea que Lynch expone respecto a la construcción de la realidad urbana. En este punto de vista, la ciudad no sólo es considerada como un conjunto de objetos materiales, sino que también se le otorga un carácter subjetivo, imaginario. Por otro lado, nos parece relevante recuperar y

ahondar en la concepción de Lynch respecto al habitante como protagonista en la producción de la imagen. En esta segunda ruta, que toca el ámbito de las relaciones sociales, la atención se concentra en las características que son atribuidas al observador como sujeto múltiple, diverso y participativo (Lynch, 2010: 15-17).

En cuanto al primer sentido de exploración, Lynch propone separar la realidad urbana en diferentes planos. De esta manera, se propone que si bien la ciudad es considerada en su aspecto material, como un objeto ésta debe ser asumida también como un producto de la percepción de sus habitantes. De esta manera, dice Lynch:

... no debemos limitarnos a considerar la ciudad como cosa en sí sino la ciudad en cuanto percibida por sus habitantes. (Lynch, 2010: 12).

En esta doble manera de entender la ciudad, como cosa y como un producto imaginario, el entorno urbano se entiende como un ámbito de exposición cotidiana a diversas experiencias sensoriales. En éste, los habitantes son espectadores y son considerados como “auditorio” de la obra de arte, como público de la actividad del urbanista (Lynch, 2010: 147).

La idea del habitante como espectador de una obra de arte llevaría a pensar en un observador pasivo, distante respecto a la construcción de la imagen. Sin embargo, para este autor la ciudad también es un producto de

... muchos constructores que constantemente modifican su estructura (Lynch, 2010: 10).

Así, los habitantes son espectadores que también intervienen en la construcción de su espacio abonando a la idea de un observador participante, que a la vez experimenta y hace la ciudad:

Los elementos móviles de una ciudad, y en especial las personas y sus actividades, son tan importantes como las partes fijas. No somos tan sólo observadores de este espectáculo, sino que también somos parte de él, y compartimos el escenario con los demás participantes.” (Lynch, 2010: 10).

Siguiendo la metáfora teatral, la ciudad es un escenario en función del cual el habitante adopta al mismo tiempo el rol de actor y público espectador. El *observador* para Lynch no

es sólo un sujeto que percibe, sino que además actúa modificando el entorno y con ello el universo de lo visible.

Como se vio antes, cuando los principales elementos de las imágenes individuales se aglutinan en una imagen pública, la imagen de la ciudad es realizada por diversos espectadores (Lynch, 2010: 15, 17, 150, 193). Visto de otra manera, si la imagen de la ciudad se concibe como algo que se produce de manera individual, también resulta de una construcción de múltiples sujetos. Así, la ciudad aparece como el espacio de encuentro entre diferentes, es decir, donde existe más de un espectador y en el que la imagen es construida de manera colectiva. Como consecuencia, a la idea de una imagen producida por un sujeto que es a la vez espectador y productor, es añadida una tercera propiedad que la implica en el ámbito de lo social y que, como se verá adelante, la involucra en la construcción de *lo público*.

En el concepto de observador de Lynch se otorga al habitante un carácter perceptivo y diverso, pero también se le enviste como una presencia visible, como parte de la imagen misma, donde el cuerpo humano y sus actividades adquieren un papel relevante en la obra de la ciudad. Esta idea del habitante como parte de los “elementos móviles” de la imagen lleva a reconsiderar la propuesta de Lynch y reflexionar acerca de la manera en que las dinámicas sociales, políticas y económicas intervienen en la construcción sensible de la ciudad.

Es en este punto en donde nos acercamos a la segunda ruta de exploración respecto al concepto de *observador* que propone Lynch: al considerar a las personas y sus actividades como parte de los elementos móviles, el examen de la imagen se abre hacia el estudio de las relaciones y de las prácticas sociales. En otras palabras, no sólo la estructura de la traza urbana es importante para la generación de la imagen, sino que también la presencia física de las personas y las demás consecuencias de las dinámicas sociales interfieren para definirla. El aspecto participativo del habitante-*observador* se pone de manifiesto en la construcción de la imagen compartida y, en este sentido vale la pena detenerse a considerar la manera en que la construcción la *imagen pública* está implicada en la construcción de *lo público*. Sin embargo, para llegar hasta ese punto, es necesario indicar con claridad los

vínculos entre el carácter imaginario y el ámbito de las relaciones sociales que se encuentran detrás de la imagen del espacio público.

Por lo pronto, podemos apuntar las características que para Lynch tiene el *observador*. En primer lugar, el habitante de la ciudad es considerado como un ente sensible, espectador de una obra de arte. Al ser visible, es un elemento móvil de la imagen de la ciudad, por lo que participa de su construcción. Por último, el observador asume un carácter individual, pero es principalmente múltiple y por ello es colectivo y en principio, puede ser diverso.

Diferenciar el mundo.

Como vimos antes, el mundo urbano está repleto de estímulos; por esa razón el habitante requiere una organización del entorno que le permita ordenarlo. Así, se propone una estrategia para establecer las marcas que se destacan en las imágenes individuales y públicas. De lo que se trata, dice Lynch, es de “*diferenciar el mundo*”, es decir, de definir claves que permitan establecer un concierto²⁶ que caracterice al entorno. Se piensa entonces, del acto de seleccionar objetos y separar una cosa de la otra en el torrente de posibilidades que ofrece la experiencia urbana.

El mundo puede ser organizado alrededor de un conjunto de puntos focales, o partido en regiones nominadas, o bien ligado mediante rutas que se recuerdan. Por muy variados que sean estos métodos, y por inagotables que parezcan las claves potenciales que un individuo puede adoptar para diferenciar su mundo, con todo, contribuyen a explicar los medios que hoy usamos para ubicarnos en nuestro mundo urbano. (Lynch, 2010: 17).

Se asoma entonces un tema propio de la psicología y propio además de la teoría urbana que nos ocupa. “Diferenciar una cosa de la otra” es un fenómeno que explica Lynch a través de

²⁶ Al buscar un sinónimo de la palabra “orden” se encontró la palabra “concierto”. La connotación musical de ésta lleva a pensar en la idea que el propio Lynch tiene de una imagen concebida como obra de arte. Para Lynch, la ciudad debe estar organizada armónicamente, como la música. Por eso no es raro encontrar en su propuesta una metáfora musical: “*El diseño urbano es, (...) un arte temporal, pero que rara vez puede usar las secuencias controladas y limitadas de otras artes, como la música...*” (Lynch, 2010: 9). Ver también sus metáforas musicales en las p. 131 y 132.

la noción de *identidad*, que tal como se vio antes, se entiende como una característica que junto a la *estructura* y el *significado* forman parte de la imagen eficaz.

La noción de *Identidad* en el modelo de Lynch.

En el modelo de construcción de la imagen de la ciudad de Lynch se asume que es posible segmentar el espacio mediante “unidades”, es decir, que es posible construir objetos individuales, “*entidades separables*”, disgregables de su contexto, como lo estaría la forma del fondo. Se admite además que estos objetos son múltiples y variados y, que a partir de que existen se relacionan. Luego, estos objetos y su relación se encuentran idealmente contenidos en una pauta “total” o “global” formada por ellos mismos. De esta manera, es posible analizar un objeto en función de su identidad de forma y su claridad de posición, entendidos como elementos anteriores a su significado (Lynch, 2010: 17-18).

Sin embargo, en el trabajo de Lynch, la identidad de un objeto está estrechamente relacionada con su significado (Lynch, 2010: 17-19). De esta manera, las claves de la imagen urbana son reconocibles en objetos individuales y separables que son a su vez reconocidos por su función.

... una imagen que es útil para encaminar a una salida, exige el reconocimiento de una puerta como entidad diferenciada, de su relación espacial con el observador y su significado como agujero que permite salir. Estos elementos no son separables, en realidad. La identificación visual de una puerta está consustanciada con su significado como puerta. No obstante, es posible analizar la puerta en términos de identidad de forma y claridad de posición, considerados como elementos anteriores a su significado. (Lynch, 2010: 18).

En este ejemplo, el objeto se asocia con una función, es decir, que el elemento “puerta” tiene relación con el *observador* en tanto que le es útil para moverse en el espacio. Sin embargo, en otra parte de su texto, el propio Lynch alude a una noción de *identidad*²⁷ muy diferente. Desde una segunda perspectiva, la *identidad* se entiende como la caracterización

²⁷ El libro al que se refiere este trabajo fue revisado en castellano (traducción de Enrique Luis Revol), por lo que es necesario identificar el término en inglés que utiliza Lynch en ambas partes del texto.

del lugar, es decir, como aquello necesario para la determinación misma del territorio. Se entiende además como un conjunto de elementos que le dan unidad temática a una región de la ciudad. De esta manera, resulta ser un objeto de manipulación para el urbanista-artista, pues para lograr una imagen vigorosa, es necesario reforzar las claves de orientación, además de fortalecer y dar coherencia y continuidad a los signos distintivos de un lugar.

Por otro lado, la identidad es una forma de otorgar al espacio diferentes matices de clase a partir de la homogeneidad física mediante la cual se asocia a un *barrio* determinado con una condición social (Lynch, 2010: 13, 87, 127).

Puede ser una continuidad del color, de textura o de material, de superficie del piso, de escala o detalles de la fachada, de iluminación, arbolado o silueta. Cuanto más se superponen estos rasgos, más fuerte es la impresión de una región unificada. Por lo común, las personas entrevistadas conservan reunido en sus mentes un pequeño grupo de estos caracteres (...) Cuando la homogeneidad física coincide con el uso y la posición social, el efecto resulta inconfundible. (Lynch, 2010: 127)

En uno de los ejemplos de análisis de los elementos urbanos sobre terreno, se exponen los resultados del estudio de Bacon Hill, una localidad de Boston que a mediados del siglo XX era considerada como una “reliquia bien conservada”, pues sus inmuebles datan de comienzos del siglo XIX.

Cada una de las subzonas visuales de Bacon Hill está delineada con bastante claridad por características visuales de espacio, gradiente, uso, piso, vegetación y detalles, como puertas, postigos y herrajes.(...) De este modo, el costado anterior es un sector de gradiente empinado a Charles Street de corredores viales en escala íntima; de estructuras ornamentadas y muy bien conservadas que afirman la presencia de la clase alta; de luz de sol; árboles en las calles y flores, aceras de ladrillo, postigos negros y portales entrados; de doncellas, choferes, señoras viejas y automóviles de marca en las calles... (Lynch, 2010: 205-206).

Se tiene entonces que la imagen puede construirse a partir de unidades, que pueden ser identificadas a partir de su función como claves para la movilidad, pero que también se distinguen de otras por sus características formales (color, textura, decoración). A estas características formales se les puede asociar además un sentido de posición social.

En los casos que presenta Lynch, es posible observar cómo la caracterización de las zonas homogéneas se encuentra estrechamente ligada con las dinámicas sociales. Los significados que se otorgan a los lugares imaginados son determinados por los usos del suelo, las actividades, costumbres y hábitos de sociabilidad de sus habitantes. De esta manera, los *rasgos del paisaje* (Lynch, 2010: 163) que definen la identidad de un lugar se definen mediante aspectos de tipo arquitectónico (como las fachadas, la tipología y morfología urbanas, el tipo y condiciones de mantenimiento del mobiliario, etc.), pero también por la presencia de personajes, actitudes, actividades humanas y el universo de objetos que los acompañan. Por ejemplo, en la misma ciudad de Boston, se encuentra otro lugar llamado Scollay Square. Según las entrevistas realizadas durante su investigación, esta zona se identifica por su carácter decrepito y marginal, no sólo por las condiciones de sus inmuebles, sino por la gente que ocupa el espacio y por sus actividades.

A ambos lados del Square hay hileras ininterrumpidas de bares, restaurantes baratos, salas de diversiones, cines y tiendas en las que se venden objetos de segunda mano y novedades. (...) Asociados con estos usos están los detalles físicos de los frentes y anuncios de las tiendas, y el carácter de las personas que se encuentran por las aceras, pues los vagabundos, los borrachos y los marineros con licencia matizan las habituales muchedumbres de la parte baja de la ciudad. (...) Por lo tanto, las principales impresiones visuales de Scollay Square son de falta de forma espacial, tráfico intenso, cuevas agudas y la homogeneidad de la ruina física, los usos específicos y los habitantes característicos. (...) La decrepitud y muchos de los usos son comunes a un gran número de sitios marginales en la zona baja; y la combinación especial de uso y habitante se repite, en forma aún más vigorosa, a lo largo de Washington Street entre Dover Street y Broadway. (Lynch, 2010: 216-217)

Elementos fijos y móviles como unidades básicas de construcción de la imagen.

Para Lynch, la imagen se construye a partir de elementos fijos (por ejemplo inmuebles, traza urbana.) y elementos móviles, que cambian constantemente (por ejemplo automóviles, personas.) Ambos elementos se constituyen a manera de *detalles*, es decir de las pequeñas claves de orientación que dan unidad temática al lugar. (Lynch, 2010: 10, 86, 87). Estos

elementos, considerados como puntos de referencia, son en muchos casos objetos físicos definidos que fueron seleccionados entre una masa de datos.

Con el fin de discriminar los detalles importantes en la imagen, con la metodología de Lynch se buscaba reconocer los elementos característicos del barrio, es decir, las claves para identificar el lugar. De esta manera, fue posible traducir la experiencia visual a un lenguaje escrito con las que es posible identificar las unidades visuales que forman la imagen pública. En el caso de Beacon Hill, estos elementos hacían referencia a hitos como la colina y el río, las tiendas y otros elementos “menores” (o *detalles*) como la vegetación, los materiales de construcción, la basura, el mobiliario y la ornamentación. También se hizo mención al carácter social y de clase del lugar a través de elementos de orientación como “niños que juegan en la parte posterior”, “un sector residencial” y “distinciones sociales” (ver tabla 7), (Lynch, 2010: 199).

Tabla 7: Claves de orientación mencionados en el estudio de Beacon Hill²⁸

Más de la mitad de los entrevistados señalaron:	Elementos mencionados con frecuencia:	Por lo menos tres personas hicieron otras observaciones:
Una colina empinada	Aceras de ladrillo	Automóviles estacionados
Calles angostas y en declive	Calles con adoquines de piedra	Ventanas en voladizo
La State House	Vista del río	Rejas
Louisburg y su parque	Un sector residencial	Congestión de casas
Árboles	Suciedad y basura	Viejos faroles de calle
Hermosas casas antiguas	Distinciones sociales	Un sabor “europeo”
Ladrillo rojo	Tiendas en las esquinas, en la	Niños que juegan en la parte
Portones entrados.	Parte posterior	posterior
	Calles bloqueadas	Postigos negros
	...	Tiendas de antigüedades
		...

²⁸ Tabla incompleta, sólo se incluye una muestra de los elementos mencionados.

Algunos de los elementos o detalles importantes en la imagen pública de Beacon Hill hacen evidente cómo las dinámicas sociales se incluyen en la imagen. Así, los usos del espacio, y los aspectos demográficos y económicos asociados a un lugar forman parte del campo visual del observador. Lo interesante es que esto no sólo sucede en un sentido abstracto, sino que es posible utilizarlos como herramientas funcionales para la movilidad cotidiana y es posible identificarlos en las unidades de la imagen expresadas en palabras por los *observadores*.

La metodología de Lynch se vale de la verbalización como estrategia de conocimiento del mundo interno *observador*, entendido como sujeto de la experiencia del lugar. Así, este sujeto es considerado como quien elige de manera independiente los elementos significativos en el universo de los objetos posibles en el marco de la experiencia del espacio. De esta manera, esos *elementos, detalles o unidades básicas de la imagen* son elaborados por el observador y expresados de manera verbal.

Para fines de este trabajo, entenderemos que las palabras mediante las cuales un observador expresa la existencia de esas unidades de la imagen son construcciones lingüísticas que hacen referencia a una realidad visual, es decir, referencias de aquello percibido visualmente.

El modelo de Lynch desde los *modos de ver* y la *mirada* en John Berger.

De manera concurrente al trabajo de Lynch, presentaremos el abordaje de John Berger, un estudioso del fenómeno de la imagen y de la fotografía que trabaja desde la teoría del arte. Esta aproximación ofrece algunas vías para la identificación de los elementos básicos de la imagen; además de presentar una alternativa de sistematización muy similar a la que Lynch utilizó para estudiar el caso de Beacon Hill.

Lo que en la propuesta de Lynch podría llamarse “unidades básicas de la imagen”, desde la propuesta de Berger podría ser considerado como acontecimientos, como experiencias vividas. En esta perspectiva éstos no estarían considerados tanto como objetos inmutables que se encuentran “fuera” del sujeto, sino como una experiencia por sí misma. En su texto “Mirar”, Berger describe la experiencia de estar en un prado (Berger, 2001:186). Primero,

describe el espacio como un escenario, con las texturas y colores que lo componen. Así, Berger describe un momento de contemplación en el que suceden “acontecimientos”:

...el acontecimiento atrae nuestra atención hacia el prado y entonces, casi simultáneamente, nuestra propia conciencia de éste otorga una significación especial a dicho acontecimiento. El primer acontecimiento, puesto que todos ellos forman parte de un proceso, conduce invariablemente a otro, o, para ser más exactos, nos lleva a observar otros. Puede ser cualquier cosa, con tal de que no se trate de algo muy espectacular. (Berger, 2001:186).

De manera similar a la metodología de Lynch, donde se recopilan las claves para la orientación en la ciudad, esos acontecimientos son registrados como segmentos de una línea narrativa que mantienen su identidad, pero que se ubican como parte de un todo:

Dos caballos pastando.

Un perro corriendo en círculos cada vez más cerrados.

Una anciana buscando setas.

Un halcón planeando sobre nuestras cabezas.

Unos pinzones persiguiéndose de matorral en matorral.

Unos pollos picoteando aquí y allá.

Dos hombres charlando.

Un rebaño de ovejas avanzando extraordinariamente despacio desde una esquina hacia el centro.

Una voz.

Un niño caminando.

De esta forma, Berger hace una lista de “acontecimientos” en los que aparecen animales y personas en acción, en una descripción del espacio. Esos acontecimientos forman parte de un proceso, por lo que la visión de uno lleva a la visión del siguiente y así sucesivamente. Así, los acontecimientos se pueden definir en su relación con los demás, de manera lineal.

Todos éstos pueden o no ser independientes unos de otros, pero tienen lugar en el mismo prado. Así, el prado se convierte en el escenario donde “suceden cosas” y, al volverse el fundamento de estos acontecimientos termina por ser un acontecimiento en sí mismo. Sin embargo, en el caso del trabajo de Lynch, las unidades de identidad de la imagen no son “cualquier cosa”, como en la propuesta de Berger, pues éstos sirven como claves para la

movilidad, es decir que tienen un sentido muy claro en relación con la orientación y la movilidad.

Lo interesante en la propuesta de Berger es la utilización de un listado de “acontecimientos” como elementos mínimos de descripción de un paisaje. En este sentido, aún más interesante es la manera en que estos se relacionan y forman una narración del espacio dando vida a un primer escenario inerte incorporando la dimensión temporal a la construcción de la imagen de la ciudad.

Un segundo aporte de este autor respecto al estudio de lo que desde la perspectiva de Lynch, pudiera llamarse “unidades de la imagen”, a partir de las que el sujeto se percibe como productor y no sólo como espectador. Es decir, Berger propone el reconocimiento de la parcialidad con que se seleccionan los elementos importantes para la construcción de las imágenes individuales. Desde esta perspectiva, la imagen no es externa al sujeto, sino que es un producto del sujeto, por lo que adquiere las características que éste le otorga. En otras palabras, el producto de este trabajo permite conocer lo que el sujeto fotografió, pero también permite conocer al propio fotógrafo. Al hacer una comparación entre esta propuesta y la de Lynch se reconoce un sujeto que además de ser *observador* es *fotógrafo*.

Cada vez que miramos una fotografía somos conscientes, aunque sólo sea débilmente, de que el fotógrafo escogió esa vista desde una infinidad de otras posibles. Esto es cierto incluso para la más despreocupada instantánea familiar. El modo de ver del pintor se reconstituye a través de las marcas que hace sobre el lienzo o el papel. Sin embargo, aunque toda imagen encarna un modo de ver, nuestra percepción o apreciación de una imagen depende también de nuestro propio modo de ver. (Berger, 1974:186).

Los “modos de ver”, según Berger son las maneras en que el fotógrafo registra una realidad. En otras palabras, cada fotógrafo imprime en su obra su propia identidad, como una especie de firma. Algunos elementos de la fotografía que permiten conocerlo son la perspectiva que toma el fotógrafo frente al objeto fotografiado, y en general, el “recorte” que hace de la realidad. De esta manera, cada mirada está definida por una manera de acotar el universo de lo visible:

Las imágenes se hicieron al principio para evocar la apariencia de algo ausente. Gradualmente se fue comprendiendo que una imagen podía sobrevivir al objeto representado; por tanto, podría mostrar el aspecto que había tenido algo o alguien, y por implicación como lo habían visto otras personas. Posteriormente se reconoció que la visión específica del hacedor de imágenes formaba parte también de lo registrado. (Berger, 1974: 186).

Esta noción es útil en el diseño de nuestra entrevista, pero sobre todo para su análisis: una vez que se tiene una compilación de los elementos de la imagen es necesario reconocer las formas de seleccionarlos, así como las características del sujeto que los produjo.

En resumen, tenemos que en las propuestas de Lynch y Berger es posible identificar unidades de percepción, y es posible a su vez verbalizarlas y enlistarlas. Tenemos además que estas unidades pueden cobrar sentido en la búsqueda de un fin específico de orientación o pueden enunciarse como parte de una narración lineal. Encontramos asimismo una idea de sujeto de la imagen como espectador (*observador*) y otra idea más activa, en la que el sujeto imprime sus características a la imagen del entorno (*fotógrafo*).

La imagen de la ciudad como representación social.

Según lo que hemos visto hasta aquí la *imagen de la ciudad* se entiende como un producto de sus habitantes, quienes de manera individual construyen imágenes que a su vez forman parte de una *imagen pública*. A su vez, es posible estudiar la imagen pública a partir de unidades visuales verbalizadas y, a través de éstas es posible reconocer algunas características de los observadores que como sujetos activos imprimieron de sí mismos en ellas.

Sin embargo, para conocer cómo participa la imagen en los procesos de uso y apropiación del espacio público, es necesario averiguar además cómo es que el proceso de producción de imágenes cobra sentido en su contexto, es decir, como una de las herramientas y expresiones de una sociedad. Esta situación obliga a considerar la *imagen de la ciudad* desde una perspectiva que rebase un enfoque netamente cognitivo y conductual.

Con este objetivo, la percepción realizada por varios sujetos y la imagen de aquello que es compartido por una colectividad son dos aspectos que es preciso establecer antes de entrar de lleno al tema de la construcción del espacio público, eje principal de este trabajo. En otras palabras, resulta necesario traer a la discusión ciertos elementos que permitan comprender la percepción del entorno urbano y los procesos sociales que la originan, explican y acompañan. Algunas de las investigaciones referentes al vínculo entre la psicología y las ciencias sociales, así como sus aplicaciones en el estudio de las relaciones sociales que tienen lugar en la producción del entorno urbano son caminos recorridos. Por un lado, el proceso de construcción de las imágenes individuales y su conformación como imágenes colectivas y luego públicas hace pensar en un modelo de realidad similar a aquél que Durkheim proponía al exponer su idea sobre las representaciones colectivas (Durkheim, 1951: 27-58; 1986: 23). Por otro lado, esta noción incipiente en Durkheim, fue retomada y desarrollada en diferentes momentos bajo el concepto de *representaciones sociales* por Serge Moscovici (Moscovici, 1976), y ha sido objeto de trabajos académicos de Jean Claude Abric y Denise Jodelet (Abric, 1992; Jodelet, 1992). Cabe también decir que la ciudad ha sido un contenido recurrente en las investigaciones sobre las representaciones sociales. En este sentido, Jodelet inspirada por el trabajo de Lynch realizó un estudio sobre la imagen de París (Milgram y Jodelet, 1976: 104-124)²⁹En este mismo sentido, Abric habla de la movilidad y el transporte urbano (Abric y Morin, 1990: 5, 11-13; Jodelet, 1992:358). En México, Marta de Alba ha desarrollado estudios sobre el estudio de las relaciones sociales en relación con el territorio desde la perspectiva de la psicología social y ha retomado la propuesta de Lynch como parte de la metodología de investigación (Alba de, 2004:12). También en nuestro país, Gilberto Giménez considera los elementos imaginísticos de Lynch (hitos, nodos, sendas...) como ejemplo de aplicación de la teoría del *núcleo central* de Moscovici (Gimenez, 2005: 418).

Podemos comenzar diciendo que una representación social se define como aquél tipo de conocimiento distinto al obtenido a través de la actividad científica, es decir, aquél conocimiento socialmente elaborado y compartido que tiene un sentido práctico y que

²⁹ Para conocer más de este tema ver: el trabajo de Martha de Alba (Alba, de, 2004).

colabora con la construcción de una realidad común a un conjunto social (Jodelet, 1992: 357-378). Desde este enfoque, las representaciones se definen como:

...una forma de conocimiento específico, el saber del sentido común, en el cual los contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente marcados (...) designa una forma de pensamiento social. (Jodelet: 1992: 361) (La traducción es mía).

...modalidades de pensamiento práctico orientadas hacia la comunicación, la comprensión y el control del entorno social, material e ideal. En tanto que ellas presentan características específicas al plano de organización de contenidos, de las operaciones mentales y de la lógica. El marcaje social de contenidos o de procesos de representación hace referencia a las condiciones y a los contextos en los cuales emergen las representaciones, a las comunicaciones por las cuales circulan, a las funciones que ellas cumplen en la interacción con el mundo y los otros. (Jodelet: 1992: 361) (La traducción es mía).

De esta manera, representar es tener *en lugar de*, estar en lugar de (Jodelet: 1992: 362), por lo que la representación es el representante mental de algo: objeto, persona, acontecimiento, idea, etc. En este caso, la representación hace referencia a la actividad mental mediante la cual el habitante se relaciona con el entorno urbano.

Por otro lado, las representaciones sociales se definen por un contenido -información, imágenes, opiniones, actitudes- que se remite a “algo”. Entonces, la imagen de la ciudad es una representación dado que las imágenes se remiten a la ciudad como un objeto.

No solamente trae al mundo simbólico otra cosa ausente, sino que ella puede sustituir a aquélla que está presente. Ésta siempre significa algo a alguien (a sí mismo o a otro) y hace aparecer algo de aquél que la entrega (...) No es simple reproducción, sino construcción y lleva en su comunicación una parte de autonomía y de creación individual o colectiva. (Jodelet, 1992: 363) (La traducción es mía).

En la perspectiva de las representaciones sociales, el sujeto no se diferencia del todo del objeto que representa,

...la representación no es un puro reflejo del mundo exterior, un rastro que es mecánicamente impreso y engranado en el espíritu. (Jodelet, 1992: 363) (La traducción es mía).

Así, el habitante, como *observador* y como *fotógrafo* construye un representante de la ciudad que habita y refleja en su imagen algo de sí mismo. En esta perspectiva, la representación cuenta con cinco características: es representación de un objeto, siempre se expresa mediante imágenes³⁰, tiene un carácter simbólico y significativo, constructivo, autónomo y creativo (Jodelet: 1992: 365). Las representaciones son producto de la actividad mental, pero también refieren al proceso mismo del pensamiento. Son una forma de sentido común que da identidad al sujeto. Así, éstas son producto y proceso, tienen un carácter funcional, pues orientan la acción. Además, no son una “copia” de lo real, sino un acto creativo de adquisición y organización de conocimientos, imágenes e ideas (Jodelet, 1992: 363-378)

Las representaciones sociales son expresiones de una sociedad determinada en tanto que éstas emanan de un sistema de códigos y de interpretación que pertenecen a una sociedad dada y que esas representaciones son una proyección de valores y expectativas. (Jodelet, 1992: 365). Entendida como práctica discursiva, la representación es social en tanto que los sujetos están situados socialmente, tienen una condición de comunicación, están caracterizados por su pertenencia social y sus discursos tienen una finalidad (Jodelet, 1992: xx 366).

El sujeto, como portador de determinaciones sociales basa la actividad representativa sobre la reproducción de esquemas de pensamiento socialmente establecidos, de visiones estructuradas por las ideologías dominantes o sobre el redoblamiento analógico de relaciones sociales. (Jodelet, 1992: 366) (La traducción es mía).

Según la propuesta de Moscovici, los procesos de *objetivación* y *anclaje* dan cuenta de las relaciones entre lo psicológico y lo social (Moscovici, 1976). De esta manera, lo social interviene en la elaboración psicológica que constituye la representación social y viceversa, pues se trata de los procesos de enraizamiento social e la representación y de su objeto (Jodelet, 1992:369). La *objetivación* se entiende en este enfoque como el acto de convertir ideas abstractas en imágenes, de materializarlas y hacerlas manipulables en la vida cotidiana. En este sentido, la idea materializada se caracteriza por ser comunicable, útil para

³⁰A lo que Jodelet llama en francés “carácter *imageante*”.

comprender el mundo y para solucionar problemas. Entonces, las representaciones objetivadas aparecen como discursos y expresiones simbólicas materializadas en obras y prácticas (Jodelet, 1992: 368). Para lograr lo anterior, el proceso de objetivación consta de tres fases: 1) selección de los elementos de la teoría, 2) formación de un núcleo figurativo (esquemización estructurante, que sirve para organizar las representaciones, y se conforma como una estructura llena de imágenes) y 3) la integración de los elementos en una realidad de sentido común. (Jodelet, 1992: 368-369)

Por su parte, el segundo proceso, conocido como *anclaje* se identifica a grandes rasgos como el acto que convierte lo extraño en algo familiar. Este proceso implica la interpretación a partir de paradigmas antiguos, de creencias y sistemas de pensamiento preexistentes. (Jodelet, 1992: 375). El anclaje puede entenderse como significación conferida al objeto representado, proceso de integración cognitiva o como instrumento de conducta. También se entiende como sistema de incorporación de la realidad y de orientación de los comportamientos. Este proceso se identifica además por ofrecer al objeto clasificado una matriz de identidad en el cual puede quedar fijado. Por último, se trata de un sistema de clasificación que supone una base de representación compartida colectivamente. De esta manera, al organizar los contenidos y operar el sentido en torno a núcleos figurativos, las representaciones sociales contribuyen a construir relaciones sociales (Jodelet: 1992: 368). Ahora, si interpretamos los conceptos de la teoría de las *representaciones sociales* y los aplicamos a nuestro caso, tendremos que la imagen urbana, reconocida como un contenido que hace referencia a la ciudad, permite la relación entre el habitante y su entorno. Esta relación no se caracteriza por la creación de una “copia” de la realidad de la ciudad, sino que se identifica por la creación individual y colectiva.

Por otro lado, los habitantes, en su carácter de *observadores* y *fotógrafos* pertenecen a una sociedad y tienen una condición de comunicación. Esto hace que al emitir sus discursos (en este caso, sus *imágenes individuales* y *públicas*) ellos persiguen un objetivo que cobra sentido en el sistema de relaciones sociales del cual forman parte. De esta manera, la producción de la imagen del espacio público se entiende como una producción imaginaria determinada por su contexto social, es decir, como una representación social. Además, la selección de los objetos que conforman la imagen se hace conforme a los valores y

expectativas de los habitantes de la ciudad, quienes recopilan y organizan los objetos producidos en torno a una estructura previa que le permita utilizar estas imágenes de la ciudad para entender e interpretar su vida cotidiana. Por último, el habitante da un significado a las imágenes y esto a su vez formará parte de las ideas que orientan su acción.

3.3. La imagen de la ciudad en la reproducción del espacio público.

Lo público en la *imagen de la ciudad*.

Como parte de la tarea de definición del espacio público urbano, nos proponemos centrar la búsqueda en el ámbito de la comunicación. En este sentido, planteamos un par de preguntas en torno a las que propondremos algunos elementos para entender la producción de la imagen urbana desde la perspectiva del espacio público: ¿Es la imagen urbana una expresión del espacio público? si esto es así, ¿Qué la hace pública?. Proponemos entonces partir de la idea de *visibilidad* como interfaz entre la idea clásica de lo público, el ideal del espacio público y la noción de imagen como experiencia simbólico-sensorial.

La visibilidad aparece como parte de los tres ejes duales con los que Rabotnikof aborda la cuestión de lo público. En contraposición con lo oculto, secreto y privado se encuentra aquello que se conoce, se publicita y se expone (Rabotnikof, 2003: 19-20). En este sentido, la visibilidad se relaciona con la pluralidad, una de las condiciones necesarias para pensar el espacio público en una sociedad urbana compleja (Borja, 1998: 25; Makowski, 2003: 94).

...[el espacio público] *no sólo se trata de un lugar para la visibilidad y la escenificación de la diversidad sociocultural, sino de un desafío ligado a la gobernabilidad equitativamente inclusiva de esa pluralidad.* (Makowski, 2003: 94).

La diversidad de puntos de vista define a lo público como una realidad compartida por todos pero donde se reconocen las diferentes posiciones. “Ser visto y oído por otros” implica al mismo tiempo el reconocimiento de la propia existencia y de la existencia de los otros. En otras palabras, implica la posibilidad de interlocución, de recreación del sujeto individual y de construcción de sujetos colectivos (Silva, 2006: 114). Así, la posibilidad de compartir la propia existencia, de hacerla pública requiere de la posibilidad de ser vista, de ser visible.

Entonces, el espacio público se define -entre otras maneras-, a partir de la coexistencia de la multiplicidad y, en estas circunstancias, la visibilidad está implicada en el proceso de reconocimiento. Para Charles Taylor, el reconocimiento es entendido en la función que

realiza como “moldeador” de la identidad, refiriéndose a la esfera íntima (Taylor, 2009: 59).

...la interpretación que hace una persona, de quién es y de sus características definitorias fundamentales como ser humano. (Taylor, 2009:43)

Si partimos de esta concepción, se podría extender hacia el ámbito de lo colectivo y ubicarla en la ciudad. De esta manera, la visibilidad de las diferentes configuraciones identitarias en el marco de la experiencia de la calle y la plaza podría entenderse como la interpretación que hace una persona o un colectivo de quién(es) son y de sus características definitorias como individuo y/o colectividad. En este sentido, los lugares públicos de la ciudad son espacios para la visibilidad de las diferencias, para el encuentro con lo distinto, la aventura, y el anonimato (Makowski, 2003: 93). De esta manera, los usos del espacio público se relacionan con las modalidades de sociabilidad, con los *habitus* y background socioculturales. (Makowski, 2003: 92). Así, la posibilidad de “darse cuenta de la diferencia” se encuentra en el núcleo de la construcción del espacio social. En el uso cotidiano de la ciudad, la publicidad que se otorga a un sujeto al aparecer en el espacio común tiene como consecuencia la percepción de sus prácticas, bienes y opiniones. Así, estas expresiones de individualidad se convierten en las diferencias que lo distinguen de otros. Al ser percibidas por los demás, se establece un proceso de intercambio, de comunicación entre actores sociales.

...cuando (las diferencias) son percibidas a través de estas categorías sociales de percepción, de estos principios de visión y de división, las diferencias en las prácticas, en los bienes poseídos, en las opiniones expresadas, se convierten en diferencias simbólicas y constituyen un auténtico lenguaje. (Bourdieu, 1997, 16).

Desde una perspectiva social, a los actores les son asociados ciertos elementos mediante los cuales son visibles, percibidos y reconocidos por otros. Estos elementos se entienden como metáfora de los *signos distintivos* que se vinculan con las diferentes posiciones, y ubican a los actores en la estructura de organización que Bourdieu llama *espacio social* (Bourdieu, 1997: 7-17).

Las diferencias asociadas a las diferentes posiciones, es decir, los bienes, las prácticas y sobre todo las maneras, funcionan en cada sociedad, a la manera de las diferencias

constitutivas de sistemas simbólicos, como el conjunto de los rasgos distintivos y de las desviaciones diferenciales que son constitutivos de un sistema mítico, es decir, de signos distintivos. (Bourdieu, 1997: 20,26).

Sin embargo, los elementos asociados con los actores no sólo los ubican como parte de una estructura social, sino que también les permiten aparecer ante la mirada de los otros y comunicarse con diversos fines. En la ciudad, estos elementos de diferenciación son una especie de pase al ámbito de socialización. En este sentido, algunos lugares de la ciudad son contenedores de los síntomas de la inconformidad y la disrupción; en ellos, la exclusión social moldea la vida y los espacios de las ciudades. De esta forma, actores sociales encuentran la posibilidad de hacerse presentes ante los otros y buscan entablar un proceso de interpelación a través de manifestaciones perceptibles en la experiencia de ciertos barrios de la ciudad.

...en las calles, plazas, muros y equipamiento urbano (cabinas telefónicas, bancas, canchas y centros deportivos) se traza con violencia la presencia de los olvidados, convirtiendo estos espacios en pequeños bronx, guettos o boulevards du shit. (Dubet y Lapeyronnie, 1992: 195 en Makowski, 2003: 100).

Hacerse presente, existir para los otros se vuelve un motivo de la acción individual y colectiva y genera prácticas que implican la transformación de los usos de la ciudad, así como modificaciones en el campo visual del usuario.

Tomar las calles, ocupar una plaza pública, tatuar las paredes y las bardas con grafitis y pintas constituyen recursos de los grupos sociales para manifestar su disenso y oposición en un espacio que permite, precisamente, la visibilidad y la publicidad de la protesta. (Makowski, 2003: 93).

Por otra parte, el ideal normativo del espacio público, abierto accesible, igualitario y generador del encuentro tolerante de las diferencias, otorga una potencialidad altamente democrática al propio espacio público (Borja, Muxí: 2000: 16; Makowski, 2003: 95). De esta manera, la condición de visibilidad define al espacio democrático en la ciudad, pues la posibilidad de representarse ante el otro es necesaria para coexistencia de la diferencia. (Carr *et al.*, 1992: 19-20 en: Makowski, 2003: 94).

Los valores de visibilidad y representación aparecen entonces como orientadores de la intervención de los lugares públicos. En este sentido, perseguir un ideal democrático para la ciudad pasa necesariamente por devolver la diversidad cultural y étnica a los espacios públicos y a la ciudad también tiene que ver con la necesidad de dar cabida a distintas formas de representación y de significación ancladas en el género, la clase y la etnicidad que trascienden los límites de lo construido y de la monumentalidad. (Makowski, 2003: 92).

...no sólo se trata de un lugar para la visibilidad y la escenificación de la diversidad sociocultural, sino de un desafío ligado a la gobernabilidad equitativamente inclusiva de esa pluralidad” (Makowski, 2003: 94).

De esta manera, la imagen de la ciudad es también una expresión del espacio público; no sólo por tratarse de una representación creada de manera colectiva, sino porque es un ámbito propio de lo común, es un objeto compartido y un objeto de disputa. En este marco, la visibilidad, como afirmación de la propia existencia, así como de la posibilidad de interactuar con los otros y reivindicar demandas y derechos es por sí misma una característica que vincula el ámbito político y sensorial del espacio público urbano.

Los elementos imaginísticos como expresión de las prácticas sociales.

Como vimos antes, Lynch entiende la experiencia de la ciudad como la interacción del habitante con su entorno. En esta relación, el observador se enfrenta a un universo de estímulos que organiza en torno a cinco tipos de *elementos imaginísticos* (hitos, nodos, bordes, etc.). Así, es posible analizar la imagen urbana a partir de palabras que a menudo expresadas mediante sustantivos y que a manera de signos o *referentes*, dan noticia del fenómeno real al cual aluden (Eco, 2005: 45) y que, en el trabajo de Lynch corresponden a los “elementos menores”, “detalles” o a las “unidades de la imagen”. De esta forma, es importante valorar que la riqueza del análisis de los referentes y los elementos imaginísticos se encuentra en su carácter social, es decir, en la posibilidad de hallar indicios de las relaciones sociales, los procesos y las dinámicas que les dan origen. Así, de la misma

manera en que la ciudad y sus representaciones son productos de la actividad humana, las *unidades de la imagen* también se entienden como expresión de las prácticas sociales.

En un primer sentido, que se relaciona con la producción social de un espacio material, tangible, físico, los agentes se corresponden con las fuerzas productoras del espacio (Castells, 2006: 445; Harvey, 1990: 204; Lefebvre, 1976:120; Lynch, 2010: 16;). Desde esta enfoque, las *prácticas sociales* son concebidas como el universo de las acciones humanas, realizadas por los sujetos/agentes de manera individual, colectiva o institucional que tienen repercusiones sobre el espacio construido y sobre los objetos y trayectorias que lo componen. En esta perspectiva se propone que los *rasgos urbanos* que se organizan en torno a los tipos de *elementos imaginísticos* equivalen a las *huellas* o residuos que deja la actividad de individuos, grupos e instituciones en el espacio material³¹. De la misma manera en que el pie del hombre o del animal en la tierra dejan señales en la tierra por donde pasa, las actividades humanas dejan vestigios en la ciudad reconstruyéndola constantemente. Así, los objetos, personas y actividades presentes en la imagen de la ciudad son indicios que aluden a sus habitantes, sus prácticas cotidianas y sus dinámicas de interpelación. Estas expresiones tienen como marco de referencia las relaciones sociales de producción, entendidas en su carácter constitucional, ideológico, y económico. Entonces, podríamos pensar a los *agentes* desde su facultad de manipular el estrato material del espacio mediante actos de introducción, transformación, destrucción, así como de atención y descuido en relación con uno o varios objetos perceptibles sensorialmente, colocados en un emplazamiento físico específico.

Como se vio en el caso de la imagen de Boston, (en el trabajo de Lynch), es posible reconocer cómo la caracterización de las zonas homogéneas a través de los *rasgos del paisaje* se encuentra estrechamente ligada con las dinámicas sociales (Lynch, 2010: 163). Así, los significados que se otorgan a los lugares imaginados son determinados por los usos del suelo, las actividades, costumbres y hábitos de sociabilidad de sus habitantes.

³¹ Para la Real Academia de la Lengua Española una huella es un *rastro, seña, vestigio que deja alguien o algo; pero también indicio, mención, alusión.*

Desde este enfoque, las prácticas se conciben como una forma de ocupar el espacio, pero también se entienden como maneras de producirlo. De esta manera, las prácticas sociales forman parte de las características que diferencian a un agente del otro. En la construcción del *espacio social* de Bourdieu, las *prácticas* aparecen junto a los bienes y las maneras, y son una de las diferencias asociadas a las diferentes posiciones. Éstas aparecen como producto del *hábitus* (Bourdieu, 2007: 88), el capital cultural y económico y están ubicadas en un ámbito específico de acción o *campo* siguiendo la fórmula:

$$[(\textit{habitus}) (\textit{capital})] + \textit{campo} = \textit{práctica} \text{ (Bourdieu, 2002: 99).}$$

Siguiendo la misma dirección de Tönnies, para este autor las acciones no necesariamente son producto de la racionalidad, conciencia y autonomía del individuo (Bourdieu, 2007: 85-105, Tönnies, 1946: 22). Como consecuencia, no todas las prácticas sociales que dejan huella en el espacio público urbano son producto del raciocinio y la voluntad de los individuos. Para fines de este trabajo, se consideran aquellas prácticas que tienen como objeto la producción del espacio público urbano en un sentido material; es decir, que tienen como resultado la *manipulación de los elementos materiales* que conforman las calles, plazas y otros espacios públicos.

De esta manera, las prácticas sociales relativas a la dimensión material del espacio público se explican a partir de la noción de *procedimientos*. Por procedimientos se entiende a los mecanismos institucionales, así como los informales (legales e ilegales) mediante los cuales los agentes toman decisiones respecto a los elementos perceptibles en la experiencia sensorial del espacio público. Respecto a su nivel de relación con las leyes y las instituciones formales, se propone la siguiente clasificación:

- Procedimientos institucionales: Se refiere a los planes y programas gubernamentales que se encuentran vigentes, así como los códigos y reglamentos que los sustentan y/o acompañan.
- Procedimientos informales y legales: mecanismos no establecidos dentro del marco legal, pero que no lo contravienen.

-Procedimientos informales e ilegales: mecanismos no establecidos dentro de la legislación y reglamentación que son considerados como prohibidos por ésta. Se refiere a los procedimientos que no son reconocidos ni aceptados abiertamente o que son negados por alguno de los actores y considerados como ajenos y condenados por las reglamentaciones establecidas.

En una segunda perspectiva, que relaciona a las prácticas sociales con la categoría de *representaciones sociales*, se propone que los *elementos imaginísticos* sean concebidos como unidades de percepción que constituyen modelos de realidad construidos colectivamente a partir de imágenes mnémicas creadas por individuos. Asimismo, son el resultado de la práctica de representar el espacio. Este hecho trae consigo diversas implicaciones que tienen que ver con la caracterización social e ideológica del habitante como experimentador de la ciudad. De esta forma, los agentes se relacionan con el espacio a partir de las ideologías y representaciones que les corresponden a los distintos grupos y posiciones a los que pertenecen (Jodelet, 1992: 366).

Siguiendo esta ruta de interpretación, el *observador* como actor social se encuentra inscrito en una posición o un lugar social, por lo que el sujeto produce una representación de la ciudad que refleja las normas institucionales emanando de su posición o de las ideologías ligadas al lugar que ocupa (Jodelet, 1992: 366). En segundo lugar, la representación de las calles, monumentos, edificios y otros ejemplos de *elementos imaginísticos*, o *rasgos del paisaje* implica la movilización de una actividad representativa destinada a regular, anticipar y justificar las relaciones sociales que se establecen así (Jodelet, 1992: 366). Por último, el habitante que experimenta la ciudad y representa los *elementos imaginísticos* es portador de determinaciones sociales. Esta situación implica a su vez que éste base su actividad representativa sobre la reproducción de esquemas de pensamiento socialmente establecidos, de visiones estructuradas por las ideologías dominantes, o sobre el redoblamiento analógico de relaciones sociales (Jodelet, 1992: 366).

Lo público espacial en la *imagen pública* de Kevin Lynch.

En la propuesta de Lynch, el concepto de *imagen pública* hace referencia a una serie de representaciones mentales comunes. Esta noción busca nombrar los puntos de coincidencia que aparecen en la interacción de una realidad física única, una cultura común y una naturaleza fisiológica básica (Lynch, 2006: 16). En esta perspectiva, el modelo colectivo de realidad se define como público porque hace alusión a un lugar conocido y frecuentado por un grupo de personas. Además, en este enfoque se hace una diferencia entre la imagen pública y la imagen colectiva que consiste en seleccionar aquellos elementos de la imagen que son compartidos por los miembros de una población determinada en términos territoriales y estadísticos (Lynch, 2006: 26, 27). Sin embargo, en esta perspectiva no se hace alusión directa a los aspectos sociales, ideológicos y políticos que se encuentran relacionados con los procesos de producción y representación del espacio público urbano. En este sentido, es necesario abordar la idea de *imagen pública* como parte de un proceso más amplio y que permita incluirla en el universo de las dinámicas comunicacionales actuales.

En el debate sobre la construcción del espacio público en el contexto de la ciudad, se hace necesario centrar la atención en los sentidos que le dan los procesos de comunicación al territorio. En este sentido, la relevancia de comprender la práctica rutinaria de construir las representaciones en la ciudad tiene que ver con las posibilidades de crear e impugnar representaciones de uno mismo y de los demás (Dickey, 1997: 6). Esto a su vez es vital en la construcción del espacio común pues es en los procesos de comunicación donde, en gran medida, tienen lugar la generación y afirmación de identidades, la formación de comunidades y la gestación de arenas políticas (Aguilar y Winocur, 2005: 209).

Como se vio antes, en los espacios públicos se generan relaciones de sociabilidad y en ellos convergen formas de pertenencia y organización, por lo que el *espacio público* se entiende como ámbito de encuentro y comunicación, pero también como un escenario y objeto de confrontación (Ramírez Kuri, 2007:101). De esta manera, esta categoría de análisis aparece como un paradigma y un proyecto en torno al cual organizar la vida colectiva, pero también como un ámbito de disputa. Siguiendo esta perspectiva contrastante, se propone trasladar

estos conceptos al ámbito de las representaciones de la ciudad, para lo cual se plantean dos vías de exploración del carácter público de la imagen urbana: como ideal normativo y como elemento de conflicto entre diferentes agentes.

En un primer sentido, lo público aparece como estrategia de construcción de una imagen “mnémica”, entendida como obra, colectiva, plural y de alguna manera “consensuada”. El croquis de ubicación o mapa mental que se hace de una ciudad o de una zona en específico resulta, de alguna manera un ámbito compartido por todos en la medida en que los elementos imaginísticos más importantes también lo son. En este sentido, lo público en la imagen hace referencia a los elementos de identificación comunes que constituyen la imagen de la ciudad (regiones, ejes, topografía, etc.). En un segundo sentido, pero aún en el ámbito del ideal del espacio público se alude a la definición del sujeto de intervención del espacio que es representado, es decir: ¿Quién proporciona el material de la construcción de la imagen?. Y en un sentido más profundo ¿Quién y cómo toma las decisiones respecto los objetos, sujetos, circunstancias y lugares que son percibidos en la experiencia del espacio urbano?.

En este aspecto, el paradigma de la *participación*, cobra sentido como un concepto estrechamente vinculado con la cultura política democrática y resulta ser una práctica elemental en la construcción de relaciones sociales horizontales y tendientes al ejercicio de los derechos sociales y políticos entre la población urbana. (Peschard, 2001: 26; Krotz y Winocour, 2005: 373, Álvarez, 1997: 17, 21). De esta manera, la acción o el hecho de *tomar parte, de tener parte en, de formar parte de* implica una transformación en la forma en que se asumen las decisiones en el ámbito de lo público (Rahnema, 1996, Álvarez, 1997: 21).

[la participación se fragua como]... *formas de intervención en los asuntos de interés público que los ciudadanos realizan a través de los canales institucionales oficiales; y por otro, se reconoce la “...incidencia de los sectores sociales organizados de manera autónoma en estos mismos asuntos. (...) Una actividad que realizan algunos miembros de la sociedad en relación con el Estado o con las condiciones que éste sustenta (...) Una actividad que se puede realizar de manera individual o colectiva, pero que persigue siempre fines colectivos.(...) Una serie de acciones que se llevan a cabo dentro de o con respecto al ámbito público, entendiéndose por este, los asuntos de interés general y usualmente regulados por el Estado.(...) Una actividad con*

repercusiones sociales que acusa características precisas: intencionalidad, grado de conciencia, capacidad de transformación. (Álvarez, 1997: 17).

De esta manera, el cumplimiento del ideal democrático requiere que el trabajo de inclusión, modificación, cuidado o destrucción de los objetos visibles no sea privativo a los profesionales de la arquitectura y el urbanismo, las corporaciones privadas o los funcionarios de gobierno. Entonces, al considerar la participación como una actividad de ejercicio de ciudadanía, se podría considerar la creación de la *imagen pública* desde un sentido político, es decir, como una oportunidad de “tomar parte” de la esfera política, donde se toman las decisiones del interés general (Álvarez, 1997: 18; Sánchez Mejorada, 1993: 326; Rahnema, 1996; Pizzorno, 1997: 17; Melucci, 1991: 362; Guimarães, 1987; Fadda, 1988: 326; Cunill, 1991: 44).

Ahora, si se entiende la *imagen pública* como espacio de confrontación más que como una *evocación nostálgica* (Ramírez Kuri, 2008: 7), el proceso de construcción de las representaciones del espacio urbano enfrenta ciertos obstáculos. En este aspecto, algunas de estas problemáticas observadas en el estudio empírico de la ciudad de México actual tienen que ver con un fenómeno de privatización de la imagen por parte de los medios masivos de comunicación, y con las posibilidades que tienen los habitantes y usuarios de la ciudad de participar en los procesos de diseño y planeación urbanas, así como en otro tipo de decisiones que inciden en la representación de la ciudad.

En un contexto de profunda transformación de las nociones de lugar, localidad y comunidad, ya no es posible encontrar el ideal de culturas integradas y autosuficientes basadas en contactos personales cara a cara (Gupta y Ferguson, 1999; García Canclini, 1995). En este proceso, los medios masivos de comunicación adquieren un rol principal en la construcción de la vida pública y en las conexiones, cercanías y figuraciones entre lo localmente distante. Desde esta perspectiva, los medios masivos de comunicación crean espacios que rebasan el de los lugares donde se desarrolla el proceso que va de la producción a la recepción de mensajes. Así, las industrias de la información establecen un espacio de flujos simbólicos, y con ellos suman al proceso de desdibujamiento de los

límites y las fronteras, transformando las relaciones entre territorio, identidad y cultura (Gupta y Ferguson, 1999; García Canclini 1995; Morley, 2005: 134) En este sentido, se hacen patentes los efectos de poder de las redes audiovisuales en tanto que implican clausura y arraigamiento en el orden doméstico y provocan la pérdida de la oralidad social, sustituyéndola por la oralidad mediática. (Piccini: 1995, 207). Por otra parte, los procesos de industrialización de la cultura y el retraimiento hacia los espacios íntimo y privado han hecho que el vínculo con “lo público” en la vida cotidiana de la ciudad sea cada vez más mediatizado y dependa menos de los contactos *cara a cara* con los otros agentes (Arfuch, 2005: 270; García Canclini, 2008: 32).

En el contexto que se vive actualmente en la ciudad de México, es posible encontrar condiciones desfavorables para la construcción de un espacio público. Por un lado, en México se vive un proceso de monopolización de los medios masivos de comunicación (García Canclini, 2008:36) y como consecuencia, la producción de las representaciones sobre la ciudad a las que acceden sus habitantes se reduce a unas cuantas miradas, unificándolas y reduciendo el espacio público (Rabotnikof, 1995: 50). Además, el triple proceso de mediatización, masificación y unificación de las representaciones sobre la ciudad repercute en la posibilidad de controlar las miradas en función de intereses individuales, grupales o corporativos (Sica, 1977: 218-220). En este sentido, la construcción de una imagen de la ciudad plural y diversificada y cuyas funciones no estén restringidas a los intereses privados o corporativos implica a su vez la valoración de la experiencia cotidiana como fuente de conocimiento y como ejercicio de representación del espacio urbano (Sica, 1997: 224; Silva, 2006: 45).

En un contexto de desigualdad en el acceso a los medios masivos de comunicación, la necesidad de los agentes por hacerse presentes y por comunicar sus demandas, necesidades e intereses sobrepasa las posibilidades que ofrecen los medios masivos de comunicación. De esta forma, la actividad comunicativa rebasa los límites impuestos por las industrias culturales (Canclini, 2008:42) y de esta manera, los actores se vuelcan hacia los lugares públicos donde usan los muros, las plazas, las calles y otros espacios de la ciudad para plasmar sus mensajes y hacerse visibles.

De esta manera, el objeto de estudio se diferencia de la idea de la ciudad como un objeto recurrente en los medios de comunicación masivos (Monnet: 1995), y su concepción se traslada hacia la un eje de comunicación local que depende de la experiencia sensorial, de la presencia en el sitio y no ya de los recortes de la realidad que ofrecen los consorcios de la información. Desde este enfoque, la experiencia cotidiana de habitar la ciudad implicaría a su vez una experiencia comunicacional en la cual la industria cultural no siempre media como productora de la *imagen pública*.

Entonces, *lo público* en la *imagen pública* tendría que ver con aquello que es compartido por una colectividad, por lo que también hace referencia a las formas de remitirse a los espacios en común (Aguilar, Winocour, 2005: 211). Sin embargo, dado que el espacio es un entramado de relaciones entre trayectorias (Massey, 2005: 106,117). el hecho de remitirse a un lugar y representarlo implica su vez representar las entidades que lo conforman, sus trayectorias y sus relaciones. De esta manera, la ciudad no aparece sólo como un objeto estático al que se hace referencia, sino también como un medio que permite remitirse a los agentes que la conforman, sus trayectorias y las relaciones que mantienen entre sí.

Por otra parte, la *imagen pública* de Lynch, entendida como *representación social* es siempre una representación de “algo” hecha por “alguien” (Jodelet, 1992: 362). En consecuencia, la imagen de la ciudad es siempre una realización de un *observador*, entendido como *fotógrafo*, que representa la ciudad desde su condición histórica (Lynch, 2010: 10; Berger, 1974: 186). De esta manera, es posible conocer a un agente a través de lo que éste representa de la ciudad. Como consecuencia, en la *imagen pública* se hacen presentes los matices de clase y la posición social (Lynch, 2006: 87, 127) a través los usos y características dadas a la imagen por las prácticas sociales que se reconocen a través de ciertos elementos y signos de identidad (Lynch, 2006: 203, 217). En este sentido, es posible además reconocer la presencia de otros agentes a partir de la mirada de un tercer agente, el *observador*. Así, *lo público* en la *imagen pública* se refiere a la construcción de la identidad del lugar compartido, pero también alude a un ámbito de reconocimiento y relación entre agentes diversos.

En este sentido, la publicidad de un lugar no se debe sólo a la identidad que al lugar le otorgue la presencia de ciertos elementos como podrían ser los usos, tipos de habitantes y “detalles físicos”, sino que también se considera la visibilidad que éstos (los “elementos”) dan a tal o cual actor social. La posibilidad de *ver y ser vistos* resulta entonces de la identificación de los “elementos” como un referente que permite al *observador* interpretar la presencia o ausencia, el cuidado o depredación, la construcción o destrucción, la manipulación u olvido de éstos como resultado de la acción u omisión de los agentes.

En algunos casos, como es el de la observación de “un tipo de habitantes”, como los vagabundos y alcohólicos a los que Lynch hace referencia (Lynch, 2006: 216), se vincula directamente al actor social con el referente espacial. Es decir, que al mirar a los vagabundos, el *observador* interpreta la presencia de los vagabundos como la existencia en ese lugar de un sector social marginado. En contraste, el *observador* que registra automóviles de lujo y casas unifamiliares, así como el conjunto que forman los detalles arquitectónicos y el grado de conservación interpreta la presencia de un sector mejor posicionado en el *espacio social* (Bourdieu, 1997: 7-17).

En esta perspectiva, eso es posible a través del lenguaje que constituyen estos elementos cuando se utilizan como *signos de distinción* mostrando a su vez el capital económico y cultural de los agentes que son mirados. Con esto se quiere expresar que en la experiencia sensorial de los lugares públicos existe una relación entre los actores sociales y los elementos contenidos en el campo visual del usuario (entendidos como unidades de la imagen, referentes, detalles, huellas, claves de orientación o rasgos del paisaje) que conforman la *imagen pública*. Se trata de una correspondencia que no necesariamente es real para todos los usuarios, pero que es válida para el *observador*. De esta manera, la *imagen pública* adquiere un sentido público en tanto que se convierte en un ámbito de visibilidad y comunicación en la cual los agentes se hacen presentes a través de la visibilidad de los objetos percibidos en la experiencia sensorial del lugar.

Así, al convertirse en una expresión espacializada de lo *público*, la *imagen pública* se convierte en un ámbito donde se dirimen las diferencias, se expresan la desigualdad y el carácter deficitario de la ciudadanía (Ramírez Kuri, 2007: 109). En este sentido, la imagen

de la ciudad se convierte simultáneamente en un objeto de disputa y en un espacio donde se expresa la pugna por el control de los recursos urbanos (Ramírez Kuri, 2007: 107). En otras palabras, la producción de la imagen urbana reviste el enfrentamiento entre los diferentes sectores y posiciones que conforman una sociedad.

De esta forma, al reconocer la relación público/privado en la construcción de la imagen de la ciudad se hace necesario pensar en las posibilidades y limitaciones para la realización del ideal normativo del espacio público. Asimismo, la imagen urbana se convierte en un objeto y una estrategia de intervención urbanística.

La imagen de la ciudad como ámbito de comunicación entre los agentes.

Si suponemos que los *rasgos del paisaje* son indicios de las prácticas sociales que realizan los agentes y consideramos la imagen de la ciudad como expresión del *espacio social*, podríamos considerar que las *diferencias* entre los agentes son percibidas a través de las huellas de las prácticas sociales inscritas en el campo visual del *observador*. Así, las diferencias en las prácticas, los bienes y las opiniones que se muestran en el espacio público urbano son convertidas en diferencias simbólicas, generan un lenguaje y constituyen un sistema simbólico (Bourdieu, 1997: 58, 105, 148). De esta manera, las diferencias entre los agentes constituyen la vía necesaria para existir y ser percibidos por otros:

...existir en un espacio, ser un punto, un individuo en un espacio, significa diferir, ser diferente... (Bourdieu, 1997: 17)

Sin embargo, las diferencias entre los agentes sólo son perceptibles si se aplica un principio de visión y de división que al ser producto de la incorporación de las diferencias objetivas esté presente en todos los agentes y estructure sus percepciones (Bourdieu, 1997:17). Desde una interpretación de la diferencia y el lenguaje que suceden en torno al espacio social, el *observador*, resulta ser “alguien que mira” (Bourdieu, 1997: 17). Es decir, el habitante de la ciudad, en su calidad de experimentador y productor de representaciones establece las diferencias entre agentes y sus posiciones a través de *signos distintivos*. Esto es posible porque está inscrito en el espacio, no es indiferente y está dotado de categorías de percepción, de esquemas clasificatorios y de un gusto (Bourdieu, 1997: 17).

En este sentido, la imagen de la ciudad se entiende como un ámbito de intercambio de mensajes que sucede a través de las *huellas*, es decir, indicios, señas o signos que dejan los agentes al realizar las prácticas sociales. Así, la visibilidad de los agentes se implica en el proceso de interlocución a través de *actos ilocucionarios*, (entendidos como actos del hablante en una relación de comunicación con el oyente) a partir de los cuales los sujetos forman el *diálogo urbano*. (Silva, 2006: 144). De esta manera, la ciudad se convierte en un aparador desde donde es posible representarse a sí mismo ante los demás.

Entonces, se hace evidente que la necesidad y el interés por ser visto son factores comunes entre diversos sectores de la sociedad. Para ilustrar ésto, podemos señalar que en el México de principios del siglo XXI esta situación se ha generalizado para todos los grandes sectores que conforman la sociedad. La clase política, los agentes del gobierno y las instituciones del estado buscan plasmar su presencia ante la sociedad a la que buscan gobernar y para mostrar su poder ante propios y extraños (Manrique, 1992: 173) (ver fotos 34, 35 y 36).



Foto 34: Cierre de Campaña del candidato a gobernador Fausto Vallejo en Morelia, 2011(fotografía tomada de internet).



Foto 35: Monumento a Miguel Alemán, IPN, unidad Zacatenco, Ciudad de México (fotografía tomada de internet)..



Foto 36: Asta bandera en San Jerónimo. Periférico Sur, Ciudad de México (fotografía tomada de internet).

Por su parte, el sector privado y sobre todo las corporaciones del mercado buscan constantemente posicionar sus marcas y productos ante la mirada del habitante, que es considerado como consumidor potencial. (Ver fotos 37 y 38)



Foto 37: Anuncio espectacular en la Colonia del Valle, Ciudad de México. (fotografía tomada de internet).



Foto 38: Publicidad exterior en la ciudad de México. (fotografía tomada de internet).

También el llamado “tercer sector”, aquel que forman las organizaciones de la sociedad civil sin fines de lucro y que buscan representar un interés distinto al que representan las instituciones del estado y las corporaciones privadas (Roitter, 2004: 17-32, Bresser y Cunill, 1998: 28-31). Ante la falta de visibilidad entre los distintos grupos societarios (Avritzer, 1999: 329), este tipo de organizaciones utiliza sus recursos institucionales para visibilizar las problemáticas específicas que cada asociación combate. De esta forma, la ciudad resulta ser un espacio de expresión política que encuentra su espacialización mediante expresiones como marchas, mítines, plantones o bloqueos de vialidades y toda suerte de estrategias visuales (Foto 39). La población no organizada políticamente también busca intervenir el espacio para exhibir su posición social, reivindicar sus identidades de género, etnia, o como expresión de la pertenencia a alguna de las tribus urbanas (Ver foto 40) (Bourdieu, 1997: 17; Maffesoli, 2004).



Foto 39: Manifestación del grupo ecologista Green Peace en el monumento a la Revolución. Ciudad de México.



Foto 40: Marcha del orgullo Lésbico Gay, Bisexual y Transgénero, Guadalajara, Jalisco, junio de 2009. Foro de Arturo Campos Cedillo.

En un sentido programático, el campo visual del habitante de la ciudad ha sido también objeto de acciones educativas, culturales o de salud, como es el caso de las obras realizadas en el periodo conocido como “muralismo” (Rodiles, 1975). Además, las intervenciones pueden tener motivaciones estéticas, como en el caso de las expresiones artísticas que dan nuevos sentidos al uso de los espacios (Ver foto 41) (SITAC, 2003).



Foto 41: Arte callejero en Oaxaca. Intervención realizada por *teak*, México, 201. (Fotografía tomada de internet).



Foto 42: Peregrinos rumbo a la Basílica de Guadalupe. 7 de diciembre de 2011. (Fotografía tomada de internet).

Las asociaciones religiosas y sus fieles tampoco pierden la oportunidad de ocupar la mirada del *observador*: la colocación de nichos en las aceras, las fiestas patronales y procesiones de la iglesia católica son ejemplos de ello (Ver fotos 42 y 43). Los nuevos cultos no son la excepción y buscan también su lugar en la imagen de la ciudad (ver foto 44).



Foto 43: Jóvenes en la celebración a San Judas Tadeo en el templo de San Hipólito, Ciudad de México. Foto de Adrián Bobadilla. (Fotografía tomada de internet).



Foto 44: Imagen de la Santa Muerte montada en un automóvil en el Zócalo Capitalino. (Fotografía tomada de internet).

Además, en el contexto actual, marcado por un clima de violencia relacionado con las actividades criminales, la imagen del espacio público ha sido utilizada por las organizaciones delictivas para enviar mensajes intimidatorios a sus adversarios. Aunque en otras circunstancias estos actores buscarían ocultar su presencia pública, los cárteles de la droga y otras organizaciones criminales han dejado sus huellas siniestras en la imagen de las calles y plazas de algunas ciudades del país. Lamentables ejemplos de esta forma de exponerse en calles y plazas públicas son las balaceras, “narcomantas” (Ver fotos 45 y 46), las explosiones y el abandono de cadáveres y cuerpos decapitados en plazas, calles y otros espacios públicos de varias ciudades de México.



Foto 45: *Narco manta* en Cuiliacán, Sinaloa, 15 de febrero de 2010 foto: Juan Carlos Cruz / Procesofoto / Sinaloa.



Foto 46: *Narco manta* en Matamoros, Tamaulipas, 22 de octubre de 2010 (Foto El Norte).

De esta manera, los actores sociales utilizan la imagen de la ciudad para enviar mensajes de tipo político o comercial, como parte de proyectos de desarrollo social, pero también como estrategia de confrontación, de marcaje territorial y hasta con fines de expresión artística. Desde esta propuesta, los agentes, sus motivaciones y estrategias pueden cambiar, combinarse y confundirse; sin embargo, todos estos elementos tienen en común la intención de aparecer en la ciudad y existir para sí mismos y para los otros. De esta forma, el fenómeno de la visibilidad acompaña al proceso de intercambio del que está constituido el espacio público y esto se hace patente en la lucha por la imposición de significados en el campo de la representación de la ciudad (Manrique, 1992: 173-175; García Canclini, 1992: 224-229). Así, la imagen del espacio público urbano asume un rol como expresión del espacio público, entendido como ámbito de interrelación y objeto de disputa por el control territorial, como una estrategia de reivindicación de identidades, pero también como lugar donde la existencia de los actores sociales que se hace patente de manera sensorial.

De observadores y ciudadanos.

En la propuesta de Lynch, el habitante cobra un lugar primordial en la construcción de la imagen pues ésta se basa en la experiencia sensorial e individual de la ciudad (Lynch, 2006: 12). La imagen mental, como vínculo estratégico con el entorno se entiende como una representación mental generalizada del mundo físico exterior que posee un individuo. De esta forma, los habitantes no sólo son espectadores, sino que, al incorporarse con sus actividades en los lugares, también son partícipes en la construcción de la imagen (Lynch, 2006: 11). En esta perspectiva, ellos son considerados como “auditorio”, o “público espectador” caracterizado por la posibilidad de usar y gozar la obra del artista-urbanista (Lynch, 2010: 145).

De esta manera se hace patente una idea pasiva del habitante, pues se le ve como usuario, es decir, como receptor de las propuestas del urbanista. Esta limitación, donde se pasa por alto el potencial político que el habitante puede desarrollar, permite abrir el debate en torno a la construcción de un proceso de intervención democrática de la ciudad. En este sentido, se hace referencia a un proceso de planeación y diseño en el cual los habitantes sean protagonistas del proceso de toma de decisiones respecto a los referentes materiales de la imagen, pero también en la construcción y difusión de los modelos de realidad relativos a la ciudad.

La idea que Lynch tiene sobre la imagen como objeto de intervención para mejorar las condiciones de vida en la ciudad deriva en tres situaciones en que es posible colocar al habitante: 1) Como usuario pasivo de las propuestas del urbanista 2) Como creador de la imagen a partir de una realidad material diseñada por otros y 3) Como parte integrante del paisaje. Estas tres posibilidades de concepción del sujeto resultan a su vez factores relevantes en el marco del debate sobre la construcción democrática de la vida pública y el ejercicio de la ciudadanía en el entorno urbano.

En este sentido, la *ciudadanía* se entiende como la titularidad para recibir bienes y servicios garantizados por derechos (Marshall, 1950), pero también como la posibilidad de ser admitido en el proceso dialogal de elaboración de decisiones y objetivos colectivos (Habermas, 1976). Se entiende también como un estatuto igualitario, un reconocimiento

social y jurídico por el que una persona tiene derechos y deberes cívicos, políticos y sociales por su pertenencia a una comunidad -casi siempre de base territorial y cultural- (Ramírez Kuri, 2003: 39-45). En este sentido, la posibilidad de contribuir a la vida pública de la comunidad se encuentra en la *participación*, entendida como una alternativa personal, que implica la puesta en marcha de una actitud –una predisposición intelectual y afectiva seguida de una decisión de hacer- a través de la cual se asume la relación con el gobierno, con el poder, con el otro y con uno mismo (Procacci, 1999; Calviño, 2003: 63).

Si se aplican estos conceptos al proceso de construcción de la imagen de la ciudad, se concibe a la calidad de la imagen como un bien público y de igual forma, la actividad que la genera estaría concebida como un servicio, pero ¿es la calidad de la imagen urbana un derecho?. Si esto fuera así, la construcción de elementos que permiten una imagen de calidad sería un indicador más de las condiciones de vida en un entorno urbano. De esta manera, el “derecho a una imagen urbana de calidad” estaría inscrito como condición necesaria para el pleno uso y disfrute de la ciudad, es decir como parte de los tópicos que aparecen en las demandas enmarcadas en los llamados derechos de tercera generación (Borja, 2003: 284; Ramírez Kuri, 2009: 50).

Así, la imagen no formaría parte de las reivindicaciones concretadas en los derechos económicos y sociales que dieron lugar a las revoluciones de base proletaria y que fueron parte importante en el establecimiento del *estado de bienestar*; sino que estaría incluida en otro tipo de derechos propios de una sociedad individualizada y diversificada (Borja, 2003: 290). En este sentido, la calidad de la imagen se entendería como parte de las demandas contenidas en el *derecho a la ciudad*, o dicho de otro modo, como una estrategia de transformación del sentido de la vida en la ciudad y como una forma de lucha contra una vida cotidiana limitada al mantenimiento de las condiciones necesarias para la explotación y la reproducción del sistema capitalista (Lefebvre, 1978: 138). Entonces, el cuidado de la imagen de la ciudad sería una forma de evadir la enajenación y la miseria humana a través del cumplimiento de satisfacciones relacionadas con la nostalgia, el turismo, el retorno hacia el corazón de la ciudad tradicional, la llamada de centralidades existentes o nuevamente elaboradas y el deseo de gozar de la naturaleza (Lefebvre, 1978: 136-138).

Entonces, tomando como objeto la imagen de la ciudad, ¿Cuáles serían las condiciones de ejercicio de la ciudadanía?. En primera instancia, los derechos urbanos tendrían una expresión en la imagen de la ciudad en la medida en que ésta cumpliera por un lado con el derecho a la belleza y la calidad del medio ambiente y con la posibilidad monumentalizar las diversas identidades colectivas dentro del espacio público (Borja, 2003: 318). Por el otro lado este derecho se traduciría por un lado, en la inversión en formas, diseños y materiales de calidad y en la protección contra la contaminación visual, la suciedad y la fealdad. Por otro lado, la imagen se convertiría en un derecho cuando los habitantes de la ciudad fueran efectivamente representados y monumentalizados en el espacio público, donde ser visto y reconocido por otros es considerado una condición de ciudadanía (Borja, 2003: 318).

Lo anterior es especialmente significativo para asegurar que los agentes se encuentren efectivamente representados e incluidos en el ámbito de interlocución con los otros. De esta manera, la participación de las diversas identidades en el crisol visual del espacio público facilita la interlocución sociocultural de las comunidades (barriales, de grupos de edad, étnicas, etc.). Para ello, dice Borja, el ejercicio de la ciudadanía requiere de integraciones colectivas múltiples, para adherir, participar o confrontarse. Esto cobra una importancia mayor para los excluidos, pues la integración grupal conflictiva es indispensable para conseguir su reconocimiento (Borja, 2003: 318). La probabilidad de acceder a los espacios de toma de decisiones respecto a los asuntos colectivos pasa, en buena medida por la posibilidad de inscribir las propias demandas en la agenda pública. Para muchos actores, la única manera de hacerlo es remarcar la propia presencia ante la mirada de los otros en el marco de la experiencia cotidiana de la ciudad. Es entonces cuando el habitante, el *observador*, asume un rol menos pasivo y se lanza a la aventura política de la visibilidad.

Desde este enfoque, la posibilidad de ser parte del paisaje urbano -considerada por Lynch en su caracterización del *observador*- abre una nueva posibilidad de participar en la construcción de la imagen de la ciudad, pero también de la agenda pública. En un sentido opuesto al de Lynch, Armando Silva propone una concepción de *observador* en la que el habitante asume un carácter activo y político. Desde este enfoque, la participación en el ámbito de comunicación se genera a partir de las representaciones de la ciudad y es

entonces cuando tiene ocasión la construcción de aquello que Armando Silva llama *sujeto de la ciudad* (Silva, 2006: 143-147).

Como individuo potencial, el habitante de la ciudad actúa escenificando “algo” en el territorio con la finalidad de intervenir en el espacio público y actualizar los contratos sociales que lo determinan. De esta manera, el habitante asume un carácter reivindicativo de sus demandas e interfiere activamente en el devenir de la ciudad modificando las trayectorias de los significados que conforman sus representaciones. Esta transformación requiere de condiciones performativas, es decir, que el *sujeto urbano* vive las reglas sociales, y las actualiza mediante un acto de escenificación en el territorio con el objeto de cambiar las reglas sociales a través de la provocación (Silva, 2006, 144).

De esta manera, la imagen cobra un sentido que rebasa el acontecimiento icónico, a partir de que permite examinar la construcción de la imagen consultando directamente a los ciudadanos (Silva, 2006: 45). En esta perspectiva, la inserción voluntaria de mensajes en el universo comunicacional de la ciudad es entendida como *enunciación*, y dota al habitante no sólo de un carácter perceptivo como *observador*, sino que además le otorga facultades “verbales”, como emisor (Silva, 2006: 45).

[La cualidad comunicativa del habitante se entiende] *primero, como estrategia de enunciación en cuanto que la construcción de la imagen ya está previsto un ciudadano destinatario, con el punto de vista ciudadano [adquiere] características de especial competencia, tanto visual como verbal.* (Silva, 2006. 45).

Siguiendo la idea de Silva, cuando en la acción de mediación se lleva a cabo un ejercicio de visión en el que es posible captar un registro visual, el sujeto urbano potencial se realiza como *punto de vista*. Así, se lleva a cabo un acto en el que se compromete al sujeto que se proyecta y se encuadra en lo que mira, de manera que la composición de un objeto de exhibición, seguida de la observación por un sujeto real, y esto implica a su vez ciertas consecuencias de la mirada (Silva, 2006: 48). Así, se concreta la operación del *punto de vista*, en la que el espectador asume un rol activo en el ámbito de comunicación de la ciudad convirtiéndose en participante de la cosa pública, en ciudadano:

Aquello que cualifica el punto de vista urbano es su exposición pública, y por tanto no estamos ante la mirada de un espectador o de un asistente, sino ante la de un ciudadano (...) tales conjuntos iconográficos no sólo cumplen con la función de mostrarse, sino que simultáneamente definen una ciudad: se trata de una definición sociolectal en la cual la ciudad es vista por sus ciudadanos, pero también los ciudadanos son recibidos e inscritos por su misma ciudad como ejercicio de escritura y jeroglifo urbano” (Silva, 2006: 51).

En el contexto de la ciudad, la imagen aparece como un universo visible para el observador, como un aparador accesible a las diferentes identidades, pero además como un espacio de visibilidad donde tienen oportunidad de dirimirse las diferencias y la confrontación que confirman la dinámica política de una sociedad. Al respecto, surgen algunas preguntas por plantear, ¿Quién produce la imagen urbana? ¿Qué agentes son visibles en la imagen? ¿Cuáles son los discursos dominantes? ¿Cómo son utilizadas las diferentes estrategias expresivas en cada *unidad de la imagen*?

Son muchas y diversas las respuestas al respecto, pues al plantear estas preguntas se abre la discusión respecto a una suerte de carácter visual y comunicacional del ejercicio de la participación y la ciudadanía en el ámbito urbano. En este sentido, la multiplicidad de identidades e intereses que es posible plasmar en el ámbito imaginario de lo público en la ciudad implica un problema en la toma de decisiones respecto a quién será representado en ella y de qué forma. Esto lleva consigo un reto para la construcción del concepto de ciudadanía, entendida desde su carácter multicultural, que concentra su atención en lo cotidiano e informal de la vida asociativa y que ha encontrado diversos cuestionamientos surgidos de sus experiencias de aplicación (Tocqueville, 1980; Villoro, 1988; Taylor, 1991).

Algunos de estos cuestionamientos tienen que ver con los procesos de inclusión y exclusión de los sujetos en una comunidad política determinada. Las constantes reivindicaciones de género, raza, etnia, preferencia sexual, clase, etc. han cuestionado profundamente las bases de un régimen supuestamente democrático. Así, surge el problema de la definición de los criterios de selección de los sujetos incluidos en esa comunidad política: ¿Es posible negociar la presencia de múltiples configuraciones identitarias y formas asociativas en la producción del espacio público?

En este sentido, la vida urbana aparece como ámbito de aplicación de las ideas respecto a las formas ideales de interacción humana y el ámbito de las representaciones no es la excepción. Por esta razón es importante continuar la discusión sobre las estrategias de vinculación de distintas entidades en un marco de equidad, que permita ser incluido en la toma de decisiones respecto a lo público, pero que proteja a sus integrantes de una pretendida homogeneización (Portal, Safa, 2005: 47). De esta manera, se hace necesario el reconocimiento como una manera de lograr la autoafirmación y una premisa del multiculturalismo, para así abrir la puerta a ciudadanía sociocultural, ambos factores constitutivos de solidaridad e integración social (Taylor, 1991: 57-59; Peña de la, 1999: 300). Así, la posibilidad de ver y ser visto como parte del paisaje de la ciudad significa asumir el riesgo que implica luchar por un espacio propio en el universo de lo visible y así tener la capacidad de competir y negociar los significados de lo público; pero también el carácter visible de las distintas identidades lleva consigo una oportunidad de ser reconocido como parte de la comunidad política desde la diferencia y el respeto a la diversidad.

En todo caso, habría que pensar la imagen no sólo como parte de los derechos urbanos que tienen que ver con la calidad del diseño y administración de los lugares públicos. Además, habría que pensar la imagen como vínculo entre agentes y actores sociales, es decir, como objeto de disputa por el poder y como ámbito de visibilidad. De esta forma, la realización del ideal normativo del espacio público y el ejercicio de la ciudadanía tienen que ver con la construcción compartida de los contenidos comunicativos que se otorgan al espacio público y con el ejercicio democrático de la gestión pública en la ciudad.

3.4. Consideraciones para la aplicación y análisis de la entrevista.

Como vimos en el capítulo anterior, las propuestas de Lynch y Berger establecen rutas de exploración de la percepción de la experiencia sensible del espacio; sin embargo ante la necesidad de reconocer el carácter ideológico éstas construcciones como parte de una dinámica colectiva que las constituye además como representaciones sociales, ¿cómo vincular en una metodología el carácter cognitivo de la imagen con la dimensión simbólica e ideológica del proceso de construcción de la imagen reconociendo y valorando sus diferencias?. Aún más, en un ámbito de confluencia entre agentes diferenciados y muchas veces contrapuestos que ejercen prácticas de uso del espacio y de interlocución en el marco de las disputas por los recursos de la ciudad, ¿cómo vincular en un dispositivo de investigación el sentido de lo público, la noción espacial y la construcción de una imagen pública?.

En este trabajo partimos de un modelo en el que las representaciones de la ciudad se realizan a través de la selección de unidades de la imagen, como es el caso de aquellos modelos que plantearon Lynch y Berger (Lynch, 2010: 15; Berger, 1974: 186). En este sentido, el trabajo de Lynch, de Moscovici y Jodelet plantea que la realidad se construye a partir de la discriminación de ciertos elementos seleccionados en el universo de los estímulos. A manera de unidades, la realidad se construye organizándola en torno a núcleos figurativos a partir de los cuales éstas cobran significado y se constituyen como parte de una totalidad (Jodelet, 1992; Moscovici, 1976).

Entonces, se plantea un segundo problema: ¿Cómo conocer el resultado de un proceso que sucede en el cerebro de los individuos que habitan Tepito?. En este sentido, la necesidad de conocer las representaciones del espacio desde la experiencia cotidiana implica concebir un modelo que considere como fuente primaria de información a las personas que cotidianamente habitan el tianguis, por lo que surge un problema más: ¿Qué forma de expresión se debe elegir para conocer las representaciones de los *observadores*?, ¿Cómo pedir a los entrevistados que representen su espacio?, ¿Qué tipo de material usar para representar el lugar?

Entonces, se planteó la posibilidad de dibujar o fotografiar el lugar, pero ¿cómo poner a dibujar a comerciantes y transeúntes suspicaces con poco ánimo de distraerse de su actividad?. En el caso de la fotografía como forma de elaborar el material de análisis, ¿Cómo asegurar a los comerciantes que las imágenes realizadas por funcionarios y promotores culturales no fueran usadas para fines distintos a los académicos? Y, en caso de conseguir el material, ¿Cómo sistematizarlo? ¿Cómo establecer elementos para su análisis?. Así surge la alternativa de acudir a la expresión oral como forma de comunicación de la experiencia visual y a través de los contactos de los promotores culturales (en ambos lugares) fue posible realizar entrevistas a profundidad con promotores culturales y comerciantes tepiteños.

Sin embargo, hacía falta incluir en la imagen la mirada de los tepiteros y de los consumidores, por lo que se hacía necesario plantear entrevistas dinámicas, que no representaran una amenaza para el entrevistado, pero que a la vez aportaran contenidos relacionados con las disputas por el espacio, las interlocuciones entre los agentes y las posiciones respecto a la noción de derecho, todo esto en relación con el comercio informal y la promoción cultural.

Es importante recalcar que el estudio se concentra en la percepción y representación de un espacio micro-local, por lo que las expectativas se acotan a una escala barrial sin desentenderse, por supuesto de la ubicación de Tepito en un sistema urbano global. Este límite espacial es impuesto por el investigador a partir de exploraciones iniciales, pero surge otra pregunta: ¿qué representarían los entrevistados?. Esto planteaba a su vez otro problema, pues en la manera de nombrar el lugar que los entrevistados debían representar se encontraba la construcción del objeto, es decir la imagen del espacio.

Así, se diseñó una entrevista individual estructurada bajo un esquema dirigido con algunas preguntas cerradas y otras semi abiertas. De esta forma, a cada entrevistado se les pidió que describiera con 10 palabras las cosas, personas o situaciones que veían desde el lugar en el que estaban en el momento de la entrevista. En el caso de las entrevistas que se realizaron en oficinas públicas o en viviendas particulares se pidió que mencionaran 10 cosas, personas o situaciones que era posible ver en “la zona de Tepito que está alrededor del

Maracan” o en “la plaza que est en la esquina que forman el Eje 1 Norte y la Avenida del Trabajo”.

La utilización de la técnica de libre asociación de ideas es una inspiración para nuestro trabajo dada la necesidad de conocer las miradas de los habitantes y evitar una mirada ajena a la experiencia del espacio. Esta técnica permite tematizar la entrevista a partir de una interpretación de aquello que el entrevistado produce y no busca en ningún momento imponer el tema o el signo, pues se trata de un material de trabajo que identifica al sujeto como individuo único e irrepetible. En nuestra metodología se busca de la misma manera encontrar la imagen del espacio a partir de los referentes significativos para el entrevistado y no para el investigador. En otras palabras, este método permite al sujeto seleccionar los elementos de análisis que le son significativos.

Una vez que se planteó un modelo de verbalización de las representaciones a partir de la selección libre de unidades de la imagen, se propuso un esquema de sistematización a partir de grupos constituidos por diez unidades de la imagen por cada entrevistado. Entonces surge otro problema: Cmo relacionar estos resultados con las dinámicas de interlocución entre los agentes?. Es evidente que la densidad de los significados asignados a las representaciones contenidas en las unidades seleccionadas aportaría a la investigación un material muy rico para el análisis pero, cmo utilizar este material para identificar los conflictos entre tepitenos, tepiteros, líderes, funcionarios y promotores culturales?, cul es la utilidad de este material en el marco de una investigación estructurada en torno al reconocimiento del carácter político del proceso de producción del espacio?, Cmo reconocer los sujetos y procesos de interlocución así como de toma de decisiones en las unidades de la imagen?.

En nuestra propuesta, los entrevistados son sujetos únicos que, mediante la elaboración de su mirada individual, permiten la identificación de procesos colectivos, ya sea mediante su propia elaboración o mediante la ulterior interpretación del investigador. Sin embargo, el paso entre la construcción de las unidades básicas de la imagen y la elaboración de un discurso en torno a éstos no es una producción de libre asociación. Es el investigador quien cierra u orienta las respuestas hacia una mirada que incluya las relaciones sociales,

económicas y políticas en el marco específico de uso, pertenencia, usufructo y apropiación y toma de decisiones de un espacio determinado. De esta forma, nuestro dispositivo no plantea la develación de aquello que la palabra consciente reprime. En contraste con los objetivos planteados en el “formulario” de Armando Silva (Silva, 2006: 155-159), este dispositivo no indaga en lo prohibido ni en el mundo oculto del deseo. En cambio, nuestro abordaje parte de la verbalización como estrategia de conocimiento del mundo interno del individuo. Este sujeto es considerado como aquél que elige de manera independiente los elementos significativos en el universo de los objetos posibles en el marco de la experiencia del espacio (un espacio cuya delimitación es impuesta por el investigador).

Entonces, se propuso un método que permitiera al entrevistado elegir los elementos importantes de una manera rápida y fácil de homologar. Y luego, la selección de un elemento de la imagen permite tematizar la entrevista como una especie de “núcleo generador” a partir del cual se busca profundizar en el sustantivo de una manera concreta, fácil de comprender y de contestar. Con el objeto de dar una densidad a la entrevista, después de la formulación de un listado de *unidades de la imagen*, se pide al entrevistado una explicación del referente elegido. Esto permite al investigador puede elaborar una caracterización en los siguientes ámbitos: a) el sujeto en su entorno, b) las relaciones y prácticas asociadas a la unidad o elemento elegidos. Además, con el objetivo de vincular la dimensión sensorial-cognitiva de la percepción con las dinámicas sociales que acompañan el proceso de selección de los elementos de la imagen, se propone ubicar el análisis en la vinculación entre el entrevistado y la unidad de la imagen seleccionada. De esta manera, al enunciar un elemento en particular, se busca reconocer la existencia de esa cosa, situación, persona o lugar como el resultado de un proceso que le da origen y sentido.

Otro de los ejes para el análisis de los discursos elaborados por los entrevistados es la identificación de los individuos, asociaciones, colectividades e instituciones que aparecen asociadas a las unidades de la imagen. En esta propuesta, los discursos expresan el rol que para cada entrevistado juegan los diferentes actores en relación con un límite espacial impuesto por el investigador. En este tenor, el entrevistado aparece como un individuo que forma parte de las relaciones sociales representadas por él mismo. Así, la imagen del individuo, entendida como parte de la imagen, es considerada como partícipe del espacio

material y relacional aparece en diferentes momentos: a) Cuando el propio entrevistado verbaliza su existencia y la de otros, y b) cuando otros sujetos lo representan como tercera persona. Así, el individuo, colectividad o institución asociados pueden identificarse como sustantivos dentro del listado de *unidades de la imagen*, o como parte del discurso generado a partir de la unidad de la imagen seleccionada como la más significativa.

Otro de los elementos que se buscan tanto en el listado de unidades como en los discursos elaborados en torno a ellas son los procesos y prácticas sociales. Para esto, se toma en cuenta el contenido elaborado en torno a las actividades, fenómenos, situaciones o actitudes que aparecen en los discursos. Entonces surge un nuevo problema, ¿cómo es posible “armar” una *imagen pública* alusiva a los conflictos de intereses y a las diferencias de visibilidad de cada agente?, ¿cómo identificar en este material si efectivamente el comercio informal es una práctica preponderante?, ¿de qué manera saber qué agentes influyen en la producción del espacio representado?. En los términos planteados en la hipótesis inicial, también se hace necesario plantear formas de utilizar este material para reconocer si efectivamente los promotores culturales participan en la *imagen pública* y si lo hacen para “contrarrestar la dinámica de mercantilización y depredación del espacio público impulsada por la economía subterránea”. En este sentido, habría que plantear además formas de reconocer si es que la imagen está asociada a las consecuencias del comercio informal y de las actividades delictivas.

En este mismo sentido, se busca establecer si las unidades de la imagen son efímeras o permanentes en relación con el tipo de material con el que están hechas las cosas que aparecen en el campo visual del *observador*. Asimismo, es necesario saber si los individuos, colectivos, asociaciones o instituciones que son visibles se encuentran exclusivamente relacionados con la práctica del comercio informal o si es que los sujetos que aparecen en la imagen se relacionan con otras prácticas y fenómenos. En este sentido, también se hace necesario saber, ¿cuáles son estas otras prácticas, fenómenos y procesos?, ¿cuáles son los sujetos asociados a éstas “prácticas distintas al comercio”? Así, otro de los retos planteados implica identificar en la imagen la visibilidad de la promoción cultural como práctica y la visibilidad de los promotores como sujetos asociados a ésta, es decir, ¿la

promoción cultural aparece en la imagen?, si esto es así, ¿de qué forma lo hace?, ¿qué sujetos, situaciones, cosas, personajes, se asocian a esta práctica?.

Se también busca identificar si es que la falta de higiene y el descuido del espacio aparecen en la imagen. De la misma manera en que se propone analizar la presencia de la práctica de la promoción cultural en la imagen pública, ¿la falta de higiene y el descuido del espacio aparecen en las *unidades de la imagen* y en los discursos tematizados en torno a ellas?, si esto es así, ¿de qué manera lo hacen?, ¿qué sujetos, situaciones, cosas, personajes se asocian a éstos fenómenos?.

Contar con todas estas herramientas de análisis implica la posibilidad de acercarse al conocimiento de las representaciones del espacio, pero no necesariamente implica con ello identificar los elementos que participan en la construcción del ideal normativo de *lo público*. Entonces, ¿cómo interpretar las expresiones de los *observadores*? ¿cómo analizar estos resultados a la luz del proceso de construcción de ciudadanía en un entorno marcado por la informalidad?.

Entonces, el trabajo de análisis se propone como una manera de identificar las implicaciones que los fenómenos descritos tienen en relación con la construcción del ideal normativo de lo público. En este sentido, surge otro problema, ¿qué relevancia tienen las formas de representar esta serie de fenómenos?. En el marco del proceso de construcción de ciudadanía, ¿qué significan la visibilidad de estos sujetos, prácticas y dinámicas? ¿cómo reconocer en este marco las particularidades de Tepito como un lugar imaginado? ¿qué expresan estas particularidades en relación con la realización del ideal normativo aglutinado en torno a *lo público*?.

A partir de la identificación de estos elementos de análisis, hace falta organizar una visión global, para lo cual se elabora una de tipología de miradas. A su vez, para realizar esta tipología es necesario, por un lado, identificar diferencias y similitudes entre las distintas miradas. A partir de éstas, se plantea mantener la atención en el espacio público los aspectos relativos al uso, apropiación, toma de decisiones, pertenencia y usufructo del espacio micro local seleccionado por el investigador.

Intentar una mirada (entendida como *modo de ver* desde la propuesta de Berger) a partir de muchos puntos de vista es el desafío cardinal de este capítulo, pues si bien al considerar varias miradas se hace protagonistas a actores disímbolos, la interpretación de éstas finalmente es una manera de filtrarlas a través de la perspectiva del investigador. Sin embargo, el estudio de las miradas y la exposición de su análisis es ante todo la construcción de otra mirada, y por lo tanto un intento de síntesis donde necesariamente se deben seleccionar los elementos de un universo dejando de lado otros que también podrían considerarse importantes. El problema es entonces, ¿cómo mirar distintas miradas? ¿Cómo asegurarse de exponer las miradas de los entrevistados y no sólo la del investigador?.

La oferta que se hace al lector es una interpretación y análisis respetuoso de las miradas de los actores. Entonces, se buscará que éstas sean expuestas en su contexto de manera que se presente un panorama amplio de las distintas representaciones del espacio, cerrando, sin embargo las posibilidades de interpretación. De esta forma, se plantea esta mirada a las múltiples miradas que constituyen una imagen del espacio público en el barrio de Tepito

3.5. Imaginar Tepito: los agentes y las prácticas de la informalidad.

A partir de las entrevistas se tuvo un total de 172 unidades de la imagen que hacían referencia las actividades, prácticas, actitudes, sujetos y personajes. Para organizar la información, se propuso una tipología de las unidades en relación a su vínculo con las actividades comerciales en general y con las actividades del comercio informal en particular. Se dividió la información según el lugar en donde ésta había sido recabada y se agrupó en dos conjuntos. El primero de ellos se caracteriza por reunir los sujetos, actitudes, actividades, situaciones, o fenómenos visibles (Ver tablas 8 y 9).. Este conjunto agrupa palabras o frases que aluden tanto a las actividades, las características del medio ambiente y frecuentemente se verbalizan mediante ideas abstractas. El segundo conjunto está formado por las “cosas” que es posible identificar en el campo visual del observador (Ver tabla 10). Las unidades de la imagen que forman este segundo conjunto generalmente aluden a los productos materiales del trabajo humano, y son nombradas mediante sustantivos concretos

Tabla 8: Sujetos, actitudes y actividades visibles en Bartolomé de las Casas.

<i>Actividad del comercio</i>	<i>Bloqueo</i>	<i>Gente</i>
<i>Venta informal</i>	<i>Las injusticias</i>	<i>Mi familia</i>
<i>Comercio</i>	<i>Cuando me quieren robar</i>	<i>Mis vecinos</i>
<i>Los que vienen a comprar</i>	<i>Robo de luz</i>	<i>Relojeros</i>
<i>Los que están vendiendo</i>	<i>Invasión completa de la calle</i>	<i>Personas que van a jugar futbol soccer</i>
<i>Negocio</i>	<i>Las caras que hacen los hombres</i>	<i>Personas que van a jugar futbol rápido</i>
<i>Venta en locales</i>	<i>Robo a transeúnte</i>	<i>Amigos</i>
<i>Venta de masa para tortillas</i>	<i>Boxeo</i>	<i>Ellos</i>
	<i>Les falta educación a los tepiteños</i>	<i>Chucho el que vive aquí</i>
	<i>Insalubridad</i>	<i>La Pita</i>
<i>Gente que desarrolla actividades en tiendas</i>	<i>Fiesta</i>	<i>Elementos de seguridad pública</i>
	<i>Tradición</i>	<i>Muchacho que recicla plástico</i>
		<i>Turismo extranjero</i>
		<i>Muchas mujeres bellas</i>
		<i>Las jefecitas</i>

Tabla 9: Sujetos, actitudes y actividades visibles en la Plaza Martes de Arte.

Sujetos		Actividades y actitudes	
<p>Señor en bicicleta</p> <p>Limpiaparabrisas</p> <p>Mendigos</p> <p>Policías</p> <p>Vendedores</p> <p>Gente</p> <p>Gente despreocupada del entorno.</p> <p>Gente de calle</p> <p>Comerciantes</p> <p>Vagabundos</p> <p>Niños, mujeres y hombres</p> <p>Personas que vienen a comprar</p>	<p>Personas que piensan qué van a hacer ahora</p> <p>Personas que están pensando de la vida</p> <p>Personas que van a trabajar</p> <p>Personas que vienen a pasearse y caminar</p> <p>Personas que vienen a conocer la arquitectura,</p> <p>Personas que vienen a conocer el centro de México</p> <p>Personas que vienen a tomar un descanso,</p> <p>Personas que vienen a platicar.</p>	<p>Alegres, conviviendo,</p> <p>Pasan personas curiosas,</p> <p>Ascenso y descenso de pasaje</p> <p>Robo a transeúnte</p> <p>Venta de periódico,</p> <p>Comercio informal</p> <p>Recolección de basura</p> <p>Barrido fino</p> <p>Fogatas, defecan</p>	<p>Actividades culturales</p> <p>Convivencia sana</p> <p>Desorden</p> <p>Abandono</p> <p>No veo orden</p> <p>No veo organización</p> <p>No veo convivencia</p> <p>No veo comunicación</p>

Tabla 10: Objetos (productos materiales del trabajo humano) visibles en ambos lugares.

Bartolomé de las Casas	Martes de Arte
<p>Mercancías: <i>comida rápida formal, comida rápida informal, tostadas, chocolates, piñatas, tijeras, casas, zapatos.</i></p> <p>Puestos e implementos: <i>lonas, estructuras de puestos.</i></p> <p>Infraestructura: <i>postes, cables de luz mal puestos, obras del drenaje.</i></p> <p>Residuos: <i>basura, incumplen en la Delegación, basura, papeles.</i></p> <p>Vehículos: <i>carros que vienen a surtir, carros en doble fila.</i></p> <p>Otros: <i>máquina de nixtamal.</i></p>	<p>Mercancías: <i>papas, tortas, garnachas, bolsas, comida, mochilas, playeras, quesadillas, gorditas, tepache, frutas, papas doradas, chicharrones, tortas, antenas, mercancías, comida.</i></p> <p>Puestos e implementos: <i>lonas.</i></p> <p>Mobiliario urbano: <i>fuelle, jardineras, agua, semáforos, postes con cámaras.</i></p> <p>Residuos: <i>basura (5 menciones), mucha basura, mugre.</i></p> <p>Vehículos: <i>vehículos de transporte, carros, micros.</i></p> <p>Otros: <i>música, imágenes (religiosas), dibujos, paredes maltrechas, descarapeladas, mural.</i></p>

Uno de los primeros hallazgos de la investigación se relaciona con las formas de representación de lo visible, es decir, las diferentes maneras de verbalizar las unidades de la imagen a partir de la percepción visual que resulta de la experiencia sensorial en el lugar. Como se explica en el primer capítulo, el espacio fue representado a través de producciones lingüísticas que buscaban la expresión de sustantivos mediante los cuales la entrevista pudiera enfocarse en los sujetos y las prácticas más importantes para los entrevistados. De esta manera, los entrevistados recibieron la instrucción de nombrar con palabras los objetos, sujetos o situaciones visibles en un espacio específico, ya sea en la esquina de Vidal Alcocer y el Eje 1 Norte o en torno al Deportivo Tepito.

Una vez realizado el ejercicio, se encontró que no sólo existe una forma de identificar los elementos de la imagen, sino que hay más de una estrategia o mecanismo de selección de los objetos. Esta propuesta de análisis tiene relevancia en el estudio de la imagen del espacio público y la relación del sujeto con el lugar. En este sentido, una de las maneras de estudiar las miradas al espacio público es distinguir las formas en que son expresadas, es decir, las formas en que los *observadores* seleccionan distintos aspectos de la realidad en el universo de posibilidades al que se exponen en el proceso de experimentación del espacio público. Así, en las unidades de la imagen que cada uno de ellos seleccionó aparecen objetos presentes, pero también ausentes y esto lo expresan mediante palabras y frases concretas y abstractas. Además, al verbalizar los elementos que perciben en el espacio, algunos de los entrevistados hacen patente su pertenencia al espacio o a una comunidad.

La primera de estas “estrategias” implica una forma de expresar la imagen del lugar aún si el objeto no se encuentra materialmente. Es decir, se trata de imágenes previamente realizadas y de objetos que tienen una fuerte presencia en la imagen del lugar. Esta estrategia puede ser importante para describir la imagen del espacio en cuanto a reconocer la relación del entrevistado con el lugar. En este sentido, la estrategia puede servir para reconocer si se trata de una imagen de un lugar en el que el sujeto se encuentre cotidianamente presente, si sólo es un espacio de paso o si se trata de un espacio que no ha sido vivido de una manera cercana y atenta.

La primera acción de esta estrategia es la realización de un *repertorio de presentes*: Entre los “presentes” se percibe lo que es o está, es decir, que el sujeto presenta una relación de los objetos perceptibles en la experiencia inmediata o que se suponen posibles aunque no se encuentren dentro del campo visual. Algunos ejemplos encontrados en las entrevistas fueron: *Los que están vendiendo, Personas que están pensando en la vida, Pasan personas curiosas, Chucho el que vive aquí.*

La segunda acción de esta estrategia es lo que podríamos denominar como *exposición de faltantes*. Es decir, que la unidad de la imagen se verbaliza como una advertencia de aquello que falta, de lo que no está o que no es, pero que es parte de la memoria reciente o histórica. Es algo que “debería estar y no está” o es algo que “estuvo y ya no está”. Ejemplos de ello entre los entrevistados son: *Veo que no vino la señora del café, Que no pasa el recolector de basura, Veo que todo está muy cambiado, El Ex-CENDI.* Esta enunciación puede indicar que el sujeto posee elementos valiosos para la construcción de la memoria colectiva o, en todo caso, que su relación con el lugar ha sido intensa.

La segunda manera de verbalizar las unidades de la imagen tendría que ver con el grado de abstracción. En este sentido, la acción más socorrida es la de nombrar algo concreto es la de nombrar lo concreto, es decir, producir un catálogo de objetos que existen en la realidad o en la imaginación como formas determinadas. Algunos ejemplos de ello encontrados en las entrevistas son: *Animales, Supercito, Garnachas.*

Otra acción posible en esta estrategia es nombrar el espacio a partir de objetos abstractos, es decir, a partir de la manifestación de objetos que no tienen una forma determinada y que no pueden funcionar con independencia de un tercer objeto sobre el cual realizan su existencia y pueden designar (Luna *et al*, 2005: ver en el diccionario definición de sustantivo y sus variantes). Algunos ejemplos son: *Insalubridad, Robo, Umbral.* Esta estrategia evidencia el grado de instrucción del sujeto que produce las enunciaciones, pues se llegan a utilizar vocablos especializados o propios de diferentes comunidades religiosas, políticas o académicas.

Una de las formas de selección de los elementos de la imagen más interesantes en términos socio-urbanísticos es lo que podríamos denominar como la *declaración de pertenencia*. En

cuanto a los *enunciados* de lo “propio”, en esta acción se expresa un vínculo explícito de pertenencia o propiedad como *mi familia, mis vecinos, amigos, Donde yo viví*. La acción de nombrar lo ajeno o neutral implica que en la unidad de la imagen no se hace referencia explícita de vínculos y se expresa en tercera persona. Algunos ejemplos que se encontraron en las entrevistas fueron: *Ellos, Defecan, Los que vienen a comprar*.

Como parte del proceso de investigación, se encontró un tipo de unidades de la imagen que no son sólo objetos, sino que a éstos se les asocian sujetos y funciones específicas, por lo cual fue necesario abrir otro campo semántico para su estudio; se trata de los *lugares* (ver tabla 11). En este sentido, se encontró que en el estudio de la imagen de un lugar se encuentran otros lugares asociados. Esto es evidente si se considera que una plaza o una calle es un nodo de vinculación entre espacios privados o entre otros espacios públicos. Sin embargo es interesante observar cómo un lugar puede ser concebido por muchas personas como un contenedor de otros lugares. Por ejemplo, se puede decir que la imagen de una plaza “contiene” la imagen de una escuela o que la imagen de una calle “contiene” la imagen de una iglesia y un mercado. En un sentido estricto, el lugar que ocupa un mercado es distinto al que ocupa una calle, pero al ser integrado como parte de lo visible, se puede considerar como un elemento “contenido” por la imagen de calle, como pueden ser las personas y los árboles.

Tabla 11: Lugares “contenidos” en la imagen.			
Bartolomé de las Casas		Plaza Martes de Arte	
<i>Mercado</i>	<i>Mercados</i>	<i>Puesto de frutas</i>	<i>Salida del metro</i>
<i>Deportivo</i>	<i>Casas</i>	<i>Puesto de tortas</i>	<i>Confluencia Avenida y Metro.</i>
<i>Plaza Bartolomé de las Casas</i>	<i>Molino</i>	<i>Puestos</i>	<i>Lechería</i>
<i>Capilla</i>	<i>Tortillerías</i>	<i>Pocos puestos</i>	<i>Mercadito</i>
<i>Vecindades, predios</i>	<i>Taquería</i>	<i>Escuela</i>	<i>Jardín</i>
<i>Ex -CENDÍ</i>	<i>Casa vieja Paniagua</i>	<i>Iglesia</i>	<i>Escuela</i>
<i>Gimnasio</i>	<i>Plaza</i>	<i>Comercio</i>	<i>Área verde</i>
<i>Camellón de Bartolomé</i>	<i>Donde yo viví</i>	<i>establecido.</i>	<i>Crucero que no tiene señales.</i>
<i>Puestos</i>	<i>Tiraderos de basura.</i>	<i>Supercito</i>	
<i>Tiendas</i>			

3.6. Presentación de casos: Martes de Arte.

A continuación se presentan algunas de las unidades de la imagen que se expresaron dentro del universo de las entrevistas realizadas. La selección está integrada por las entrevistas mejor logradas y que expresan de una manera más profunda los procesos en torno a los objetos, sujetos, lugares o situaciones visibles. Esta exposición consiste en una presentación de 15 *unidades de la imagen*, seleccionadas por su importancia dentro de un conjunto de referentes expuestos por el mismo entrevistado. Así, se presentan 8 unidades correspondientes a la Plaza Martes de Arte: *la fuente, alegres conviviendo, el crucero que no tiene señales, las papas, las quesadillas, la gente, el abandono y el deportivo* y 7 relativos a Fray Bartolomé de las Casas: *robo a transeúnte, el bloqueo, cuando me quieren robar, el puesto, los puestos; los tenis y chocolates*.

Cada uno de ellos se expone y se analiza en su contexto considerando los siguientes elementos: descripción del entrevistado y de su relación con el espacio, conjunto de enunciados, descripción de las estrategias de selección utilizadas, análisis del conjunto en función con la mirada al espacio público, exposición de motivos de la jerarquización, ubicación de sujetos y procesos asociados a la enunciación principal, así como la opinión personal respecto al comercio informal callejero en el ámbito normativo y las preferencias respecto al uso del espacio público en Tepito.

En la siguiente sección se exponen estos casos partiendo de la relación entre un sujeto (el entrevistado) y su discurso respecto al espacio público generado a partir de una unidad de la imagen que él mismo seleccionó como la más importante o significativa. Además, se hace una relación del sentido que para uno de ellos tiene el espacio público (Ver tablas 12 y 13).

Tabla 12: Índice de casos plaza Martes de Arte.

Caso	Síntesis
1 Joaquín y la fuente.	Población de calle hace referencia a un elemento del mobiliario urbano como recurso para la supervivencia.
2 La vecina, la alegría y el convivio.	Residente de la tercera edad hace referencia a actividades recreativas que organiza la parroquia de la Divina Institución.
3 La mirada de Jorge.	Residente y ex trabajador del transporte público perdió una pierna en accidente laboral. Acude a las actividades del martes de arte como una forma de evadir una realidad sórdida.
4 Edelimira y el crucero que no tiene señales (Promotora cultural).	Defensora de derechos humanos denuncia el riesgo de los peatones.
5 El funcionario y las papas.	Funcionario menor de la Delegación Cuauhtémoc habla del riesgo que implica la venta de papas fritas.
6 Rubén y las quesadillas.	Residente, comerciante y luchador de lucha libre habla de los alimentos preparados y su vínculo afectivo con el espacio.
7 La vendedora y la gente.	Comerciante residente habla de la posibilidad de socializar con los consumidores que acuden a la plaza.
8 Mario y el abandono.	Promotor cultural critica la falta de mantenimiento del espacio y lo asocia a un fenómeno social.

Tabla 13: Índice de casos Bartolomé de las Casas.

Caso	Síntesis
9 El padre y el deportivo.	Funcionario de la iglesia católica mira el equipamiento como un espacio de contacto con los jóvenes residentes.
10 Otro funcionario y el robo al transeúnte.	Funcionario de la Delegación Cuauhtémoc denuncia el fenómeno de integración de los jóvenes a las organizaciones criminales.
11 El cronista y el bloqueo.	Promotor cultural critica la falta de movilidad generada por el descontrol del comercio informal.
12 “Cuando me quieren robar”: Balico.	Comerciante informal ex residente habla del robo a menudeo a su negocio.
13 Dos comerciantes y los puestos.	Dos comerciantes en establecimientos formales denuncian las consecuencias en la vida cotidiana del comercio informal.
14 Josefina y los tenis.	Residente mira la calle como un espacio de abasto familiar.
15 Brandon y los chocolates.	Niño hijo de comerciantes tepiteros habla de las cosas que más le gustan y las personas con las que tiene contacto al estar con sus papás en el puesto.

Caso 1: Joaquín y la fuente. (Entrevista con Joaquín Ramírez, 7 de febrero de 2010).

Joaquín tiene 60 años y desde hace tres meses vive en la Plaza Martes de Arte. Duerme en una esquina de la plaza en una instalación de cartones donde guarda sus pertenencias. Durante la entrevista, él comentó que diariamente trabaja durante una hora ayudando a la actividad del tianguis y después regresa a la plaza. Él está durante toda la semana en el mismo lugar, pero los martes procura irse al otro jardín a sentarse y a comer.

Durante la entrevista mencionó también que los indigentes del otro parque “le hacen maldades” y le roban sus cosas cuando no está y se acercan constantemente para pedirle comida. Joaquín también ha tenido problemas con los funcionarios de la Delegación, pues le insisten en retirarse de la plaza y de vez en cuando se llevan sus cosas.

Él seleccionó la fuente como su enunciado principal pues según él mismo dice: -me sirve para agarrar agua-. La fuente también es utilizada por los muchachos que limpian vidrios sobre el Eje 1 Norte para llenar sus botellas. En la entrevista, Joaquín indicó que la fuente se construyó cuando construyeron la iglesia, aunque según otros informantes, ese espacio es un remanente de la construcción de los ejes viales. Al parecer, la plaza se encuentra en el espacio donde antes se encontraba una vecindad. Y según datos de la dirección de obras de la subdirección territorial Tepito-Guerrero, esa fuente fue colocada en 2005 como parte de un programa de mobiliario urbano financiado por el gobierno local.

En este caso, la jerarquización se hace en función de una necesidad básica, pues la plaza se usa como un espacio íntimo y permanente al aire libre, en el cual, el mobiliario urbano funciona como parte de la vivienda. Así, *la fuente* es un objeto de primera necesidad, es decir, que toma una importancia vital en términos de la sobrevivencia (Ver foto 47).



Foto 47: La fuente y un indigente en Eje 1 Norte y Vidal Alcocer hacia 2004. (Foto: MP).

Los sujetos que aparecen tras la enunciación son él mismo y los limpiaparabrisas como usuarios y la iglesia como institución que le da sentido al espacio. Otras de las enunciaciones hechas por Joaquín fueron *el jardín* y *las imágenes*. Por un lado, *el jardín* es considerado como un “espacio con pasto” que es “bonito, amplio” y que pertenece a la iglesia (Parroquia de la Divina Institución). El jardín lo usan también los limpiaparabrisas y menciona que para él es como si fuera su casa, por lo que está de acuerdo con que la fuente esté ahí.

Por su parte *las imágenes* es una unidad de la imagen que se refiere a una suerte de altar improvisado. Este altar está formado por algunas representaciones gráficas de íconos religiosos que están impresas y colocadas sobre cartón o alguna superficie rígida, y son enmicadas y luego colocadas en marcos de plástico. Estas imágenes están colgadas en el tronco de uno de los árboles al interior de la plaza.

Desde la mirada de Joaquín, las imágenes son “La virgen y Cristo, el divino rostro de Jesús”. Él considera que son bonitas y aunque no sabe quién las colocó en ese lugar, piensa que fueron los vendedores “para que los socorra Dios”, por lo que agrega: “significan a Dios, a su hijo y a la madre de su hijo”.

Estos enunciados se ubican en el siguiente campo semántico:

-Fuente	-Árboles
-Vendedores	-Imágenes
-Bolsa	-Lonas
-Jardín	-Dibujos
-Micros	-Postes con cámaras

Se trata de enunciados que hacen referencia al presente de una manera concreta. En este campo no se advierte un sentido de pertenencia a ningún sujeto, objeto o situación. Llama la atención que, a pesar de tratarse de una persona que habita el lugar y que no es sólo un usuario, los objetos materiales son más importantes que los sujetos con los que pueda mantener alguna relación, aunque ello puede explicarse por el corto tiempo en el que Joaquín ha ocupado el jardín.

Los vendedores son los únicos sujetos presentes en este conjunto, aunque aparecen otros sujetos relacionados de manera indirecta con los objetos visibles. Estos objetos relacionados son la iglesia y los limpiaparabrisas. La actividad comercial es importante en esta mirada pues aparece a través de la presencia corporal de los comerciantes, pero también a través de la *bolsa* como mercancía y a través de las lonas, como instalación precaria que funciona como extensión del puesto. En esta mirada *el jardín* aparece como un lugar despersonalizado en la que se prioriza a los objetos del entorno como el mobiliario, los vehículos, la vegetación y las intervenciones plásticas.

Para Joaquín, el comercio en vía pública es un derecho, pues “todo el mundo vende”. Sin embargo, considera que las calles deben usarse para los carros y el transporte, mientras que los parques deben servir “para cuidar la ecología” y las plazas deben ser utilizadas “para que la gente trabaje”, es decir, para que realice actividades relativas al comercio.

Caso 2: La vecina, la alegría y el convivio. (Entrevista con María Teresa Gutiérrez, 9 de febrero de 2009).

Esta es la mirada de una mujer de 62 años, vecina del barrio. Ella asiste cada martes por la mañana y por la tarde a las actividades que se organizan en la plaza. Durante la mañana, la Parroquia de la Divina Institución organiza clases de yoga, danzón y otras actividades. Por la tarde, el Comité Martes de Arte en Tepito promueve otras actividades como clases de ajedrez, eventos culturales y baile. En este contexto, la mirada se expresó en el siguiente conjunto de *enunciados*:

-Carros	-Escuela
-Alegres, conviviendo	-Árboles
-Pasan personas curiosas	-Aire
-Puesto de frutas	-Música
-Puesto de tortas	-Señor en bicicleta

Estas unidades se pueden identificar como un listado de presentes donde las construcciones son concretas y donde no se hace explícito un sentido de pertenencia aunque tampoco se advierte una sensación de rechazo hacia persona u objeto alguno. En este contexto, la presencia de vehículos y de cuerpos humanos en movimiento, como *señor en bicicleta* apuntan hacia una imagen del espacio como ámbito de movilidad, de flujos. Por otro lado, en esta mirada se advierte una suerte de celebración de la armonía donde la exaltación de la naturaleza, la descripción positiva de los gestos y la presencia de la música podrían formar parte de una mirada complacida ante la experiencia del espacio. En este sentido, la actividad comercial también está presente en esta mirada como parte de un entorno agradable.

Para esta persona, la unidad más importante fue *alegres, conviviendo*, pues según sus propias palabras *es bonita la unidad entre las personas*. Tras este enunciado, ella observa a sus compañeras del yoga, con quienes comparte la oportunidad de ejercitarse. También observa a la iglesia como una institución que convoca a las actividades a las que ella asiste con frecuencia. Según sus propias palabras, la unidad entre las personas está implicada en la actividad física y ésta significa a su vez “elasticidad y menos dolor”. Así, en esta mirada,

el bienestar físico y la posibilidad de convivir con otros aparecen como aspectos positivos en su práctica del espacio público.

Para esta mujer, el comercio en vía pública es un derecho, pues lo considera una necesidad y una alternativa de sobrevivencia. Sin embargo, desde su punto de vista, las calles del barrio deben servir para “caminar, transportarnos”, mientras que los parques deben ser utilizados para que los niños salgan a correr, pues “ya no hay patios”. Por otro lado, indicó que las plazas deben usarse para hacer exposiciones.

Caso 3: La mirada de Jorge. (Entrevista con Jorge Salas, 9 de febrero de 2009).

Jorge Salas es un vecino del barrio que asiste frecuentemente a la plaza. Este hombre de 32 años trabajó durante 12 años como garrotero. Se les llama garroteros a las personas que ayudan a controlar las salidas y tiempos de las unidades del transporte público, en este caso microbuses y autobuses urbanos. Jorge trabajaba en el paradero que está en el Eje 1 Norte y Vidal Alcocer. En el momento de realizar la entrevista, hacía un año que Jorge había sufrido un accidente durante su trabajo y como consecuencia perdió una pierna y su empleo. A partir de entonces tuvo problemas con el alcohol y el abuso de drogas, pues se insertó en una dinámica autodestructiva en la que también participan sus vecinos. Según su testimonio, actualmente él está buscando escapar de esa situación, por lo que un comerciante familiar suyo, que tiene un puesto en la plaza lo invitó para que lo acompañara y se entretuviera viendo el baile y compartiera con la gente que asiste los martes a la plaza (Ver foto 48). Él comenta que estar en la plaza implica un escape temporal a una realidad sórdida.

-Gente bailando

-Parada micro

-La venta

-Cómo baja la gente de la parada a la hora de trabajar

-Drogadicción

-Gente que vive aquí

-Gente que viene arregladita y bañada

-Un mundo de gente

-Puros viejitos

-No hay muchachas guapas

-Focos (ver foto 49)

-Árboles



Foto 48: Gente bailando. Vidal Alcocer y Eje 1 Norte Abril de 2008. (Foto: MGP)



Foto 49: Lámpara y árboles. Vidal Alcocer y eje 1 Norte, 5 de enero de 2010. (Foto: CC).

La mirada de Jorge es muy diversa en términos de las formas de selección de objetos, personas y situaciones. Es importante mencionar que fue entrevistado un martes por la noche, durante la actividad semanal del baile.

Se trata de unidades que aluden principalmente a la presencia de personas y a sus actividades, poniendo en segundo término el mobiliario y “la parada de los micros” como lugar asociado a la plaza. Las construcciones abstractas que él menciona se refieren a fenómenos sociales como el comercio informal en la plaza y el abuso de sustancias psicotrópicas en otros lugares cercanos, como es el caso del jardín que se ubica al cruzar el Eje 1. Jorge también advierte como faltantes a las mujeres jóvenes con las que él quisiera relacionarse y asegura que “no hay muchachas guapas”. En este contexto, los sujetos que este vecino observa son participantes de las actividades culturales, pero también aparece de manera indirecta Luis Arévalo como organizador y él mismo como público beneficiario de la actividad.

Caso 4: Edelmira y el crucero que no tiene señales. (Entrevista con Edelmira Lomelí, 9 de diciembre de 2008).

Edelmira Lomelí es una mujer madura que estudió derecho, quien durante los últimos años se ha dedicado a apoyar a mujeres sexoservidoras, víctimas de violencia familiar y a población de calle, por lo que se define a sí misma como “defensora”. Aunque no es vecina de Tepito, ha estado a cargo de talleres de artes plásticas para mujeres del barrio, labor que ha desarrollado durante más de tres años, por lo que para efectos de este trabajo es considerada como parte del grupo de los promotores culturales del Comité Martes de Arte en Tepito. Sus construcciones se enlistan de la siguiente manera:

- | | |
|-------------------------------------|--|
| -Basura | -Crucero que no tiene señales |
| -Puestos | -Gente de calle |
| -Paredes maltrechas, descarapeladas | -Fuente |
| -Gente despreocupada del entorno | -Fogatas, defecan (ver foto 50) |
| -Micros que se paran donde no deben | -Jardineras (basurero de comerciantes) |



Foto 50: “No te orines, respeta, huele feo” Vidal Alcocer y Eje 1 Norte5 de enero de 2010. (Foto: CC).

Este conjunto nos habla de una mirada de denuncia ante el descuido y las condiciones precarias del espacio público. Edelmira construyó una mirada a partir de elementos concretos y presentes en los que no aparece una vinculación de pertenencia o de propiedad. En contraste, en la mayor parte de estas unidades de la imagen se advierte una postura crítica que hace referencia al espacio, pero que va dirigida a agentes como el gobierno local, los comerciantes y los conductores de microbuses. Por un lado, expone la falta de higiene y de mantenimiento, mientras visibiliza fenómenos como la indigencia y la anomia.

En este contexto, la unidad seleccionada por su importancia fue *el cruce que no tiene señales*. Ella indicó que era lo más importante, pues “...es cuestión de seguridad”. Al respecto mencionó que en una ocasión presenció un accidente ocurrido en el cruce de Eje 1 Norte y Vidal Alcocer (ver fotos 51 y 52).



Foto 51: Cruce de Eje 1 Norte y Vidal Alcocer, 5 de enero de 2010. (Foto: CC).



Foto 52: Carpeta asfáltica sin pintar, cruce de Vidal Alcocer y Eje 1 Norte, 5 de enero de 2010. (Foto: CC).

En este percance, falleció un peatón luego de ser atropellado por un automóvil. Edelmira considera que la Delegación no ha cumplido con su responsabilidad de pintar la señalización poniendo en peligro la vida de la gente. Esta mujer hace visibles a otros

sujetos como los peatones y los automovilistas, quienes desde su punto de vista, no muestran respeto hacia los transeúntes.

A través de su mirada, el comercio aparece de manera marginal aunque se hace presente en las figuras del *puesto* y de los comerciantes que dejan su basura en las jardineras. Al respecto ella opina que el comercio en vía pública es un derecho que debe ser regulado, pues “es un mal necesario”. Sin embargo, las calles, los parques y las plazas de Tepito “deberían servir para divertirse, no para el comercio”.

Caso 5: El funcionario y las papas. (Entrevista con Rafael del Castillo Rodríguez, Jefe de unidad departamental de Jurídico, Gobierno y Seguridad Pública).

Como parte de las entrevistas realizadas a actores directamente relacionados con los espacios seleccionados en este trabajo, se entrevistó a un funcionario de la Delegación Cuauhtémoc que desde su escritorio, formuló sus enunciaciones a partir de experiencias anteriores del espacio público:

- | | |
|-------------------------|------------------------------|
| -Papas | -Ascenso y descenso |
| -Tortas | -Confluencia Avenida y metro |
| -Garnachas | -Comercio establecido |
| -Iglesia | -Supercito |
| -Pocos puestos | |
| -Salida del metro común | |

Se trata de un listado de presentes formulados a través de construcciones más concretas que abstractas donde no se hacen patentes vínculos de pertenencia ni de propiedad. Los elementos concretos se refieren a lugares asociados, mercancías comestibles, instalaciones precarias y actividades humanas como el movimiento peatonal y el comercio, considerado como un fenómeno que se expresa mediante una abstracción.

La persona entrevistada indicó que la unidad más importante era *las papas*, es decir, el puesto de papas fritas que se encuentra en la Plaza Martes de Arte (ver foto 53). Para él, el gran cazo metálico con aceite que se utiliza para freír las papas alcanza grandes

temperaturas por lo que considera que “es un problema de protección civil”. Recuerda una ocasión en que él como representante de la autoridad y otros compañeros intentó sin éxito reubicar ese puesto. En este *enunciado*, el funcionario se mira a sí mismo como autoridad en relación con los comerciantes, a quienes mira como interlocutores.



Foto 53: Puesto de papas fritas (producción y venta). Luis Arévalo (izq.) y Alejandro Olarte (der., investigador de la UAM-X). La encargada del puesto se escondió tras las papas al ver la cámara, Junio de 2010. (Foto: CC).

Las papas alude junto con *las tortas* y *las garnachas* una forma de construcción de los *enunciados* caracterizada por vincular mercancías y lugares. En este sentido, se trata de diferentes giros comerciales que forman un espectro de posibilidades en términos del consumo callejero de alimentos. A este conjunto se asocian lugares asociados a la plaza como las mercancías-lugar, la iglesia, los puestos, el metro, la avenida y el metro.

Por otro lado, el entrevistado propone una mirada a esta plaza en relación con otras zonas del tianguis de Tepito. Entonces, la plaza es imaginada como un espacio menos denso, es decir con “menos puestos”, donde también es visible el comercio establecido como fenómeno y como lugar. Así, el comercio es representado como mercancía, como fenómeno y como circuito de lugares en un espacio de flujos.

Para este actor, el comercio en vía pública no es un derecho ni un delito, sino una “falta administrativa”. Desde su punto de vista, los espacios públicos deberían estar relacionados

con la diversión, el disfrute, goce, descanso y esparcimiento, “no para ejercer el comercio”. Para cerrar la entrevista, formuló una pregunta interesante para el debate respecto a la legitimidad del comercio informal callejero: *¿qué derecho debe prevalecer, vender o transitar libremente?*.

Caso 6: Rubén y las quesadillas. (Entrevista con Rubén Pérez, 21 de enero de 2010).

Rubén tiene 26 años. Él y su familia nacieron y viven en Tepito, son comerciantes y luchadores de lucha libre profesionales³². Las unidades de la imagen de Rubén corresponden en su totalidad a mercancías, unas comestibles y otras de uso doméstico, ropa y accesorios.

- Mochilas (ver foto 54)
- Playeras
- Quesadillas (ver foto 55)
- Gorditas
- Tepache
- Fruta (ver foto 56)
- Papas doradas
- Chicharrones
- Tortas
- Antenas
- Fundas



Foto 54: Puesto de mochilas. Vidal Alcocer y Eje 1 Norte, 5 de enero de 2010. (Foto: CC).



Foto 55: Puesto de quesadillas. Vidal Alcocer y Eje 1 Norte, 5 de enero de 2010. (Foto: CC).

³² La mamá de Rubén es una luchadora de lucha libre reconocida en el barrio, es entrenadora y actualmente dirige la carrera de Rubén además de entrenar su hermano, de 9 años.



Foto 56: Puesto de fruta, Vidal Alcocer y eje 1 Norte, Enero 5 de 2010. (Foto: CC).

Para este joven, *las quesadillas* es la unidad más importante, pues “es el puesto más antiguo” y significa la posibilidad de alimentarse a un precio accesible. Con “*las quesadillas*” él se refiere a la comida, pero también al puesto que describe así:

El puesto es de estructura metálica en forma de carrito, tiene acero inoxidable en forma de rombos, o sea muy presentable. Tiene como un tipo una vitrina, que viene siendo como de vidrio y tiene un aparador donde muestra lo que es la comida, el aparador, pues lógico es de vidrio. A un lado está lo que viene siendo el sartén, ah no, se llama comal, ya me acordé. Donde hacen, cocen la tortilla y calientan la quesadilla y hacen las gorditas, los huaraches y tacos de bistec.

Para él, el comercio en vía pública es un derecho y una alternativa entre la situación económica que afecta a la población. En este sentido, él expone su opinión:

Yo te puedo decir que las calles pues sirven pá caminar ¿no? Poder transitar por ahí. Sirven pá caminar o como se dice vulgarmente aquí: para ir baboseando y viendo, distrayéndose y viendo ora sí que qué es lo que está más barato, porque luego es lo que estamos buscando: bueno, bonito y barato.

Esta mirada se caracteriza por la sobrevaloración del uso comercial de la calle. Por un lado la construcción de la imagen a partir de un listado de mercancías nos habla de una imagen despersonalizada. Aunque, por el otro lado, al profundizar en el sentido de *las quesadillas* se encontró un fuerte anclaje afectivo proveniente de su identificación y vínculo con una red familiar extendida hacia la idea de barrio. De esta manera, el espacio público aparece

como un lugar netamente comercial donde se recrean las redes sociales a las que él pertenece. El espacio es en esta mirada un recurso cuyo uso es legitimado por la adversidad económica. Además, la mirada de Rubén no se aleja del consumo como eje de las prácticas espaciales. En otras palabras, él no sólo se ve como vendedor y vecino, sino también como consumidor.

Caso 7: La vendedora y la gente. (Entrevista realizada el 13 de febrero de 2009).

Tiene 29 años, es mujer y trabaja en el negocio familiar vendiendo bolsas y mochilas. Su mirada está constituida por elementos concretos aunque también incluye abstracciones como *negocios* y *transporte*. Su mirada se realiza a través de un listado de presentes sin declarar con ello vínculos de pertenencia ni propiedad.

- Basura
- Comida
- Negocios
- Transporte
- Reloj
- Agua
- Escuela (ver foto 57)
- Semáforos
- Perros
- Gente



Foto 57: Escuela. Esquina de Eje 1 Norte y Avenida del Trabajo, 5 de enero de 2010. (Foto: CC).

Para ella “la gente” es lo más importante “*Porque con ellos convives (...) Ellos son simpáticos, vienen a comprar, con ellos puedes socializar*”. En este sentido, la presencia de *la gente* significa *el negocio*, la posibilidad de vender.

Así, a través de *la gente*, esta mujer mira la actividad familiar y se mira a sí misma como beneficiaria de una situación conveniente en términos económicos. Por otro lado *la gente* aparece como el actor que da sentido a la actividad cotidiana. Por un lado implica la posibilidad de interactuar y recrearse en la relación con consumidores que vienen de otras partes de la ciudad. Al mismo tiempo, la relación con *la gente* es valorada a partir del interés económico.

En este contexto, el comercio en vía pública es representado como un derecho al que deben acompañarse obligaciones relativas al uso responsable del espacio público. Es decir, lo que ella propone es responsabilizarse por la limpieza, pagar impuestos y dar mantenimiento “a lo que sirve para tu negocio”. Así, indica que las calles deben servir para caminar con seguridad, los parques deben servir “para la diversión”; mientras que las plazas deben usarse para hacer negocio y realizar actividades culturales.

En este discurso, el espacio público aparece como un espacio de socialización, como posibilidad de acceso al mercado donde los derechos de los comerciantes no se entienden sin responsabilidades y las actividades culturales aparecen como parte de las prácticas deseables en el espacio público.

Caso 8: Mario y el abandono. (Entrevista con Mario García Puga, 20 de marzo de 2009).

Mario García Puga se define a sí mismo como “promotor cultural”. Durante varias décadas ha realizado actividades culturales en el barrio y ha ocupado puestos como funcionario en equipamientos deportivos y culturales al interior del barrio y actualmente forma parte del Colectivo Martes de Arte en Tepito.

Para construir su mirada, acude a una compilación de elementos presentes, pero también realiza una advertencia de ausentes compuesta de elementos concretos y abstractos a través de los cuales no se hace notable un sentido de pertenencia ni de propiedad. En su experiencia directa del espacio, Mario indicó la presencia de personas, mercancías, desechos sólidos y vehículos. También identificó la ausencia de ciertas acciones relativas al espacio, entendido en un sentido material, pero también expuso las carencias en cuanto a las formas de relación social.

-niños, mujeres y hombres	-abandono
-desorden	-comida
-mercancías	-no veo orden
-basura	-no veo organización
-vehículos de transporte	-no veo comunicación
-mugre	

En esta mirada, el elemento más importante es el *abandono*. Se trata de una enunciación abstracta, pues con ella estaría nombrando una actitud más que un objeto concreto:

...sí, osea el valemadrismo. Ese abandono es así : -pss, me vale madre- (...) Es una forma hasta cultural: -yo lo tiro ¡chingue a su madre!, me vale madre- Osea sí es el abanadono, la indolencia, la... Aunque saben que al otro día van a hacer uso otra vez del espacio. Esa, esa... se abandonan a sí mismos. Es un deterioro humano indolente, así ... se autodañan también ellos mismos, se autodeterioran. Osea eso es para mí el... eso para mí es como el abandono. De ellos mismos.

Para Mario *el abandono* es una “forma de ser” en la que la miseria se entiende no sólo desde una dimensión económica, sino desde una perspectiva emocional y cultural que se

observa en los rostros descuidados y desganados de la gente, en la ropa sucia y desaliñada, así como en la suciedad y la basura de la plaza:

...ese mismo cuate... orita está haciendo su chamba y al rato se va a drogar. Esa ñora sus hijas le vale madre orita viene la basura, su lanita, tranquila y todo y ya. Y así una cosa de superación, a lo mejor ahorita de superación es el hecho económico, pero ni lo utilizan chido ¡porque no sé ve que lo utilice ni para ella!, para sus hijas, que las veas sanas ¡no!. Es así un abandono, una manera de ser... cualquiera que me pongas... a la señora... ¡a cualquiera que me pongas! la señora como que... pinche vida muy rara... muy...y así como ella son la mayoría, que están ahorita con esto del comercio. Como que esa necesidad de hacer varo, hacer varo. Pero otras cosas de la educación, de trascender ¡no!, nomás, ¡ni pá presumir! ¿no? Me parece muy raro, muy este... muy mala onda. Muy mal, el concepto que tienen de vida, los anhelos o los objetivos que tiene la gente.

Para Mario, *el abandono* aparece como una construcción abstracta pero tiene sin embargo expresiones materiales, aspectos visibles de este fenómeno.

[El abandono]... *se materializa por ejemplo en la basura, en la forma de, de, de ser de la gente en su forma de...en su rostro, en su cara, en su ropa, en su... osea todo esto pues que implica. Los ves muchas, muchas veces cómo tienen su pelo, cómo tienen sus zapatos, cómo te miran, todo eso como que mucha gente abandonada por ella misma, osea gente dejada. ¡como venga la vida! ¿no? y a como va... Pero se van por ese lado, nada más al hecho... [-silencio largo-]*

...el abandono es eso de que la gente se va dejando llevar por... para mí el abandono es... la ausencia de cosas; el saber que uno puede contar con esas cosas y dejarlas de lado que pasen. Las oportunidades, la... la posibilidad que uno podría tener de contar con algo, ya sea con salud, con economía, con algún otro trabajo, con algún otro tipo de divertimento, con algún otro tipo de cultura, de información, de cariños, de amores, osea ¡lo que venga!. Si viene bien, si no, de todos modos no hay bronca. No buscar tampoco por eso, -si se dá, bien, si no, ni modo-. Igual solamente recibir de lo que venga ¿si? y no luchar por que realmente... porque de todos modos no tiene la gente, no es un problema de la sociedad, sino de que la misma gente no tiene la oportunidad de reflexionar en sus objetivos de vida, en sus expectativas de vida. Porque la misma sociedad, su cultura no le da ni para eso, ¡ni para pensar que podrían tener un “estar bien”! un “estar mejor”, un mejor confort, una vida mejor. Porque ni se lo han planteado, ni le dan la posibilidad de plantearse esa posibilidad, esa reflexión. ¡ni esa la tienen!. Entonces, pues como venga la vida. Porque no es una conciencia crítica, porque esa conciencia crítica podría decir -¡no!, yo a mis hijos...- osea que podría ser

también esa reflexión decir –yo a mis hijos los quiero ver en la universidad...- ¡no, no, no! ¡con que estén vivos!, ¡con que respiren basta! (...) eso para mí es el abandono: el dejarte, ora sí que a la inercia, a los acontecimientos ¿sí? así como una barca que te va llevando la corriente. Ese es abandono, para mí.

A través de este enunciado, él está observando a los vecinos del barrio, a los comerciantes y a la gente que pasa por ese lugar como sujetos faltos de responsabilidad. En esta mirada, el “otro” es visto con una mirada crítica que se centra en las diferencias de valores respecto a los proyectos de vida y respecto a las formas de considerar el espacio público. En esta mirada, el descuido y desprecio por el espacio público aparece como una expresión del abandono personal, donde las condiciones emocionales e ideológicas del sujeto definen la forma y el sentido del espacio público. En este sentido, se expone esta situación como un problema colectivo que tiene su origen en una falta de atención en términos de un proyecto educativo y cultural mayor. En la entrevista Mario menciona la actividad cultural como un intento marginal y poco valorado entre la población local que busca generar alternativas a esta situación. En este sentido, Mario se presenta a través de su mirada como un actor crítico de una situación estructural pero también como un actor de cambio en una situación marginal.

Por otro lado, la visión que presenta Mario reconoce la ilegalidad en el comercio informal callejero, aunque indica la posibilidad legal de realizar esta actividad mediante una autorización de las instituciones gubernamentales:

...sí, es un delito menor. Está considerado como delito menor, hacer práctica comercial en la vía pública sin autorización. No hay autorización, por eso está el departamento de vía pública, es un delito, es un delito menor. Sí, así lo establece la ley, los reglamentos del Gobierno del Distrito Federal. Es un delito menor, pero sí.

Las preferencias de Mario respecto al uso del espacio público se orientan hacia una idea compartida entre el desarrollo de los espacios de intercambio entendidos como posibilidades para la reconstrucción de las redes de solidaridad en el barrio, pero también como la legitimación del usufructo del espacio público como una alternativa de supervivencia:

... las calles, como en toda la ciudad de México deben ser utilizadas para el traslado, para el reforzamiento del... pues la socialización, el consumo, el intercambio, la comunicación. No sé, lo más importante es digamos que la libre circulación de las personas que habitan. En todo caso, así es en todos lados.

3.7. Presentación de casos: Bartolomé de Las Casas.

Caso 9: El padre y el deportivo. (Entrevista con Abraham Parra, párroco de San Francisco Tepito, 2 de diciembre de 2009).

El padre Abraham Parra llegó a Tepito hace tres años. En su estancia al frente de la iglesia de San Francisco Tepito ha vivido de cerca la actividad comercial y ha tenido algunas diferencias con los funcionarios de la Delegación, así como una relación cordial pero crítica con los comerciantes. Una de sus preocupaciones principales es la movilidad de sus fieles y la posibilidad de mantener un público para las actividades religiosas que coordina.

Desde el punto de vista del padre, se hacen patentes mayormente construcciones concretas que anuncian sujetos, objetos, lugares o situaciones presentes. A partir de estas enunciaciones se puede decir que para este actor, el espacio público está constituido principalmente por lugares, entre los que se encuentran equipamientos, vivienda y vialidades. Por otro lado, la única actividad que se menciona es el comercio.

En este contexto, *el deportivo* fue el elemento más importante de la imagen (ver foto 58). Para él, la actividad deportiva sirve como un espacio de evasión para los jóvenes en un entorno de “vicio y desintegración familiar”. Así, uno de los sujetos revelados tras esta enunciación son los jóvenes del barrio, vistos como una población vulnerable que actúa como público de una actividad promovida por una institución que no se especifica en la entrevista:

(...) para mí, primero es el deportivo porque se ha dejado mucho el deporte. Tepito vive una situación media difícil en cuanto vicios y en cuanto a desintegración familiar, en cuanto a valores. No digo que el deporte nos lo puede dar todo, pero si nos ayuda un poquito, mínimo para distraer al chiquillo en otro ámbito que le gusta. Entonces, últimamente tendrá un mes, como que empiezan a jalar a los niños, veo que hay entrenamientos, que hay un poquito más de actividad.



Foto 58: Cancha del estadio “Maracaná”, 17 de enero de 2009. (Foto:CC).

Es interesante observar cómo el padre se identifica a sí mismo como sujeto en ese *enunciado* y cómo se considera como usuario del deportivo. En este sentido indica que él mismo juega en el “Maracaná” con un equipo organizado por la parroquia para tener un punto de penetración para la propaganda religiosa:

(...) sacamos un equipo por parte de la parroquia se llama “nuestra señora del buen consejo”, con la intención de darle realce a la imagen del buen consejo, que en su tiempo tuvo mucha presencia, pero se fue perdiendo. Entonces la intención es, mediante ese equipo, pues resaltar un poquito más la presencia de... pero como que no tuvo eco ese nombre y quedó como “los parroquianos”, pero finalmente esa era la intención...

Según sus propias palabras, el deportivo significa para este actor “un centro de unión y convivencia social”. Por lo que se registra un discurso donde las actividades comunitarias son valiosas como eje del uso del espacio público:

- | | |
|---|--------------------------------------|
| -Mercado | -Comercio (en general) |
| -Deportivo | -Vecindades, predios |
| -Actividad del comercio | -Ex CENDI |
| -Plaza Bartolomé de las Casas (ver foto 59) | -Gimnasio |
| -Capilla | -Camellón de Bartolomé (ver foto 60) |



Foto 50: Calle de Bartolomé de las Casas hacia 2008. (Foto: CC).



Foto 60: Camellón de Bartolomé desde el Deportivo Tepito, Noviembre de 2009. (Foto: CC).

En cuanto a su postura respecto al uso del espacio público, él considera que el comercio en vía pública no es un derecho, pero es una expresión de la cultura del barrio, por lo que tampoco considera que sea un delito.

Caso 10: Otro funcionario y el robo a transeúnte. (Entrevista realizada el 3 de noviembre de 2009).

Para el siguiente entrevistado el *robo a transeúnte* es el elemento más importante. Se trata de la mirada de un funcionario de la Delegación que lleva 14 años trabajando de manera directa con los comerciantes del barrio. Él indica que el robo a transeúnte “es lo más importante como autoridad”. A través del *robo a transeúnte*, él mira a una autoridad que no define claramente como un sujeto o institución determinada, así como a jóvenes delincuentes que él llama “rateros”. Él indica que estos jóvenes suelen ser menores de 20 años y que esa edad responde a un fenómeno particular. Narra que hace algunos años se presentó un problema de venganzas causada por la entrada de la mafia coreana al barrio. Esto llevó a la muerte de muchos jóvenes y a que otros fueran llevados a prisión. Como consecuencia, las mafias locales tuvieron que recurrir a los jóvenes que estaban “disponibles”. El entrevistado indicó que las organizaciones de criminales que operan en el barrio prefieren que los delitos sean cometidos por jóvenes menores de 18 años, pues el sistema de justicia les impone penas menos severas que a los adultos y así, en caso de ser

encarcelados, el tiempo de vuelta a la actividad delictiva es menor. Los *enunciados* de este actor fueron:

- Robo a transeúnte
- Venta informal
- Venta en locales
- Comida rápida (garnachas) en locales
- Comida rápida en el comercio informal
- Relojeros
- Personas que van a jugar futbol soccer
- Personas que va a jugar futbol rápido
- Boxeo
- Venta de masa para tortillas
- Alfombras

En esta mirada, el comercio es visible a través de las actividades, las mercancías y los lugares. Para este funcionario, el comercio en vía pública no es un derecho, pues “hay formas de ganarte la vida” y considera que esta actividad “es una imposición”. Considera que el comercio en vía pública es un delito porque es informal y considera que es una situación que provoca el gobierno a través de los “bajos sueldos”. Es interesante notar cómo este actor juega un doble papel como funcionario y como crítico del gobierno, aunque tampoco asume una postura a favor de los comerciantes, sino que más bien rechaza su actividad y afirma que las calles del barrio deben servir para la recreación, el entretenimiento y para “desestresarse”.

Caso 11: El cronista y el bloqueo. (Entrevista con Alfonso Hernández, 21 de abril de 2009).

Para Alfonso Hernández, cronista del barrio y activista cultural, “el bloqueo” es el elemento más importante en su mirada. Éste se puede entender como la descripción de una de las consecuencias del comercio informal y de las maneras en que se organiza y disponen los puestos en la vía pública. En su mirada, la falta de accesibilidad y las limitaciones al tránsito vehicular y peatonal aparecen como demandas ante los comerciantes informales, pero también como estrategia de protección contra la policía.

En la época de la fayuca, Tenochtitlan era la calle principal, era la calle reina del comercio. La estrategia del barrio es que una acera la tenga un grupo, la otra acera el otro grupo. O media calle una organización, la otra media calle otra. Entonces los puestos siempre han servido de barricadas -cuando entraba la policía-. Ahora los operativos son a media noche o en la madrugada, cuando no hay actividad comercial.

Sin embargo a mí me incomoda que haya tal bloqueo en la única entrada que tiene el deportivo. En la que en caso de que haya un lastimado, o en el caso de que en el vecindario haya un difunto, tengan que sacarlo en un diablo, parado así en la caja, al Eje vial donde está la carroza.

El discurso tras la jerarquización indica un interés por mantener las condiciones de protección civil en el barrio, además de significar la accesibilidad como un elemento de confort y dignidad de la comunidad:

...entonces el bloqueo significa que no se aplica la norma mínima de protección civil. Para el vecindario, para los vendedores y para la clientela. Si consideramos que cada mercado tiene un (...) una población muy alta de niños, guarderías, el día que haya una explosión de una salchicha de gas o un corto circuito o cualquier siniestro. Esto se va a convertir realmente en una tragedia mayor.

Por otro lado, el interés por la accesibilidad también se justifica en términos económicos, pues en este argumento, las dificultades para transitar también implican problemas para el abasto de productos básicos. Esta situación trae a su vez el aumento del precio de mercancías de primera necesidad.

Y un reclamo muy fuerte de los... de la tercera edad del barrio es que ya no pueden caminar por sus calles. Los diableros no los respetan, los anexos de los puestos no los dejan circular libremente. Las amas de casa prefieren ir a comprar los básicos a la Lagunilla, al Abelardo, a la Morelos, que entrar al corazón de Tepito. Porque el acarreo de mercancías es mínimo, quien vende limones o naranjas no puede pasar ya con una camioneta... o sólo con un diablito. Entonces lo que venden ahí es muy caro, porque tienen que sacar su ganancia de la poca mercancía que venden. Entonces a ese tipo de bloqueo me refiero, que ha encarecido el precio de los básicos, que pone en riesgo a la población, y que se convierte en una bomba de tiempo porque no hay un circuito vial de emergencia y protección civil.

El bloqueo aparece como parte del siguiente campo semántico:

-Plaza	-Insalubridad
-Bloqueo	-Fiesta
-Comercio	-Umbral
-Paisaje urbano	-Punto de referencia
	-Tradición

Las unidades de la imagen de este actor son, en su mayoría elementos abstractos, por lo que para comprender esta mirada conviene detenerse en ellos.

-*Plaza*: construcción concreta de un elemento ausente. En la actualidad la plaza no existe, en su lugar hay un equipamiento deportivo cerrado.

-*Bloqueo*: elemento presente, construcción abstracta.

-*Comercio*: elemento presente, construcción abstracta.

-*Paisaje urbano*: elemento presente, construcción abstracta a través de un concepto académico y legal.

-*Insalubridad*: elemento presente, construcción abstracta a través de un concepto de salud pública.

-*Fiesta*: elemento ambiguo, pues sólo es real en ciertos momentos del año.

-*Umbral*: elemento ausente, se refiere al diseño arquitectónico en la época de las vecindades, específicamente alude a un elemento arquitectónico. Se trata del acceso a las vecindades que se constituía a la vez como un espacio de transición entre la banqueta del exterior del predio de la vecindad y el patio, al interior de la misma; donde se colocan, por ejemplo nichos religiosos y medidores de luz. Con esta unidad de la imagen también se hace referencia al acto de trasladarse de lo privado a lo público como una metáfora espacial de un fenómeno social.

-*Punto de referencia*: elemento presente, construcción abstracta que se refiere a un hito urbano.

-*Tradición*: construcción abstracta con referentes visuales no definidos.

En esta mirada, *el bloqueo* se expresa como parte de un conjunto de construcciones abstractas que describen elementos urbanos y que se son utilizadas también como metáforas de fenómenos y procesos sociales. Estas enunciaciones no hacen explícita la pertenencia a una comunidad o al lugar, aunque la referencia al pasado indica un vínculo histórico con el espacio.

Caso 12: “Cuando me quieren robar”: *Balico*. (Entrevista con Felipe García “Balico”, 16 de mayo de 2009).

Felipe García “Balico” es un vecino, comerciante que trabaja vendiendo corsetería en la calle de Toltecas y que años atrás fue un boxeador reconocido en el barrio.

*Cuando me quieren robar
Muchas mujeres bellas
Mucho turismo extranjero
Las injusticias
Las jefecitas*

Su mirada está constituida por sujetos, construcciones concretas de personajes propios y ajenos; y por la construcción abstracta de *las injusticias*. Esta unidad de la imagen hace referencia a una situación donde los *tepiteros* ejercen abusos contra los comerciantes *tepiteños*, como vimos en el capítulo anterior. Para Balico, lo más importante es *cuando me quieren robar*; es decir, que dentro de su lista de *enunciados*, el riesgo de perder parte de sus ingresos a manos de las “*farderas*”, o mujeres que ejercen el robo a pequeña escala.

...vienen señoras que buscan la manera de, un descuidito que tengas y ya, a la mano (...) ya llevan que (...)5, 10, brassieres, 5 pantaletas. Son las famosas señoras que les llamamos farderas...

En este sentido, la enunciación de “Balico” indica la visibilidad de estas mujeres como un peligro potencial y a él mismo como una víctima de esta situación. Por otro lado, se hace también visible una demanda de seguridad sobre sus bienes y sus ingresos. “Balico” también suscribe la idea del comercio informal como un derecho relacionado con la identidad de los oriundos del barrio. Para elaborar el discurso se acude a la narración histórica que legitima la actividad informal callejera. Además, él considera que la actividad comercial es justificada por los beneficios que durante las últimas décadas implicó para los vecinos esta actividad:

...Pues para nosotros los de Tepito sí, (...) es una herencia que nos dejaron nuestros antepasados. (...) en el año de 1337 que se funda Tepito hasta la actualidad, Tepito siempre ha sido un barrio comercial. Entonces por eso es que el comercio para nosotros los de Tepito es una herencia, una herencia milenaria. Aquí si tú entras a cualquier

casa, a cualquier vivienda, ya sean multifamiliares que tenemos en el barrio, pregúntales: ¿a qué se dedican? Y todos somos comerciantes, ¡todos!. Si hay mil gentes, pregúntales, novecientas te van a decir: -somos comerciantes, nos dedicamos a comercio en el...en la... ora sí que en la calle, comercio callejero. Y cien gentes te dirán: -yo soy licenciado, yo soy doctor-. (...) aquí en Tepito, Tepito también ha dado gente buena. Aquí encuentras periodistas, doctores, licenciados, ingenieros... y que gracias al comercio informal muchos... vecinos de aquí del barrio de Tepito les han dado carrera a sus hijos.

Caso 13: Dos comerciantes y los puestos. (entrevista realizada el 18 de febrero de 2010).

Dos vecinos, que también son comerciantes y que están relacionados con el comercio formal e informal mencionaron *los puestos* como el elemento principal dentro del campo visual. Ambos coinciden en justificar esa importancia por cuestiones de protección civil, pues, según palabras del empleado del comercio formal “*por el bien de la comunidad es importante que los retiren*”. Según él mismo, los puestos están ahí porque “*lo permiten las autoridades*”. Para ellos los sujetos visibles a través de los puestos son “*los que venden*” y “*un líder*”, es decir la figura del líder correspondiente a esa zona en específico. Tras este elemento se encuentran también las instituciones gubernamentales, quienes aparecen como cómplices de una práctica riesgosa para la comunidad. Así, se puede deducir que ellos consideran la protección civil como un valor que debería prevalecer en el uso del espacio público.

Comerciante 1

- Gente (ver foto 61)
- Máquina de nixtamal
- Estructura de puestos
- Carros que vienen a surtir
- Elementos de seguridad pública

- Muchacho que recicla plástico
- Gente que desarrolla actividad en tiendas
- Cables de luz mal puestos
- Basura, incumplen en la Delegación (Agustín Torres, jurídico y gobierno)
- Obra Drenaje



Foto 61: Gente en los alrededores del Deportivo Tepito, 17 de enero de 2009. (Foto: CC).

Comerciante 2

- Invasión de puesteros (ver foto 62)
- Lonas (tapan negocios)
- Que no pasa el recolector de basura ni el del agua
- Carros en doble fila

- Les falta educación a los tepiteños
- Molino
- Tres tortillerías
- Taquería
- Tienda
- Casa vieja Paniagua



Foto 62: Lonas en la Calle de Fray Bartolomé de las Casas hacia 2008. (Foto: MGP).

El primer vecino y comerciante informal plantea una mirada a través de elementos concretos, como desechos sólidos, infraestructura, vehículos, instalaciones precarias y maquinaria. Él señala a la Delegación Cuauhtémoc, al Delegado Agustín Torres y a la Dirección de “Jurídico y Gobierno” como responsables de la presencia de basura en las calles del barrio. En este sentido, es importante observar cómo se hace alusión a un acuerdo previo incumplido por las instituciones gubernamentales, donde él como comerciante y vecino se plantea como sujeto de denuncia ante una actitud negligente.

Por otro lado, el vecino que trabaja en un establecimiento formal, exhibe una posición de demanda en casi todos sus enunciados. En ellas, aparecen sujetos como “los puesteros” en su rol como invasores, a “los tepiteños” como personas poco instruidas además de reprochar la actitud de los automovilistas. Por otro lado, la mirada de desahogo se transforma en un recuento de lugares asociados, donde todos locales comerciales son relacionados a su vez por su función como espacios de interacción social. Uno de éstos, la casa vieja Paniagua se construye en su ausencia, pues se trata de un antiguo salón de baile actualmente abandonado.

Para el primer entrevistado, el comercio en vía pública es un derecho, pues la gente *tiene derecho a ganar el sustento, pero su obligación es quitar esto....* En otras palabras, se acepta la actividad comercial informal como un derecho que va acompañado de la obligación de retirar diariamente las estructuras de los puestos. Por otro lado, esta persona denuncia una actitud permisiva por parte de la autoridad local ante la depredación de la vialidad, argumentando que esa situación sucede porque “lo solapa la autoridad”. En cuanto a las preferencias por el uso del espacio público, este actor indica que las calles, parques y plazas de Tepito deben servir “para distraerse, para convivir, para la circulación”.

Para la segunda persona entrevistada, el comercio en vía pública es considerado como “*un derecho de los vecinos*”. Sin embargo, las preferencias respecto a la función del espacio público indican que las calles deben servir para la ciudadanía, mientras que los parques deberían ser utilizados para la recreación.-

Caso 14: Josefina y los tenis. (Entrevista con Josefina Mendoza, 25 de febrero de 2010).

Josefina es ama de casa y su familia ha vivido en el barrio desde hace tres generaciones. Ella respondió la entrevista desde su departamento en Los Palomares, como se le conoce a una unidad habitacional que se encuentra a unas cuadras del deportivo Morelos. Desde su punto de vista, los contenidos del espacio público son representados como un conjunto de objetos concretos, ajenos o neutrales. En la representación no aparecen lugares, personas, o situaciones abstractas, sino únicamente mercancías:

- Gorras
- Lentes (ver foto 63)
- Tenis
- Chanclas
- Ropa de mezclilla
- Pantalones
- Porta celulares

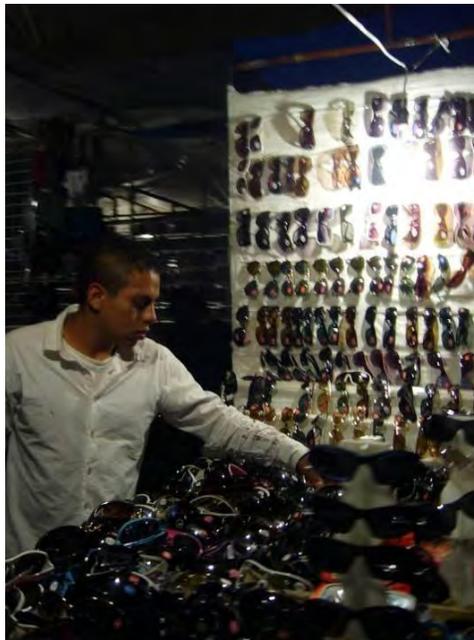


Foto 63: Calle de Caridad, 17 de enero de 2009.
(Foto: CC).

Entre éstos, Josefina eligió *los tenis* como objeto principal y opina que son artículos útiles para los jóvenes, pues “ellos los necesitan”. A través de este enunciado, ella mira a un sujeto abstracto denominado como “los jóvenes”. Sin embargo, al profundizar en “los

tenis”, aparece su hijo como una suerte de “consumidor final” de una mercancía y a ella como madre y consumidora.

Ella considera que el comercio en vía pública es un derecho, pues es una forma de sobrevivir. En el momento de preguntar acerca de los usos que deben darse a las calles, parques y plazas del barrio, ella tardó en responder. Al final, con dudas, mencionó que deberían utilizarse para la recreación y el entretenimiento.

Caso 15: Brandon y los chocolates. (Entrevista realizada el 3 de diciembre de 2009).

Brandon tiene cuatro años, es hijo de una pareja joven de comerciantes que tienen su puesto frente a la iglesia de San Francisco Tepito. La entrevista se realizó en el puesto donde trabajan sus familiares, un martes por la mañana, cuando los comerciantes descansan. La estrategia de abordaje con un niño pequeño como él, se planteó mediante varias preguntas como “¿qué ves? ¿qué cosas estás viendo? o ¿qué cosas hay aquí?”. Además se le preguntó “¿quién está aquí?”. Así, sus respuestas se concentraron en mercancías y personajes, que son elementos concretos que registran un vínculo de pertenencia a una red social vinculada a partir de la experiencia cotidiana y compartida de un mismo espacio. La mayor parte de estos elementos no eran visibles, por lo que la mamá de Brandon explicaba cada uno de ellos, que si bien no se encontraban en ese momento, sí es posible verlos en otros horarios o días de la semana.

-Tostadas	-Otros amigos
-Chocolates	-Ellos (vecinos)
-Piñatas	-Ellos
-Tijeras	-Chucho el que vive aquí
-Amigos	-La Pita

Las tostadas y las tijeras eran visibles en los puestos cercanos. Sin embargo, los *chocolates* y las *piñatas* son mercancías que normalmente expenden en los locales establecidos al interior del mercado, pero que en ese momento no se encontraban ahí, pues los locales estaban cerrados. *Ellos* es una unidad de la imagen que Brandon utilizó para nombrar a los comerciantes que tienen un puesto vecino, mientras que usó ese mismo elemento para denominar a la gente que iba pasando y que él no conoce. *Chucho el que vive aquí* es una persona que pernocta en el puesto bajo el acuerdo de cuidarlo por las noches. *Amigos* es la forma que utilizó para nombrar a la gente cercana a su familia, mientras que *La Pita* es una persona que tiene su puesto en el tianguis, pero que al decir de la mamá, no es visible desde el puesto.

A su corta edad, Brandon tiene una imagen muy familiar del espacio, donde las mercancías y las personas conocidas constituyen parte importante del espacio. La mirada de este niño se construye en buena medida por *enunciados* abstractos donde no existe una advertencia

de ausentes, pero se expresan que no tienen un referente material directo, por lo que se acude a la memoria para construir la imagen del espacio. De esta manera, el espacio de Brandon rebasa los límites del espacio visual y expande el lugar a varias cuadras del puesto de sus papás.

3.8. Sujetos, prácticas y procesos desde las unidades de la imagen.

Para comenzar el análisis de los resultados presentados, se propone la integración de las unidades de la imagen en una síntesis de la imagen. Como se dijo antes, se trata de una imagen construida desde el punto de vista del investigador, pero que busca ser respetuosa de las miradas de los entrevistados.

En la imagen de Bartolomé de las Casas aparecen muchos puestos con sus estructuras metálicas y sus lonas, en ellos se pueden ver a los vendedores y mucha la gente que viene a comprar. En estas miradas aparece también la imagen de la delincuencia a través del robo a transeúnte y a los comerciantes y otros problemas que se vinculan al tianguis como la insalubridad y el robo de la energía eléctrica, así como el bloqueo que causan los puestos. Otro de los problemas que se puede ver en Bartolomé es la relación entre los comerciantes tepiteños y tepiteros, que aparece como una serie de injusticias en la distribución de los puestos. Sin embargo, también se pueden ver las tradiciones locales y la fiesta; las jefecitas, las mujeres bellas, y los gestos cómicos de los hombres cuando las mujeres les piden que compren ropa para la familia. A su vez, los comerciantes miran a sus familias, a sus vecinos y amigos y ellos, junto con otros observadores miran a personajes del barrio como son los indigentes que cuidan los puestos por las noches, los relojeros, los policías, los turistas extranjeros o al joven que recicla residuos sólidos. En la síntesis de estas imágenes también se hacen presentes el Deportivo Tepito, el gimnasio y la práctica del box y del fútbol. Otros lugares que son visibles desde Bartolomé de las Casas son la Capilla de San Francisco Tepito, las casas, el camellón de Bartolomé de las Casas y los tiraderos de basura. También se ven los mercados, y las tiendas donde venden tostadas y otras cosas como piñatas, tijeras y chocolates. En esta imagen también hay negocios y venta en locales establecidos como las taquerías y las tortillerías donde se pueden ver el molino, la masa para las tortillas y la máquina para el nixtamal.

En esta representación también aparecen lugares que ya desaparecieron como el CENDI, la casa Paniagua, la plaza de Bartolomé de las Casas y las vecindades que recientemente se han convertido en “predios”. Desde aquí también se pueden ver el cielo y los perros callejeros, los carros que vienen a surtir, y los que se estacionan en doble fila, los postes de luz, las obras del drenaje y la basura que dejan los comerciantes.

En la imagen de la plaza Martes de Arte aparecen los puestos y sus lonas donde la gente come papas fritas, tortas, tepache, garnachas, quesadillas, gorditas y chicharrones. En estos puestos se venden también frutas frescas, bolsas, mochilas, playeras, y antenas. También hay música, yoga, baile y convivio que organizan todos los martes Luis Arévalo y la parroquia de la Divina Institución. Sin embargo, los otros días de la semana no es posible ver convivencia, comunicación ni organización.

En esa plaza también hay paredes maltrechas y un mural descarapelado que pintó Daniel Manrique. También hay imágenes religiosas que cuelgan los comerciantes en las jardineras. Desde la plaza se ve un cruceiro que no tiene señales para ordenar el paso de los peatones, pero donde sí hay semáforos. Hay mucha gente que transita y que va y viene entre la salida del metro que confluye con las avenidas donde hay muchos coches y un paradero de microbuses. En esta imagen hay mucha basura y mugre y aparecen también el jardín, sus jardineras y su fuente con agua de donde toman agua los limpiaparabrisas que trabajan en el cruceiro. En el jardín viven, hacen fogatas y defecan los indigentes que se sienten observados por las cámaras que están en los postes. En este lugar también hay policías y desde la plaza se ven la parroquia de la Divina Institución, un supercito y la escuela que está cruzando la avenida.

A partir de esta imagen sintetizada se pueden distinguir diversas prácticas sociales que se espacializan en Tepito. Así, proponemos que en Bartolomé de las Casas, las más relevantes desde el punto de vista de los entrevistados fueron, el comercio informal y el comercio formal. Sin embargo, las unidades de la imagen alusivas a este lugar también hacían referencia a otras prácticas como la fiesta, el robo, la vigilancia policiaca, así como la realización de obras y servicios públicos. La actividad comercial fue percibida por los residentes, comerciantes, funcionarios, el representante de la iglesia, el indigente. Ellos relacionaron esta actividad con dos agentes: los comerciantes y los funcionarios del gobierno local. Así, la imagen comercial del barrio se expresa mediante unidades de la imagen que aluden al fenómeno mismo del comercio mediante construcciones abstractas y expresando la venta como una actividad y como una forma de describir a los sujetos como vendedores o como consumidores.

Si bien el comercio informal aparece marginalmente en la descripción de lugares mediante la alusión al puesto, una de las expresiones más concretas del comercio informal callejero es la presencia de mercancías como parte importante de los objetos visibles. Es importante mencionar que en algunos de los casos éstas conforman los contenidos exclusivos del espacio público, mientras que en gran parte de las miradas, aparecen de manera significativa. Por su parte, el comercio formal aparece de manera secundaria en unidades de la imagen relativas a los lugares (tiendas, expendios, locales comerciales), a los objetos y a sujetos relacionados con la venta de mercancías específicas.

En Bartolomé de las Casas, el comercio formal se organiza en función de los mercados, donde los locales se confunden con los puestos del comercio informal a los que asisten una gran cantidad de peatones que caminan por los pasillos que quedan entre los puestos. También en las tiendas y puestos que expenden comida se reúnen muchas personas a comer tacos, carnitas y “migas”, un tipo de caldo que actualmente sólo se vende en el barrio.

En la plaza Martes de Arte existe un flujo peatonal importante en un nodo que forman la estación del metro Tepito, y las distintas rutas de microbuses y autobuses que hacen base. En este lugar la imagen también hace referencia al comercio informal y al consumo de alimentos preparados, aunque también se hizo patente el expendio de frutas y verduras frescas. De esta manera, el tipo de consumo al que se hace referencia tiene que ver más con una dinámica local que con transacciones de grandes volúmenes de mercancías, como sucede en Bartolomé de las Casas. En esta plaza el comercio formal aparece de manera circunstancial en la alusión a una pequeña tienda de autoservicio llamada “el supercito”. Así, esta parte del tianguis funciona como un límite, pues el patrón de ocupación de la banqueta para colocar puestos termina justo a unos pasos de esta plaza, sobre avenida Circunvalación. Desde este punto y a lo largo de aproximadamente ocho cuerdas, la banqueta se usa para caminar y adelante comienza la zona del mercado de la Merced. En este lugar, el constante flujo peatonal y el consumo de alimentos frescos y preparados, se suma a la venta de mercancías importadas en aparadores improvisados que ocupan una buena parte del campo visual del transeúnte. Sin embargo, en la banqueta que se orienta hacia la zona de la Merced, también se ubican puestos pequeños donde residentes del barrio venden mazapanes, chicles, ropa usada y accesorios tejidos a mano como gorras, monederos y bufandas.

Otra de las imágenes importantes es una construida a partir de una serie de prácticas cotidianas que se distinguen y se engarzan con la actividad comercial. En este sentido, se pueden ubicar actividades deportivas, culturales, y los festejos colectivos que se asocian con lugares que funcionan como equipamientos (educativo, religioso, deportivo), pero también se mencionan viviendas y vialidades. Los sujetos asociados a esta imagen son más visibles en la Plaza Martes de Arte, donde además prevalece una imagen contrastante conformada a la vez por el descuido y la convivencia. De esta manera, las prácticas visibles

a través de las unidades de la imagen están relacionadas con el comercio informal de una manera importante. Sin embargo, de ninguna manera se puede hablar de un espacio vacío ni homogéneo, sino más bien de un conjunto de fenómenos que coinciden en un mismo lugar y que se imbrican en una misma lógica de ocupación del espacio. Algunas de las características de esta forma de producir el espacio son el uso súper intensivo, el contacto cara a cara y el ambiente de informalidad. La sobresaturación del espacio, los puestos con mercancías de contrabando o “pirateadas”, y la cercanía entre los cuerpos que generan un ambiente atiborrado de estímulos visuales y sonoros que se mezclan de manera caótica. Además, la actividad comercial genera un ambiente de irregularidad, que deriva en un contexto de temor y suspicacia, pero también de interacciones picarescas entre los vendedores, los consumidores, los policías, la población de calle y otros actores que acompañan al comercio. Por otro lado, la peculiaridad de la forma de producir espacio tiene que ver con la especialización y la venta al mayoreo de un tipo de mercancías no perecederas, producidas en regiones distantes del planeta, ilegales, de contrabando o “piratas”. De esta manera, la informalidad de las mercancías y de las transacciones comerciales termina por traducirse en una suerte de centralidad irregular.

Así, mientras que en la Plaza Martes de Arte se hizo patente la falta de condiciones de seguridad y la insalubridad, además se hicieron visibles fenómenos como la indigencia, anomia, desempleo y la delincuencia. Paralelamente, en Bartolomé de las Casas son visibles la falta de accesibilidad, la delincuencia, y los conflictos entre comerciantes. Estas prácticas coinciden con una visión negativa del espacio, donde las actividades visibles pueden entenderse más como una serie de problemáticas que como situaciones atractivas en un sentido de confort y bienestar en relación con el uso del espacio público. Sin embargo, como parte de las miradas también aparecen otras actividades que podríamos considerar como positivas en términos de la interacción social y la construcción de identidades locales. Estas prácticas son la convivencia, las actividades culturales, el deporte, la fiesta, el mantenimiento y el flujo peatonal.

La fiesta se entiende desde estas miradas como una forma de ocupar la calle que sólo sucede algunas veces al año. Una de estas ocasiones es la celebración anual del aniversario de la inauguración de los mercados 14 y 23, que fueron abiertos al público en 1944. Esta

celebración es muy similar a la que sucede cada año en el mercado de la Merced, en la colonia Martín Carrera o en la Central de Abastos donde se hacen bailes que amenizan los conjuntos “sonideros” como *la Changa, Pancho, Sonorámico, Cóndor o Siboney*. A estos bailes acuden los comerciantes del barrio, pero también acuden visitantes de otras zonas populares de la zona metropolitana como el Peñón de los Baños, Ecatepec o Iztapalapa (Organización Spermik, 14 octubre 2009). En estas fiestas también se instalan rings de boxeo y lucha libre donde se realizan torneos al aire libre (La Jornada, 15 de octubre 2008; La Jornada, 15 de octubre 2011).

Por otro lado, la práctica del comercio informal en vía pública es a su vez generadora de procesos y situaciones diversas. Por un lado se encuentra el asunto de la protección civil, que aparece como una demanda de los funcionarios del gobierno local, promotores culturales, representantes de la iglesia, así como por parte de algunos comerciantes hacia los líderes de comerciantes informales, los propios comerciantes informales, pero también hacia los funcionarios. Por otro lado, aparece el tema de la insalubridad donde promotores y funcionarios acusan a los comerciantes, a otros funcionarios, a residentes e indigentes por ser responsables del depósito de residuos sólidos y excrementos, y a los funcionarios y comerciantes, por no barrer y por no trasladar la basura a confinamientos formales.

En un sentido paralelo a la práctica del comercio informal y sus consecuencias, se encuentra una práctica que más bien es vista a partir de su ausencia. Se trata del cuidado, el mantenimiento del espacio y de las condiciones de organización social que se requieren para que ello sea posible. En esta mirada crítica, los promotores culturales acusan a los comerciantes y funcionarios por no llevar a cabo acciones de mantenimiento del espacio, refiriéndose a la pintura, a la correcta señalización, pero también a la falta de trabajo de jardinería y al uso de las áreas verdes para colocar los residuos sólidos. En este sentido, se explica esta actitud como resultado de una situación de anomia, donde los residentes, peatones y comerciantes muestran su desgano y falta de cooperación a través del deterioro de los espacios públicos. Otras problemáticas sociales que aparecen en los discursos asociados a los elementos de la imagen son el desempleo y el subempleo. En estas unidades de la imagen el indigente y los comerciantes se miran a sí mismos, a los limpiaparabrisas,

vecinos y consumidores. En estos señalamientos aparece la delincuencia, que hace referencia a los delitos como el robo a transeúnte y robo a pequeña escala. En este tipo de señalamientos, son los funcionarios y comerciantes quienes acusan a los residentes y consumidores por este tipo de actos. En las entrevistas se hizo mención de un fenómeno que si bien no es generalizado, sí forma parte de las formas de ocupación nocturna de las calles de Bartolomé de las Casas. Se trata de una serie de acuerdos en los que los comerciantes permiten a la población de calle pernoctar en sus puestos a cambio de sus servicios como veladores. También apareció el hurto a los comerciantes y consumidores que atrae el comercio informal y formal. Se trata de carteristas y asaltantes que operan en zonas de gran concentración de peatones y en las calles cercanas al tianguis, donde mengua la actividad comercial informal. Sin embargo, en la imagen también se evoca la presencia de elementos de la policía local en el tianguis aunque no se hace referencia explícita a la corporación a la que corresponden. En este sentido, es necesario mencionar que la Delegación Cuauhtémoc tiene elementos en todo el sector “Morelos”, y que frecuentemente se realizan operativos especiales a los que acuden otros elementos secretaría de seguridad pública. También en este conjunto de unidades de la imagen aparece la recolección de residuos sólidos y mantenimiento de la infraestructura hidráulica como una serie de actividades cotidianas que lleva a cabo la Delegación. En la imagen de la plaza Martes de Arte, además del comercio aparecen otras prácticas y lógicas de ocupación y uso del espacio. Entre ellas se encuentra la posibilidad de pasear y conocer “el centro histórico”, así como de descansar y platicar. La actividad cultural como práctica social se hace visible en el mural maltrecho de Daniel Manrique, la instalación de lonas y el equipo de sonido, y en la presencia del público que asiste al baile y practica yoga.

En síntesis, se puede decir que el comercio efectivamente aparece como una práctica social preponderante en la imagen de estos dos lugares. En las unidades de la imagen algunos de los *observadores* aluden a esta actividad de manera directa mientras que otros lo hacen indirectamente haciendo referencia a las mercancías, actitudes, personajes o señalando los puestos y sus componentes. A continuación se presentan dos tablas que sintetizan las lógicas de ocupación de la calle según las entrevistas realizadas. La primera de las tablas

alude a Bartolomé de las Casas, mientras que la otra hace referencia a la plaza Martes de arte (Ver tablas 14 y 15).

Tabla 14: Lógicas de ocupación de la calle en Bartolomé de las Casas.

Comercio informal	Instalación de puestos en banquetas y en el arroyo vehicular para obtener ingresos. Atracción de un gran flujo peatonal. También se incluye el comercio y consumo de alimentos preparados.
Fiesta	Desde 1944 se realiza una celebración pública por el aniversario de la inauguración de los mercados (14 de octubre). En las fiestas bailan cientos de personas música de los “sonideros”. También se presentan torneos de box y lucha libre.
Vivienda en el espacio público	Personas sin vivienda utilizan las estructuras de los puestos para pernoctar. Esto se hace con un acuerdo previo con los comerciantes.
Robo	Hurto a comerciantes y consumidores que atrae el comercio informal y formal. Operan en zonas de gran concentración de peatones y en las calles cercanas al tianguis.
Vigilancia policiaca	Presencia de elementos de seguridad pública.
Obras y servicios públicos	Mantenimiento de infraestructura, barrido de calles y recolección de basura.

Tabla 15: Lógicas de ocupación de la calle en la plaza Martes de Arte.

Comercio informal.	Instalación de puestos en banquetas y en el arroyo vehicular para venta de mercancías diversas. Atracción de un gran flujo peatonal. También se incluye el comercio y consumo de alimentos preparados.
Promoción cultural.	Instalación de lonas y equipo de sonido para actividades de recreación no lucrativas como baile, yoga , ajedrez, videoclub, etc.
Vivienda en el espacio público.	Instalación de cajas de cartón, fogatas y otros objetos para vivienda precaria. Uso del agua de la fuente para consumo.
Vigilancia y mantenimiento.	Vigilancia mediante policías y cámaras. Barrido y recolección de basura.

3.9. Visibilidad y conflictos desde las *unidades de la imagen*.

Mirar al otro, vincularlo con actos y fenómenos, describirlo; son acciones propias de un espacio de interacción, donde emergen las relaciones entre distintos actores; donde el sujeto se hace visible y se descubre ante la expectativa de aquellos con quienes comparte la experiencia del espacio. En este caso, “el otro” se entiende como una forma de nombrar las diferencias entre los usuarios del lugar, pero también entre los *observadores*.

En este sentido, se considera que cada individuo tiene puntos de vista diferentes en función de sus experiencias personales, pero sobre todo con las distintas *posiciones* en el *espacio social* (Bourdieu, 1997: 7-17), que multiplican las concepciones del mundo, y ponen en juego las variadas construcciones identitarias. Esta pluralidad confluye en los dos lugares a los que hace referencia esta investigación. Específicamente, las diferencias entre las miradas toman como eje la identificación o la distancia con “lo tepiteño”. Además, el establecimiento de las diferencias tiene que ver con los usos del espacio a partir de los cuales, los distintos *observadores* se ubican como puntos de vista catalogados por su relación con el espacio y las maneras de significarlo. De esta forma la identidad del “otro” se reconoce por la manera en que usa el lugar, ya sea como recurso para la supervivencia, la habitación, la convivencia y la sociabilidad; o como negocio y lugar de abasto, e incluso como ámbito de responsabilidad en el vínculo con una institución y como ámbito y objeto de la acción colectiva. Así, en las entrevistas realizadas, los otros son pares, interlocutores, referentes y objetos del deseo; pero también son perpetradores de violencia, sujetos indeseables que llegan a considerarse como una amenaza. En otros casos, son simplemente desconocidos, ignorados e incluso invisibles.

Tal como se abordó antes, la relación entre el *observador* y la imagen del espacio público pasa por la construcción del usuario como realización de un punto de vista. En este sentido, se plantea una idea del sujeto a partir de su propia mirada donde el sujeto *es a partir de lo que ve* y donde es definido a partir de las características que imprime a su mirada. En esta propuesta, el *observador* se constituye en su relación con el espacio público, mientras que la mirada que el sujeto produce del espacio público revela también su posición respecto al propio espacio y respecto a los “otros” (con quienes comparte su existencia y su presencia

en el espacio público). En este sentido, se pretende recobrar cada uno de los discursos expuestos en el catálogo de unidades de la imagen de la sección anterior con el fin de encontrar algunas tendencias en cuanto a las características de los *observadores*.

En este ejercicio de síntesis se encontraron algunos rasgos que podrían definir las diferentes miradas comunes o perspectivas del sujeto en función de su relación con el espacio público en el caso específico del tianguis de Tepito y en el marco de esta investigación. De esta manera se pueden encontrar similitudes entre las diferentes miradas conformando colectivamente, una suerte de “tipología de miradas”. En función de las distintas ubicaciones de cada individuo respecto a su relación con el lugar y con respecto a los otros agentes se encontraron algunas tendencias en torno a las cuales se pueden clasificar los discursos elaborados en torno a las unidades de la imagen. Es importante advertir al lector que el establecimiento de estas tendencias no pretende de ninguna manera la elaboración de generalizaciones ni de tipologías universales; simplemente propone una estrategia de análisis que busca ser válida únicamente para el conjunto de entrevistas que se presentaron en la sección anterior.

En primer lugar, se encontró una tensión entre dos tendencias pares. Por un lado, un fenómeno que podríamos llamar “despersonalización”, que se entiende como la visualización preferente de objetos concretos y materiales sobre personas, grupos e instituciones. En segundo lugar, se encontró un tipo de mirada que podríamos denominar “comercial”, es decir aquella que presentó más elementos vinculados con el comercio informal, mayoritariamente callejero como actividades, mercancías, puestos, etc. Mientras, un tercer grupo de miradas se distinguieron por tener una actitud de denuncia ante los fenómenos que observaron. Por último, se reconoce un grupo de miradas donde el espacio es concebido como un recurso para la supervivencia (Ver tabla 16).

Tabla 16: Descripción de tendencias en la imagen.

Tendencia	Descripción
Comercial: no hace patente una relación entre el <i>observador</i> y el lugar	La mayor parte de las unidades de la imagen aluden al fenómeno comercial. En este tipo de selección se prioriza la presencia de mercancías sobre la presencia de sujetos individuos o colectivos que se distingan en el conjunto denominado “gente”. No se hace patente una actitud crítica ni se expresan posiciones legitimadoras hacia el comercio informal.
Denuncia. Expresa una postura crítica.	Selección de unidades de la imagen que intencionalmente señalan condiciones adversas para la espacialización de un sentido público como son: pleno disfrute, seguridad, movilidad, integración social y respeto mutuo, entre otras. Suelen enunciarse como quejas relativas a las actividades u omisiones de agentes claramente definidos.
El espacio como recurso. Expresa una relación de interés y/o necesidad por el lugar.	Las unidades de la imagen y los discursos asociados a ellas hacen énfasis en la relación entre las necesidades del <i>observador</i> y las posibilidades que en este sentido pueda ofrecer el uso del lugar. La supervivencia aparece como factor de legitimación de diversas prácticas y usos del espacio. La legitimación del uso lucrativo del lugar aparece en este tipo de miradas; sin embargo, esta forma de imaginar el lugar no se restringe a la legitimación del uso comercial, sino que también reivindica otros usos como son el recreativo y el habitacional.

La primera de estas tendencias se podría caracterizar como *despersonalizada*, es decir, que agrupa aquellas miradas en las que la atención se centra en los objetos y no en los sujetos, concebidos como personas, grupos de personas, “gente” o cualquier otra expresión de presencia humana como podrían ser las actitudes, gestos y acciones específicas. En este aspecto, algunos actores mencionan objetos o situaciones abstractas y generalizaciones respecto a los sujetos que participan del espacio. Estas miradas contrastan con aquéllas que dan importancia a la presencia concreta de otros e incluso ante sí mismos. En este segundo tipo de miradas, se realzan las particularidades de los otros actores, se definen sus actividades, gestos, actitudes y se puede llegar a entender si el sujeto que mira tiene algún vínculo afectivo o por el contrario, una posición crítica o de denuncia ante el otro. Sin embargo, la despersonalización del espacio que aparece en la lista de enunciaciones puede intensificarse o atenuarse en la explicación que el entrevistado hace de ellas.

Es interesante reconocer cómo en las entrevistas realizadas, las miradas que son aparentemente despersonalizadas coinciden con aquellas listas de unidades de la imagen donde la mercancía ocupa un lugar central. Mientras que las miradas que subrayan la presencia de otros coincide con una valoración positiva del vínculo y la interacción con otros. Por ejemplo, Josefina y Rubén mostraron un interés en el espacio público enteramente relacionado con la actividad comercial, mientras que Jorge y la vecina mostraron el espacio público como un ámbito de socialización más que un núcleo comercial. Entonces, se pueden observar dos tendencias en la construcción de sujeto en su relación con el espacio público y en su vínculo con los otros. Por un lado, una visión despersonalizada en donde el sujeto actúa como usuario sin que ello necesariamente implique la pertenencia al espacio y por otro lado, una mirada donde los otros cobran un lugar importante ya sea como aliados, contrincantes o simplemente como parte del universo de lo visible.

Otra forma de encontrar al *observador* en su mirada del espacio es a través de una actitud de denuncia. Esta mirada es muy evidente entre los promotores culturales Edelmira Lomelí, Mario Puga y Alfonso Hernández, quienes probaron tener una fuerte perspectiva crítica hacia el espacio. Su mirada está marcada por el interés de visibilizar problemáticas sociales y se expresa con diferentes grados de abstracción. En contraste con los funcionarios, quienes también se expresaron en desacuerdo con varios fenómenos visibles, los promotores culturales entrevistados mostraron una actitud crítica enfocada a varios actores, pero sobre todo comprendida como parte de un fenómeno complejo y no sólo en consecuencia de la acción irresponsable de un actor o de varios. En este sentido, promotores y funcionarios se expusieron a sí mismos como entes críticos de las formas de ocupación del espacio aunque no todos coincidieron en asociar su postura crítica a una actitud propositiva o a un programa definido respecto del espacio público.

Para ambos agentes, el espacio aparece como un objeto de su acción; sin embargo, mientras que para los funcionarios las posibilidades de intervención del espacio se encuentran principalmente restringidas por la actitud de los comerciantes, para los promotores, los problemas son causados por un sistema social, político y cultural del que efectivamente participan los comerciantes, los residentes y las instituciones gubernamentales en un marco

amplio de relaciones. De esta manera, la formación académica de ambos grupos de actores puede explicar una concepción de los fenómenos del barrio como parte de un sistema más amplio y, por supuesto, la expresión sofisticada de sus enunciaciones.

En el marco de las entrevistas realizadas, se puede ubicar otra postura de definición del sujeto en su relación con el espacio público de Tepito. Esta mirada se podría conocer como una mirada comercial, es decir, donde la existencia de las calles y las plazas se explica en función de la actividad lucrativa y cobran un significado netamente comercial. Como en los casos de Rubén y Josefina que se mencionaron antes, se encontraron actores con miradas similares. Este también es el caso de la vendedora, quien vincula e interés por la socialización con el beneficio económico. En este grupo de miradas, los sujetos se construyen como consumidores y/o como beneficiarios de la actividad comercial. En este tipo de mirada se puede encontrar un *observador* que se entiende a partir del acto de comprar y vender, y que actúa en un ámbito adaptado a esa actividad.

Desde la mirada de *Balico* y de los dos comerciantes, se puede notar que la mirada comercial también puede estar acompañada por una valoración del espacio como ámbito de intercambio y de diálogo. Aunque finalmente la imagen comercial del espacio cobra un lugar importante, los significados del espacio, la socialización y los lazos de pertenencia se encuentran presentes tanto en la imagen del espacio como en la idea que el sujeto se hace de sí mismo como parte de una red social cuya referencia es el espacio inmediato y no sólo como un usuario desvinculado y anónimo. Entonces, los entrevistados mostraron que si bien un sujeto puede entenderse desde una dinámica comercial, éste también se entiende a sí mismo como parte de un espacio rico en intercambios cara a cara.

Además, se encontraron otras miradas, menos frecuentes que tienen que ver con otro tipo de intereses y perspectivas, es decir, donde el sujeto se construye desde su exposición y desde la idea del espacio como recurso, ya sea para la supervivencia individual o familiar, o para el desarrollo corporativo e institucional. En este sentido, *el deportivo* indica la construcción del espacio como escenario para la propaganda religiosa, pues desde la perspectiva del padre Abraham, el sujeto se construye como un usuario de un equipamiento deportivo, que sin embargo no busca un fin inmediato de socialización y ejercicio físico,

sino que se concibe en el espacio como sitio de atracción de un público para las actividades eclesiales. En esta mirada se reconoce a un sujeto institucional por el uso del espacio público como ámbito para la propaganda en una búsqueda por incorporar nuevos públicos y crecer como organización. Así, una tercera tendencia es la que aglutina las miradas en torno a un sentido del espacio público como recurso. Esta forma de mirar se caracteriza por hacer patente una relación de interés o de necesidad con el lugar. En este tipo de miradas, las unidades de la imagen y los discursos asociados a ellas hacen énfasis en la relación entre las necesidades del *observador* y las posibilidades que para la satisfacción de éstas pueda ofrecer el uso del lugar. En esta tendencia, la supervivencia aparece como factor de legitimación de diversas prácticas y usos del espacio. La legitimación del uso lucrativo del suelo en un espacio público aparece en este tipo de miradas; sin embargo, esta forma de imaginar el lugar no se restringe a la legitimación del uso comercial, sino que también reivindica otros usos como son el recreativo y el “habitacional”.

La fuente es un ejemplo de una imagen del espacio como recurso para la supervivencia, en ésta, el mobiliario urbano es un aspecto central en la vida de su *observador*. En este caso, el uso del espacio lleva consigo la posibilidad de abastecerse de agua y tener un lugar para pernoctar, además de encontrar vínculos que le permitan alimentarse y hacerse de un poco de dinero.

El sentido del espacio organizado en torno a la satisfacción de necesidades se traslada hacia otro tipo de necesidades. Este es el caso de Jorge, el ex trabajador del transporte público que busca en el baile que tiene lugar en la Plaza Martes de Arte un espacio de evasión ante una realidad sórdida. Jorge acudió a este lugar por invitación de un familiar, residente y comerciante que es dueño de uno de los puestos instalados en esta plaza, quien lo incitó a participar de una actividad de socialización alejada de las redes criminales que operan en el barrio y separada del ambiente de drogadicción. Así, el interés comercial que podría tener el pariente de Jorge sobre el espacio, coexiste con la necesidad de esta familia de contar con un recurso que podría considerarse de tipo emocional más que económico, como ocurre en las miradas de los comerciantes, o habitacional como se expresa en la imagen que proviene de la población de calle. Así, la necesidad de contar alternativas para la salud mental hace que un lugar destinado a actividades de esparcimiento y culturales sea vital en un entorno

marcado por la violencia y la conformación de redes sociales negativas. En esta misma dirección se encuentra la imagen que se propone en torno a la unidad *alegres, conviviendo*. Para esta mujer residente, la actividad corporal que realiza en la plaza es una experiencia necesaria para su salud y una oportunidad de socializar. Por esta razón, la imagen del lugar expresa una relación de necesidad por el lugar distinta a la obtención de ingresos, la posibilidad de pernoctar o la intención de evadirse de una red social negativa.

Por otro lado, este conjunto de unidades de la imagen y los discursos que los entrevistados hacen en torno a ellas indican quién es percibido y cómo, quién forma parte del espacio visual y quién no. En este estudio, los residentes, comerciantes, funcionarios y la población de calle parecen ser los actores con mayor presencia en el espacio público, ya sea mediante la percepción directa de sus cuerpos o a través de los objetos que manipulan. En contraste, los actores menos presentes pero que también son mencionados son los peatones, automovilistas y limpiaparabrisas.

Los funcionarios de la Delegación Cuauhtémoc son vistos por los comerciantes y por el representante de la iglesia como interlocutores, en una relación que se presenta como negativa pues se les asocia con actos de negligencia e irresponsabilidad. Esas miradas son compartidas por el indigente, quien además percibe a la autoridad local como un agente intrusivo, vigilante y potencialmente represor. Por otro lado, los funcionarios se ven a sí mismos como compañeros en un entorno hostil en el que encuentran serios obstáculos para cumplir con sus responsabilidades como autoridad, lo que parece indicar un dejo de impotencia.

Por su parte, los comerciantes también son importantes en la percepción de los entrevistados, aunque esto no necesariamente implique que todos los demás actores tengan un vínculo con ellos. Son vistos por los funcionarios como interlocutores en una relación donde se les caracteriza como negligentes e irresponsables y ellos se perciben a sí mismos en el marco de una red familiar. Por su parte, el caso de los peatones es interesante, pues al mismo tiempo que son acusados por el descuido que ejercen hacia su persona y hacia el espacio público, son percibidos también como una fuente de ingresos del comercio informal y como víctimas de los automovilistas.

Existe otro grupo, bastante heterogéneo que es el conformado por los residentes, que incluye niños, jóvenes, amas de casa y adultos mayores; a quienes se ve como sujetos afectados por la actividad del comercio informal. Algunos de ellos son vistos como víctimas de su propio abandono en una condición que comparten con los peatones y los comerciantes. Otros más forman parte del público de las actividades culturales, conformado también por bailarores que provienen de otras zonas de la ciudad. Este grupo es ajeno para los que no participan del baile ni de las otras actividades de tipo cultural. Son caracterizados como personas de la tercera edad e incluso aparecen como un referente de cuidado personal.

Asimismo, los jóvenes conforman un grupo que si bien se incluye en el conjunto de los residentes, también se puede circunscribir al conjunto formado por personas que provienen de otras colonias. Los jóvenes son asociados con una dinámica autodestructiva, con prácticas delictivas, pero también como público objetivo de las actividades religiosas y deportivas. En este grupo también incluye a los limpiaparabrisas, quienes fueron representados por el indigente como pares, iguales en la condición de supervivencia. Por otro lado, las mujeres jóvenes aparecieron en dos entrevistas como un objeto del deseo por parte de los varones. Por último, los automovilistas son caracterizados como irresponsables y como amenaza para los peatones. Mientras que las *farderas* o mujeres que practican el robo a pequeña escala, son una amenaza para los comerciantes.

En estas imágenes se hacen visibles diversos actores, sin embargo es importante reconocer a aquellos agentes que son importantes en el desarrollo de la dinámica del tianguis pero que no aparecen en las unidades de la imagen ni en los discursos que los entrevistados construyeron en torno a éstos. En este sentido, se hace patente una suerte de “invisibilidad” de las instituciones de gobierno y de las corporaciones privadas que toman las principales decisiones respecto a las políticas y dinámicas comerciales y el uso del espacio público en Tepito.

En este sentido, tanto en Bartolomé de las Casas como en la Plaza Martes de Arte se hace presente la Delegación Cuauhtémoc como órgano representativo del estado. Sin embargo, al tratarse de un tipo de comercio no regulado, es importante preguntarse ¿Por qué no se

representan en la imagen del lugar los actores que definen las políticas públicas en relación al comercio informal?, ¿por qué no aparecen en la imagen los funcionarios de la Secretaría de Hacienda o del Congreso de la Unión, actores clave en la definición de las políticas que definen la actividad del tianguis?.

En el caso específico de la “invisibilidad” de diversas instituciones del estado mexicano que han tomado decisiones que repercuten en la dinámica del tianguis, aparece una duda: ¿por qué la imagen de los actores relacionados con el comercio informal se restringe a la de los funcionarios con los que se mantiene la interlocución directa y no con los funcionarios que toman las decisiones relevantes para esta dinámica?. Esta misma pregunta se formularía en el ámbito capitalino de la siguiente manera: ¿Por qué la figura del Jefe de Gobierno, la de la Asamblea Legislativa o la del Secretario de Economía son irrelevantes en la imagen en un ámbito barrial?.

Bajo la premisa de que la producción de una buena parte de las mercancías que se venden en Tepito se realiza en Asia y se transportan hasta nuestro país, se entiende que un número indeterminado de actores participan en esta cadena comercial que finalmente se espacializa en el barrio. Entonces, ¿Por qué en ningún caso se mencionó a los trabajadores y las empresas asiáticas de producción y transporte de las mercancías que se expenden en el barrio?. En otras palabras, ¿por qué la imagen de las empresas relacionadas con el comercio informal se restringe a la de los actores con los que se mantiene la interlocución directa y no con los trabajadores, las empresas y corporaciones que participan y toman las decisiones relevantes para esta dinámica?. En este punto se observa que la relación de la dinámica local con los procesos globales no es evidente para los *observadores*, o que por lo menos no es importante en la imagen del lugar. Entonces, cabe preguntarse si esto se debe a un desconocimiento de la dinámica del tianguis como parte de un sistema global; o si es que al construir la imagen de un lugar, el conjunto de los actores visibles se restringe a aquellos que participan en una dinámica cotidiana local.

De la misma manera, en las entrevistas se hace patente una especie de “invisibilidad” de los agentes gubernamentales en temas vinculados al comercio informal como el desempleo, el manejo de los residuos sólidos, la atención a los jóvenes y a la población de calle, así como

en rubros relacionados con las políticas culturales y con el sistema de seguridad social de los trabajadores. Si la mayor parte de los entrevistados (comerciantes, funcionarios, residentes y promotores) coinciden en nombrar el desempleo y la debilidad del sistema de protección social como un motivo del comercio informal y en varios casos aluden al “gobierno” como un actor responsable de estos fenómenos, ¿por qué no se representan con claridad los órganos, instituciones y corporaciones responsables de este conjunto de fenómenos?.

En el mismo sentido, se pone en tela de juicio el papel de la Secretaría del Trabajo y la Confederación de Trabajadores de México respecto a la atención del fenómeno del desempleo que se concreta en Tepito. Pareciera ser que en la imagen del lugar se refleja la ausencia institucional y se hace patente la distancia entre la dinámica de construcción de las decisiones que afectan a la población y la dinámica cotidiana del tianguis. Así, por una parte los *observadores* comprenden que existe un agente indeterminado que es causante de los problemas del barrio. Pero en la imagen de los dos lugares aparece una representación de las instituciones del gobierno como un organismo que debe ceder el control del espacio como una manera de restituir los daños que ha provocado. Sin embargo, en esta imagen que relaciona la práctica comercial con la acción de los órganos del estado no se identifica con claridad qué funcionarios son responsables ni mucho menos el tipo de políticas están detrás de un fenómeno de pauperización de la población mexicana, metropolitana y tepiteña. Dicho de otro modo, ¿por qué ni los comerciantes ni Joaquín, (el ex trabajador del transporte público que perdió su pierna durante su trabajo) hacen mención a las políticas de flexibilidad laboral que se aprobaron en el Congreso de la Unión?, ¿porqué no se hace mención a la complicidad de los grandes corporativos sindicales como la Confederación de Trabajadores de México que han mantenido una actitud permisiva de este tipo de políticas?.

La imagen del robo y del riesgo representa a los jóvenes como una amenaza para los consumidores y comerciantes; mientras, la imagen de la promoción cultural y de las actividades de la iglesia los representa como una población vulnerable. En este sentido, la imagen exhibe un fenómeno de desatención a un sector importante de la población local. Sin embargo, al mencionar al Deportivo y las actividades en torno al fútbol y al boxeo, se alude a la acción del gobierno delegacional como promotor de actividades recreativas para

este sector; pero, ¿por qué no se hace alusión a la falta de empleo, la deserción escolar y la baja calidad de la educación en el barrio? ¿qué pasa con las políticas educativas y de promoción del empleo? ¿por qué no aparecen en la imagen relacionada con los jóvenes instituciones como el Instituto Mexicano de la Juventud o la Secretaría de Educación Pública?. En este mismo sentido, la imagen hace patente la debilidad del estado para atender las necesidades de la población vulnerable. En consecuencia, la presencia de población de calle indica que existe un fenómeno de descuido hacia la población vulnerable, por lo que cabe preguntarse, ¿Qué pasa con las políticas de salud mental y de vivienda en el Distrito Federal?, ¿Por qué Joaquín (la persona que vive en la Plaza Martes de Arte) no mencionó el programa de albergues del Distrito Federal o a la Secretaría de Desarrollo Social?.

Otras prácticas visibles en la imagen del espacio público también reflejan un fenómeno de incompetencia o desinterés institucional, como es el caso del desorden en el sistema de transporte colectivo y privado. En este sentido, Edelmira Lomelí enunció la unidad de la imagen “cruce que no tiene señales” y con ello planteó una mirada crítica que hacía referencia a las instituciones de gobierno, a las empresas concesionarias del transporte colectivo y a los conductores particulares. Tampoco Jorge Salas mencionó a estos agentes, pero su caso también alude a las deficiencias en el diseño, el mantenimiento y la organización de los paraderos. El aforo peatonal y vehicular que se registra en el cruce de dos vialidades primarias, así como la variedad de modos de transporte (metro, autobús, microbús, taxi, vehículos privados y flujo peatonal) hacen pensar en la demanda de un centro de transferencia modal en una escala menor a los “CETRAM” que hay por ejemplo en la estación del metro Zapata.

El proceso de disposición de los residuos sólidos también aparece como una práctica que se relaciona con el comercio informal y evidencia la imposibilidad de organizar un programa de manejo que garantice la salubridad en las calles del barrio. Al respecto, uno de los comerciantes de Bartolomé de las Casas mencionó como parte de la imagen al *muchacho que recicla plástico*, mientras que muchos otros hicieron alusión a la basura. En este sentido, se hace presente la demanda de un programa que permita reducir el volumen total y diferenciar los residuos orgánicos e inorgánicos con el fin de repartir de manera equitativa y

organizada los ingresos provenientes de esta actividad y eliminar los focos de infección. Así, se advierte de nuevo la ausencia o en su caso la incapacidad de las instituciones gubernamentales, dejando la responsabilidad a la Delegación Cuauhtémoc de un sistema de lugares con dimensiones metropolitanas y nacionales. A continuación se presentan dos tablas que sintetizan las prácticas y fenómenos asociados a las unidades de la imagen (ver tablas 17 y 18). En la primera columna se observan los agentes, actores y personajes que aparecen como unidades de la imagen mientras que en la segunda se exhiben en los discursos respecto a éstas.

En su mayor parte, los conflictos que se hacen visibles en las imágenes de los *observadores* se engarzan a partir de la práctica del comercio informal en vía pública. Sin embargo, otras prácticas asociadas a ésta también generan dinámicas de interlocución entre actores que revelan diferentes expresiones de la lucha por el control territorial y se presentan a continuación. Es importante mencionar que estos resultados provienen de las entrevistas presentadas anteriormente y su análisis de nutre de la información documental y hemerográfica que forma parte de este trabajo. Sin embargo, también es importante señalar que este modelo que busca los conflictos que acompañan al fenómeno del ambulante y las prácticas asociadas a éste no hubieran sido posible sin considerar el trabajo de John Cross (Cross, 1998, 2011).

Uno de los conflictos más evidentes es el que protagonizan los comerciantes oriundos del barrio y los que no son ni han sido residentes de Tepito. Como se vio antes, el suelo en Tepito es considerado como un recurso para la supervivencia y como una fuente de ingresos, pero también como un negocio. Este tipo de confrontación tiene como eje la distribución de los territorios de cada líder o asociación, pero también la posibilidad de crecimiento respecto a los agremiados a cada uno de éstos. La disputa también se desarrolla en torno al tamaño de los puestos, la asignación de pasos peatonales, entre otros motivos (Cross, 1998: 243).

Tabla 17: Visibilidad de prácticas y agentes en Bartolomé de las Casas

Prácticas y fenómenos asociados a las unidades de la imagen	Agentes, actores y personajes que aparecen como unidades de la imagen	Agentes, actores y personajes asociados a la imagen (no aparecen en las unidades, pero sí en los discursos respecto a éstas).
Comercio informal	Comerciantes, consumidores (hombres y mujeres), vendedores, líderes, <i>tepiteros</i> , muchacho que recicla plástico, Delegación Cuauhtémoc, Unidad Territorial Guerrero-Tepito.	Comerciantes: líderes y agremiados, Delegación Cuauhtémoc, Agente gubernamental no especificado.
Contaminación por residuos sólidos (basura)	Tepiteños, comerciantes, consumidores, Delegación Cuauhtémoc.	
Comercio formal	Vendedores y consumidores	Comerciantes informales.
Indigencia	Población de calle	Comerciantes informales.
Deporte	Boxeadores, jugadores de futbol	Iglesia, Delegación Cuauhtémoc
Fiesta	Comerciantes, residentes	Tepiteños, comerciantes, Parroquia de San Francisco Tepito.
Oficios tradicionales	Relojeros	Tepiteños
Turismo	Turistas extranjeros	
Robo	Comerciantes, <i>farderas</i> , jóvenes	Organizaciones criminales
Ocupación intensiva de la calle	Comerciantes, Delegación	Consumidores

Así, los comerciantes residentes u oriundos del barrio acuden a su sentido de pertenencia para enfrentar a los *tepiteros*, comerciantes que no residen en el barrio, pero que han comprado permisos y “tolerancias” a comerciantes del barrio que fungen como líderes o a comerciantes que dejaron de vender en el barrio. En este conflicto, la identidad barrial aparece como un elemento de diferenciación mediante la cual se pretende la restricción de

las prerrogativas provenientes del fenómeno de patrimonialización privada del espacio público a un grupo de comerciantes que se identifican como “tepiteños”.

Dado que la necesidad de pagar cuotas se basa en la política de prohibición y la permisividad discrecional, el acceso a los espacios de interlocución con la Delegación se convierte en un elemento de diferenciación. De esta manera, otra confrontación dual en este mismo sentido es la que mantienen entre sí los líderes y los agremiados por la asignación de cuotas y la posibilidad de subdividir los puestos para cobrar cuotas a nuevos comerciantes (Cross, 1998: 234).

Tabla 18: Visibilidad de prácticas y agentes en la plaza Martes de Arte.

Prácticas y fenómenos asociados a las unidades de la imagen	Agentes, actores y personajes que aparecen como unidades de la imagen	Agentes, actores y personajes visibles que no aparecen como unidades pero sí en los discursos respecto a éstas.
Comercio informal	Comerciantes, consumidores vendedores.	Comerciantes: líderes y agremiados, Delegación Cuauhtémoc.
Insalubridad, descuido del espacio	residentes, comerciantes, consumidores, Delegación Cuauhtémoc, población de calle	Promotores culturales.
Comercio formal	Comerciantes formales	
Indigencia	Población de calle	Delegación Cuauhtémoc, Parroquia de la Divina Institución.
Promoción cultural (Baile, yoga, pintura mural)	Público de las actividades culturales,	Promotores, Iglesia, residentes.
Transporte público	Consumidores, peatones, transportistas, automovilistas	Agente gubernamental no especificado.

Como se vio antes, la lucha por los espacios de interlocución con los funcionarios de gobierno se organiza en torno a la necesidad que éstos tienen de seleccionar entre el universo de líderes y asociaciones, aquéllos a los que favorecerán sus decisiones. De esta manera, Cross plantea un modelo de competitividad entre los líderes de comerciantes que incluye además la asignación y dimensiones de los espacios de venta, la lucha por cooptar a los agremiados nuevos y por integrar a los comerciantes de otras asociaciones (Cross, 1998: 131-137).

Partiendo del supuesto de que la apropiación de las plusvalías provenientes de la actividad informal no es restrictiva a los comerciantes, se considera que la permisividad de este tipo de actividad es posible gracias a los beneficios que aporta a los funcionarios de gobierno. Así, el reparto de las ganancias genera fricciones entre los líderes y sus interlocutores dentro de las instituciones de gobierno. En este sentido, la política que alterna prohibición y permisividad discrecional coloca en una posición inestable a los comerciantes y genera una situación que, sin embargo, es aprovechada por líderes y funcionarios (Cross, 1998: 246).

En otro sentido, la actividad del comercio informal y la relativa a la promoción cultural en la Plaza Martes de Arte son actividades que se plantean como complementarias, pero que en ocasiones llegan a ser incompatibles. De esta manera, el encuentro de proyectos diferenciados lleva a lógicas contrapuestas y a fricciones entre los comerciantes y los promotores. En el caso de Bartolomé de las Casas, la posibilidad de ocupar el espacio para actividades distintas al comercio existe durante las celebraciones que protagonizan los propios comerciantes. Sin embargo, durante la mayor parte del tiempo, la promoción de otras actividades artísticas ha sido complicada e incluso ausente dada la presión comercial que existe sobre el espacio.

La lógica de ocupación irregular del suelo en el espacio público de Tepito genera un ámbito de permisividad para otro tipo de usos “irregulares”, como es la presencia de la población de calle. En este contexto, los funcionarios de la Delegación Cuauhtémoc y Venustiano Carranza se enfrentan con las personas que pernoctan en las plazas. Según los testimonios, se trata de una forma velada de participación de algunos vecinos en el conflicto con la

población de calle, pues éstos cooperan con los funcionarios a través de sus denuncias. Esta dinámica de interlocución hace patente la demanda de vivienda y otros problemas sociales como el desempleo, la drogadicción, el alcoholismo y la falta de asistencia a la población con discapacidad mental. Este conjunto de fenómenos orillan a un sector de la población a hacer usos del espacio que contravienen la legislación y generan condiciones de insalubridad. Así, los funcionarios de la Delegación, en cumplimiento de sus tareas, constantemente buscan retirar a este grupo, generando una dinámica de persecución. Sin embargo, es importante mencionar que este grupo, aparentemente aislado, cuenta con el apoyo de algunos residentes, de comerciantes e incluso de los promotores, quienes los alimentan y les ofrecen empleos temporales y pequeñas tareas remuneradas.

Como se dijo antes, las deficiencias en el sistema de transporte que se hacen evidentes en la imagen de la Plaza Martes de Arte generan una situación conflictiva entre automovilistas y peatones. Así, se contraponen el flujo peatonal y el de automóviles en el marco del descuido del espacio por parte de las instituciones gubernamentales.

Por último, se exhibe el desencuentro entre el conjunto que forman los consumidores, los residentes, los funcionarios de gobierno y los comerciantes (líderes, agremiados, tepiteños y *tepiteros*) con el que conforman los jóvenes que perpetran actividades delictivas como el hurto y el tráfico de estupefacientes. Este antagonismo, presente en la imagen de los dos lugares estudiados refleja la necesidad de este sector por contar con alternativas de empleo bien remunerado y que satisfaga sus expectativas de vida y de consumo. Esta situación refleja además el déficit de ofertas educativas de calidad y suficientes, así como de espacios socialización “positiva” accesible y adecuada a los diferentes grupos de edad, gustos y necesidades de este sector. Por el otro lado, esta pugna tiene su contraparte en la necesidad de los comerciantes de mantener un ambiente de seguridad para sí mismos y para los consumidores, en la necesidad de los residentes de contar con un entorno seguro y limpio y en la necesidad de los funcionarios de cumplir con su trabajo y mantener las condiciones de seguridad que les permitan a su vez obtener los beneficios que provienen de los permisos que otorgan.

Algunos de los conflictos que no aparecen en la imagen tienen que ver con la presencia de organizaciones delictivas que rebasan los límites del barrio, así como con los grupos de comerciantes asiáticos. En este sentido, habría que identificar en una siguiente investigación cómo son sus relaciones con los actores que se hicieron visibles en las entrevistas (Ver tabla 19).

Tabla 19: Dinámicas de interlocución entre actores y conflictos que se asocian al control territorial.

Actores en conflicto		Tipo y razón del conflicto por el control territorial.
<i>Tepiteros</i>	Tepiteños	Sentido de pertenencia, patrimonialización privada del espacio público, identidad barrial como elemento de diferenciación.
Líderes	Agremiados	Control territorial, acceso a los espacios de interlocución con la Delegación como elemento de diferenciación.
Líder	Líder	Asignación de espacios de venta, permisos y “tolerancias”.
Comerciantes	Funcionarios de la Delegación	La política de prohibición y la permisividad discrecional pone en una posición inestable a los comerciantes. Esta situación es aprovechada por líderes y funcionarios.
Promotores	Comerciantes	Encuentro de proyectos diferenciados lleva a lógicas contrapuestas de uso del espacio.
Población de calle.	Delegación	La demanda de vivienda y problemas sociales como el desempleo, la drogadicción llevan a hacer usos del espacio que contravienen la legislación y generan condiciones de insalubridad. Comerciantes y promotores los apoyan con alimentación y con el pago por tareas sencillas.
Automovilistas	Peatones	Se contraponen el flujo peatonal y el flujo de automóviles en el marco del descuido del espacio por los agentes gubernamentales.
Consumidores y comerciantes	Jóvenes delincuentes	La necesidad de los jóvenes de contar con alternativas económicas, de socialización “positiva”, y recreación hace que la actividad comercial se vea afectada.

3.10. La imagen del riesgo al interior del “Barrio bravo”.

Desde principios del siglo XX Tepito es identificado como un lugar amenazante y a menudo sus residentes y comerciantes son caracterizados como personas violentas que protagonizan cotidianamente situaciones extremas. Sin embargo, pocas veces se representa al barrio como un colectivo expuesto a los peligros asociados a la actividad del comercio informal. En este sentido, las entrevistas arrojaron diversas expresiones de vulnerabilidad ante siniestros, actos delictivos, pero también ante la posibilidad de perder los espacios ganados para la actividad comercial.

La unidad de la imagen enunciada por el cronista: *el bloqueo* y la enunciada por el funcionario: *las papas*, indican el peligro que lleva consigo la lógica comercial de ocupación del espacio. En estas imágenes, la intensiva ocupación del suelo para colocar puestos tiene como consecuencia la dificultad para transitar. Esta situación no sólo impide el acceso de vehículos de emergencia sino que dan ocasión a accidentes creados por las malas condiciones en que se encuentran las fuentes de calor, las instalaciones eléctricas, de gas, etc. Además, la utilización de viviendas privadas para almacenar mercancías, así como la gran cantidad de productos expuestos en los puestos implica a su vez la presencia de un volumen importante de material flamable. Así, la imagen del riesgo significa la posibilidad de que los usuarios del tianguis sufran accidentes causados por incendios, o quemaduras graves por las instalaciones precarias de los negocios de comida rápida. En otro aspecto, la cantidad de transeúntes y los estrechos pasillos en los que éstos caminan podrían provocar una huida en masa con graves consecuencias.

Un riesgo que no aparece en la imagen, pero que sí se hizo patente a lo largo de la investigación se diferencia de los anteriores porque no se constituye como un asunto de protección civil. Este tipo de temor tiene que ver con la configuración de los territorios de los comerciantes y con la defensa del puesto. Así, en el tianguis se percibe un nerviosismo constante ante la posibilidad de que el puesto sea invadido por otro comerciante o que el líder le ceda el espacio a otra persona. En este sentido, la posibilidad de una reubicación y los operativos policíacos “antipiratería” también son motivos de angustia. Este tipo de riesgo se hace evidente en la censura hacia la toma de fotografías y videos, por lo que

representación de sí mismos, de sus actividades y mercancías se constituye como un riesgo asociado a la imagen. En otras palabras, el riesgo se vive en la experiencia del espacio y se traslada a la representación del lugar.

Todas estas expresiones de inseguridad tienen en común un fenómeno de vacío institucional. La imagen del riesgo expresa la incapacidad de los órganos del estado para generar condiciones de seguridad, para establecer reglas respecto a las formas de uso del espacio y para garantizar el cumplimiento de los acuerdos. Entonces, se hace patente la ausencia de mecanismos y procedimientos que permitan a la población contar con condiciones de seguridad ante un siniestro, ante un secuestro o en el caso de los comerciantes, ante un problema con la policía, la delegación o con otros comerciantes.

CAPÍTULO 4: ¿Comercio o disfrute?, los sentidos contrapuestos de la ciudadanía.

En este capítulo se busca, por un lado hacer una revisión de las preguntas e hipótesis planteadas en el proyecto de investigación. En segundo lugar, se propone ahondar en el análisis a partir del contraste entre los ideales normativos en torno al espacio público y la ciudadanía y los fenómenos estudiados a lo largo de este trabajo. En tercer lugar, se busca plantear algunos elementos que permitan identificar los retos de los promotores al desarrollar su acción colectiva en un entorno hostil a la realización de proyectos relacionados con el interés público. En este sentido, se pretende ubicar la discusión en la lucha por la visibilidad, es decir, en la dimensión visual y simbólica de la disputa por el acceso a los derechos ciudadanos. Por último, se plantean algunas rutas para la realización de futuras investigaciones sobre la imagen urbana.

En el primer punto, relativo a la revisión del proyecto de investigación se puede afirmar que la imagen del espacio público en Tepito se produce a través de tres tendencias que se aglutinan a varios tipos de miradas. La primera de ellas es aquella en la que se prioriza la presencia de mercancías sobre la presencia de sujetos, individuales o colectivos que se distinguen en la masa de usuarios del tianguis contenida en el conjunto denominado *gente* o *la gente*. En esta mirada no se hace patente una actitud crítica ni se expresan posiciones legitimadoras hacia el comercio informal.

La segunda mirada expresa una postura crítica, pues se organiza en torno a una selección de unidades de la imagen que intencionalmente señalan condiciones adversas de espacialización de un sentido público como son: disfrute, seguridad, movilidad, integración y corresponsabilidad social y respeto mutuo, entre otras. Las miradas que integran este conjunto suelen enunciarse como quejas relativas a las actividades u omisiones de diversos agentes. Una tercera forma de construir la mirada tiene que ver con una noción del espacio como recurso que expresa una especial relación de interés o de necesidad por el uso del lugar. En este conjunto, las unidades de la imagen, así como los discursos asociados a ellas hacen énfasis en la relación entre las necesidades del *observador* y las posibilidades que en este sentido pueda ofrecer el uso del lugar. Es así como la supervivencia suele aparecer con frecuencia como factor de justificación de diversas prácticas y usos del espacio. En este

sentido, la legitimación del uso lucrativo del lugar aparece en este tipo de miradas; sin embargo esta forma de imaginar el lugar no se restringe a la legitimación del uso comercial, sino que también reivindica otros usos como son el recreativo y el que hace la población de calle.

En el proceso de producción de la imagen del espacio público en Tepito participan diversas dinámicas de tipo social, político y económico. La espacialización de las prácticas sociales como es el comercio informal, la promoción cultural, la indigencia, la fiesta, el comercio informal y la realización de obras por parte de la Delegación son algunas de las maneras en que los agentes participan de la producción del espacio en Tepito. En este sentido, las experiencias de comunicación e interlocución entre ellos definen los elementos de la imagen que son representados por los habitantes y usuarios.

Por lado, las transformaciones económicas nacionales y globales han frenado el desarrollo de la producción nacional, y han fomentado la importación de productos provenientes de la creciente industria asiática. En este contexto, la economía informal ha prosperado precarizando los empleos y favoreciendo el fenómeno del desempleo. A su vez, el proceso de urbanización ha tenido como consecuencia el crecimiento del mercado metropolitano incrementando el valor del suelo en las áreas centrales y con ello se ha fortalecido la presión sobre el suelo comercial, en este caso, en un espacio considerado como un bien público. Así el desarrollo de esta serie de fenómenos ha fomentado el crecimiento del mercado de productos caracterizados por su bajo costo como los que produce la industria asiática.

Desde principios del siglo XX Tepito juega un rol concentrador de la práctica del comercio informal callejero. Esta función se actualiza en el marco de un sistema comercial que conforma con la zona de monumentos del Centro Histórico y el barrio de la Merced, entre otros espacios centrales de la ciudad de México. La política del ambulante que han coordinado los funcionarios del Gobierno del Distrito Federal está estructurada a partir de la prohibición generalizada de esta práctica y la oferta de permisos excepcionales. En este contexto el otorgamiento de permisos y “tolerancias” se hace de manera discrecional dando ocasión a relaciones jerárquicas y fórmulas opacas en la toma de decisiones. Asimismo, la

relación entre funcionarios y comerciantes es una de las dinámicas más importantes para la definición de los elementos representados en la imagen pública como la disposición de los puestos y la extensión del tianguis, el confinamiento de residuos y la exhibición de mercancías legales e ilegales en la vía pública.

Por otra parte, en lo que respecta a las unidades de la imagen como el baile, los murales y en general las que hacen referencia a la práctica de la promoción cultural no serían posibles sin el desarrollo del movimiento social y cultural que inició en los años setenta. En las últimas décadas este movimiento se dispersó y ha tomado distintos caminos, como el del proyecto Martes de Arte, que busca crear espacios para la socialización descentrada del uso lucrativo del espacio y promoviendo contenidos educativos, culturales con un especial énfasis en la reivindicación y la visibilidad de lo “tepiteño”. Es importante admitir que dos de las expresiones más importantes de la disputa por el acceso a la ciudad y por los recursos urbanos en el proceso de producción de la imagen en Tepito tiene que ver por un lado con la confrontación entre promotores y comerciantes y con las diferencias entre las diversas identidades que adquieren los comerciantes.

Es importante recalcar que las intervenciones de este grupo se han realizado en un contexto de atención diferenciada a las demandas relacionadas con las políticas públicas relacionadas con el espacio público urbano y la difusión de la cultura. Por un lado, el gobierno federal panista ha abandonado el derrotero de la cultura como una estrategia de gobernabilidad, ha restringido los apoyos a las iniciativas de las organizaciones de la sociedad civil y ha orientado el ejercicio del presupuesto al desarrollo de programas en los que se privilegia la coordinación con empresas privadas.

Por su parte, el Gobierno del Distrito Federal ha ejercido una política de doble sentido respecto al espacio público. Por un lado se han desarrollado programas exitosos de uso ritual de las principales plazas y espacios públicos de la metrópolis y, en el caso de los espacios barriales, se han promovido presupuestos destinados a mejorar y revitalizar espacios que de otra forma estarían abandonados. De esta manera, las secretarías de desarrollo social de cultura han hecho énfasis en la intervención del espacio público y se ha insistido en el desarrollo de actividades culturales en recintos públicos abiertos. Sin

embargo, las políticas del gobierno perredista que se orientan al manejo del ambulante exhiben el fomento al comercio informal callejero y han tenido como consecuencia la invasión y depredación de las plazas y calles, como es el caso del barrio de Tepito.

De esta manera, la confrontación de Luis Arévalo con los comerciantes de la plaza muestra las contradicciones de las diferentes estrategias de gobernabilidad en los espacios públicos de la ciudad. Así, la predominancia de los puestos, las mercancías y los consumidores sobre las actividades culturales en la imagen se explica a partir de los procesos de asignación del rol de Tepito como un espacio comercial informal, excepcional y de alta especialización destinado a ser el centro de distribución regional de las mercancías que se imponen en el marco de una política económica de fomento a la importación de productos de consumo no perecederos de bajo costo producidos por las industrias asiáticas, así como a la distribución de mercancías audiovisuales apócrifas. Sin embargo, el desarrollo del tercer sector como un agente de cambio social que busca diferenciarse de los intereses del estado y del mercado ha marcado una descentralización de la vida pública del ámbito de decisiones formado por el mercado y el estado, hacia la intervención activa de un colectivo orientado a establecer una fórmula diversa en el establecimiento de los contenidos y los beneficiarios de las políticas de uso e intervención de los espacios públicos del barrio..

Si bien existe una idea compartida por los comerciantes, los promotores y los de que el espacio debería usarse para la movilidad, la recreación y la sociabilidad, también es compartida una idea que consiste en legitimar el comercio informal como una especie de “mal necesario”. Las divergencias en los puntos de vista se pueden ordenar en torno a dos visiones distintas respecto a la definición del interés común y a la prioridad que se debe otorgar a cierto tipo de derechos sobre otros. Así, mientras que los comerciantes estructuran su discurso en torno a la concepción del espacio como recurso económico que debe utilizarse como mecanismo de redistribución social en el marco de una política de compensación, los promotores organizan su acción en torno a la visibilidad de formas de sociabilidad descentradas de la lógica del interés lucrativo del espacio y del consumo como eje ordenador de las dinámicas sociales que se espacializan en la calle y la plaza.

Las disputas por el acceso a la ciudad se expresan en la imagen principalmente a través del orden abigarrado en que se distribuyen los puestos y las mercancías, en la gente que llega a comprar, así como a través de la presencia de vendedores. También esta lucha se representa en el *bloqueo* que este orden impone a la movilidad al interior del barrio, en las *injusticias* que se cometen entre comerciantes y el *robo de luz*, que muestra la presión sobre el espacio y muestra la imposibilidad de crear condiciones de habitabilidad a los residentes y a los demás usuarios. Además, la noción patrimonialista de los comerciantes tepiteños manifiesta la utilización de un discurso legitimador de una práctica informal y hace alusión a la disputa que mantienen con los otros comerciantes por la disposición y extensión de los puestos y por el control de territorios que incluye la defensa de los espacios ocupados y la búsqueda de oportunidades de expansión hacia otros lugares así como la cooptación de nuevos comerciantes.

La imagen del baile y la presencia de murales, aparecen en la imagen como el resultado de una acción colectiva que busca visibilizar otras formas de existencia y que pretende otorgar significados al espacio distintos a los que imponen los medios masivos de comunicación y los intereses del mercado, en este caso representados por los comerciantes informales. Además, la localización de la iniciativa de los *culturosos* en los márgenes del tianguis evidencia la debilidad que tiene este tipo de demandas ciudadanas en el marco de la disputa por la apropiación de las plusvalías que genera el aprovechamiento lucrativo y privativo de un bien público.

La imagen urbana en Tepito es efectivamente un producto de las prácticas sociales de múltiples agentes que participan de su construcción. A través de estas prácticas, los actores más visibles son los comerciantes, los funcionarios y los consumidores. Por otra parte, la práctica de la promoción cultural tiene como protagonistas al público asistente y a los promotores. Además de estas dos prácticas, en la imagen se refleja la presencia de otras prácticas (y con ellas a los actores que las hacen posibles) como la indigencia, la fiesta, el deporte, el comercio formalmente establecido, el hurto y, en menor medida el turismo urbano.

Los fenómenos a los que responden estos actores tienen que ver, en primer lugar con las condiciones actuales del capitalismo globalizado, la situación de México en el sistema económico global, así como el mantenimiento de políticas neoliberales como el eje de las políticas públicas nacionales.

Otro fenómeno tiene incumbencia en el proceso de producción de la imagen del espacio público en Tepito se relaciona con el proceso de adjudicación de funciones en el marco del sistema urbano capitalino y metropolitano. Así, Tepito sido sede desde 1901 de un fenómeno de permisividad excepcional en el marco de una política de prohibición generalizada asumiendo el rol central y concentrador de las prácticas asociadas al comercio informal. Por otra parte, la política de monumentalización del Centro Histórico fortalece el papel de Tepito como receptor de prácticas indeseables para otras zonas de la ciudad. Así, las estrategias de interlocución entre funcionarios y comerciantes han impactado en la consolidación de liderazgos centralizadores en el polígono A en la dispersión de los liderazgos en las zonas periféricas al área considerada como de valor patrimonial.

A lo largo de la investigación se pudo observar que los principales agentes en la producción de la imagen del espacio público efectivamente son los comerciantes informales. Sin embargo, tal como lo vimos en el segundo capítulo, habría que mencionar que el proceso de atomización del liderazgo entre los comerciantes les ha otorgado un ámbito de acción más relacionada con las pequeñas agrupaciones que con las grandes asociaciones, como la que décadas atrás lideraba Miguel Galán. Así, se puede abandonar la idea de una imagen urbana que resulte de la acción coordinada por una organización fuerte que a su vez represente los intereses de la mayoría de los comerciantes. En este sentido, habría que reconocer en qué medida las unidades de la imagen hacen referencia a decisiones individuales o familiares más que a las decisiones provenientes de una suerte de “institución” de tipo gremial.

Las propuestas de los promotores son marginales en un sentido simbólico, por la poca capacidad de negociación que tienen con los comerciantes, por la escasa cantidad de personas que acuden a sus eventos, pero principalmente por la localización en la periferia del tianguis. Las propuestas de ocupación del espacio son efectivamente alternativas a las que impone la lógica del lucro privativo del espacio, pues al realizarse se plantea la

posibilidad de un espacio plural y como una forma de visibilizar a todos aquellos actores ocultos por la dinámica comercial. El carácter alternativo del martes de Arte tiene que ver también con la diferencia en cuanto a los planteamientos respecto a las formas de ejercer la ciudadanía. Así, mientras que la práctica comercial justifica su interés común a partir de la posibilidad de redistribuir los recursos urbanos, la práctica de la promoción cultural establece la necesidad de contar con espacios de visibilidad de las diferencias, y de socialización que permitan a su vez encontrar soluciones a los problemas de violencia, adicciones y los relativos al desarrollo de las redes criminales. Sin embargo el carácter diferenciado de la práctica de la promoción cultural en relación con el comercio informal se pone en tela de juicio al reconocer las similitudes en la forma en que, con la justificación de la realización en la plaza del ideal normativo del espacio público, se sacrifican algunos de sus principios.

En la hipótesis se consideraba que la iniciativa Martes de Arte tenía como fin contrarrestar la dinámica de mercantilización y depredación del espacio público impulsada por la economía subterránea. Luego de la investigación se considera que los promotores no se plantearon confrontar una lógica espacial, sino hacer posible la existencia de otras formas de expresión cultural, de vida, así como otros modelos de socialización. A pesar de la confrontación con los comerciantes, el proyecto se establece el objetivo de la coexistencia más que tratar de erradicar el comercio informal.

En este punto habría que señalar que la investigación se concentra en la práctica del comercio informal y no en la economía subterránea. Así, se excluye de los alcances de la investigación el posible impacto de las actividades económicas criminales que sobre la dinámica económica del barrio, la dinámica relacional y la imagen del barrio pudieran tener. Así, una de las prácticas que no se tomaron en cuenta en el proyecto fue la vivienda en el espacio público el estudio se limita al intercambio de mercancías no perecederas, de origen asiático, así como la venta de productos audiovisuales “pirata”.

La imagen efectivamente está asociada la práctica del comercio informal, sin embargo, no se asocia principalmente a las consecuencias, entendidas como los efectos negativos para la sociabilidad, la seguridad o la higiene del espacio. Efectivamente, la basura y las

dificultades impuestas a la movilidad aparecen asociadas a la imagen. Sin embargo, la práctica comercial informal también se percibe a través de la exhibición de lazos familiares o de amistad, o las celebraciones colectivas. En este sentido, muchas miradas hacia el ambulante aparentaron ser neutras e incluso otras simpatizaban con esta lógica espacial.

Es importante admitir que la hipótesis suscribe el estigma mediático hacia Tepito, pues pone énfasis en la violencia y en los operativos policíacos. Así, al contrastar la preconcepción sobre el barrio con la imagen construida por sus habitantes, se exhibe una influencia de los medios masivos de comunicación. De esta manera, la premisa de una asociación de la imagen con las actividades de la delincuencia organizada no es del todo falsa, pues efectivamente existen prácticas disolutorias en torno a la economía criminal. Sin embargo, esta premisa es débil en tanto que no es el eje que ordena la imagen pública. En este sentido, las unidades de la imagen, así como los agentes y las prácticas que son representados en ellas hacen mayor referencia al tianguis como un espacio comercial, como un objeto de denuncia del abandono institucional y de parte de los comerciantes y residentes del barrio o ya sea como un recurso para la supervivencia. En muchas de las unidades de la imagen se hace referencia a la actividad del comercio informal, en las que se incluye el comercio de mercancías de contrabando, apócrifas o robadas. Por su parte, algunos *observadores* plantearon la presencia en el barrio de estas organizaciones, sin embargo la presencia en la imagen del hurto, la drogadicción y la violencia no apareció con el énfasis esperado.

Entonces, en la imagen pública no se niega la presencia de las redes de la delincuencia organizada, pero no es el eje que da estructura a la imagen; por lo que esta situación remarca la diferencia entre la mirada de los grandes consorcios de la información y la que puede provenir de la representación del espacio a partir de la experiencia cotidiana del espacio. Por otra parte, las unidades de la imagen hacían referencia a objetos y materiales efímeros como los puestos, las mercancías, la gente y la basura, entre otros. Sin embargo, en la investigación se reflejó la presencia de otros elementos geo simbólicos permanentes como el deportivo, las viviendas y los mercados. En la zona de Bartolomé de las Casas los objetos visibles se encuentran relacionados con el comercio, aparecen los comerciantes y las mercancías; sin embargo no se hace referencia a los toldos ni a los operativos. Además,

la mirada comercial toma al puesto como un elemento principal y también se centra en los consumidores y usuarios aglutinados en la unidad *la gente*. La fiesta y la población de calle también forma parte de la representación de esta zona del tianguis. Asimismo el hurto aparece como una actividad cotidiana, que fue poco mencionada, pero que apareció de una manera importante en la representación de los *observadores* que lo denunciaron.

La hipótesis fue acertada al indicar que en la plaza Martes de Arte las unidades de la imagen también se relacionan con el comercio, pero existen otros elementos relativos tanto las actividades culturales como a la falta de higiene y el descuido del espacio. En este sentido, la práctica de habitar la calle se conforma como un eje ordenador de la imagen en este lugar y como una más de las funciones requeridas por el comercio informal. Por otra parte, al incluir entre los *observadores* a los funcionarios de la delegación y a los de la iglesia católica, se encontraron elementos que no se incluyeron en la hipótesis inicial. Por un lado, se hizo patente la participación de la Parroquia de la Divina institución como promotora de actividades recreativas en la plaza Martes de Arte, función que se esperaba fuera exclusiva de los promotores y que plantea elementos para el análisis de la promoción cultural en Tepito en relación con las iniciativas eclesásticas.

Otro asunto inesperado fue la activa presencia de la Delegación Cuauhtémoc en la realización de obras públicas y la dotación de servicios en la zona de Bartolomé de las Casas. Antes de entrevistar a los funcionarios de la dirección territorial Tepito-Guerrero, se tenía la idea de que el gobierno no realizaba ningún tipo de actividad relativa al mantenimiento del espacio público. Sin embargo, se observó que, por el contrario, la delegación atiende las demandas de los comerciantes y resuelve problemas que la práctica del comercio informal crea sobre la infraestructura, el mobiliario, y otros elementos funcionales del espacio como las banquetas y la carpeta asfáltica.

Por otra parte, la alusión a los elementos de la policía plantea varias rutas para el análisis de la presencia de la autoridad en el espacio público. En la imagen, su actividad se percibe como una manera de controlar y perseguir a la población de calle. Sin embargo, dado que en ningún caso se consideró como un tema en torno al que se organizaba el discurso, en una siguiente investigación habría que reconocer en qué medida esta situación es una expresión

de ciudadanía o hasta qué punto se trata de una exposición del fenómeno de apropiación privativa y corporativa de un recurso público.

En otras palabras, sería interesante saber si la vigilancia policiaca es vista como una manera de atender las demandas de seguridad de los residentes y los usuarios del tianguis, que finalmente se implicaría en el ejercicio del derecho a la integridad física. En un sentido contrario, habría que reconocer si la representación de los policías y sus actividades alude a una estrategia de vigilancia del negocio del que se benefician funcionarios y comerciantes.

En el proyecto se planteó un fenómeno de invisibilidad especialmente centrada en los residentes y los comerciantes formalmente establecidos. En este sentido se puede afirmar que los comerciantes que participan de la economía formal no aparecieron en esta imagen, sin embargo, es necesario asumir que no fueron consultados apropiadamente, por lo que no se puede afirmar si esta premisa es cierta o no. Sin embargo, la mirada de los *observadores* plantea la preponderancia de la actividad informal y deja en un segundo plano a las unidades de la imagen relativas al comercio formalmente establecido. Esta situación no quiere decir que los comerciantes formales sean del todo invisibles, pues la presencia de los mercados en la imagen, así como la representación de los locales comerciales donde se expenden alimentos hace pensar que estos actores no son del todo invisibles. Esta situación se repite en la plaza Martes, donde se alude al *supercito* y con ello se incluye en la práctica del comercio informal.

La visibilidad de los residentes es un asunto que no se planteó correctamente, pues un actor principal en la dinámica del tianguis es el que conforman los tepiteños. Así, un error importante en el establecimiento de los actores fue la indiferenciación entre los residentes que son comerciantes y los residentes que se dedican a otras actividades, por lo que a lo largo de la investigación se hizo patente la influencia del comercio informal como una forma de vida que permea al conjunto de los residentes. En este sentido, se pudo observar cómo existen varios casos de residentes que no ejercen el comercio forman parte de familias muy cercanas a esta práctica. Así, hay residentes adultos cuyos padres se dedicaron al comercio, o residentes jóvenes que no se dedican al comercio, pero cuyos padres fueron comerciantes durante el tiempo que duró su infancia y su adolescencia. En el caso de Luis

Arévalo y Mario García Puga, es notable cómo el comercio informal ha formado parte de sus vidas y ha marcado sus estrategias de subsistencia.

Por último, la invisibilidad del gobierno central y federal como garante de las condiciones de vida para los residentes y usuarios del barrio plantea elementos importantes para la discusión sobre la gobernabilidad y el establecimiento de las relaciones entre el mercado y el estado. Por otra parte se encuentra la nula presencia en la imagen de las grandes corporaciones que organizan la producción, el transporte y el comercio de las mercancías que se expenden en el barrio. Esto plantea un reto similar al que guió la investigación de Sandra Alarcón, quien siguió las rutas de distribución de los productos asiáticos y exhibió las redes que organizan esta práctica. Este sería en todo caso, un modelo interesante en el estudio de la imagen urbana, abriendo la posibilidad de conocerla en su dimensión global.

Uno de los retos más importantes de este trabajo fue el de establecer una ruta de exploración del proceso de construcción la imagen urbana que privilegiara el punto de vista de los usuarios y que pusiera en segundo plano el estudio de los documentos producidos por los medios masivos de comunicación. Esta característica es especialmente importante si se considera el estigma social que históricamente ha marcado al barrio y a sus habitantes y que orienta en buena medida la cobertura que los medios masivos hacen de las actividades de los residentes y usuarios del espacio público. De esta manera, uno de los objetivos relacionados con el planteamiento de la metodología de investigación fue el diseño de una estrategia de comunicación con los usuarios de dos plazas y espacios públicos a partir del cual se obtuvieran representaciones que dieran un valor especial a la experiencia sensorial inmediata.

Para ello, se tomó en cuenta el trabajo de Kevin Lynch, quien aporta conceptos importantes en este sentido como el del usuario u *observador* de la ciudad a quien se le otorga una cualidad sensible y la posibilidad de construir una representación individual a través de los elementos o *unidades de la imagen* que él selecciona para organizar el universo de estímulos que percibe en la experiencia cotidiana de la ciudad. En este sentido, Lynch propone la posibilidad de aglutinar los elementos de la imagen en un producto conjunto llamado *imagen pública*.

En este orden de ideas, la dimensión política de la imagen se justifica al relacionar la construcción de las unidades de la imagen con las categorías *prácticas sociales* y *representaciones sociales*. En este aspecto, se propone por un lado que al construir una representación de la realidad urbana, el *observador* impone sus características ideológicas en la imagen, y que por otro lado, la imagen de la ciudad representa las diferencias de clase y de identidad que caracterizan a una sociedad específica. Así, a través de la representación de la ciudad se representan las diferencias en la percepción de la realidad de un lugar compartido entre las que destacan las diferencias sociales y la identificación de agentes y prácticas sociales asociados al lugar que se representa. Con esta información se obtuvieron algunos elementos para establecer cuáles son los conflictos que existen en el lugar y cómo es que éstos determinan la disposición y el estado de los contenidos de la imagen y en general, de los elementos físicos a los que se hace referencia en las representaciones de la calle y la plaza.

Por último, es necesario reconocer que dos de las preguntas que aparecen en el proyecto no fueron atendidas en la construcción de los contenidos de la investigación: *¿Qué relación tiene la producción de la imagen con la producción de la imagen del sujeto en sí mismo? ¿Cómo juega la imagen urbana en la interacción y la confrontación social?*.

Al establecer los límites del proyecto se encontró la necesidad de acotarlo por razones de tiempo, pero también por la imposibilidad de llevarlo a cabo con las herramientas teórico conceptuales que de las que se disponía en aquél momento. Esta situación tiene su origen en una concepción de la imagen urbana y su relación con las dinámicas sociales caracterizada por establecer una relación de interdependencia. De esta manera se supone que la construcción de la imagen depende de las dinámicas políticas económicas, sociales que definen a los sujetos que experimentan el espacio y que lo representan. Sin embargo, al suponer que la imagen urbana define las relaciones sociales y el establecimiento de los roles y las estrategias de comunicación entre los agentes nos encontramos en un problema teórico difícil de solucionar en el lapso impuesto por la universidad para concluir el estudio. Así, el estudio se centró en una relación de dependencia en la que se dio un lugar principal a las dinámicas política, económica y social y en la cual la imagen aparece como un

resultado o un residuo. Así, se plantea la necesidad plantear si la relación es dialógica o dependiente.

Este tipo de discusión pareciera ser una metáfora de la confrontación que se desarrolla en torno a categorías como el materialismo y su relación con el idealismo y al desarrollo de líneas de pensamiento como la semiótica y los estudios respecto a la ideología. Habría que determinar en todo caso cuál es el conjunto de conocimientos necesarios para encontrar cómo es que esta relación entre imagen y dinámica social, económica y política se reúnen en la vida cotidiana de la ciudad.

4.1. Los sentidos contrapuestos de la ciudadanía.

En esta sección proponemos organizar un análisis del proceso de producción del espacio público en Tepito a partir del contraste de dos prácticas que estructuran a su vez dos lógicas de producción espacial que comparten el tiempo. Se podría hablar entonces de dos proyectos de espacio público que se espacializan en las calles del barrio. Según los resultados de las entrevistas, a la imagen pública del tianguis se encuentran asociados los comerciantes y los funcionarios. Así, este proyecto de barrio es el que protagonizan los comerciantes informales en todas sus caracterizaciones como líderes y agremiados, tepiteños y tepiteros. Además, en la imagen se registra una asociación entre la actividad de los funcionarios del gobierno delegacional entre los que se incluye, la jefatura delegacional, la dirección General Jurídica y de Gobierno, la dirección de mercados y vía pública y la subdirección de vía pública, así como la dirección territorial Tepito Guerrero y al jefe de unidad departamental (J.U.D.) de Jurídico, gobierno y seguridad pública.

El segundo proyecto es el que protagonizan los promotores culturales. Luis Arévalo aparece como figura principal, pero también aparecen vinculados otros nombres como el de Mario García Puga, y Edelmira Lomelí. En la imagen también aparecen de manera importante el público asistente a las actividades que ellos organizan como es la gente que baila y las personas que hacen yoga, por ejemplo.

Se habla de proyectos porque las actividades que se realizan en torno al comercio informal y a la promoción cultural son justificados a partir de un discurso que se estructura desde distintas formas de comprender el interés común. Así, la presencia de puestos, mercancías, peatones, consumidores, basura se asocia con la construcción del espacio como un recurso económico que debe ponerse a disposición de la población empobrecida y desempleada del barrio en primer lugar, y de otros lugares de la zona metropolitana, de manera extensiva. De esta manera, en este primer proyecto de espacio público, la calle y la plaza son consideradas como un ámbito en el que se hace posible ejercer el derecho al trabajo. En éste, el uso lucrativo del espacio implica que los beneficios del uso del espacio son principalmente económicos, y a partir de lo anterior se definen los agentes, sus roles, y sobre sentido la pugna por el control territorial.

Un segundo proyecto es visible en la imagen pública a través los murales, el baile y las actividades culturales localizados en la plaza martes de arte. Esta segunda manera de dar significado al espacio se estructura desde una concepción del interés colectivo que podría caracterizarse por el interés por crear espacios de socialización distintos a los que se generan en torno al uso lucrativo del espacio. Asimismo se busca ofrecer alternativas respecto a los contenidos del espacio que se relacionan con la construcción de la identidad barrial, la exposición pública de propuestas culturales distintas a las que ofrecen los grandes consorcios de la información y la oferta de alternativas educativas no escolarizadas, además de la gestión de acciones de mantenimiento y mejoramiento de espacios públicos. Así, el derecho a la cultura aparece como el eje que ordena esta forma de producir el espacio y da estructura las acciones de los promotores y sus aliados.

En el caso de la propuesta del martes de arte, se pudo observar que la realización de las obras de mejoramiento de la plaza fue un motivo de desencuentro entre promotores y comerciantes. Así, se puede decir que, aunque en un principio ambas actividades fueron si no complementarias, por lo menos, no existía una oposición evidente. Sin embargo, al desarrollar el proyecto, ambos agentes confrontaron sus posiciones hasta llegar al punto de una pugna abierta por el control de la plaza. Así, se puede hablar de una contraposición de

dos proyectos de espacio público y que espacializan distintas concepciones del interés colectivo.

A su vez, estas prácticas reflejan dos proyectos de vida colectiva que buscaremos analizar a la luz de las aportaciones y limitaciones que conceden e imponen a la realización de los ideales normativos del espacio público y de la construcción de ciudadanía. Con este objeto, proponemos ordenar la discusión recuperando los contenidos principales de ambos programas universalistas. El primero de ellos hace referencia al paradigma de lo público espacializado y su relación con las realidades urbanas que indican la distancia con este ideal de la vida en común (Ver tabla 20).

Tabla 20: Espacio público urbano: contraste entre dos realidades

Fuente: elaboración propia con base en el trabajo de Patricia Ramírez Kuri (Ramírez Kuri, 2003, 2006, 2007, 2008, 2009).

Paradigma de lo público espacializado.	Espacio imperfecto.
<p>Ideal normativo de la vida en común que alguna vez existió y se perdió (Ramírez Kuri, 2008: 104). Evocación nostálgica (Rabotnikof, 2003: 17; Ramírez Kuri, 2008: 7, 124).</p>	<p>Proyecto de futuro en torno al cual dar sentido a la vida política (Rabotnikof, 2003: 17). Invocación programática. (Borja, 2003a: 290-295).</p>
<p>Universo urbano articulado en torno de la búsqueda de lo común entre diferentes (Arendt, 1993: 64-66; Ramírez Kuri, 2009: 35-37). Lugar de expresión de la diversidad cultural a través de la vida pública, esencia del pluralismo (Borja, 2003b: 81-82).</p>	<p>Conjunto de realidades fragmentadas y segregadas (Borja, 2003a: 288-290; Ramírez Kuri, 2008: 105). Tendencia a la homogeneización causada por la exclusión y la segregación (también la autoimpuesta) (Caldeira, 2000: 297; Borja, 2003: 59-63; Ramírez Kuri, 2008: 2; 2009: 45; Schteingart, 2001; Sabatini, 2003).</p>
<p>Significado integrador, donde unos y otros aprenden a vivir juntos y a compartir valores como el respeto, la solidaridad y la tolerancia (Borja, 2003a: 320-321; Ramírez Kuri, 2008: 106)</p>	<p>Problemas de inseguridad y violencia que generan temor (García Canclini, 2004: 210). Disolución de vínculos, (Ramírez Kuri, 2008: 106).</p>
<p>Generador de condiciones de bienestar que favorecen la interacción e integración social. Actividad funcional y ritual (Ramírez Kuri, 2008: 124).</p>	<p>Espacios de riesgo donde la depredación, masificación y el abandono generan atmósferas de malestar por la ciudad (Borja, 2003b: 59; Quiroz, 2003: 15; Ramírez Kuri,).</p>
<p>Ámbito de construcción de relaciones democráticas (Rivlin, Carr, <i>et al.</i>, 1992; Borja, 2003b; Ramírez Kuri, 2009).</p>	<p>Objeto y escenario de prácticas sociales disolutorias (Ramírez Kuri, 2008: 15). Relaciones permeadas por la corrupción, clientelismo y autoritarismo (Ortiz, 2004: 25).</p>
<p>Ámbito y condición de ciudadanía, protector de derechos y libertades ciudadanas (Borja, 2003a: 317; Ramírez Kuri, 2008: 111).</p>	<p>Expresión de la desigualdad (Ramírez Kuri, 2008: 104). Debilidad de confianza entre individuos, y hacia las instituciones (Ramírez Kuri, 2008: 104).</p>
<p>Espacio de todos, no capturado por los intereses particulares (Bresser y Cunill, 1998) Rabotnikof, 2003: 21). Lugar común de relación, identificación, encuentro (Ramírez Kuri, 2008: 124).</p>	<p>Los individuos y grupos luchan por el acceso a bienes públicos y se disputan los recursos de la sociedad (Ramírez Kuri, 2008: 104). Tendencia a replegarse al ámbito privado y doméstico (Borja, 2003b: 60; Sennett, 2001: 255).</p>

Podríamos comenzar admitiendo que los promotores culturales han trabajado durante décadas en función del arquetipo de la vida en vecindad, donde la solidaridad, la convivencia y los lazos familiares y de amistad permitían generar condiciones de supervivencia ante una perspectiva económica y social ensombrecida por la pobreza y el estigma. Sin embargo, varios procesos terminaron con la forma de vida que hoy añoran los *culturosos*: el abandono del modelo del *estado de bienestar* y la instauración del régimen neoliberal, los terremotos de 1985, el despliegue de los programas de renovación habitacional, la expulsión de los antiguos residentes y la desaparición del esquema económico barrial basado en la producción y oferta de servicios a través de microempresas familiares ubicadas en la vivienda. De esta manera, el desarrollo de las industrias criminales, la expansión depredadora del tianguis y sus consecuencias en la vida asociativa del barrio obligó a los promotores a actualizar su activismo. Así, la evocación nostálgica se acompañó de un nuevo programa de vida colectiva en el barrio y, al tomar la plaza e intervenirla este grupo de promotores estableció un derrotero en la ruta del movimiento cultural tepiteño.

Por su parte, la actual forma de espacializar la práctica del comercio informal en Tepito ha tenido consecuencias severas sobre las condiciones necesarias para la socialización y el diálogo. Si se consideran por un lado la falta de movilidad, la invasión y depredación de los posibles espacios para la socialización, y por otra parte se toma en cuenta el impacto que genera la disputa por las plusvalías, se puede decir que el proyecto de uso lucrativo del espacio dio pie a un fenómeno de aislamiento y segregación que ha derivado incluso en la expulsión de la población dedicada al comercio. Además, el dominio de la lógica lucrativa de uso del espacio obstaculiza y en ocasiones impide por completo el desarrollo de otras formas de vida asociativa. En este sentido, el predominio de la lógica de la informalidad ha tenido como consecuencia el establecimiento de un orden político basado en la coerción y la violencia y además ha tenido como consecuencia la estructuración de las redes sociales en torno a prácticas nocivas y segregadoras.

Esta situación distancia a las distintas expresiones posibles de lo “tepiteño”, limitando la diversidad cultural y restringiendo los contenidos de lo público al marco de la disputa por los territorios comerciales. En este contexto, se cede la agenda pública y las decisiones sobre los contenidos del espacio a los avatares de la dinámica impuesta por la complicidad que mantienen los funcionarios de gobierno y los líderes que ellos seleccionen, así como a la relación que ambos mantengan con las organizaciones criminales que operan en el barrio.

Sin la presencia de voces distintas a la lógica del lucro, el establecimiento de los contenidos del espacio público se define además en función de los intereses de las grandes corporaciones de la información. El repliegue hacia el ámbito doméstico hace que la televisión nacional y extranjera, así como las empresas cinematográficas estadounidenses ocupen en gran medida el espacio doméstico de la comunicación homogeneizándolo y creando realidades fragmentadas y organizadas en torno a la exclusión, la desintegración y la disolución de vínculos. La desconfianza entre los distintos usuarios de las plazas y la calle, así como la violencia cotidiana y el ejercicio autoritario del poder por parte de los líderes y los funcionarios llenan los significados del espacio con expresiones de abuso y deifican el rechazo como valor principal en donde idealmente debería prevalecer la tolerancia.

Una vez más, las condiciones que impone la presión comercial sobre el espacio tiene como consecuencia la depauperación del espacio público haciéndolo disfuncional. Además la imagen del riesgo y la percepción de un espacio masificado fomentan el aislamiento y la desintegración social, lo que además dificulta las actividades rituales. Por su parte, la *transita* y la selección discrecional de los líderes beneficiados por los funcionarios expresan un universo de relaciones permeadas por la corrupción y exclusión, el clientelismo y el autoritarismo. En este contexto, los comerciantes y las asociaciones luchan por el acceso a la calle, considerada como un bien público y se disputan las plusvalías que deberían repartirse en función de un interés común. Entonces, lo que idealmente debería constituirse como un espacio compartido por los comerciantes, pero también por los residentes que no participan de esta actividad, así como por los promotores y los visitantes de otras colonias, termina por convertirse en un lugar de distanciamiento, disputa y desigualdad.

En este mismo sentido, la imagen pública refleja la debilidad de la confianza entre comerciantes, residentes, visitantes, funcionarios, y hacia los órganos del gobierno delegacional. La invisibilidad de las instituciones del estado, como es el caso del gobierno central y del gobierno federal ponen en tela de juicio el papel del estado como garante de los derechos fundamentales de la población a la que representan. Este es el caso, por ejemplo de la ausencia de acciones contundentes que aseguren el ejercicio de derechos que se organizan en torno al trabajo, la salud, la vivienda, la cultura y la educación. Además, en Tepito, las decisiones importantes para la vida en común en la calle se definen en el marco de la informalidad, donde las prácticas de coerción, corrupción y complicidad evidencian la incidencia de los poderes fácticos conformados por las organizaciones de comerciantes y las redes criminales. De esta manera se exhibe el vacío institucional y la falta de gobernabilidad y con ello, se hace patente la imposibilidad de construir un ámbito protector de derechos y libertades ciudadanas.

La necesidad de contar con garantías institucionales para la realización de un proyecto de desarrollo comunitario en un espacio considerado como un bien común ha llevado a los promotores a proyectar el cierre del espacio e idear mecanismos de control del acceso al mismo. Esta situación refleja por un lado la vulnerabilidad de un proyecto de convivencia y socialización, pero también evidencia la debilidad de una organización social frente a los intereses del mercado, en este caso representados por el grupo de comerciantes instalados en la plaza. Con la finalidad de proteger el interés común como orientación principal de uso de la plaza, los promotores pasan por alto uno de los elementos característicos del espacio público vinculado con la idea de apertura que se define en contraposición con el cierre y la clausura. Además, al poner límites al acceso al espacio, se limita el control y se asigna la función de control a una entidad corporativa. Esta situación implicaría dejar de lado otra de las características de lo público, que tiene que ver con la necesidad de compartir la toma de decisiones y no limitarla a los intereses o la perspectiva de un individuo o una corporación. Por estas razones, de seguir adelante con esta iniciativa los promotores estarían constituyéndose como sujetos que, en el nombre del interés común obstruyen la espacialización de un proyecto de espacio público.

Si consideramos que los comerciantes complican la realización en Tepito de este paradigma y que lo hacen utilizando el derecho al comercio como ejercicio del derecho al trabajo, podríamos pensar que en el nombre del espacio público, sus prácticas lo vulneran.

Así, tomar la plaza para después cerrarla los promotores cometerían un desatino en tanto que este tipo de acción se asemeja a la de los comerciantes. Entonces, la dificultad que enfrentan los *culturosos* para desarrollar un proyecto no lucrativo y cultural pone en evidencia la fragilidad del espacio público como paradigma y como modelo asociativo. En este sentido, la debilidad también se hace patente en cuanto que la espacialización de un programa que adquiere su legitimidad mediante el ideal del interés común, termina siendo un obstáculo para el mismo.

Como es posible observar, la distancia entre los agentes que protagonizan la lógica del lucro y aquellos que promueven el disfrute se desdibuja cuando, en aras de la defensa del bien común, ambos agentes plantean acciones contrarias a los valores que pretenden defender. Se hace pertinente entonces una indagación respecto a las lógicas que organizan ambas prácticas en relación con las líneas de argumentación que les dan sustento. Para ello, proponemos establecer una segunda ruta relacionada con las diferencias que ambos proyectos de espacio plantean en relación con el ámbito de construcción de ciudadanía.

Como en el caso del paradigma del espacio público, se plantea la revisión de los principales elementos que conforman el ideal normativo de la ciudadanía en el ámbito urbano. En este caso, tomaremos como marco de referencia los planteamientos que Jordi Borja establece como derechos en el “derecho a la ciudad” (Borja, 2003a: 290-295) (Ver tabla 21):

Tabla 21 (1 de 3): Los derechos desde el enfoque del “derecho a la Ciudad”.
 Fuente: elaboración propia basada en el trabajo de Jordi Borja (Borja, 2003a :290-295).

Tipo de derecho	Descripción
A la vivienda y al lugar	Posibilidad de mantener la residencia en los entornos significativos o de decidir mudarse hacia entorno Es contrario a la expulsión territorial que se da con los grandes proyectos de “mejoramiento” de una zona.
Al espacio público y a la monumentalidad	Factor de redistribución social. Todas las zonas de la ciudad deben estar articuladas por un sistema de espacios públicos y dotadas de elementos que les den visibilidad e identidad. Ser visto y reconocido por otros es una condición de ciudadanía
A la belleza	El lujo del espacio público y de los equipamientos colectivos no es despilfarro, es justicia. Dimensión estética como prueba de calidad urbana y reconocimiento de la necesidad social.
A la identidad colectiva dentro de la ciudad	La organización del espacio debe facilitar la cohesión sociocultural de las comunidades. La integración ciudadana es más factible si las personas están también insertas en grupos referenciales próximos. La ciudadanía es pluridimensional y requiere integraciones colectivas múltiples.
A la movilidad y accesibilidad	Hay que tender a igualar las condiciones de acceso a las centralidades y la movilidad desde cada zona de la ciudad metropolitana. Estos derechos son indispensables para que las libertades urbanas sean realmente utilizables.
A la centralidad	Todas las áreas de la ciudad metropolitana deben poseer lugares con valor de centralidad y todos los habitantes deberían poder acceder con mayor facilidad a los centros urbanos o metropolitanos. En la ciudad metropolitana la articulación de los centros viejos y nuevos, el acceso y la recalificación de los centros históricos no sólo de la ciudad central sino de las áreas periféricas, la creación de nuevas centralidades polivalentes son consustanciales de la democracia urbana. La pluralidad de centralidades se vincula a la superación de la dinámicas segregadoras y especializadoras de los territorios.

Tabla 21 (2 de 3): Los derechos desde el enfoque del “derecho a la Ciudad”.
 Fuente: elaboración propia basada en el trabajo de Jordi Borja (Borja, 2003a :290-295).

Tipo de derecho	Descripción
Conversión de la ciudad marginal o ilegal en ciudad de ciudadanía	Atención a la ciudad de las periferias: regularización de la propiedad del suelo, construcción y atención a equipamientos y elementos de monumentalidad.
Gobierno metropolitano	Derecho a un gobierno de proximidad con dimensiones plurimunicipales. Inclusión de demandas locales en un esquema de organización de la planeación, gestión, administración, representación que permitan: abaratar los costos de los servicios públicos y vincular distintas regiones.
Innovación política. Acceso y uso de las tecnologías de información y comunicación	Formas alternativas en el sistema electoral, los modelos de participación, planeación y gestión. Las relaciones entre administraciones y actores públicos y privados deben incorporar cada vez más formas contractuales y no únicamente jerárquicas o compartimentadas.
Ciudad como refugio	La ciudad debe asumir áreas de refugio para aquellos que por razones legales, culturales o personales necesiten durante un tiempo protegerse de los aparatos más represivos del estado.
Protección contra empresas de servicios públicos	Protección por parte del gobierno de proximidad ante las instituciones políticas superiores y las organizaciones y empresas prestadoras de servicios.
Justicia local y seguridad	La justicia local, de base municipal y la seguridad como actuación concertada entre la institución local y la sociedad civil organizada son hoy demandas inaplazables de las mayorías ciudadanas.

Tabla 21 (3 de 3): Los derechos desde el enfoque del “derecho a la Ciudad”.
Fuente: elaboración propia basada en el trabajo de Jordi Borja (Borja, 2003a :290-295).

Tipo de derecho	Descripción
Derecho a la ilegalidad	Promover iniciativas ilegales para convertir una demanda no reconocida en un derecho legal.
Empleo y salario ciudadano	Rol social que proporciona ingresos monetarios, es decir, remunerados, al conjunto de la población activa. Además de las iniciativas generadoras de empleo (servicios de proximidad, ecología urbana, etc.).
Calidad del medio ambiente	Calidad de vida integral y como derecho a preservar el medio para las generaciones futuras. Este derecho incluye el uso de los recursos naturales y energéticos, el patrimonio histórico-cultural y la protección frente a las agresiones a la calidad del entorno (contaminaciones, congestiones, suciedad, fealdad).
Diferencia, intimidad y elección de los vínculos personales	Nadie puede sufrir discriminación según sus creencias, sus hábitos culturales o sus orientaciones sexuales, siempre que se respeten los derechos básicos de las personas con que se relacione. No hay un modelo de vida personal o familiar que tenga derecho a más protección que otro.
Igualdad jurídica-política	A tener el mismo estatus político-jurídico de ciudadano e igualdad de derechos y responsabilidades.
Representación y participación en el ámbito internacional.	Derecho a que los representantes directos de los ciudadanos tanto institucionales como sociales participen o accedan a las conferencias y organismos internacionales que tratan cuestiones que los afecten directamente. Igual movilidad y acceso a la información transversal. Derecho de los gobiernos locales y regionales y de las organizaciones ciudadanas a constituir redes y asociaciones que sean reconocidas y actúen a escala internacional.

El primero de esta serie de derechos se vincula con la posibilidad de mantener la residencia en los entornos significativos o de decidir mudarse hacia entorno en procesos de intervención urbana. Es importante recordar que tanto los promotores como los comerciantes organizaron sus demandas en torno a este derecho. No hay que olvidar que el movimiento inquilinario de los años setenta dio origen al liderazgo de Miguel Galán quien

protagonizó la relación con el gobierno durante más de dos décadas. De esta demanda también surgió el movimiento cultural del que proviene la iniciativa del Martes de Arte.

El arraigo y la pertenencia al lugar contenidos en este derecho son elementos del discurso que ambos agentes utilizan cotidianamente para sustentar sus proyectos de barrio. Así, los comerciantes lo utilizan para justificar su concepción patrimonialista y para ejercer el derecho a vender. Mientras, los promotores hacen uso de este recurso discursivo para ocupar la plaza y gestionar financiamiento para sus actividades e iniciativas de intervención.

El derecho al espacio público y a la monumentalidad se considera además como factor de redistribución social. Según Borja, ser visto y reconocido por otros es una condición de ciudadanía, por lo que todas las zonas de la ciudad deberían estar articuladas por un sistema de espacios públicos y dotadas de elementos que les den visibilidad e identidad. Este derecho aglutina las principales demandas de los promotores; sin embargo, en el contexto del comercio informal, los espacios públicos son invadidos y con ello se hace imposible dar elementos de visibilidad e identidad a los residentes y visitantes. De esta manera, la visibilidad se restringe a la imagen de los comerciantes y los consumidores mientras que los residentes y los usuarios que no buscan consumir son invisibilizados y no son reconocidos, por lo que, desde la perspectiva del derecho a la ciudad, no cuentan con una condición de ciudadanía. En este sentido, el derecho a la belleza y el lujo del espacio público y de los equipamientos colectivos se consideran como prueba de calidad urbana y reconocimiento de la necesidad social. Sin embargo, en Tepito el uso lucrativo del espacio y la lucha por la apropiación privada de los beneficios del comercio informal generan actos de depredación del espacio que generan entornos desagradables, incómodos, insalubres y riesgosos. Entonces, el deterioro de los espacios públicos en el tianguis podría entenderse como una expresión de la injusticia mientras que el caos y la incomodidad podrían ser interpretadas como pruebas de la mediocridad urbana y del desprecio de la necesidad social.

Un siguiente derecho gira en torno a la identidad colectiva dentro de la ciudad y parte del supuesto de que la integración ciudadana es más factible si las personas están también insertas en grupos referenciales próximos. Así por un lado, supone que la organización del

espacio debería facilitar la cohesión sociocultural de las comunidades. Por otro lado, supone que la ciudadanía es pluridimensional y en consecuencia requiere integraciones colectivas múltiples. En este sentido, la imagen del barrio exhibe un fenómeno de desorganización del espacio que dificulta el aislamiento de los residentes complicando la integración ciudadana. Esta situación restringe la integración a las relaciones que se realicen en torno al comercio informal limitando a su vez la posibilidad de generar integraciones pluridimensionales. Al respecto se puede agregar que el proyecto de espacio público de los promotores pretende abrir espacios para la integración colectiva en una dimensión distinta al lucro. Sin embargo, la presión sobre el espacio por parte de los comerciantes aunada al abandono de las instituciones ante esta situación y a la dificultad para obtener recursos públicos para el desarrollo de sus iniciativas exponen la fragilidad del proyecto de espacio público y dibuja una tendencia hacia la homogeneización de las integraciones colectivas deteriorando las condiciones para el ejercicio de la ciudadanía.

En un siguiente punto, se asume que las libertades urbanas requieren que las condiciones de acceso a las centralidades y la movilidad desde cada zona de la ciudad metropolitana se realicen en igualdad de circunstancias. En la zona metropolitana de la ciudad de México el desarrollo de las redes del transporte colectivo y las políticas de subsidio a la movilidad son factores que han participado en la función central del tianguis y han impactado positivamente en el abasto popular de los sectores empobrecidos capitalinos y metropolitanos. Sin embargo, la presión comercial sobre el espacio en la calle ha tenido como consecuencia serias dificultades para la movilidad al interior del barrio. Esta situación expone una tensión entre los derechos en la escala micro local y la que conforma la megalópolis. En este aspecto, el ejercicio del derecho a la movilidad de la comunidad metropolitana no debería afectar el derecho a la movilidad de los residentes del barrio. Por otro lado, la distribución de los puestos genera situaciones que ponen en riesgo también a las poblaciones de comerciantes y consumidores provenientes de otros lugares de la ciudad.

La función metropolitana del tianguis en Tepito hace ineludible hacer hincapié en el asunto del derecho a la centralidad. Según este precepto, todas las áreas de la ciudad metropolitana deberían poseer lugares con valor de centralidad y todos los habitantes deberían acceder

con facilidad a los centros urbanos o metropolitanos. Este derecho promueve la creación de nuevas centralidades polivalentes como ejercicio de la democracia urbana, pues se vincula la pluralidad de centralidades a la superación de las dinámicas segregadoras y especializadoras de los territorios. De esta manera, en la ciudad metropolitana deberían coexistir la articulación de los centros viejos y nuevos, el acceso y la recalificación de los centros históricos en la ciudad central y en las áreas periféricas.

Para valorar en qué medida las condiciones del barrio se aproximan a este principio, tendríamos que considerar que, entre otras razones Tepito es un lugar central debido a su fácil accesibilidad a un bajo costo. Esta situación permite a una gran cantidad de gente acudir a un centro de abasto popular y esto a su vez otorga mayor valor a los recursos urbanos, es decir, a las plusvalías generadas por el aprovechamiento de la calle. Estas condiciones benefician a los consumidores y hacen posible ofrecer alternativas de ingreso a las poblaciones desempleadas y empobrecidas que se convierten en comerciantes. Este criterio adquiere especial relevancia si se considera que Tepito funge como un espacio que en parte cumple con la necesidad de consumo de las poblaciones de la periferia metropolitana. En este sentido, se entiende que la saturación del espacio comercial en el barrio responde de alguna manera a la demanda de la población periférica, aunque también aumenta la presión sobre el espacio y limita la movilidad de los residentes, y la seguridad de los consumidores y usuarios.

El planteamiento del modelo del derecho a la ciudad pone énfasis en la construcción política de la ciudadanía. Así, se establecen elementos importantes para el desarrollo de estrategias innovadoras de gobernabilidad y administración que son especialmente relevantes en sistemas urbanos de grandes dimensiones. El primero de estos derechos estipula la creación de un gobierno de proximidad con dimensión plurimunicipal o metropolitana. En este sentido, se considera también la necesidad de crear formas alternativas en el sistema electoral, y modelos de participación en los procesos de diseño, planeación y administración urbana. Además, se plantea el acceso y el uso de las tecnologías de información y comunicación para facilitar la interacción con los órganos de gobierno.

En este sentido, habría que plantear ¿cómo podría un gobierno metropolitano incidir sobre las formas de producción del espacio estructuradas en torno al ambulante en Tepito?. Posiblemente, la creación de un gobierno de esta magnitud tenga una representatividad y un presupuesto mayor que podría darle mayor capacidad a los gobiernos barriales para llevar a cabo iniciativas en espacios centrales. De esta manera, se podrían tener mejores condiciones para generar fuentes de ingreso legales o para contener la presión comercial interviniendo de manera más activa en la defensa de los espacios públicos.

En el proyecto normativo de Borja se plantea el tránsito hacia formas contractuales que permitan trascender esquemas jerárquicos y compartimentados. En este aspecto, la política hacia el ambulante aún tiene mucho camino que recorrer, pues la interlocución con los funcionarios se privilegia a algunos líderes de comerciantes dejando en segundo plano a los residentes, a los otros líderes y a los agremiados. Un esquema participativo y deliberativo ayudaría a suplantar el modelo discrecional de toma de decisiones por otro en el que los intereses de la mayor parte de los agentes involucrados se vean representados. Esta podría ser una manera de construir acuerdos de convivencia que permitan a su vez establecer mecanismos de seguridad, higiene y movilidad que permitan modificar la tendencia de depredación del espacio establecida históricamente por la relación de complicidad entre los funcionarios y los líderes. Entonces, un cambio en este sentido implicaría una transformación estructural en el ámbito de la cultura política.

Los cambios en las estructuras políticas que se proponen en este modelo de ciudadanía se amplían hacia la incorporación de distintas expresiones sociales que tradicionalmente no tienen cabida en el marco legal y que son frecuentemente perseguidas por las instituciones del estado. Ante esto, se propone el derecho al refugio y se establece un criterio en el que la ciudad asume áreas de amparo para aquellos que por razones legales, culturales o personales necesiten durante un tiempo protegerse de los aparatos más represivos del estado.

En la imagen que los comerciantes del barrio tienen de sí mismos se hace una apología del comercio como una estrategia de supervivencia que es constantemente reprimida y perseguida. En este orden de ideas, el ejercicio del derecho al trabajo conlleva el uso del

espacio para fines de lucro y en el caso de muchos comerciantes esto implica la transgresión de los usos del suelo establecidos en la reglamentación. Así, la permisividad a los comerciantes se entiende como un acto de protección a grupos que de otra manera no encontrarían un modo de vida distinto al que ofrecen las organizaciones criminales. Pero, ¿cómo definir los límites temporales de esta permisividad?, o dicho coloquialmente ¿cuánto tiempo significa “durante un tiempo”? Esto lleva consigo muchas interrogantes, pues muchos de los puestos del tianguis tienen los mismos permisionarios desde hace varias décadas e incluso, la prerrogativa de venta se ha otorgado a través de varias generaciones.

Entonces, el tema del ambulante gira en torno a la demanda de incorporación al mercado laboral, pero en las condiciones cotidianas del barrio parecería que se busca fomentar una forma de vida estructurada en torno a la actividad informal y al trato discrecional con el estado. En el caso de la asignación de los permisos y las tolerancias, ¿cómo se establecen indicadores de legitimidad en el caso de cada comerciante?, es decir ¿cómo saber quién necesita de ese refugio y quién abusa de la necesidad de otros?, ¿cómo evitar que aquellos comerciantes que originalmente necesitaban del espacio se conviertan en agentes forjadores de relaciones de abuso que perpetúen las relaciones violentas al interior del barrio?

Un asunto relevante para todos los agentes involucrados en la dinámica del tianguis es el que se organiza en torno a la justicia local y la seguridad, entendida como una acción concertada entre la institución local y las organizaciones de la sociedad civil. En este sentido, cabría reconocer que la presencia constante en la calle de comerciantes, así como el interés por mantener a la clientela, aseguran condiciones de seguridad en el tianguis y consumidores crean un entorno de vigilancia constante. En contraste, las calles aledañas al tianguis son espacios de riesgo porque son espacios sin vigilancia. Otro asunto derivado del comercio tiene que ver con la pulverización de los liderazgos del comercio y con las consecuencias que ésta situación ha tenido respecto a las condiciones de interlocución al interior de las asociaciones. En este aspecto, es importante notar el vínculo entre la desestructuración de los grandes liderazgos y la falta de respeto a los acuerdos básicos de convivencia como son la vigilancia y la censura a las actividades criminales, así como la delimitación de los espacios indispensables para la movilidad.

Una de las propuestas que podrían ser más controversiales respecto a la formulación de las políticas del ambulante es la que se articula en torno al derecho a la ilegalidad. Según esta premisa, en ocasiones se vuelve necesario promover iniciativas ilegales para convertir una demanda no reconocida en un derecho legal. Esta podría ser una manera de acercarnos con mayor claridad a los conflictos que están en el fondo del problema del ambulante. En el caso de Tepito, la forma en que se ha permitido el comercio durante más de un siglo ha ayudado a reconocer las demandas de una población empobrecida y desempleada. Sin embargo, este reconocimiento no ha derivado en la atención a la problemática que se encuentra en el fondo, pues la política de permisividad no establece mecanismos de redistribución de la riqueza, no ofrece alternativas a largo plazo y genera prácticas jerárquicas, ocultas y cerradas de toma de decisiones. Así, lejos de aportar al interés común lo afecta aún más, por lo que el uso del espacio es más privativo que público y se obstaculiza el ejercicio de derechos sociales y políticos. Por esta serie de razones, no se puede afirmar que la práctica del comercio informal sea una experiencia de espacialización del derecho a la informalidad ni un factor de ejercicio ciudadano, al parecer, más bien se conforma como un obstáculo a la construcción de las instituciones democráticas.

El empleo y el salario ciudadano son propuestas normativas que vale la pena considerar en la ecuación del comercio informal en el barrio. Éstas consisten en asignar un rol social que proporcione ingresos monetarios a la población activa. De esta manera, en Tepito el derecho al empleo y el salario ciudadano se podrían instaurar como sustitutos de la política de permisividad discrecional, pues la dotación del salario ciudadano suficiente, termina con el argumento del uso ilegal del espacio como retribución ante los problemas económicos causados por el estado. Sin embargo, hay que admitir que aún si se llevaran a cabo, este tipo de medidas no detendría la tendencia expansiva del fenómeno del ambulante, pues las expectativas de consumo siempre serían superiores a los ingresos provenientes de este tipo de programas. Así, la posibilidad de obtener ingresos libres de impuestos en lugares altamente rentables haría que el tianguis mantuviera su actividad como lo ha hecho durante más de un siglo.

Paralelamente a las especulaciones sobre la posibilidad de construir nuevos acuerdos y pactos sociales se encuentra el deterioro físico de las calles y plazas del barrio. En este sentido, si se analiza la situación actual a la luz del derecho a la calidad del medio ambiente se deben evaluar las condiciones de habitabilidad, el impacto ambiental que deja esta práctica sobre los recursos naturales y sobre el patrimonio histórico-cultural. Además habría que reconocer en qué medida las contaminaciones, congestiones, y la suciedad generan condiciones de vida mediocres para los residentes y para los comerciantes y consumidores.

Así, habría que admitir que la lógica del lucro provoca un impacto ambiental importante, pues se genera una gran cantidad de residuos sólidos que no se aprovechan en su totalidad. Además, la precariedad de las instalaciones eléctricas provoca a su vez un gran desperdicio de energía. Asimismo, mientras la instalación de puestos de manera desorganizada ha provocado afectaciones sobre inmuebles de valor histórico, el cambio de uso de suelo de habitacional hacia bodegas ha afectado estructuralmente a edificios de valor histórico y contextual y la colocación de puestos ha invisibilizado por completo las fachadas antiguas, circunstancia que impide su apreciación. En síntesis, la política de permisividad a las actividades criminales ha complicado la implementación de políticas de vivienda, de equipamiento y de revitalización del patrimonio urbano arquitectónico.

Entonces, se puede afirmar que esta práctica es agresiva para el entorno en tanto que destruye y satura la infraestructura (banquetas, mobiliario, instalaciones eléctricas), crea contaminación por residuos sólidos, y provoca contaminación visual y auditiva. En este aspecto del derecho a la ciudad se encuentra el llamado “derecho a la belleza”, que se engarza como parte del derecho a la calidad del ambiente. Para establecer ejes de análisis en este sentido habría que tomar partido respecto al establecimiento de los criterios que permitieran a su vez discernir si el tianguis de Tepito es un lugar bello, excepcional en relación a las aportaciones estéticas de sus expresiones populares que lo hacen atractivo incluso hacia el público extranjero o si, por el contrario se trata de un entorno marcado por la fealdad y la monstruosidad que se aproximan a lo ridículo. Esta discusión se encuentra fuera de los límites del proyecto y de las posibilidades de análisis que se ubicarían en la

esfera de la estética cotidiana y los estudios sobre las culturas populares y el desarrollo teórico metodológico en torno a “lo popular”.

Sin embargo, para aprovechar la propuesta que en este sentido ofrece Borja, se podría orientar el análisis en función de la creación de mecanismos de intervención sistemática de la imagen urbana, es decir, que para establecer si existe o no una intención “embellecedora” del espacio se puede indagar si es que existen mecanismos de implementación de controles sobre la imagen urbana, entendida esta vez como el conjunto de referentes que se incluyen en el campo visual del *observador*. Así, se puede afirmar que en Tepito no existe un programa de control de la apariencia del tianguis que defina de manera jerárquica o democrática definición lo “bello” y que, en consecuencia establezca los criterios de intervención del espacio se orienten hacia el “embellecimiento”. En este sentido, la experiencia más cercana que se contiene en esta investigación es la que fracasó en el 2007, cuando en el marco de un acuerdo entre líderes y funcionarios, se pactó un compromiso de colaboración que obligaba a ceñirse a los límites en las dimensiones de los puestos, además del retiro de las estructuras metálicas, así como el debido manejo de los residuos sólidos y el respeto al mobiliario y las guarniciones.

Si se considera que la “belleza” de un lugar público se encuentra también en relación con la cercanía con “la naturaleza”, no está por demás exponer que en la imagen como en la observación participante se exhibe el alejamiento con elementos no-artificiales del paisaje (vegetación, fauna, etc.), pues este vínculo se ve impedido por la expansión de los puestos hacia plazas y camellones y la colocación de lonas y toldos en lo que debería ser un espacio abierto con visibilidad amplia.

Según Arendt, uno de los elementos que definen el espacio público es la posibilidad de la diferencia (Arendt, 1993:64-66). El encuentro entre trayectorias define además la posibilidad de existencia del espacio mismo (Massey, 2005: 106,117). Así, el derecho a la diferencia, la intimidad y la elección de los vínculos personales son expresiones necesarias para el establecimiento del espacio público en el ámbito de la ciudad. Según los cánones establecidos en el derecho a la ciudad, nadie puede sufrir discriminación según sus creencias, sus hábitos culturales o sus orientaciones sexuales, siempre que se respeten los

derechos básicos de las personas con que se relacione. Además, esta situación se traslada al ámbito político-jurídico estableciendo que no hay un modelo de vida personal o familiar que tenga derecho a más protección que otro.

Si aplicamos estos criterios al balance sobre la publicidad del espacio en este caso de estudio, se debe reconocer que el uso privativo del espacio para el lucro impone una presión sobre plazas y calles y que esta situación impone límites importantes para el desarrollo de una vida asociativa como la que se describe en el marco del ideal normativo descrito anteriormente. Es posible observar, en este marco que los usos no lucrativos se ven relegados espacial y simbólicamente y esto a su vez, provoca la discriminación hacia la población que no busca vender ni consumir. En consecuencia, el estado favorece la reproducción de un modelo de vida basado en el comercio que aquél que privilegia el desarrollo de actividades educativas, recreativas, artísticas. Prueba de ello es la comparación de los recursos públicos que se destinan a una y a otra orientación de las políticas públicas. En primer lugar, se contempla el subsidio que se otorga a la práctica del comercio callejero y que se expresa en la ausencia de ingresos al erario público por la falta de cobro de impuestos a dicha actividad comercial, por el exiguo cobro de cuotas al otorgamiento de permisos, así como la desviación de los recursos que provienen de los permisos que se otorgan fuera del marco de la ley. Además, el subsidio indirecto a esta actividad se ubica en torno a los recursos públicos utilizados para atender las demandas de servicios públicos de la actividad comercial, así como los costos asociados a los daños hechos infringidos al mobiliario, la infraestructura eléctrica, la carpeta asfáltica y las banquetas y guarniciones cotidianamente dañadas por la instalación de puestos fijos y semifijos.

Si comparamos esta suma de gastos directos e ingresos no recibidos con los recursos utilizados para mejorar y mantener plazas, calles, jardines y para actividades de desarrollo social en espacios públicos del barrio, se puede observar claramente una política que favorece a los comerciantes y discrimina a las otras configuraciones identitarias. En estas condiciones, los residentes, los promotores culturales, los visitantes y el público al que buscan atender se constituyen como una población discriminada. Esta situación segrega

también a los propios consumidores, los trabajadores del comercio formal e informal e incluso a los propios comerciantes, quienes pasan la mayor parte de sus vidas en un espacio degradante en términos de las condiciones de habitabilidad e injusto en relación con las condiciones que ofrece para la formación de vínculos de solidaridad y convivencia. A su vez, el fomento a la lectura, la defensa de los derechos humanos, el baile, el ajedrez, la realización de exposiciones terminan por constituirse en “hábitos culturales” distintos a los propuestos por la dinámica comercial y por los grandes consorcios de la información. En el marco de esta diferenciación, el disfrute del espacio se constituye como un acto de reivindicación del derecho a la cultura, pero principalmente se constituye como un acto de visibilización de la propia existencia.

En un análisis somero, se podría identificar el ejercicio de la acción cultural como una experiencia de realización de un derecho de tercera generación, es decir, como una manera de actualizar la concepción de ciudadanía y ampliarla hacia la reivindicación de una minoría, en este caso representada por los *culturosos*. Sin embargo, las condiciones de depauperación de los lazos sociales ha tenido serias repercusiones en la vida asociativa entre las que destaca la pérdida de referentes respecto a los valores desde los que se estructuran el tejido social, la convivencia y la formación de capital político. La vulnerabilidad de los jóvenes, el aislamiento de las mujeres y los adultos mayores, así como la falta de espacios alternativas de recreación para la población infantil se vinculan con las prácticas disolutorias, la violencia en el ámbito doméstico y escolar además de la presión que imponen las redes de la delincuencia organizada. Todas estas situaciones potencian la vulnerabilidad de una población marginada económicamente y obligan a revalorar la dimensión de la propuesta de los promotores. De esta manera, lo que a primera vista podría reconocerse como una expresión de la ciudadanía de tercera generación, se convierte en una salida a demandas básicas como la vida, y la integridad física y mental.

Así, la ausencia de las instituciones del estado en relación a estas demandas obliga a los promotores a constituirse como agente de cambio en una dimensión que busca el ejercicio de los derechos sociales y que ha necesitado utilizar todos los recursos organizacionales para promover sus demandas en el seno de las instituciones. Así, los promotores asumen

roles indiferenciados que van desde una actitud pasiva ante las exiguas posibilidades de atención a ciertas demandas por parte de las instituciones a las que logren acceder, participando en complicidad con los funcionarios en experiencias de interlocución marcados por la imposición de prácticas corporativas y excluyentes. En el polo opuesto de la acción colectiva, los promotores han ejercido sus derechos políticos asociándose con los movimientos autogestivos, altermundistas y anarquistas con los que se vinculan en el reconocimiento del abandono institucional. Así, la necesidad percibida por los promotores ha generado la búsqueda del ejercicio de la ciudadanía en todos ámbitos posibles e incluso si esto supone sacrificar algunos de los principios que deberían regir la constitución de un modelo de intervención democrática del espacio. La amplitud de su acción los ha llevado incluso a contemplar a los comerciantes como parte medular del público al que dedican su actividad. Sin embargo, la necesidad de los promotores de negociar el espacio a través del barrido y la limpieza de la plaza es una expresión más de la discriminación hacia los residentes no comerciantes y todos los posibles usuarios del espacio.

Así, se vulnera la posibilidad de tener el mismo estatus político-jurídico de ciudadano y de recibir un trato de igualdad respecto a los derechos y responsabilidades que se establecen en la relación con los otros agentes que participan del ámbito político en el marco del tianguis. En este sentido, a lo largo de la investigación se hizo patente cómo el acceso al ámbito de interlocución en la escala local se limita a los funcionarios y a unos cuantos líderes. A su vez, esto expresa la diferenciación en las prerrogativas y derechos que el estado establece ante los ciudadanos.

Esta situación se aplica tanto en el marco de interrelación que se establece en torno al ambulante como el que se genera en relación con las actividades culturales y de mejoramiento barrial. En la disputa por la plaza, la autoridad central apoya con recursos la iniciativa de los promotores, pero ni este órgano, ni la autoridad delegacional intervienen en la disputa local por el espacio. De esta manera, se alude al mantenimiento de la lógica de apropiación privativa de los recursos públicos por parte de los funcionarios y los comerciantes aliados y es posible entender por qué la solución del enfrentamiento entre Luis Arévalo y los comerciantes de la plaza Martes de Arte tuvo lugar en el marco de la

geopolítica del comercio informal y no en el escenario de las instituciones del estado. Así, la trayectoria personal de Luis Arévalo atrajo la presencia en la plaza de Teresa González, lideresa de los comerciantes del polígono A del Centro Histórico, situación suficiente para reposicionar a Arévalo en la arena controlada por los comerciantes y por sus protectores ubicados al interior de la Delegación. De esta manera, el descentramiento de la disputa hacia el ámbito geopolítico de los liderazgos del comercio informal indica serios problemas para el establecimiento de las instituciones democráticas que deberían regir la acción del gobierno capitalino y delegacional.

Entender el juego territorial de la política del ambulante ayuda a discernir algunos elementos en el análisis de las prácticas comercial y cultural. Sin embargo, este análisis se vería incompleto sin considerar la dinámica del centro histórico y de Tepito como parte de un sistema comercial, económico, político y cultural global. De esta manera, se hace alusión a la propuesta de Borja de incluir en los derechos políticos de las ciudades la relación con los ámbitos de decisión globales.

Específicamente, se propone el derecho a que los representantes directos de los ciudadanos tanto institucionales como sociales participen o accedan a las conferencias y organismos internacionales que tratan cuestiones que los afecten directamente. Además, se pretende la igualdad en las condiciones de movilidad y de acceso a la información transversal. Así, se estipula la posibilidad de los gobiernos locales y regionales y de las organizaciones ciudadanas a constituir redes y asociaciones que sean reconocidas y actúen a escala internacional.

Si llevamos este conjunto de ideas a nuestro caso, podremos plantear que la problemática del comercio informal y el impacto sobre el espacio son en gran medida consecuencia de las decisiones tomadas en el marco del estado mexicano y de la dinámica de relación de este agente con las grandes corporaciones internacionales. Es importante subrayar que en ninguna entrevista ni documento aparece la intervención de representaciones locales (de promotores o de comerciantes) en los espacios dialogales en el ámbito internacional. Habría que ver hasta qué punto la imposibilidad de participar en éstos se vincula con el desconocimiento, la falta de interés hacia éstos y en qué medida el acceso a ellos es a todas

luces imposible para agentes con representación local. Si bien los comerciantes hacen negocios con los empresarios asiáticos al otro lado del planeta y los promotores mantienen lazos solidarios con organizaciones en diferentes partes del mundo, esto no garantiza la efectiva participación de ambos agentes en los espacios deliberativos internacionales. Esta situación pone en evidencia el aislamiento y la exclusión que se ejercen contra las organizaciones locales en la búsqueda del ejercicio de la ciudadanía. En este sentido, una de las alternativas de indagación gira en torno al ámbito de construcción de lo público y la relación con las dinámicas globales de segregación socio espacial. Además, la construcción de alternativas de contención del avance del carácter privativo del espacio se extiende hacia la construcción de comunidades globales, que, arraigadas en ámbito local contribuyan a una forma actualizada de concebir lo público y construir ciudadanía.

Hasta aquí la revisión del proceso de confrontación entre el ideal normativo de construcción de ciudadanía propuesto en el derecho a la ciudad y dos de los procesos que comparten el tiempo en el tianguis de Tepito. A continuación, se proponen algunas reflexiones respecto a la ciudadanía y el espacio público, pero que complementan y ahondan en los contenidos propuestos por Borja y que hacen hincapié en el contraste entre ambas prácticas.

Uno de los argumentos que evidencia la debilidad de la práctica del comercio informal como experiencia de construcción de ciudadanía es el que gira en torno a la permisividad estatal ante esta práctica y la complicidad con los comerciantes afecta las posibilidades a la economía formal. En este mismo sentido, pero en conjunción con el ámbito del espacio público, se percibe una tensión entre la definición del interés común, pues si bien la idea de legitimación del comercio informal enarbola la necesidad de un ingreso y de abasto para un grupo marginado, la práctica del comercio informal trae consigo el trasiego de mercancías ilegales. Así, se afecta el desarrollo de la economía nacional y se deterioran las instituciones del estado. En todo caso, de ninguna manera se busca limitar la discusión al ámbito legal, sino más bien determinar en qué medida este conjunto de prácticas deifica el

interés común o por el contrario, en qué medida se hace uso del interés común como vía para asignar al espacio un carácter privativo.

En relación con la información obtenida a lo largo de la investigación, se puede afirmar que en tanto que las decisiones respecto a la asignación de territorios se toman en ámbitos ocultos, los contenidos y los beneficios se establecen exclusivamente en el ámbito de la apropiación de los beneficios del uso lucrativo de un recurso colectivo. En segundo lugar se puede decir que el espacio es más homogéneo que plural en tanto que los contenidos simbólicos y las identidades son restringidas a la práctica y al interés comercial. En tercer lugar, se advierte que se trata de un lugar cerrado, en tanto que se impide el libre acceso a los espacios de toma de decisiones a los residentes, pero también a los propios comerciantes y a órganos de gobierno ajenos a la dinámica que establecen líderes y funcionarios.

Comúnmente las discusiones sobre el comercio informal se sitúan como un problema de legalidad, y como un desafío para la economía nacional. Sin embargo, esta perspectiva se concentra en las consecuencias que la permisividad tiene sobre la construcción de un modelo de vida asociativa más orientada al ideal democrático que a los referentes jerárquicos de la cultura política mexicana. En este tenor, se observa que la permisividad a actividades ilegales como la piratería, el contrabando y el uso ilegal de la calle crean liderazgos diferentes a los que establece el estado de derecho. A su vez, esta situación impide el acceso de otros agentes y actores a los espacios de toma de decisiones sobre los asuntos de interés común.

Si bien las instituciones del estado no siempre toman decisiones mediante vías democráticas, la restricción de la toma de decisiones al marco legalmente establecido, permite a su vez mantener la posibilidad de generar experiencias democráticas en los procesos de intervención urbana, como sería el caso de las experiencias de diseño, planeación y gestión participativa a escala barrial. Así, al permitir “lo prohibido”, una camarilla de funcionarios y los líderes elegidos por ellos mismos imponen sus decisiones acotando con ello el acceso al ámbito dialogal en el que se toman las decisiones respecto a los asuntos de interés común. De esta manera quedan excluidos los residentes, los comerciantes que no contaron

con capacidad de interlocución e incluso de los órganos de gobierno que no participan de este pacto y que pretenden gestionar programas de desarrollo social.

De esta manera, la permanencia de las estructuras de interlocución excluyentes que provoca la permisividad discrecional repercute no sólo en el ejercicio de los derechos políticos, sino que, al no haber un espacio democrático, tampoco es posible defender el interés común. Esta situación se expresa en la ruptura de los acuerdos mínimos de convivencia que aseguran la seguridad, la higiene y la movilidad al interior del barrio. Asimismo, se obstaculiza el ejercicio de derechos fundamentales como la vida, la integridad física y mental y la salud. De esta forma, las estrategias de espacialización del comercio informal en conjunción con la interacción entre líderes y funcionarios apuntan hacia un modelo de utilización del derecho al trabajo como una bandera que oculta la privatización del espacio.

En conclusión, el argumento del derecho al trabajo y al abasto son válidos como realización del interés colectivo de los oriundos del barrio y de los consumidores empobrecidos. Además, la práctica del comercio informal establece ciertas alternativas para el ejercicio de la ciudadanía que tienen su fundamento en una idea del bien común centrada en la redistribución de los recursos urbanos. Sin embargo, las consecuencias de las prácticas que históricamente han derivado de este argumento obstaculizan el ejercicio de la ciudadanía en tanto que impiden la dotación de los servicios básicos y limitan las condiciones necesarias para dotar de funcionalidad, confort y salubridad a los espacios de convivencia; limitando además la posibilidad de realizar actividades rituales que son importantes para la construcción y el mantenimiento del tejido social.

Desde otra perspectiva, las consecuencias que ha tenido la espacialización de ésta práctica han contravenido la posibilidad de acceder a derechos fundamentales como la vida y la salud. Quizá la afectación principal para la vida en común tiene que ver con el traslado de los espacios de toma de decisiones de los asuntos que afectan la vida cotidiana del tianguis hacia un ámbito cerrado, oculto y orientado a la satisfacción de intereses personales y corporativos. Así, mientras que el comercio informal invade y deteriora los posibles espacios de encuentro, las decisiones se alejan cada vez más del ámbito que establecen las instituciones del estado y se fortalece la capacidad de los poderes fácticos para definir las

condiciones de vida que afectan a los residentes del barrio, a los comerciantes (tepiteños y tepiteros, líderes y agremiados), así como a los consumidores, trabajadores, visitantes y a los empleados del comercio formal. Así, se acude a un proceso de fortalecimiento de los intereses del mercado, de privatización de los espacios de toma de decisiones, de deterioro de las condiciones necesarias para el diálogo, la socialización y con ello disminuyen las posibilidades de promover la participación como forma de interlocución con las instituciones del estado.

En sentido contrario, la actividad de los promotores culturales muestra el interés por desarrollar un modelo de socialización descentrado de la lógica del consumo y del lucro. Sin embargo, diversos factores dificultan su actividad; por un lado la presión comercial sobre el suelo deriva en una relación de rivalidad entre las dos prácticas generando relaciones de confrontación entre los comerciantes y los promotores. Por otro lado, la dinámica de complicidad entre funcionarios y comerciantes genera un entorno desigual en el acceso a los espacios de interlocución con el gobierno, de lo que deriva un entorno de discriminación y exclusión hacia los promotores y hacia el público al que buscan atender.

La debilidad de los promotores como agentes del establecimiento del espacio público como modelo principal de socialización no sólo se ubica en relación con las expresiones locales del mercado. Además, el carácter reivindicativo de la actividad de los *culturosos* se ve opacada cuando, en la acción cotidiana se enfrentan con las contradicciones que caracterizan al estado. Así, mientras que el gobierno federal perpetúa las condiciones para el desarrollo del comercio informal (apertura de fronteras, abandono de la producción nacional, desatención a la población desempleada), los funcionarios del gobierno local hacen uso privativo de las ganancias que reporta el aprovechamiento de un bien común. A esto se suma, por supuesto, el factor de la permisividad extensivo al intercambio de productos ilegales, provenientes del contrabando, el hurto y la piratería, en el que los funcionarios que deberían representar a las instituciones del estado terminan construyendo junto a los comerciantes y las organizaciones delictivas un espacio deliberativo distinto al que establecen las leyes que sustentan el orden institucional.

Aún más, la política del Gobierno del Distrito Federal contempla el desarrollo de programas de mejoramiento de espacios públicos y de fomento a la cultura en pueblos, barrios y colonias. En este aspecto, es importante mencionar que Tepito ha sido beneficiado por estos programas y los promotores han trabajado para establecer un espacio de interlocución privilegiado en estos ámbitos (como ha sido el caso del programa comunitario de mejoramiento barrial, con la Secretaría de Desarrollo social y el programa de cultura comunitaria, con la secretaría de cultura). Sin embargo, la realización en la plaza martes de arte de estos programas financiados por el estado ha obligado a los promotores a constituirse como agentes de negociación y como suplentes de un rol que debería ser asumido por los funcionarios del gobierno delegacional o, en su caso, por los representantes del gobierno central.

En este sentido, el rol que han jugado Luis Arévalo y Mario García Puga es a todas luces vital para el establecimiento de las condiciones básicas de un modelo de convivencia ordenado en torno al ideal normativo del espacio público y el ejercicio de la ciudadanía. Sin embargo, el ímpetu de estos actores por participar activamente de la toma de decisiones y la imposición de contenidos distintos a los propuestos por la lógica comercial local y por los intereses de las grandes corporaciones de la información los han llevado a proponer iniciativas que se alejan del ideal normativo del espacio público.

De esta forma, en la acción cotidiana de los promotores se ubica una tendencia a desdibujar los límites entre los intereses corporativos y el proyecto comunitario y se exhibe la necesidad de redefinir el sentido público en el marco de la acción colectiva.

Por último, no se debe soslayar el papel fundamental que los promotores juegan en la definición del carácter público o privado de la calle y la plaza en Tepito. En este sentido, uno de los desafíos de este agente es construir un lugar distinto a los intereses del mercado y del estado. De esta forma, la diferenciación de roles e intereses de los promotores debería constituirse como uno de los focos de atención en el análisis de un proceso de intervención del tercer sector en la dinámica cotidiana de la ciudad. A esto habría que agregar las dificultades que como organización enfrentan para financiar su propia existencia, para coordinar sus actividades y para sostener los espacios de interlocución que han logrado. Por

otra parte, las tendencias de desarrollo del crimen organizado y las fórmulas violentas de definición de territorios son escenarios que no se pueden eludir en la búsqueda de pronósticos posibles para el espacio público en el barrio. Estos y otros aspectos relacionados con los procesos electorales en la ciudad y a nivel federal deberían ser las orientaciones de una nueva investigación.

Por lo pronto, se puede establecer una condicionante histórica que difícilmente cambiará en los próximos años y es la que resulta de la conjunción de los factores que se encuentran en el origen del tianguis en Tepito. Entre ellos están la lógica de segregación socio espacial que ha definido la estructura de la ciudad de México desde el porfiriato; las diferencias socioeconómicas que generan un mercado importante para el comercio informal, pero sobre todo se encuentra subyacente la arraigada cultura política que ordena las relaciones corruptas que derivan en un espacio de excepción concentrador de prácticas disolutorias.

Se podría sumar a esto la tradicional forma de vivir los espacios abiertos en el altiplano mexicano, que ofrecen una posibilidad excepcional de disfrutar del clima benéfico que ofrece la latitud en la que se ubica nuestro país. Sin embargo, al contrastar la experiencia de gobernabilidad en el marco del establecimiento de los mercados sobre ruedas con la lógica del ambulante que tiene lugar en Tepito y en otros espacios como son las salidas de las estaciones del metro y los paraderos, se puede discernir una diferencia entre la tradición del uso del espacio público a cielo abierto y la actualización de las tradiciones que se expresan en relación con la cultura política en el marco de la interlocución entre funcionarios y comerciantes.

Por otra parte, es innegable el papel que juega en este posible análisis el establecimiento de las nuevas posiciones regionales que puedan constituirse en el marco de las transformaciones económicas globales. En los próximos años se podrá tener nuevos elementos para considerar el papel de las economías asiáticas y su relación con los países periféricos consumidores de lo que Sandra Alarcón llama “chatarra industrial”. Además, habrá que reconocer en todo caso cuáles son las políticas comerciales que estos países establezcan hacia México y cuál la respuesta del gobierno mexicano al respecto.

Por último, regresando a la dinámica micro espacial, habrá que considerar en qué medida el proyecto cultural iniciado en los años setenta sobrevive al traspaso generacional. De ello dependerá la continuación de un programa de vida comunitaria y el desarrollo de propuestas adecuadas a las nuevas condiciones de la política local y de la economía globalizada.

4.2. Los *culturosos* en la lucha por la visibilidad.

La propuesta del martes de Arte lleva consigo la posibilidad de ser parte del paisaje urbano, y con ello, la posibilidad de participar en la construcción de la imagen de la ciudad, y en la definición de la agenda pública. Si consideramos lo anterior desde la perspectiva de los derechos que conforman el ideal del “derecho a la ciudad” propuesto por Borja, se podría interpretar el esfuerzo de los *culturosos* como la apuesta por un espacio público dotado de elementos que le den visibilidad a configuraciones identitarias distintas a las que se estructuran en torno al comercio y al uso lucrativo del espacio. De esta manera, la intención de aparecer en el campo visual del transeúnte se puede entender como una estrategia para ser reconocido por los otros *observadores* y con ello ejercer su condición ciudadana.

La participación que estos actores proponen se inserta en el ámbito de comunicación posible en la experiencia sensorial del tianguis. En este sentido, los promotores culturales escenifican la irrupción de una práctica no lucrativa en un contexto marcado por la lucha por la apropiación de las plusvalías generadas por el aprovechamiento privado de un bien público. Así, el proyecto Martes de Arte interviene el espacio público para actualizar los contratos que lo determinan; y de esta manera, al irrumpir en la plaza los promotores ponen en evidencia los contratos mediante los cuales se ha producido ese lugar. Algunos de los pactos que se hacen evidentes en la imagen giran en torno a la legitimación y la preponderancia del uso lucrativo del espacio como norma espacial y estructuran los procedimientos de uso y habitación del espacio. Otras convenciones que se evidencian a través de la presencia de este grupo son la aceptación generalizada de los actos de depredación del espacio así como el relegamiento del interés público y la celebración del uso privativo y corporativo de la plaza.

De manera paralela, la marginalidad de la práctica de la promoción cultural se espacializa al localizarse en las orillas, en los márgenes del tianguis. La esquina que forman Avenida del Trabajo y Vidal Alcocer era uno de los pocos lugares que aún estando en una plaza concurrida, podría ser negociado con los comerciantes sin perder el objetivo inicial de sacar la casa de cultura a la calle. En este contexto, las condiciones de negociación con los comerciantes obligaron a los promotores a suplir al estado en su papel de gestor de las

acciones de mantenimiento y mejoramiento. De esta manera, la presencia de los promotores en la imagen de la plaza hizo patente el abandono de las instituciones del estado de su responsabilidad como principal agente responsable de los servicios públicos.

Los promotores, como residentes del barrio asumieron un carácter reivindicativo de las demandas de educación y cultura que si bien no eran nuevas, sí encontraron en el ámbito del uso cotidiano de la plaza, un espacio de visibilidad y una oportunidad de actualización. El interés de los *culturosos* del barrio por intervenir las trayectorias de los significados que se organizan en torno al estigma de “lo tepiteño” cobró un nuevo auge al incluirse activamente en el devenir de la plaza. Entonces, los promotores como *sujetos urbanos* una vez que vivieron las reglas impuestas por los líderes y los funcionarios, buscaron actualizarlas mediante un acto semanal de escenificación en la plaza con el objeto de cambiar las reglas sociales a través de la provocación (Silva, 2006, 144). En otras palabras, al espacializar un proyecto de socialización descentrada de la lógica del lucro, los significados del espacio propuestos por el Martes de Arte resultan ser un desafío al conjunto de símbolos que se estructuran en el sistema de lugares que conforman el tianguis.

Es interesante observar cómo es que la actividad de promotores promueve el ejercicio del derecho al espacio público, a la belleza y a la identidad colectiva a través de una estrategia de participación de carácter visual y comunicacional. En este sentido, el proyecto martes de arte busca plasmar en el ámbito imaginario de lo público la multiplicidad de identidades e intereses. Por otro lado, desde la construcción de su iniciativa, ellos plantean el problema de quién será visible en el tianguis y de qué forma:

...Allá en Bartolomé de las Casas, ¿Ahí quién va a estar?, ahí están los puestos. No se puede, ¡Ahí nadie nos va a ver!. (Entrevista con Luis Arévalo, 10 de diciembre de 2009).

Así, plantean una iniciativa que se enfrente a la tendencia homogeneizadora de un espacio destinado al lucro y la reproducción de los estereotipos impuestos por los grandes consorcios de la información, y de esta manera, los promotores abren un espacio para la negociación de la presencia de configuraciones identitarias y formas asociativas múltiples.

Por otra parte, el Martes de Arte es una iniciativa excepcional en tanto que aporta elementos valiosos para la construcción de espacios que fomenten la cohesión sociocultural y la creación de grupos referenciales próximos. De esta forma, asumen además el riesgo de luchar por un espacio propio en la imagen del tianguis para así contar con la capacidad de competir y negociar los significados de lo público. Además, se adjudican el riesgo de la confrontación con los comerciantes para hacer visibles las distintas formas asociativas y las identidades plurales. A su vez, esta situación lleva consigo la oportunidad de ser reconocidos como parte de la comunidad política desde la diferencia y el respeto a la diversidad. De nuevo, el reto de los *culturosos* es sostener una posición diferenciada del estado y del mercado que se refleje en la imagen y que permita reflejar la imagen de los otros, que por ahora son invisibles.

4.3. Imagen urbana, hacia la construcción de un objeto de estudio.

Como se mencionó anteriormente, este estudio de la imagen urbana arrojó como resultado la necesidad de vincular diversas líneas de investigación y campos de conocimiento además de la economía y los estudios sobre el territorio. Ahondando en los estudios sobre el imaginario y en espacial, sobre el imaginario colectivo referente al espacio público urbano, se vislumbran líneas de investigación en disciplinas como la semiótica, la estética cotidiana, la psicología ambiental, los estudios sobre teoría de la comunicación, (especialmente comunicación no-verbal), lingüística, en el campo de la pragmática y la semántica, así como la ciencia política y la filosofía política, y por supuesto el urbanismo desde los campos del diseño y la planeación participativos.

Así, en el campo de la semiótica el estudio de la imagen urbana se inscribe en el análisis de los códigos no lingüísticos. En ese sentido hay avances importantes en la semiótica de la imagen y la semiótica del cine, así como estudios sobre la música, el olfato, entre otros. Algunos de los autores importantes en este sentido son Iuri Lotman con su idea de *semiósfera* y *texto* (Lotman, 1996) y Umberto Eco (Eco, 1975) con su análisis sobre la

semiótica de la arquitectura, Mark Gottdiener y Lagoupolos con su obra “The sign and the City” (Gottdiener y Lagoupolos, 1986) y en este sentido, resulta pertinente retomar los estudios sobre la semiótica de la cultura de la mano de autores como V.V. Ivanov, F. Rossi-Landi, B. Uspenski y S. Zolkiewski (Ivanov, 2003; Lotman, 1996; Rossi-Landi, Kristeva, Lotman, Uspenski y Mukarovsky, 1973; Zolkiewski, 1971).

Otro autor imprescindible es Paolo Sica, quien hace un análisis crítico sobre los usos y carencias de la imagen urbana y orienta su perspectiva a una crítica de los medios masivos de comunicación e insiste en la necesidad de vincular la producción de la imagen con la incidencia sobre la realidad material y social de la ciudad.

Por su parte, se vislumbra un largo camino en el campo teórico de la Estética cotidiana, planteada por una filósofa mexicana llamada Katya Mandoki quien a partir de la pragmática de Bakhtín programa el estudio de la experiencia del sujeto sin ocluir su visión con las nociones clásicas de belleza y la contemplación planteadas por la teoría del arte (Bakhtín, 1990; Mandoki, 2006a y 2006b). En este sentido, la estética planteada como una herramienta de aproximación al universo sensorial que va más allá de la búsqueda de “lo bonito” o “lo placentero”, aportaría elementos interesantes para la construcción de una teoría de la imagen urbana que no se cierre al quehacer arquitectónico.

En este punto, la estética cotidiana se vincularía con la psicología ambiental y los estudios sobre la percepción y las diferentes vías de construcción y expresión del conocimiento. El estudio de la emoción como forma de conocimiento es abordado, por ejemplo en los trabajos de Roberto Maturana. Con estos aportes, se podría conocer mejor las diferentes fases de la construcción de la imagen y sobre todo, con respecto a lo que sucede en el cerebro humano al construir referentes, asociar significados, ordenar las imágenes, archivarlas, jerarquizarlas y producir nuevos objetos culturales en forma de discurso, de imagen o de acciones que finalmente transforman la realidad externa al sujeto.

Otro de los campos a los que necesariamente se orientan los horizontes de esta investigación es la teoría de la comunicación. Aquí, es necesario plantear la creación de

signos a partir de la experiencia del espacio sin que ello necesariamente suponga la existencia de un “emisor”. Armando Silva, en sus “imaginarios urbanos” identifica el acto ilocutorio como “el punto de vista ciudadano”, es decir, los actos con intencionalidad comunicativa que buscan transformar las normas de una sociedad (Silva, 2006: 45-49). Sin embargo, en la ciudad existe un universo de referentes que no tienen la intención de comunicar un mensaje, sino que están presentes por otro tipo de situaciones que rebasan la intención comunicativa. En este aspecto, la idea de *referente* ayuda a identificar los actos premeditados de codificación de mensajes inscritos en la ciudad, pero hace falta un mayor detenimiento en los actos de significación que hace el “usuario” para identificar en qué medida se trata de un proceso comunicativo. Así, resulta coherente plantear algunas preguntas respecto a la producción de la imagen desde el punto de vista de la comunicación: ¿hasta qué punto los procesos sígnicos que suceden en el espacio urbano se pueden explicar a partir de la estructura clásica de la comunicación? ¿Qué pasa cuando el sujeto que experimenta significa pero no decodifica? ¿Qué pasa cuando los referentes no “contienen” mensajes porque no hay un emisor identificado e identificable? ¿Cómo reconocer un mensaje? ¿Cómo reconocer si hay un interlocutor? ¿Cómo analizar los procesos de comunicación en la experiencia cotidiana de la ciudad cuando éstos no se inscriben en los campos de la publicidad, el arte o la señalética?

Para el caso de las expresiones verbalizadas, como las que se analizaron en esta investigación, los grandes avances en el campo de la lingüística y sus niveles de estudio como la semántica, la gramática y la pragmática podrían ayudar al estudio de los fenómenos urbanos a partir de una construcción sistemática de la imagen de la ciudad. En este sentido, aparecen algunos cuestionamientos que pudieran orientar nuevos estudios sobre las representaciones de la ciudad: ¿cómo aplicar los modelos de análisis del habla para conocer las prácticas y procesos de interacción en la producción del espacio público? Además, un aspecto que parece primordial es el estudio del acto de *enunciación* desde la perspectiva lingüística, no sólo para estudiar las producciones verbalizadas, sino también para reconocer los actos de comunicación de los que no lo son, así como aprender a analizar estrategias no-lingüísticas de producción de la imagen y, por supuesto, para analizar de una manera detallada las representaciones verbales de la ciudad.

En este aspecto, el concepto de *enunciación* resulta clave, por lo que valdría la pena revisar con mayor profundidad a autores que han trabajado específicamente el tema como son Kerbrat Orecchioni, Lozano, J., Peña-Marín, C. y Abril, G.; y García Negroni, M.^a M. y Tordesillas (Kerbrat Orecchioni, 1986; Lozano, Peña-Marín y Abril, 1989; García Negroni y Tordesillas, 2001). Así como autores que, dentro de análisis más generales, tratan este mismo tema: Bally, C. Benveniste, É., Cervoni, J., Culioli, A. y Ducrot (Bally, 1932; Benveniste, 1971; Cervoni, 1987; Culioli, 1999; Ducrot, 1984).

En el marco de la toma de decisiones respecto a los asuntos públicos en la ciudad, la producción de la imagen urbana también resulta objeto de la filosofía política. En este sentido, se plantean rutas de análisis en torno a la construcción y reproducción de estructuras de socialización cotidianas que han sido estudiadas por esta disciplina bajo el concepto de “cultura política”. Como se pudo concluir, la imagen urbana es el resultado de la percepción de los referentes espaciales inscritos en el marco visual del “usuario” o sujeto de experimentación del espacio. También la imagen urbana refleja la posición que el sujeto se plantea ante sí mismo y ante los otros en su relación con el espacio. De esta manera, las decisiones respecto a los referentes de la imagen y las dinámicas relacionales de los diferentes actores en torno al espacio son aspectos que necesariamente cruzan el ámbito político. Así, se plantean algunas cuestiones entorno a la relación entre la imagen de la ciudad concebida desde la construcción de lo público, de la cultura política democrática y de la ciudadanía: ¿Cómo se inscribe el proceso de producción imaginaria del espacio en la reproducción de la cultura política? ¿Cómo se construye aquello que podríamos llamar “lo público-imaginario”? ¿Cómo se podría abordar el tema de lo público-imaginario hacia la incorporación de la cultura política democrática? ¿Cómo reconocer el alcance de las enunciaciones políticas en la construcción de ciudadanía?.

Desde un punto de vista más concreto, llegamos al punto de partida: el campo del urbanismo y en específico de la planeación urbana. En este horizonte, ligado a la cuestión política, también se proponen algunos problemas en la relación entre la dimensión imaginaria y la toma de decisiones respecto a los asuntos públicos en el entorno urbano, por lo que cabe preguntarse: ¿En qué medida las grandes y pequeñas decisiones respecto a la

ciudad son enunciaciones que los individuos y organizaciones realizan para comunicar a otros mensajes que se inscriben en el marco de la lucha por el poder?. Por último, en este mismo campo, pero enfocado hacia la práctica del diseño urbano y específicamente hacia al diseño participativo de espacios públicos, surgen nuevos retos en el ánimo de traducir las estrategias de construcción de la imagen urbana en elementos concretos de diseño del espacio.

Bibliografía

Abric, J. et Morin, M. (1990). << Recherches psychosociales sur la mobilité urbaine et les voyages interurbains>>, *Les cahiers internationaux de psychologie sociale*, No. 5. Citado en Alba, Martha de (2004): *Representaciones sociales y el estudio del territorio: aportaciones desde el campo de la Psicología Social*. Laboratorio de análisis socioterritorial 005-09, UAM Cuajimalpa.

Abric Jean-Claude (1992): <<La créativité des groupes>> en Moscovici Serge *Psychologie sociale*. Presses Universitaires de France, Paris.

Aguilar Miguel Ángel (1998): <<Espacio público y prensa urbana>> en García Canclini Néstor (Coord.) *Cultura y comunicación en la ciudad de México*. UAM-I, Grijalbo, México.

Aguilar Miguel Ángel y Winocour Rosalía (2005): <<Ciudad y medios de comunicación: un recorrido desde la antropología>> en García Canclini Néstor (Coord.) *La antropología urbana en México*. Conaculta, UAM, FCE, México.

Alarcón González Sandra (2005): <<El tianguis global>>. En *Memoria del Seminario El ambulante en la ciudad de México: investigaciones recientes*. PUEC -UNAM, CEMCA, México, 2005. (Disco Compacto).

Alarcón González Sandra (2008): *El tianguis global*. Universidad Iberoamericana, México.

Alba, Martha de (2004a): <<Mapas mentales de la ciudad de México: una aproximación psicosocial al estudio de las representaciones espaciales>>. Estudios Demográficos y Urbanos, enero-abril, número 055 El Colegio de México A.C. Distrito Federal, México.

Alba, Martha de (2004b): *Representaciones sociales y el estudio del territorio: aportaciones desde el campo de la Psicología Social*. Laboratorio de análisis socioterritorial 005-09, UAM Cuajimalpa. Documento disponible en http://web.cua.uam.mx/csh/ebook/pdf/Template_CS3XAlba.pdf [junio 2012].

Alternativa, Centro de Investigación Social y Educación Popular (2005): *¿De ambulantes a empresarios? Reubicación y reordenamiento del comercio ambulante en Lima Metropolitana*. Desco, Alternativa, Lima, Perú.

Álvarez Lucía (1997): <<Introducción general>> en Álvarez Lucía (Coord.) (1997): *Participación y democracia en la Ciudad de México. La jornada*, CIICH-UNAM, México.

Aréchiga Córdoba Ernesto (2003): *Tepito: del antiguo barrio de indios al arrabal. 1868-1929, historia de una urbanización inacabada*. Ediciones ¡UniónS!. Unidad Obrera y Socialista, agrupación política nacional. México D.F.

Arendt, Hannah (1993): *La condición humana*. Paidós, Barcelona.

Arfuch Leonor (2005): <<Cronotopías de la intimidad>> en Arfuch, Leonor (Comp.) (2005): *Pensar este tiempo. Espacios, afectos, pertenencias*. Paidós, Buenos Aires.

Aristóteles (2006): *Política*. Guernika, México.

Avritzer Leonardo (1999): <<El nuevo asociacionismo latinoamericano y sus formas públicas: propuestas para un diseño institucional>> En Olvera Alberto J. (Comp.) *La sociedad civil. De la teoría a la realidad*. El Colegio de México, México.

Bakhtín Mijaíl (1990): *Estética de la creación verbal*. Tatiana Buvnova (tr.) Siglo XXI, México.

Bally C. (1932): *Linguistique générale et linguistique française*. Ernest Leroux, París.

Barbosa Cruz Mario (2008): *El trabajo en las calles: subsistencia y negociación política en la Ciudad de México a comienzos del siglo XX*. El colegio de México, Centro de Estudios Históricos, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa, México.

Benveniste, É. (1971 y 1977): *Problemas de lingüística general I y II*. Siglo XXI, México.

Berger John (1974): *Modos de ver*. G. Gili, Barcelona.

Berger, John (2001): *Mirar*. G. Gili, Barcelona.

Borja Jordi (1998): *Los desafíos del territorio y los derechos de la ciudadanía*. Barcelona (versión mimeografiada).

Borja Jordi, Muxí Zaida (2000): *El espacio público, ciudad y ciudadanía*. Barcelona. Documento disponible en <http://pensarcontemporaneo.files.wordpress.com/2009/06/el-espacio-publico-ciudad-y-ciudadania-jordi-borja.pdf> [junio 2012].

Borja Jordi (2003a): *La ciudad conquistada*. Alianza Editorial S.A. Madrid.

Borja Jordi (2003b): <<La ciudad es el espacio público>>. En Ramírez Kuri Patricia, *Espacio público y reconstrucción de ciudadanía*. FLACSO-México. Porrúa, México.

Castillo Berthier Héctor (2005): <<Las políticas públicas>>. *En Memoria del Seminario El ambulante en la ciudad de México: investigaciones recientes*. PUEC -UNAM, CEMCA, México. (Disco Compacto).

Cunill Nuria (1991): *Participación ciudadana*. Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo (CLAD), Caracas.

- Ducrot, O. (1986): *El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación*. Paidós, Barcelona.
- Durkheim Emile (1951): *Filosofía y política*. G. Kraft, Buenos Aires.
- Durkheim Emile (1986): *Las reglas del método sociológico*. FCE, México.
- Eco Umberto (1975): *La estructura ausente*. Lumen, Barcelona.
- Eco Umberto (1978): *Tratado de semiótica general*. Nueva imagen, México.
- Fadda Giulietta (1988): <<La participación en el discurso político venezolano 1973- 1983>> en *Cuadernos del CENDES* núm. 8, mayo-agosto 1988, Caracas.
- Galería José María Velasco (2007): *El poder de los oficios: Tepito arte acá, una propuesta*. Conaculta, INBA, México.
- Galindo Miguel, Escalante Roberto y Asuad Norman (2004): <<El proceso de crecimiento económico en México>> *Estudios Demográficos y urbanos*. Vol. 19, núm, 2 (56) pp. 289-312.
- García Canclini Néstor, Bonfil Guillermo (1987): *Políticas culturales en América Latina*. Grijalbo, México.
- García Canclini Néstor (1992): <<Monumentos, carteles, graffitis>> en Escobedo Helen (Coord.) *Monumentos mexicanos. De las estatuas de sal y de piedra*. Conaculta-Grijalbo, México.
- García Canclini, Néstor (1995): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo, México.
- García Canclini, Néstor (2003): <<Arte y ciudad en la época de la reproductividad publicitaria>> en *Arte y ciudad. Estéticas urbanas, espacios públicos, ¿políticas para el arte público?* Memorias del Segundo Simposio Internacional de Teoría sobre Arte Contemporáneo. Patronato de arte contemporáneo, Conaculta-INBA.
- García Canclini, Néstor (2004): *Reabrir espacios públicos*. UAM-I, Plaza y Valdés, México.
- García Canclini, Néstor (2006): *La producción simbólica, teoría y método en sociología del arte*. Siglo XXI Editores, México.

García Canclini Néstor, Ernesto Piedras Feria (2008). *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. FLACSO-SIGLO XXI, México.

García Negroni, M.^a M. y Tordesillas, M. (2001): *La enunciación en la lengua. De la deixis a la polifonía*. Gredos, Madrid.

Garza G. y Rivera S. (1995): *Dinámica macroeconómica de las ciudades en México*. INEGI, IIE-UNAM, Aguascalientes, México. Citado en: Galindo Miguel, Escalante Roberto y Asuad Norman (2004): <<El proceso de crecimiento económico en México>> *Estudios Demográficos y urbanos*. Vol. 19, núm, 2 (56) pp. 289-312.

Giménez Montiel Gilberto (2005a): *Teoría y análisis de la cultura, Volumen I*. Conaculta, México.

Giménez Montiel Gilberto (2005b): *Teoría y análisis de la cultura, Volumen II*. Conaculta, México.

González Ochoa César (2004): *La polis, ensayo sobre el concepto de ciudad en Grecia antigua*. Instituto de Investigaciones Filológicas, UNAM, México.

Gortari Rabiela, Hira de, Hernández Franyuti Regina (Comp.) (1988): *Memoria y encuentros: La ciudad de México y el Distrito Federal, una historia compartida*. Departamento del Distrito Federal, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, México.

Gottdiener Mark, Lagopoulos Alexandros (Eds.) (1986): *The City and the Sign: An Introduction to Urban Semiotics*. Columbia University Press, New York.

Gruzinski Serge (2004): *La ciudad de México, una historia*. FCE, México.

Guimarães, Roberto P. (1987): <<Participación comunitaria, Estado y desarrollo: el difícil arte de conciliar lo conflictivo>>, en *Revista Interamericana de planificación*. Citado en Álvarez Lucía (1997): <<Introducción general>> en Álvarez Lucía (Coord.) (1997): *Participación y democracia en la Ciudad de México. La jornada*, CIICH-UNAM, México.

Habermas, Jürgen (1986): *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Ed. Gustavo Gili, México y Barcelona. Citado en Procacci Giovanna (1999): <<Ciudadanos pobres, la ciudadanía social y la crisis de los estados del bienestar>> en García Soledad y Leikes Steven (Comps.) *Ciudadanía, justicia social, identidad y participación*. Siglo XXI de España, Madrid.

Harvey, David (1990): *The condition of postmodernity*. Blackwell, Oxford. Citado en: Castells Manuel *La Era de la Información. Economía, sociedad y cultura. Vol. I La sociedad red*. Siglo XXI, México.

Hobsbawm, Eric (1998): *Historia del siglo XX*. Grijalbo Mondadori, Buenos Aires.

(INV) Instituto Nacional de la Vivienda (1958): *Herradura de Tugurios, problemas y soluciones*. Instituto Nacional de la Vivienda, México.

Ivanov Viacheslav (2003): <<Contribución al estudio semiótico de la historia cultural de la gran ciudad>> *Entretextos. Revista electrónica semestral de estudios semióticos de la cultura*. Noviembre 2003 no. 2 Ver: <http://www.ugr.es/~mcaceres/Entretextos/entre2/escritos7.htm> [Junio 2012]

Jiménez Lucina (2005): *Políticas culturales en transición. Retos y escenarios de la gestión cultural en México*. Fondo Regional para la Cultura y las Artes de la Zona Sur, Conaculta, México.

Jodelet Denise (1992): <<Représentations sociales: phénomènes, concept et théorie>> en Moscovici Serge (Coord.) *Psychologie sociales*. Paris Presses Universitaires de France.

Jodelet Denise (Coord.) (1999): *Les représentations sociales*. Presses universitaires de France Paris.

Kerbrat y Orecchioni, C. (1986): *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Hachette, Buenos Aires.

Krotz Esteban y Winocour Rosalía (2005): <<Cultura política y participación ciudadana>> en Aziz Nassif Alberto, Alonso Sánchez Jorge *El estado Mexicano, herencias y cambios: Sociedad civil y diversidad*. Volumen III. H. Cámara de Diputados, LIX Legislatura, CIESAS, Porrúa, México.

Lechner, Norbert (1995): *Los patios interiores de la democracia*. Subjetividad y política, FCE, México.

Lefebvre Henri (1976): *Espacio y política. El derecho a la ciudad II*. Península, Barcelona.

Lefebvre Henri (1978): *El derecho a la ciudad*. Península, Barcelona.

Lefebvre Henri (1992): *The production of space*. Blackwell, Oxford.

Liauzu Claude (1996): <<Democratie et citoyennete>>, en Paquot Thierry (Coord) *Le monde des villes, panorama urbain de la planète*. Complexe, Bruxelles.

Lotman, Iuri M. (1996): *La semiósfera I. Semiotica de la cultura y del texto*. Cátedra, Madrid.

Lozano, J., Peña-Marín, C. y Abril, G. (1989): *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Cátedra, Madrid.

- Lynch, Kevin (1984): *La imagen de la ciudad*. Gustavo Gili, México.
- Maffesoli Michel (2004): *El tiempo de las tribus, el ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*. Siglo XXI, México.
- Mandoki, Katya (2006a): *Estética cotidiana y juegos de la cultura. Prosaica Uno*. Conaculta-Fonca, Siglo XXI, México.
- Mandoki, Katya (2006b): *Prácticas estéticas e identidades sociales*. Conaculta-Fonca, Siglo XXI, México.
- Maloney, W. (2004): *Informality revisited*. World Development.
- Manrique Daniel (1998): *Tepito Arte Acá*. Grupo Cultural Ente, Edo de México.
- Manrique Jorge Alfredo (1992): << ¿Quién manda a hacer los monumentos?>> En Escobedo Helen (Coord.) *Monumentos mexicanos. De las estatuas de sal y de piedra*. Conaculta-Grijalbo, México.
- Makowski Sara (2003): <<Alteridad, exclusión y ciudadanía. Notas para una reescritura del espacio público>>. En Ramírez Kuri Patricia (Coord.) *Espacio público y reconstrucción de ciudadanía*. FLACSO, Porrúa, México.
- Marshall T. H. (1950): *Citizenship and social class and other essays*. Cambridge: CUP. Citado en Procacci Giovanna (1999) <<Ciudadanos pobres, la ciudadanía social y la crisis de los estados del bienestar>> en García Soledad y Leks Steven (Comps.) *Ciudadanía, justicia social, identidad y participación*. Siglo XXI de España, Madrid.
- Massey Doreen (2005): <<La filosofía y la política de la espacialidad: algunas consideraciones>> en Arfuch, Leonor (Comp.) *Pensar este tiempo. Espacios, afectos, pertenencias*. Paidós, Buenos Aires.
- Melucci Alberto (1991): <<La acción colectiva como construcción social>> en *Estudios sociológicos*, vol. IX, núm. 26, México.
- Melucci Alberto (1999): *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. El Colegio de México, México.
- Milgram, S. y Jodelet D. (1976). <<Psychological Maps of Paris>> en H. Prohansky, W. Ittelson y R. Rivlin (eds.) *Environmental Psychology: People and their Physical Settings*, Holt Rinehart and Winston, Nueva York.

Monnet Jérôme (1995): *Usos e imágenes el centro histórico de la ciudad de México*, Departamento del Distrito Federal, Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos, México.

Monnet Jérôme (2005): <<El prisma del ambulante>>. En: *Memoria del Seminario El ambulante en la ciudad de México: investigaciones recientes*. PUEC -UNAM, CEMCA, México, 2005. (Disco Compacto).

Morley David (2005): *Pertenencias: lugar, espacio e identidad en un mundo mediatizado*. En: Arfuch, Leonor (comp.) *Pensar este tiempo. Espacios afectos, pertenencias*, Paidós, Buenos Aires, 2005.

Moscovici, Serge (1976): *La psychanalyse, son image et son public*. Presses Universitaires de France, Paris.

Moscovici, Serge (Coord.) (1992): *Psychologie sociale*. Presses Universitaires de France, Paris.

Ortiz Mena Antonio (1998): *El desarrollo estabilizador: reflexiones sobre una época*. El Colegio de México, Fideicomiso Historia de las Américas, Fondo de Cultura Económica. México.

Ortiz Renato (2004): <<La redefinición de lo público en la globalización>> en García Canclini Néstor (Coord.) *Reabrir espacios públicos*. Uam-I, Plaza y Valdés, México. Citado en: Ramírez Kuri, Patricia (2008): <<La fragilidad del espacio público en la ciudad segregada>> en Cordera Rolando, Ziccardi Alicia, Ramírez Kuri *Pobreza, desigualdad y exclusión social en la ciudad del siglo XXI*. IIS-UNAM, Siglo XXI, México.

Peña, Guillermo de la (1999): <<Notas preliminares sobre la “ciudadanía étnica” (el caso de México)>> en Olvera J. Alberto (Coord.) *La Sociedad civil: de la teoría a la realidad*. El Colegio de México, Centro de Estudios Sociológicos, México

Peschard Jacqueline (2001): *La cultura política democrática*. Instituto Federal Electoral, México.

Piore M., Sabel Charles (1990): *La ruptura industrial*. Madrid, Alianza Editorial.

Pizzorno Alessandro (1975): <<Introducción al estudio de la participación política>> en Pizzorno et. al. *Participación y cambio social en la problemática contemporánea*. Siap, Buenos Aires. Citado en Álvarez Lucía (1997): <<Introducción general>> en Álvarez Lucía (Coord.): *Participación y democracia en la Ciudad de México. La jornada*, CIICH-UNAM, México.

Portal Ana María y Safa Patricia (2005): <<De la fragmentación urbana, al estudio de la diversidad en las grandes ciudades>> en Néstor García Canclini (coord.): *La antropología urbana en México*, Conaculta, UAM, Fondo de Cultura Económica, México.

Portes Alejandro, Castells Manuel, Benton Lauren (1989): *The informal economy studies in advances and less developed countries*. The Johns Hopkins University Press, Baltimore y Londres.

Portes, A. y Haller, W. (2004): *La economía informal*, CEPAL, Santiago de Chile.

Prebisch, Raúl (1981): *Transformación y desarrollo, la gran tarea de América Latina*. Fondo de Cultura Económica, México.

Prieto Guillermo (1880): *México pintoresco artístico y monumental*. Editora Nacional, México. Citado en: Gortari Rabiela Hira de y Hernández Frayunti Regina (1988): *Memoria y encuentros: La ciudad de México y el Distrito Federal (1824-1928) Volumen III*. Departamento del Distrito Federal, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, México.

Procacci Giovanna (1999): <<Ciudadanos pobres, la ciudadanía social y la crisis de los estados del bienestar>> en García Soledad y Leks Steven (Comps.) *Ciudadanía, justicia social, identidad y participación*. Siglo XXI de España, Madrid.

Puebla Cadena Claudia. (2002): *Del intervencionismo estatal a las estrategias facilitadoras. Cambios en la política de vivienda en México*. El Colegio de México, México. Citado en: Esquivel Teresa, Maya Esther, Cervantes Jorge (2005): <<La promoción privada y los grandes conjuntos habitacionales: nuevas modalidades de acceso a la vivienda>> Vol. IX, núm. 194 (21), 1 de agosto de 2005 *Revista electrónica de geografía y ciencias sociales* Universidad de Barcelona. Barcelona.

Quiroz Rothe Héctor (2003): *El malestar por la ciudad*. UNAM, Facultad de Arquitectura, México.

Rabotnikof Nora (1995): <<El espacio público, variaciones en torno a un concepto>> en Rabotnikof Nora, Velasco Ambrosio e Yturbe Corina (Comps.) *La tenacidad de la política*, UNAM, Instituto de Investigaciones Filosóficas, México. Citado en: Ramírez Kuri, Patricia (2007): <<La ciudad, espacio de construcción de ciudadanía>>. *Revista Enfoques. Ciencia política y administración pública*. Número 7, Primer semestre. Universidad Central, Chile.

Rabotnikof Nora (2003): <<Introducción: pensar lo público desde la ciudad>> en Ramírez Kuri Patricia (Coord.) *Espacio público y reconstrucción de ciudadanía*. Porrúa, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, México.

Rahnema Majid (1996): <<Participación>> en Sachs Wolfgang *Diccionario del desarrollo, una guía del conocimiento como poder*. Pratec, Perú.

Ramírez Kuri, Patricia (2003): <<El espacio público: ciudad y ciudadanía. De los conceptos a los problemas de la vida pública local>> en Ramírez Kuri Patricia (Coord): *Espacio público y reconstrucción de ciudadanía*. FLACSO-México. Porrúa, México.

- Ramírez Kuri, Patricia (2006): <<Pensar la ciudad de lugares desde el espacio público en un centro histórico>> en Ramírez Kuri Patricia y Aguilar Díaz Miguel Ángel (Coords.) *Pensar y habitar la ciudad. Afectividad, memoria y significado en el espacio urbano contemporáneo*. UAM-I, Anthropos, México, Barcelona.
- Ramírez Kuri, Patricia (2008): <<La fragilidad del espacio público en la ciudad segregada>> en Cordera Rolando, Ziccardi Alicia, Ramírez Kuri *Pobreza, desigualdad y exclusión social en la ciudad del siglo XXI*. IIS-UNAM, Siglo XXI, México.
- Ramírez Kuri, Patricia (2009): *El espacio público: ciudad y ciudadanía en la ciudad de México. Percepciones, apropiaciones y prácticas sociales en Coyoacán y su Centro Histórico*. Instituto de Investigaciones Sociales UNAM, México.
- Reyes Domínguez Guadalupe, Rosas Mantecón Ana María (2005): *Cultura y organización popular: el caso Tepito*. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, México.
- Rivera Cambas Manuel (1883): *México pintoresco, artístico y monumental, México, Imprenta de la Reforma* en: Hira de Gortari Rabiela y Hernández Franyuti Regina (comp.) (1988) *Memoria y encuentros: La ciudad de México y el Distrito Federal (1824-1928)* Volumen III. Departamento del Distrito Federal, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, México.
- Rivlin, Leanne, Carr Stephen *et al.* (1992): *Public space, Environment and Behavior Series*, Cambridge U.P.
- Rodiles Márquez, (1975): *El muralismo en la ciudad de México*. Departamento del Distrito Federal, Secretaría de Obras y Servicios, México.
- Roitter Mario M. (2004): <<El tercer sector como representación topográfica de sociedad civil>>. En Mato Daniel (Coord), *Políticas de Ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización*. FACES, Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- Rosales Ayala Héctor (1986): *Tepito: ¿Recrear el mito o construir la alternativa?*. Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, UNAM, México.
- Rosas Mantecón Ana y Reyes Domínguez Guadalupe (1993): *Los usos de la identidad barrial. Una mirada antropológica a la lucha por la vivienda. Tepito 1970-1984*. UAM-Iztapalapa, México.
- Rossi-Landi, Kristeva, Lotman, Uspenski y Mukarovsky (1973): *Semiótica y praxis*. Casa de las Américas, La Habana.

Sabatini Francisco (2003): *La segregación social del espacio en las ciudades de América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo, Departamento de Desarrollo Sostenible, división de Programas Sociales. BID “Desarrollo Social. Documento de Estrategia”. Washington DC, Instituto de Estudios Urbanos de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Sánchez Mejorada Cristina (1993): <<Debate en torno a la participación ciudadana>> en Coulomb y Duhau: *Dinámica urbana y procesos socioculturales*, UAM-Cenvi A.C. Observatorio de la Ciudad de México. Citado en Álvarez Lucía (1997): <<Introducción general>> en Álvarez Lucía (Coord.): *Participación y democracia en la Ciudad de México. La jornada*, CIICH-UNAM, México.

Sennett, Richard (1978): *El declive del hombre público*. Península, Barcelona.

Sennett, Richard (1997): *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*. Alianza editorial. Citado en: Ramírez Kuri Patricia (2004): <<El espacio público: ciudad y ciudadanía. De los conceptos a los problemas de la vida pública local>> *Revista mexicana de sociología*. Año LXVI, número especial, octubre de 2004.

Sennett, Richard (2001): <<La calle y la oficina: dos fuentes de identidad>>, en Anthony Giddens y Will Hutton (eds.), *En el límite. La vida en el capitalismo global*. Tusquets Editores, Barcelona.

(SAHOP) Secretaría de Asentamientos Humanos y Obras Públicas (1980): *Códice de los Asentamientos humanos*. Secretaría de Asentamientos Humanos y Obras Públicas, México.

(SCCM) Secretaría de Cultura de la Ciudad de México (2006a): <<Lineamientos de trabajo de la Secretaría de Cultura del Gobierno de Distrito Federal>> en Secretaría de Cultura de la Ciudad de México *Políticas culturales en la ciudad de México, 1997-2005*. Ediciones del basurero, México.

(SCCM) Secretaría de Cultura de la Ciudad de México (2006b): <<Programa de Fomento y Desarrollo Cultural del Distrito Federal>> en Secretaría de Cultura de la Ciudad de México *Políticas culturales en la ciudad de México, 1997-2005*. Ediciones del basurero, México.

Sesto Julio (1918): *Las nuevas colonias y sus gentes en el México de Porfirio Díaz, Valencia, F. Sempere y cía.* en: de Gortari Rabiela Hira y Hernández Franyuti Regina (comp.) *Memoria y encuentros: La ciudad de México y el Distrito Federal (1824-1928) Volumen III*. Departamento del Distrito Federal, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, México 1988.

Sica Paolo (1977): *La imagen de la ciudad. De Esparta a las Vegas*. Gustavo Gili, Barcelona

Silva Armando (2006): *Imaginarios urbanos*, Arango, Bogotá.

Simmel George (1974): <<Metrópolis y vida mental en Fromm>>, Fromm Erich *et. al.*: *La soledad del hombre*. Monte Ávila Editores, Caracas.

Soto, Hernando de (1987): *El otro sendero: la revolución informal*. México, Diana.

Stamm Caroline (2005): <<Las plazas populares>>. En *Memoria del Seminario El ambulante en la ciudad de México: investigaciones recientes*. PUEC -UNAM, CEMCA, México. (Disco Compacto).

Taylor Charles (1991): <<Shared and divergent values>> en Gutman Amy (Ed.) *Options of a new Canada*. Toronto Press, Toronto.

Taylor Charles (2009): *El multiculturalismo y la "política del reconocimiento"*. Fondo de Cultura Económica, México.

Tönnies Ferdinand (1946): *Principios de sociología*. FCE, México.

Tocqueville Alexis de (1980): *La democracia en América*. Vol. I, 2ª parte. Alianza, Madrid.

Unikel Luis (1976): *El desarrollo urbano en México. Diagnóstico e implicaciones futuras*. El Colegio de México, México. Citado en Galindo Miguel, Escalante Roberto y Asuad Norman (2004): <<El proceso de crecimiento económico en México>> *Estudios Demográficos y urbanos*. Vol. 19, núm. 2 (56) pp. 289-312.

Uruchurtu Ernesto (1952): *Informe de labores rendido por el secretario del ramo C. Lic.... Al H. Congreso de la Unión. Septiembre 1 de 1951- Agosto 31 de 1952*. Secretaría de Gobernación, México.

Valencia Enrique (1965): *La Merced. Estudio ecológico y social de una zona de la ciudad de México*. Instituto Nacional de Antropología e Historia, México. Citado en Grisales Ramírez Natalia Rocío (2003): *Barrio y barrialidad en la Ciudad de México: el caso de Tepito*. Tesis de maestría en antropología. El autor- UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, México.

Vázquez Uribe Eduardo (2003): *El lado Oscuro de Tepito, su cultura*. Vol 2. Conaculta, México.

Villavicencio Judith (Coord.) (2006): *Conjuntos y unidades habitacionales en la ciudad de México. En busca de espacios sociales y de integración barrial*. UAM-Azcapotzalco, México.

Villoro Luis (1998): <<Autonomía y ciudadanía de los pueblos indios>> en *Revista Internacional de Filosofía Política*. No. 11. Madrid.

Young Marion (1990): *Justice and the politics of difference*. Princeton University Press, Princeton.

Ziccardi Alicia (1998): *Gobernabilidad y participación ciudadana en la ciudad capital*. IIS-UNAM, Porrúa, México.

Zolkiewski S. (1971): <<Sociologie de la culture et Sémiotique>> en Kristeva Julia, Rey Devobe J., y Umiker D. J. (Eds.) *Essays in semiotics. Essais de sémiotique*. Mouton, La Haya, Paris. Pp. 121-136.

Revistas

Alba González Martha de (2004): <<Mapas mentales de la ciudad de México: una aproximación psicosocial al estudio de las representaciones espaciales>>. Estudios Demográficos y Urbanos, enero-abril, número 055 El Colegio de México A.C. Distrito Federal, México.

Borja, Jordi (2008): <<La ciudad y la nueva ciudadanía>>. *Revista virtual la factoría*, N° 17, mayo 2008 [en línea].

http://www.mcrit.com/bcnext/info_web/personatges/experts/borja_jordi/conferencia/la_ciudad_y_la_nueva_ciudadania/la_ciudad_y_la_nueva_ciudadania.htm, [mayo de 2010].

Capron Guénola, Stamm, Caroline (2007): <<Prólogo>> *Revista Trace* “Comercio y políticas públicas” 051. Junio de 2007. CEMCA, México.

Cervantes José, Gutiérrez Esthela, Palacios Lylia (2008). El concepto de economía informal y su aplicación en México: factibilidad, inconvenientes y propuestas. Estudios Demográficos y Urbanos, enero-abril, año/vol. 23, número 001, el Colegio de México, Distrito Federal, pp.21-54

Cimoli M., Primi A., Pugno M. (2006): <<Un modelo de bajo crecimiento: la informalidad como restricción estructural>>. *Revista de la CEPAL*, no. 88, CEPAL, Santiago de Chile.

Duhau Emilio, Giglia Ángela (2007): <<Globalización e informalidad en la ciudad de México>>. *Revista Trace* “Comercio y políticas públicas” 051. Junio de 2007. CEMCA, México.

Dickey Sara (1997): <<La antropología y sus contribuciones al estudio de los medios de comunicación>>. *Revista internacional de Ciencias Sociales*, UNESCO, núm. 153.

Keane, John (1997): <<Transformaciones estructurales de la esfera pública>> *Estudios Sociológicos del Colegio de México*, Vol XV, Núm. 43.

Lechner, Norbert (1996): <<Las transformaciones de la política>>. *Revista Mexicana de Sociología*, vol 58, núm. 1, enero-marzo, 1996. Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, México.

Loayza Norman (1996): <<The economics of the informal sector: a simple model and some empirical evidence from Latin America>>. *Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy*. Vol. 45, Diciembre.

Martinell Alfons (1999): <<Los agentes culturales ante los nuevos retos de la gestión cultural>>. *Revista Iberoamericana de Educación Organización de Estados Iberoamericanos*. Núm. 20 Mayo-

Agosto.

Navereau, Brice (2007). El Comercio de proximidad): <<hacia una toma de conciencia por parte de los actores privados y públicos (Tolosa y Zaragoza) >>. En *Revista Trace “Comercio y políticas públicas”* 051. Junio. CEMCA, México.

Nivón Eduardo (2004): <<Malestar en la cultura. Conflictos en la política cultural mexicana reciente.>>. *Pensar Iberoamérica, revista de cultura*. Organización de Estados Iberoamericanos para la educación, la ciencia y la cultura Número 7, septiembre-diciembre de 2004. Ver documento en: <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric07a01.htm> [mayo 2012].

Piccini Mabel, (1995): <<Ciudades del fin de siglo. Vida urbana y comunicación>>. *Versión*, núm. 5, UAM-X, México.

Pinto Aníbal (1970): <<Naturaleza e implicaciones de la heterogeneidad estructural de la América Latina>>, *El trimestre Económico*, vol. 36, núm. 1.

Rabotnikof, Nora (2008): <<Pensar lo público hoy>> *Revista Metapolítica* Vol. 12, núm. 57, México, enero/febrero.

Ramírez Kuri, Patricia (2007): <<La ciudad, espacio de construcción de ciudadanía>>. *Revista Enfoques. Ciencia política y administración pública*. Universidad Central, Chile. Número 7, Primer semestre.

Schteingat, Martha (2001): <<La división social del espacio en las ciudades>> en *Perfiles latinoamericanos*, revista semestral de la sede Académica de México-FLACSO, núm. 19, año 10, diciembre, México.

Stamm Caroline (2007): <<La democratización de las plazas de comercio popular en el centro histórico de la Ciudad de México>>. *Revista Trace “Comercio y políticas públicas”* 051. Junio. CEMCA, México.

Tokman V.E. (1987): <<El sector informal 15 años después>> en *El trimestre económico* julio-septiembre.

Tesis

Conde Rodríguez Elsa de Guadalupe (1985): *Privatización del espacio urbano en el barrio de Tepito y repercusión psicosocial en la vida colectiva del mismo*. Tesis Licenciatura (Licenciado en Psicología) El autor, UNAM, Facultad de Psicología México.

Grisales Ramírez Natalia Rocío (2003): *Barrio y barrialidad en la Ciudad de México: el caso de Tepito*. Tesis de maestría en antropología. El autor- UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, México.

Herrera Villarreal Teresa Laura (2008): *Diseño de identidad y estrategia de difusión de la imagen para la Asociación de Comerciantes de la Rinconada de Tepito A.C.*, Tesis de Licenciatura (Licenciado en ciencias de la comunicación) UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México.

Meneses, Rodrigo (2010a): *Construcción y movilización del derecho en México: El caso de los comerciantes ambulantes del Distrito Federal*. Tesis presentada para obtener el grado de Doctor en Derecho. Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM, México.

Rocha Osorio, Víctor Hugo (2004): *La evolución social del Barrio de Tepito como importante centro informal en la Ciudad*. Tesis Licenciatura (Licenciado en Historia) UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, El autor, México.

Sánchez Salas Gabriela (2006): *La construcción periodística de la realidad de Tepito análisis de los contenidos de las noticias y los editoriales sobre los operativos de seguridad en Tepito en los periódicos Excélsior y La Jornada México*: Tesis Maestría (Maestría en Comunicación). UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, El autor, México.

Diccionarios

Diccionario del español usual de México. El Colegio de México. 2010
<http://dem.colmex.mx/deum.aspx> [mayo 2012]

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española
http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=ambulantaje [octubre 2011]

Coromines Joan (1991): *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*. Volumen I: A-ca. 4ª edición. Editorial Gredos, Madrid.

LUNA, Elizabeth Estela, *Diccionario básico de lingüística*. UNAM, México, 2005.

Robelo, Cecilio. *Diccionario de aztequismos. O Catálogo de palabras del idioma náhuatl, azteca o mexicano introducidas al idioma mexicano bajo diversas formas*. Imprenta del Instituto Nacional de Antropología e Historia, 1912.

Documentos electrónicos y páginas de internet.

Alarcón Sandra (2008). Entrevista realizada por “Capitalismo Amarillo” a la economista y antropóloga Sandra Alarcón acerca de su libro *El Tianguis Global*, publicado en México por la Universidad Iberoamericana. <http://www.youtube.com/watch?v=n76tu76VY10&feature=relmfu> [junio 2012].

Borja, Jordi (2001): *La ciudad y la nueva ciudadanía*. Conferencia pronunciada en el "Fórum Europa". Barcelona, junio de 2001 Organización de Estados Americanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. <http://www.oei.es/cultura/LaciudadJBorja2.htm> [mayo 2012].

Castillo Berthier Héctor: *La Merced: una aristocracia depredada por la historia. Estudios de Historia Cultural*. Publicación electrónica disponible en : http://www.historiacultural.net/hist_rev_berthier.htm [enero de 2011].

Hernández Alfonso, Centro de Estudios Tepiteños (CETEPIS): *Croquis del barrio de Tepito*. <http://www.barriodetepito.com.mx/pajaro/pajaro.htm> [junio de 2012].

Hernández Alfonso, Centro de Estudios Tepiteños (CETEPIS): *Crónica de los traslados del Baratillo*. <http://www.barriodetepito.com.mx/pajaro/plazas/bartolome/bartolome.htm> [Junio 2012].

Programa de Reordenamiento del comercio en vía pública. Gobierno del Distrito Federal. Documento en formato PDF: <http://www.transparencia.df.gob.mx/work/sites/Transparencia/resources/LocalContent/271/3/ProgramaReordenamiento.pdf> [abril 2012].

Meneses Reyes Rodrigo (2010b): *La negociación jurídica del derecho a la ciudad: los ambulantes y el Centro Histórico de la Ciudad de México*. Décimo primera sesión del Seminario Permanente Centro Histórico de la Ciudad de México, realizada el 24 de Agosto de 2010. Ver texto en línea en: www.puec.unam.mx/site/seminario/rodrigo_meneses_texto.pdf y la conferencia video grabada en: <http://www.youtube.com/watch?v=EdX57NJVRRRA> [mayo 2012].

Organización Internacional del Trabajo (OIT) Ver la página de entrada en: <http://www.ilo.org/public/spanish/support/lib/resource/subject/informal.htm> [Octubre 2011].

Plaza Bartolomé de las Casas en: <http://www.barriodetepito.com.mx/pajaro/plazas/bartolome/bartolome.htm> [mayo 2012].

Procuraduría General de la República (2004): *Presentan el operativo CAT-metropolitano*. Boletín 103/04, 2 de febrero de 2004, México, D. F. ver: <http://www.pgr.gob.mx/cmsocial/bol04/feb/b10304.htm> [abril de 2010].

Programa Google Earth, accesible de manera gratuita en: <http://earth.google.es/download-earth.html> [mayo de 2010].

Rey Germán (2003): <<Diversidad cultural, desarrollo y equidad. Modos de ser, maneras de soñar: Retos para una agenda de políticas públicas de las Américas, especializada en Cultura>>, ver:

<http://www.mincultura.gov.co/despachoMinistro/diversidadculturalespanol.doc> [mayo 2011].

Secretaría de finanzas del Distrito Federal (2010): Programa Operativo Anual de la Secretaría de Finanzas del D.F.: http://www.finanzas.df.gob.mx/documentos/POA_2010.pdf páginas 182-191 [mayo 2010].

(SisCoVip) Presentación del Sistema de Comercio en Vía Pública Dirección General de programas delegacionales y ordenamiento de la vía pública, de la Secretaría de Gobierno. Ver página de la Dirección General de programas delegacionales y ordenamiento de la vía pública <http://www.dgpdyrvp.df.gob.mx/prog/sisco.htm> [enero de 2012].

UneAbasto, página de la Central de Abasto de la Ciudad de México, sección: “Sabías que?”: <http://uneabasto.com/modules.php?name=News&file=article&sid=335> [mayo 2010].

UNESCO (2005): *Convención sobre la protección y promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*. Ver página de la UNESCO: <http://www.unesco.org/new/en/unesco/worldwide/latin-america-and-the-caribbean/mexico/> [febrero de 2012]. Ver también el texto en inglés: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919e.pdf> [febrero de 2012].

Documentos normativos

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Diario Oficial de la Federación 09-02-2012.

Estatuto de Gobierno del Distrito Federal. Gaceta Oficial de la Federación, 28-01-2011.

Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Código Financiero del Distrito Federal. Departamento del Distrito Federal. Diario Oficial de la Federación, 5-01-1998.

Ley para la Celebración de espectáculos públicos en el Distrito Federal, Asamblea Legislativa Del Distrito Federal, IV Legislatura. Gaceta Oficial del Distrito Federal, 13-01-1997.

Ley de Desarrollo Social para el Distrito Federal, Asamblea Legislativa Del Distrito Federal, V Legislatura. Gaceta Oficial del Distrito Federal, 23 de mayo del 2000.

Ley de Fomento a las Actividades de desarrollo social de las organizaciones civiles para el Distrito Federal. Asamblea Legislativa Del Distrito Federal, IV Legislatura. Gaceta Oficial del Distrito Federal, 23-05-2000.

Ley de Fomento Cultural del Distrito Federal, Asamblea Legislativa Del Distrito Federal, IV Legislatura Gaceta Oficial del Distrito Federal, 14- 10-2003.

Ley General de Bienes Nacionales: Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Diario Oficial de la Federación 16-01-2012.

Ley Orgánica de la Administración Pública Del Distrito Federal. Asamblea Legislativa Del Distrito Federal, V Legislatura. Gaceta Oficial del Distrito Federal, 17-06-2011.

Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público. Asamblea Legislativa Del Distrito Federal, V Legislatura: Gaceta Oficial del Distrito Federal, 23-12-1996, modificada el 27/12/2010.

Referencias hemerográficas

La Crónica de Hoy 12 de Mayo de 2003: “Se extiende el operativo Tepito a toda la Morelos”, Vela David Saúl. www.cronica.com.mx/nota.php?id_notas=64255 [abril de 2010].

Proceso 14 de febrero de 2007: “Ordena Ebrard el desalojo de “La Fortaleza””, Díaz Gloria Leticia. http://www.proceso.com.mx/noticias_articulo.php?articulo=48229 [septiembre de 2009]

Proceso 16 y 20 de febrero de 2007: “Persisten protestas por la expropiación de “La Fortaleza”” y “Pese a resistencia, prosigue desalojo en predio de Tepito”. Díaz Gloria Leticia, [.http://www.proceso.com.mx/noticias_articulo.php?articulo=48308](http://www.proceso.com.mx/noticias_articulo.php?articulo=48308) y http://www.proceso.com.mx/noticias_articulo.php?articulo=48358. [septiembre de 2009]

La Jornada del 15 de marzo de 2007: “Slim y Martí, interesados en establecer empresas en Tepito”. <http://www.jornada.unam.mx/2007/03/15/index.php?section=capital&article=043n1cap> [septiembre de 2009].

El Universal del 24 de marzo de 2007: “Acuerdan plan para reactiva economía en Tepito” Pantoja Sara. <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad/83295.html> [septiembre de 2009].

Proceso, 30 de julio de 2010: “Tepito, barrio transgresor”. <http://www.proceso.com.mx/rv/modHome/detalleExclusiva/81122> [julio 2010].

La Crónica, 20 de abril de 2010: “Investiga PGR venta de base de datos en Tepito”. http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_notas=501571 [julio 2010].

El Diario de México, 12 de Mayo de 2010: “Fuertes nexos de ambulantes con delincuencia y ¡partidos!”. Nota de Martínez Vargas, Lorenzo. http://www.diariodemexico.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=13613:plantilla-con-foto&catid=15:portada&Itemid=153 [mayo de 2010].

El Universal, 2 de junio de 2010: “Jóvenes de Tepito toman turibús”. Morales Alberto, Fernando Martínez y Claudia Bolaños, Ciudad de México. <http://www.eluniversal.com.mx/notas/684801.html> [febrero 2012].

El Universal 2 de junio de 2010 b: “Madre de niños robados en Tepito deslinda al papá”. García Carolina. <http://www.eluniversal.com.mx/notas/684939.html> [febrero 2012].

El Universal del 7 de abril de 2010: “Castigarán con cárcel a “piratas””. Arvizu Juan. <http://www.eluniversal.com.mx/primera/34731.html> [mayo de 2010].

Entrevistas Bartolomé de las Casas

Datos del entrevistado.		Lugar de la entrevista	Fecha
Anónimo	Funcionario de la Delegación.		3 de diciembre 2009
Anónimos	comerciantes	Calle Plaza Fray Bartolomé de las Casas	18 de Febrero 2010
Abraham Parra Sánchez Administrador de la Parroquia de San Francisco de Asís	Párroco	Casa parroquial de San Francisco Tepito	2 de diciembre 2009
Alfonso Hernández	Promotor Cultural	Centro de Estudios Tepiteños	21 abril 2009
Alfredo Juárez	Ingeniero electricista		28 septiembre 2011
Arturo Rodríguez	Comerciante formal	Mercado 14	16 de mayo 2009
Aurelio Rocha Arriaga	Comerciante formal	Mercado 14	15 de mayo 2009
Edgar Doroteo García	Director de Mercados y vía pública, de la Dirección General de Jurídica y gobierno.	Oficinas de la Delegación Cuauhtémoc	25 de noviembre de 2009.
Brandon	Hijo de Comerciantes	Calle Plaza Fray Bartolomé de las Casas	3 de diciembre 2009
Concepción Luna	Residente	Calle Constancia	Septiembre de 2009
Felipe García "Balico"	Saldero	Mercado 14	16 de mayo 2009
Francisco Hernández Cortés	Comerciante formal	Mercado 14	16 de mayo 2009
Jaime Reséndiz Gutiérrez 1	Comerciante formal/Residente	Mercado 14	15 de mayo 2009
Jesús Hernández Gómez	Saldero	Calle Toltecas	16 de mayo 2009
Josefina Mendoza	Residente	Domicilio Particular	25 de febrero 2010
José Francisco Toledo Valladares	Comerciante formal	Mercado 14	15 de mayo 2009
Lourdes Ruiz Baltasar	Comerciante informal /Residente.	Calle Aztecas	15 de agosto 2009
Ofelia García	Comerciante formal	Mercado 14	15 de mayo 2009

Entrevistas Plaza Martes De Arte

Datos del entrevistado.		Lugar de la entrevista	Fecha
Anónimo	Transeúnte	Plaza Martes de Arte	9 de diciembre 2009
Anónimo	Comerciante	Plaza Martes de Arte	13 de Febrero 2010
Álvaro Rodríguez Luévano.	Coordinador del Programa de Apoyo a Proyectos Específicos de la Secretaría de Cultura	Oficinas de la Secretaría de Cultura	14 diciembre 2004
David Rivera Rivera	Promotor Cultural	Espacio cultural Tepito	9 de abril de 2009
Edelmira Lomelí	Promotora cultural.	Plaza Martes de Arte	9 de diciembre 2009
Gabriel Piña Landa	Administrador de la Parroquia de la Divina Institución.	Oficinas de la parroquia	01 de diciembre 2009
Joaquín Ramírez	Población de Calle	Plaza Martes de Arte	7 Febrero 2010
Jorge Salas	Residente	Plaza Martes de Arte	9 de febrero
Luis Arévalo 1	Promotor Cultural	Espacio cultural Tepito	10 de diciembre 2009
Luis Arévalo 2	Promotor cultural	Espacio Cultural Tepito	11 de octubre de 2011
María Teresa Gutiérrez	Residente	Plaza Martes de Arte	9 Febrero 2010
Mario García Puga 1	Promotor Cultural	Plaza Martes de Arte	11 de abril 2010
Mario García Puga 2	Promotor Cultural	Espacio Cultural Tepito	11 de octubre de 2011
Rafael del Castillo Rodríguez.	Jefe de Unidad Departamental de Jurídico, Gobierno y Seguridad Pública	Oficinas de la Delegación Territorial	17 de Marzo 2010
Rubén Pérez	Comerciante	Plaza Martes de Arte	21 de enero 2010
Víctor Manuel Alarcón	Comerciante	Plaza Martes de Arte	11 de abril 2010

Índice de fotografías 1 de 6.

Número de foto	Título.	Descripción, acervo.
Fotos de portada	Los sentidos contrapuestos de la ciudadanía	Izq: Daniel Manrique pinta un mural en la plaza Martes de Arte..Fotografía de Mario García Puga (MGP), 2004. Der. “Se vende puesto en el 40 de la Rinconada”, cartel colocado en la calle de Caridad.Fotografía de Camila Chapela (CC), diciembre de 2009.
1	Prueba piloto de diseño participativo.	Collage de imágenes del proyecto académico “Expectativas del usuario en relación al marcaje de su territorio” Calle de Cuauhtémoc, Centro Histórico de Coyoacán. Fotografías de Camila Chapela (CC), Junio de 2007.
2	La gente y los puestos.	Foto sin título en: http://quetranzalabanda.com/tepito/ [Octubre 2011].
3	Afiche del baile y la presentación del libro “Tepito Bravo el barrio” de Francisco Mata.	Evento organizado por la Secretaría de Cultura del DF, 11 de septiembre de 2008 en el Salón Los Ángeles. Fotografía encontrada en la página del “Foto Digital México.” ver: http://www.foto-digital.com.mx/presentacion-tepito-%C2%A1bravo-el-barrio/ [Octubre, 2011].
4	Los puestos ocupan la calle.	“Antena del Mercado de Tepito”, fotografía aérea que muestra la ocupación absoluta de la calle por los puestos, tomada de la página: http://es.dreamstime.com/fotos-de-archivo-libres-de-regal-iacuteas-antena-del-mercado-de-tepito-image14344068 [Octubre 2011, Mayo de 2012].
5	Plaza Fray Bartolomé de las Casas en 1928 I.	Archivo del Centro de Estudios Tepiteños (CETEPIS).
6	Plaza Fray Bartolomé de las Casas en 1928 II.	Archivo del Centro de Estudios Tepiteños (CETEPIS).
7	Plaza Fray Bartolomé de las Casas en 1961.	Archivo del Centro de Estudios Tepiteños (CETEPIS).
8	Plaza Fray Bartolomé de las Casas en 1967.	Archivo del Centro de Estudios Tepiteños (CETEPIS).
9	Murales de Daniel Manrique en patios de vecindad en Tepito, hacia 1974 I	Fotografías tomada del libro: De la Galería José María Velasco (GJMV, 2007)
10	Murales de Daniel Manrique en patios de vecindad en Tepito, hacia 1974 II.	Fotografías tomada del libro: De la Galería José María Velasco (GJMV, 2007)
11	Murales de Daniel Manrique enmarcan la vida en el tianguis.	Imagen tomada de la página: http://literaturafotografiatepito.blogspot.com/2011/01/pimera-parte-la-inverosimi-historia-de.html [febrero de 2012].

Índice de fotografías 2 de 6.

Número de foto	Título.	Descripción, acervo.	Pág.
12	Afiches de la Peña Morelos.	Afiches anunciando la programación de la Peña Morelos. La imagen de la izquierda corresponde al cuarto aniversario, celebrado en 1980. La imagen de la derecha está fechada en noviembre de 1979. La imagen de la derecha expone una fotografía de un grafiti que dice “gobierno cabrón”, esta imagen explicita el apoyo de la coordinación de difusión cultural de La UNAM. Imágenes tomadas de internet: http://literaturafotografiatepito.blogspot.com/2011/01/pimera-parte-la-inverosimi-historia-de.html [febrero de 2012].	
13	El callejón de la Rinconada en 1985.	Fotografía tomada por Mario García Puga (MGP).	
14	Alrededores de la Parroquia de San Francisco de Asís Tepito, en 1985.	Fotografía tomada por Mario García Puga (MGP).	
15	Operativo contra la piratería.	Presencia de efectivos policiales en el Eje 1 Norte .Imagen publicada por la Secretaría de Seguridad Pública en diciembre de 2009: http://sdpnoticias.com/sdp/blackbox/imagecache/flat_notas/tepitooperativo1.jpg [mayo de 2010]	
16	Acceso al tianguis por Eje 1 Norte	Acceso al tianguis por Eje 1 Norte; se observan estructuras metálicas permanentes. Imagen tomada del blog <i>Lucy Popescu</i> : http://images.google.com.mx/imgres?imgurl=http://lucypopescu.files.wordpress.com/2009/07/hells-gate.jpg&imgrefurl=http://lucypopescu.wordpress.com/2009/07/13/a-city-of-extremes/&usq=4E45sRyDnuYW6VLJkkA3NM-guwQ=&h=240&w=320&sz=40&hl=es&start=1&um=1&itbs=1&tbnid=ZbzoDdvA8r2lzM:&tbnh=89&tbnw=118&prev=/images%3Fq%3Dtepito%26tbnid%3DZbzoDdvA8r2lzM:%26tbnh%3D0%26tbnw%3D0%26um%3D1%26hl%3Des%26safe%3Doff%26sa%3DX%26rlz%3D117GPEA_es%26ndsp%3D20%26imgtype%3Di_similar%26tbs%3Disch:1	
17	Comercio de videos “piratas” en la vía pública.	Imagen tomada de: http://ciudadanosenred.com.mx/imagenes/imaboletin538894.jpeg [mayo de 2010]	
18	Estructuras metálicas en el camellón de Bartolomé de las Casas.	Fotografía de Camila Chapela (CC), abril de 2009.	
19	Estructuras metálicas y lonas en los alrededores de deportivo Tepito.	Fotografía de Camila Chapela (CC), abril de 2009.	

Índice de fotografías 3 de 6.

Número de foto	Título.	Descripción, acervo.	Pág.
20	Daniel Manrique pintando los muros de la plaza Martes de Arte.	Fotografías tomadas por Mario García Puga (MGP) en la plaza Martes de Arte en 2004.	
21	Actividades artísticas.	Fotografías tomadas por Mario García Puga (MGP) en la plaza Martes de Arte en 2004	
22	Corte de cabello “muy barato”.	Fotografías tomadas por Mario García Puga (MGP) en la plaza Martes de Arte en 2004	
23	Unidad Habitacional “Los Palomares”	Fotografías tomadas en la Unidad Habitacional “Los Palomares” en 2008 por Camila Chapela (CC).	
24	Talleres infantiles.	Fotografías tomadas en la Unidad Habitacional “Los Palomares” en 2008 por Camila Chapela (CC).	
25	Tallerista de la Secretaría de Cultura atiende a los vecinos.	Fotografías tomadas en la Unidad Habitacional “Los Palomares” en 2008 por Camila Chapela (CC).	
26	Fuente recién pintada en el Jardín López Velarde “Alameda Tepito” hacia 2007.	Fotografías tomadas por Mario García Puga (MGP), hacia 2007.	
27	Inauguración del Jardín López Velarde “Alameda Tepito” hacia 2007.	Fotografías tomadas por Mario García Puga (MGP), hacia 2007.	
28	Exhibición de danzón en la “Alameda Tepito”, hacia 2007.	Fotografías tomadas por Mario García Puga (MGP), hacia 2007.	
29	Fotografía satelital de Tepito.	Google Earth, 17 de Febrero de 2007. Ver página del programa, que se puede descargar de manera gratuita en: http://earth.google.es/download-earth.html [mayo de 2010]	
30	<i>Se vende puesto en frente del 40 de la Rinconada.</i>	Anuncio encontrado en la calle de Caridad, noviembre de 2009. Fotografía de Camila Chapela (CC).	
31	En las inmediaciones del Deportivo Teptio la ocupación de la calle es absoluta (tomada de Internet).	Esquema realizado a partir de la fotografía aérea: “Templo futbolero chilango” en: http://homepage.mac.com/i/hpti/1/wimg/Shared/SlideShow/SlideShow.html?lang=en [enero de 2011]	
32	Imagen actual de Bacon Hill I.	Ver página Town & Country travel, “Arts & culture,; what to see in Boston”: http://www.townandcountrytravelmag.com/travel-destinations/us/massachusetts/boston-arts-culture-w08 [Octubre 2011]	
33	Imagen actual de Bacon Hill II.	Ver página Soitu.es vida urbana “Patéate Boston en 48 horas” http://www.soitu.es/soitu/2009/01/12/vidaurbana/1231753662_470402.html [Octubre, 2011]	

Índice de fotografías 4 de 6.

Número de foto	Título.	Descripción, acervo.	Pág.
34	Cierre de campaña en Morelia.	Cierre de campaña de Fausto Vallejo en Morelia, Michoacán, elecciones para Gobernador, 7 de noviembre de 2011 http://www.criteriohidalgo.com/notas.asp?id=67689 [mayo 2012]	
35	Monumento a Miguel Alemán.	Monumento a Miguel Alemán. Instituto Politécnico Nacional, plantel Zacatenco, ciudad de México. http://www.memoriapoliticademexico.org/Biografias/LM-Monumento%20en%20el_IPN-.jpg [mayo 2012]	
36	Asta Bandera en San Jerónimo	Asta bandera de San Jerónimo. Instalada en 1997. Periférico Sur, México DF. http://www.eluniversal.com.mx/notas/656213.html [mayo 2012]	
37	Anuncio espectacular en la colonia del Valle.	Anuncio espectacular en la Colonia del Valle. http://www.creatividadpublicitaria.com.mx/2010/07/el-gran-chamaco.html [mayo 2012]	
38	Publicidad exterior	Publicidad exterior en la ciudad de México http://ciudadanosenred.com.mx/metroaldia/quieren-gobernar-y-violan-las-leyes [mayo 2012]	
39	Intervención de Green Peace en el monumento a la Revolución.	Monumento a la Revolución, México, DF, 28 de junio de 2009 Activistas de Greenpeace denunciaron que el gobierno mexicano subestima la pérdida de bosques y selvas en México. http://www.greenpeace.org/mexico/es/Noticias/2009/Julio/mexico-pierde-medio-mill-n-de/ [mayo 2012]	
40	Marcha del orgullo Lésbico Gay, Bisexual y Transgénero en Guadalajara.	Marcha del orgullo Lésbico Gay, Bisexual y Transgénero, Guadalajara, Jalisco, junio de 2009. Foro de Arturo Campos Cedillo http://www.lajornadajalisco.com.mx/wp-content/uploads/2012/01/marcha-web5.jpg [Mayo 2012]	
41	Arte callejero en Oaxaca.	Arte callejero en, Oaxaca. Intervención realizada por <i>teak</i> , México, 2011 http://www.arteycallejero.com/2011/08/el-mundo-de-teak/ [mayo, 2012]	
42	Peregrinación a la villa	Peregrinos rumbo a la Basílica de Guadalupe. 7 de diciembre de 2011 http://noticierostelevisa.esmas.com/nacional/376644/vigilaran-950-elementos-federales-basilica-guadalupe/ [mayo 2012]	
43	San Juditas	Jóvenes en la celebración a San Judas Tadeo en el templo de San Hipólito, Ciudad de México. Foto de Adrián Bobadilla http://www.nuestramirada.org/photo/002-10?context=user [mayo 2012]	
44	Santa Muerte	Imagen de la Santa Muerte en el Zócalo Cpaitalino http://templodelasantisimamuerte.blogspot.mx/p/templo-de-la-santisima-muerte-historia.html [mayo 2012]	44

Índice de fotografías 5 de 6.

Número de foto	Título.	Descripción, acervo.	Pág.
45	<i>Narcomantas</i> en Culiacán.	Culiacán, Sinaloa, 15 de febrero de 2010 Dos narcomantas donde acusan a un Coronel de Infantería del Ejército de proteger y recibir dinero del narcotraficante Joaquín El Chapo Guzmán, líder del Cártel de Sinaloa, aparecieron colgadas hoy en diferentes puentes de la ciudad. El supuesto militar acusado es identificado como Carlos Arturo Morales Castillo, presuntamente asignado al 42 batallón de infantería de la Novena Zona Militar. Culiacán, Sinaloa. foto: Juan Carlos Cruz / Procesofoto / Sinaloa http://www.procesofoto.com.mx/search.html?pg=12&qry=sinaloa [mayo 2012]	
46	<i>Narcomantas</i> en Matamoros.	Narcomanta encontrada en Matamoros, Tamaulipas. 22 de octubre de 2012. Foto del diario El Norte. Ver blog <i>Blog populi, blog Dei</i> http://blogpopuliblogdei.wordpress.com/2010/10/22/cdg-%C2%BFy-aqui-que/ [mayo 2012]	
47	La fuente y un indigente en Eje 1 Norte y Vidal Alcocer hacia 2004.	La persona que está sentada en la fuente no está identificada. Fotografía tomada por Mario García Puga (MGP).	
48	Gente bailando. Vidal Alcocer y Eje 1 Norte Abril de 2008.	Fotografía tomada por Mario García Puga (MGP).	
49	Lámpara y árboles. Vidal Alcocer y eje 1 Norte, 5 de enero de 2010.	Fotografía tomada por Camila Chapela (CC).	
50	“No te orines, huele feo”.	Vial Alcocer y Eje 1 Norte. Fotografía tomada por Camila Chapela el 5 de enero de 2010 (CC).	
51	Crucero de Eje 1 Norte y Vidal Alcocer,	Fotografía tomada por Camila Chapela el 5 de enero de 2010 (CC).	
52	Carpeta asfáltica sin pintar, crucero de Vidal Alcocer y Eje 1 Norte	Fotografía tomada por Camila Chapela el 5 de enero de 2010 (CC).	
53	Puesto de Papas fritas (producción y venta).	En la imagen están Luis Arévalo y Alejandro Olarte (investigador de la UAM-X). La encargada del puesto se escondió tras las papas al ver la cámara. Fotografía de Camila Chapela (CC), Junio de 2010.	
54	Puesto de mochilas. Vidal Alcocer y Eje 1 Norte.	Fotografía de Camila Chapela (CC), 5 de enero de 2010.	
55	Puesto de quesadillas. Vidal Alcocer y Eje 1 Norte, 5 de enero de 2010.	Fotografía de Camila Chapela (CC), 5 de enero de 2010.	

Índice de fotografías 6 de 6.

Número de foto	Título.	Descripción, acervo.	Pág.
56	Puesto de fruta, Vidal Alcocer y eje 1 Norte, Enero 5 de 2010.	Fotografía de Camila Chapela (CC), 5 de enero de 2010.	
57	Escuela. Esquina de Eje 1 Norte y Avenida del Trabajo.	Fotografía de Camila Chapela (CC), 5 de enero de 2010.	
58	Cancha del estadio Maracanã”.	Cancha del Deportivo Tepito. Al fondo, la Parroquia de San Francisco de Asís Tepito. Fotografía de Camila Chapela (CC),17 de enero de 2010.	
59	Calle de Bartolomé de las Casas hacia 2008.	La fotografía fue tomada un martes a medio día. Fotografía de Camila Chapela (CC), 2008.	
60	Camellón de Bartolomé desde el Deportivo Tepito.	La fotografía fue tomada un martes a medio día. Camila Chapela (CC), Noviembre de 2009.	
61	Gente en los alrededores del Deportivo Tepito.	Fotografía de Camila Chapela (CC), Enero de 2009.	
62	Lonas en la Calle de Fray Bartolomé de las Casas hacia 2008.	Fotografía de Mario García Puga (MGP).	
63	Puesto de lentes. Calle de Caridad, 17 de enero de 2009.	Fotografía de Camila Chapela (CC), Enero de 2009.	

Gráficas.

Gráfica 1	Localización de Tepito en el Distrito Federal.
Gráfica 2	Mapa conceptual “Prácticas sociales en la reproducción del espacio público”.
Gráfica 3	Esquema de la Plaza Martes de Arte en Tepito.
Gráfica 4	Número de comerciantes por sección de calle según la Delegación Cuauhtémoc.
Gráfica 5	Simbología de frecuencias por tipo de elemento y por ciudad.
Gráfica 6	La imagen pública de Los Ángeles, a partir de descripciones orales.

Tablas

Título.

- 1 Principales programas y acciones para ordenar el comercio en la vía pública.
- 2 Relación de lugares ocupados por el Comité Martes de Arte en Tepito.
- 3 Estimación de ingresos del comercio en vía pública en el barrio de Tepito en 2010.
- 4 Evasión de impuestos por el comercio en vía pública en Tepito.
- 5 Detalle estadístico del informe sobre el comercio informal en Tepito de la Delegación Cuauhtémoc, datos de diciembre de 2009.
- 6 Descripción de los conflictos, actores y las expresiones que tienen lugar en torno a las disputas por el control territorial y de las plusvalías en el tianguis de Tepito.
- 7 Claves de orientación mencionados en el estudio de Beacon Hill.
- 8 Sujetos, actitudes y actividades visibles en Bartolomé de las Casas.
- 9 Sujetos, actitudes y actividades visibles en la Plaza Martes de Arte.
- 10 Objetos (productos materiales del trabajo humano) visibles en ambos lugares.
- 11 Lugares “contenidos” en la imagen.
- 12 Índice de casos plaza Martes de Arte.
- 13 Índice de casos Bartolomé de las Casas.

- 14 Lógicas de ocupación de la calle en Bartolomé de las Casas.
- 15 Lógicas de ocupación de la calle en la plaza Martes de Arte.
- 16 Descripción de tendencias en la imagen.
- 17 Visibilidad de prácticas y agentes en Bartolomé de las Casas.
- 18 Visibilidad de prácticas y agentes en la plaza Martes de Arte.
- 19 Dinámicas de interlocución entre actores y conflictos que se asocian al control territorial.
- 20 Espacio público urbano: contraste entre dos realidades.
- 21 Los derechos desde el enfoque del “derecho a la Ciudad”.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: LA IMAGEN DEL ESPACIO PÚBLICO EN TEPITO. FORMATO DE ENTREVISTA.

FOLIO: MAT

FBC

NUM.

¿Usted vive en Tepito? SI NO ¿Desde cuándo?	Usted es: Vecino Comerciante Trabaja en el barrio Viene de visita ¿con qué frecuencia?
--	--

Dígame lo que usted está viendo en este momento (pueden ser cosas, personas, grupos de personas, o situaciones que usted pueda percibir en este lugar):

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

2. De la lista anterior, mencione cuál son las más importantes o significativa para usted?

3.? ¿por qué la eligió?

Ahora, vamos a hablar de

4. ¿Qué es?/ ¿quién es? ¿Por qué está ahí?	7. ¿Qué significa para usted?
5. ¿Cómo es físicamente? ¿qué está haciendo?	8. ¿Quién decidió que _____ estuviera ahí? ¿Podría relatar cómo se tomó esa decisión?
6. ¿De quién es? ¿quién lo usa?	9. ¿Está usted de acuerdo con que _____ esté ahí/haga eso?