



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.

POSGRADO EN GEOGRAFÍA.

**LOS TERRITORIOS TEPITEÑOS: TERRITORIALIZACIÓN,
INFORMALIDAD Y GLOBALIZACIÓN.**

TESIS QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE MAESTRO EN GEOGRAFÍA

PRESENTA:

CARLOS EDUARDO ALBA VILLALEVER.

DIRECTOR DE LA TESIS:

DR. MANUEL SUÁREZ LASTRA.

INSTITUTO DE GEOGRAFÍA.

MÉXICO D.F.

NOVIEMBRE 2013



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

Índice de cuadros e imágenes.	4
Agradecimientos.	5
Introducción.	7
Capítulo 1. Apartado teórico.	15
Territorio, territorialidad y territorialización.	15
El binomio materialismo-idealismo.	
El binomio espacio-tiempo.	
Una perspectiva integradora del territorio.	
Conclusión.	
Informalidad y comercio en la calle: del derecho a la ciudad a la lucha por la calle.	28
El sector informal.	28
De marginales a informales.	
El enfoque neomarxista.	
El enfoque neoliberal o del sector extralegal de la economía.	
Actividad y diferencia.	
Espacio y comercio ambulante: apropiación, organización y política.	41
La apropiación del espacio público por el comercio informal.	
Liderazgo y organización.	
Del corporativismo al clientelismo.	
Conclusión.	
Capítulo 2. Tepitour 2013.	57
Tepitour.	58
Los territorios-zona.	
Los territorios-red.	
Tepitiempos.	71
Conclusión.	77
Capítulo 3. Los territorios Tepiteños.	79

“Espacios de posibilidad” y “Espacios de oportunidad”: los núcleos de territorialización en Tepito.	80
El barrio y los espacios de posibilidad.	
El mercado y los espacios de oportunidad.	
Los territorios tepiteños: relaciones espaciales.	89
Redes laborales y circuitos migratorios: la formación de territorios-red.	
Las organizaciones de comerciantes: la formación de territorios-zona.	
Los “territorios de representación”, una forma de multiterritorialidad en red.	95
“Gambitos espaciales”: expansión territorial y deslocalización.	
Multiterritorialidad reticular y globalización “desde abajo”.	100
Tepito y la globalización “desde abajo”.	103
Conclusión.	115
Conclusiones.	117
Espacios de posibilidad – territorios de baja intensidad – territorios-red – multiterritorialidad rizomática.	118
Espacios de oportunidad – territorios de baja intensidad – territorios-zona – multiterritorialidad en red.	120
La multiterritorialidad tepiteña y la globalización “desde abajo”.	122
Bibliografía.	124
Libros.	
Periódicos.	
Documentos.	
Entrevistas.	

Índice de tablas, mapas, fotos, cuadros e imágenes satelitales:

Tabla 1. Las distintas corrientes en el paso de la marginalidad a la informalidad.	34
Tabla 2. Producción académica en torno al comercio informal según las principales temáticas que abordan.	43
Tabla 3. Producción académica en torno al comercio informal.	44
Tabla 4. Clasificación del comercio en vía pública según criterios de la CESOP.	45
Mapa 1. Accesibilidad de Tepito.	59
Mapa 2. Mayoreo, menudeo y especializaciones en el mercado de Tepito.	67
Mapa 3. El barrio de Tepito.	81
Mapa 4. El mercado de Tepito.	86
Mapa 5. Estimación de la presencia de bodegas en el barrio de Tepito en función de la concentración de "espacios de oportunidad".	100
Foto 1. La frontera tepiteña.	61
Foto 2. Las techumbres del Eje 1 Norte.	65
Foto 3. Un martes en Tepito.	74
Foto 4. Los "palomares", una unidad habitacional de Tepito.	82
Foto 5. La tienda "Tepito club electrónica" en San Ysidro, California.	107
Foto 6. La tienda "Tepito El Paso" en El Paso, Texas.	108
Foto 7. La tienda "Tepito Electronics" en Laredo, Texas.	109
Foto 8. El "Santee Alley" en el Fashion District de Los Angeles, California.	110
Foto 9. Maletín unisex marca "Rosete", fabricado en China.	115
Cuadro 1. Calendario anual de eventos comerciales.	73
Imagen satelital 1. El corazón de Tepito.	62

Agradecimientos.

Este trabajo no pudo haber sido realizado sin el apoyo y la intervención de mucha gente a la que me parece imprescindible agradecer. En el contexto de la universidad, me gustaría agradecer a mi asesor el Dr. Manuel Suárez Lastra por la orientación que me brindó a lo largo de la maestría y especialmente durante la elaboración de la tesis. También me gustaría agradecer al Dr. Javier Delgado a través de quien tuve la oportunidad de conocer a Rogério Haesbaert y ampliar enormemente mi perspectiva en relación al territorio y la territorialización. También, quiero agradecer a varios profesores por el empeño que ponen en la preparación de sus cursos y la calidad de la enseñanza que imparten, entre ellos me gustaría destacar al Dr. Javier Osorno; al Dr. Luis Chías Becerril; al Dr. Adrian Guillermo Aguilar; al Dr. Gustavo Garza Merido; a la Dra. Georgina Calderón. En el ámbito administrativo me gustaría agradecer de nueva cuenta al Dr. Javier Delgado, coordinador del posgrado, así como al Mtro. Macario, a la Lic. Penélope y a la señora Vicky por toda su ayuda en relación a los trámites escolares. Su ayuda ha sido invaluable, gracia. Finalmente, agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por otorgarme una beca para la realización de estudios de maestría.

En el contexto de mi trabajo de campo quisiera agradecer de manera muy especial a Armando Sánchez por darme acceso a sus ricas redes sociales en Tepito y el Centro Histórico de la Ciudad de México. Asimismo deseo agradecer la amable disposición de todas las personas entrevistadas: habitantes, comerciantes, líderes, emprendedores pirata, fayuqueros, marco polos, jefes de vía pública y autoridades delegacionales, entre muchos otros.

En una nota más personal, pero no menos importante, me gustaría agradecer a Verónica Villarreal, mi pareja, por aguantarme y darme aliento a lo largo de este tortuoso proceso. Así como por acompañarme y dar la pelea para realizar nuestros proyectos, te amo Vero.

**Los territorios tepiteños: territorialización,
informalidad y globalización.**

Introducción.

Desde mediados del siglo XX, en todo el mundo es perceptible un intenso proceso de urbanización que ha rebasado – y sigue rebasando, la capacidad de los gobiernos y las economías para integrar a la población, de manera cabal, a los beneficios que se supone debería traer consigo la vida en la ciudad. Mientras que la concentración masiva de personas, recursos e información alimentan el crecimiento urbano y la generación de riqueza; el control de los recursos, el acceso a la información y la riqueza permanecen en pocas manos. (Harvey, 2008:1).

Desde los años ochenta, en un contexto de desindustrialización y achicamiento del Estado, las disparidades en el ingreso se han traducido crecientemente en disparidades sociales. En la medida que los hogares favorecidos se alejan de la media de ingreso de la población, aumenta su propensión a adquirir en el mercado servicios de mejor calidad que los colectivos (Katzman, 2002:3). Cuando esta conducta se extiende a prestaciones básicas como el transporte, la educación, la seguridad pública, la salud y el esparcimiento, se producen cambios importantes en la estructura social que alimentan mecanismos de exclusión social¹. Así, en el contexto urbano, donde el espacio está cada vez más estrictamente controlado, tanto por medio de la regulación estatal como por medio de la propiedad privada, la porción más grande y menos privilegiada de la población tiene grandes dificultades para hacerse de un lugar en la ciudad e integrarse a la sociedad urbana.

Sin embargo, la presencia y la participación de este gran contingente social en nuestra vida diaria son evidentes. Se perciben en el crecimiento desproporcionado y descontrolado de la población urbana de todo el mundo, en particular en los países en

¹ La exclusión implica la transición de una sociedad donde predominaban relaciones de desigualdad y subordinación vertical, a una sociedad donde tiende a predominar una nueva lógica de polarización en términos de dentro/fuera, que implica para el nuevo conjunto de colectivos excluidos la ruptura de ciertos parámetros básicos de integración social (Subirats y Gomà, 2005:11).

vías de desarrollo y especialmente en América Latina (Davis, 2007:17-31; Fay, 2005:1). Por una parte, en la medida en la que el crecimiento de la población urbana ha perdido relación con el grado de desarrollo económico y con la generación de empleo en la ciudad, se le ha dado lugar a la formación de un nutrido “sector informal”². El hecho de vivir en una economía monetizada, en la que debe generarse dinero para poder sobrevivir (Fay, 2005:2), ha empujado a la población desempleada y sin acceso a seguridad social, a ganarse la vida en condiciones de irregularidad y/o clandestinidad. Por otra parte, conforme el crecimiento de la ciudad y la formación del espacio urbano han escapado a la regulación de las autoridades responsables, las ciudades se han fragmentado y presentan espacios y elementos de la ciudad “moderna” del mundo “desarrollado” que coexisten con espacios donde prevalecen condiciones de pobreza y precariedad que caracterizan a un fenómeno al que se ha llamado “urbanización de la pobreza” (Jordán, 2009:30). El hecho de que la ciudad sea un medio construido, donde el espacio es un bien escaso que se encuentra permanentemente al resguardo de la propiedad privada, ha forzado a la población sin recursos suficientes para adquirirlo, a ocupar y explotar espacios públicos (como calles y parques) y privados (como casas, departamentos y locales comerciales) a través de un uso intenso y multifuncional que la mayoría de las veces desoye o desafía las regulaciones urbanas y presiona la tolerancia de las autoridades.

En México, un ejemplo paradigmático de este esfuerzo subversivo de integración a lo que Lefebvre (2003:1-22) llama la “sociedad urbana” es el de Tepito: un barrio marginal que alberga en sus calles un gigantesco mercado informal. Tepito es conocido

² La informalidad abarca actividades económicas con características particulares como son la escasa o nula dotación de capital físico y humano; actividades productivas de tamaño reducido y poco tecnificadas; limitada división del trabajo y reducida diferenciación en la propiedad de los medios de producción; actividades concentradas en mercados de fácil acceso; evasión de las reglas del Estado; sitios flexibles; y uso de trabajo familiar. La economía informal no es una condición individual, es una forma específica de relaciones de producción, es un proceso de generación de ingreso caracterizado por un rasgo central: no está regulada por las instituciones de la sociedad, en ambientes legales y sociales, en los cuales actividades similares están reguladas. Para un excelente artículo sobre el sector informal puede verse (Núñez y Gómez 2008: 144-145).

principalmente como un mercado negro³; carga con un fuerte estigma asociado al robo, el narcomenudeo, la venta de armas, pornografía, y documentos fiscales falsos. Sin embargo, Tepito se parece más a un enorme mercado popular donde se producen y comercian una gama interminable de productos de consumo básico a precios muy bajos – fruto de la irregularidad⁴.

Es un ejemplo paradigmático porque nos muestra la lucha de muchos miles de personas por hacerse de un lugar en la ciudad, por territorializarse creando mediaciones espaciales que les proporcionen un efectivo “poder” sobre su reproducción como individuos o como grupos sociales. En ese sentido, se debe apuntar que la necesidad territorial, de control y apropiación del espacio, se extiende desde el nivel más físico o biológico en tanto somos seres con necesidades básicas como el agua, el alimento, o el refugio; hasta uno más bien simbólico en tanto seres dotados de poder de representación, que en todo momento resignifican y se apropian simbólicamente de su medio.

En Tepito, como en el resto del mundo, la territorialización pone de manifiesto la dimensión espacial de las relaciones de poder que sostienen infinidad de actores vinculados a partir de múltiples dimensiones y escalas: vecinos, comerciantes ambulantes, tianguistas del resto de la ciudad e incluso de estados aledaños, consumidores, proveedores, autoridades delegacionales, actores políticos en niveles medios y altos, proveedores nacionales y extranjeros, casas importadoras, contrabandistas, migrantes asiáticos y población indígena con diversos orígenes étnicos, en una larga lista. Así, más que un territorio unitario, como estado o condición definidos de manera clara y estática, se observa una dinámica combinada de territorios o “multiterritorialidad” (Haesbaert, 2011: 282).

³ Los mercados negros son espacios, generalmente discretos, donde se llevan a cabo prácticas comerciales en las que se ignoran, a sabiendas, el pago de impuestos y las restricciones sobre algunos artículos categorizados como ilegales.

⁴ Piratería, contrabando, evasión fiscal, tarifaria y de leyes laborales.

Esta multiplicidad o diversidad territorial tiene como resultado la yuxtaposición o convivencia de tipos territoriales diferentes que responden por el conjunto de las experiencias de sus actores, de sus relaciones de dominio y apropiación en el/con/a través del espacio y el tiempo. Esto le imprime a Tepito un carácter dinámico, multidimensional y multiescalar, producto de la integración de relaciones conjuntas de territorialización. En Tepito la lucha por la vivienda y la lucha por la calle le dieron lugar a un bullicioso mercado informal que hace interactuar a los actores con el espacio: los superpone y los conecta; vincula vivienda, producción, almacenamiento, empleo, distribución y consumo; forma circuitos que transportan mercancías, personas y dinero a grandes distancias (China, Estados Unidos, Belice, Panamá) y los difunden a distancias más cortas (al interior de la ciudad, de la República Mexicana e incluso hasta algunos países de Centro América).

Se ha tomado el caso de Tepito como un “laboratorio” de síntesis e integración geográfica; un espacio local donde a partir de una metodología ecléctica es posible darle sentido a la existencia de un mercado informal masivo, donde las actividades diarias de miles de personas empleadas de manera clandestina resultan en la producción y vinculación de territorios y de formas de organización geográfica que alcanzan una escala global. Así, el objetivo de esta tesis es, en primer lugar, hacer una distinción y separación de los diferentes territorios que le dan forma a Tepito; en segundo lugar, se busca explicar qué papel han jugado esos territorios en el crecimiento y expansión del mercado, y en el grado de integración de muchos “informales” al entramado social urbano. El argumento principal es que la ocupación de espacios urbanos, desafiando y subvirtiendo las normas establecidas con el objetivo de llevar a cabo actividades de supervivencia, desemboca en el establecimiento de territorios y en la generación de formas de organización espacial que conforme se complejizan, también profundizan el grado de integración de quienes las realizan, a una sociedad urbana global.

Para alcanzar estos objetivos, se realizó trabajo de campo en Tepito y el Centro Histórico de la Ciudad de México tanto a partir de observación directa como de la realización de decenas de entrevistas a actores clave como comerciantes ambulantes,

comerciantes establecidos, dirigentes de organizaciones de comerciantes, líderes de frentes o agrupaciones de organizaciones, jefes de vía pública, autoridades delegacionales, vecinos, piratas, contrabandistas e importadores en una larga lista⁵. También se visitaron innumerables plazas comerciales en el Centro Histórico, resultado de las reubicaciones de comerciantes en 2007, donde se discutieron los pormenores de su reubicación con comerciantes y líderes. Por otra parte, se llevaron a cabo dos estudios de caso: el primero sobre dos socios Miguel Ángel y Roberto, quienes para desempeñar las funciones de comerciante y pirata, se surten de insumos en Tepito para producir parte de su mercancía y distribuirla en los metros universidad y Copilco. El segundo estudio de caso es sobre la líder del Frente Metropolitano de Organizaciones Populares, María Rosete Sánchez, quien además de ser una figura de interés por la posición que ocupa, destaca por su relación con la propietaria de la casa importadora *Grupo Cheng Gheng International, S.A., de C.V.*, la Sra. Ann Lann de origen chino con quien cada año viaja a ese país para surtirse de mercancías, iniciar sus propias líneas de producción y donde incluso ha abierto una oficina de enlace con Tepito en la ciudad de Yiwu.

En segunda instancia, se hicieron varios recorridos por otros grandes mercados informales o de piratería como el mercado de “San Juan de Dios” en Guadalajara y “la cuchilla” en Puebla. Además, se hizo un viaje a la frontera norte, a las ciudades de Tijuana, Baja California, y Los Angeles, California, donde se realizaron entrevistas a actores locales y se hicieron recorridos por las zonas fayuqueras (principalmente en los *swap-meets* del lado estadounidense y en el *fashion district* de Los Angeles).

En tercer lugar, se hizo una extensa recopilación de fuentes secundarias sobre temas diversos: primero, acerca del comercio informal en América Latina, especialmente en México y en particular en el Centro Histórico de la Ciudad de México y Tepito; entre la

⁵ En este trabajo se presentan los nombres de varios informantes cuando se trata de figuras públicas, particularmente los líderes de comerciantes, a quienes nunca se les pidió que compartieran información confidencial y a quienes se les dejó claro el propósito de la entrevista: este es el caso particularmente de Armando Sánchez, María Rosete Sánchez, Ann Lann y Jorge Monterrubio Kuri, de Miguel Galán, Alfonso Hernández, Fernando Andrade y Leopoldo Yllescas. En otros casos, sobre todo en las entrevistas realizadas con actores que llevan a cabo actividades ilegales, únicamente se presentan los nombres de pila de los informantes como una forma de anonimato por omisión.

producción académica relacionada a este tema destacan los trabajos acerca de la organización política de los comerciantes informales y su reubicación en plazas comerciales. Segundo, sobre los grandes mercados informales del mundo y las rutas transnacionales que los animan, en este caso destacan las etnografías en países de todas latitudes en el marco de lo que se ha denominado “globalización desde abajo” y en el que China tiene el papel central. Finalmente, se tomó el trabajo de Rogério Haesbaert como eje teórico para construir los territorios tepiteños, entre los trabajos revisados acerca de la conceptualización del territorio y la territorialización su obra *El mito de la desterritorialización: del “fin de los territorios” a la multiterritorialidad* fue, por un muy amplio margen el que se consideró más completo y concienzudo, de ahí su elección.

Finalmente, se utilizaron ciertas herramientas informáticas como apoyo para la producción de mapas y diagramas de elaboración propia. También hay que destacar la utilización de *Google Earth* para presentar imágenes satelitales abiertas que muestran el mercado de Tepito, así como otras extraídas de la modalidad “*street view*” de *Google Maps* para mostrar algunas ubicaciones de interés en la Ciudad de México y varias otras en Estados Unidos.

A partir del trabajo realizado se propone que las iniciativas que emprenden los tepiteños, y muchas otras personas, a lo largo de todo el año, son viables gracias al establecimiento de “**núcleos de territorialización**”: Los núcleos de territorialización son espacios cuya potencialidad se presta para crear las mediaciones necesarias para proporcionar a quienes los explotan un efectivo “poder” sobre su reproducción como individuos. Se les puede llamar de baja intensidad porque no implican grandes transformaciones sociales y, la mayoría de las veces, ni siquiera modificaciones físicas muy visibles en las formas de la ciudad. Se trata de espacios “personales” –o familiares– a partir de los cuales se llevan a cabo construcciones territoriales, realizadas por medio de las funciones y significaciones que ahí se desempeñan y proponen (Haesbaert, 2011: 290).

En Tepito destaca el establecimiento de dos tipos de núcleos de territorialización de baja intensidad: los “espacios de posibilidad” y los “espacios de oportunidad”. Por una

parte se habla de “establecimiento” por el carácter deliberado de las acciones de los actores para transformar física y/o funcionalmente un sitio y de esta manera “apropiárselo”. Las transformaciones físicas y funcionales se entienden: para la primera instancia, como la construcción y transformación de formas, más o menos estables, a partir de elementos físicos o materiales, que desembocan en la producción de un espacio diferenciable de aquel que lo rodea; y para la segunda, como el establecimiento de configuraciones, o sea de formas de organización espacial, más o menos estables, que expresan las relaciones entre sus actores.

Por otra parte, las ideas de “posibilidad” y “oportunidad” están asociadas, respectivamente, a los ámbitos “privado” y “público”⁶ que los actores urbanos delimitan y entre los que se desenvuelven en su vida cotidiana. Se propone, en consonancia con Monnet (1996:12), que lo privado/público corresponde a la materialización de lo reservado/compartido, o de lo íntimo/social, pero se busca destacar la importancia, para el primer caso, de la conquista de espacios donde es posible ser o hacer algo (habitar, producir, almacenar); y para el segundo, en la oportunidad, entendida como conveniencia de tiempo, lugar y recursos, para ocupar temporalmente un espacio e intercambiar (bienes, servicios e información) para hacerse de dinero.

Aún más, se propone que estas formas y espacios responden a un funcionamiento sistémico; conforme los espacios de posibilidad y los espacios de oportunidad se agrupan, forman conjuntos estables que presentan propiedades emergentes y nos permiten reconocerlos como territorios que ya no necesariamente son de baja intensidad. A su vez, conforme estos territorios que producen se agrupan, forman nuevos conjuntos estables, en un proceso de crecimiento para el que cada nuevo territorio producido amplía la capacidad de interacción de la totalidad del sistema con otros espacios y actores a diferentes niveles y escalas (sociales, económicos, políticos y geográficos). De esta

⁶ No es el objetivo de esta tesis entrar al extenso debate que existe acerca de la dicotomía público/privado, más bien se adopta la idea de Jérôme Monnet de que “existe una definición práctica, inscrita en los comportamientos y las representaciones colectivas, de que la frecuentación, que es una forma de apropiación, da un carácter privado o público al espacio” (Monnet 1996:12).

manera, el sistema se integra crecientemente a dinámicas globales cuya particularidad es que son generadas “desde abajo”.

Este trabajo consta de tres capítulos. El primer capítulo presenta las bases teóricas que dan sustento al trabajo a partir de tres apartados: el primero trata las problemáticas asociadas al territorio y sigue la obra de Rogerio Haesbaert *El mito de la desterritorialización: del “fin de los territorios” a la multiterritorialidad* para establecer un eje teórico formado por los conceptos territorio-territorialidad-territorialización por medio del cual se llevará a cabo el análisis territorial de Tepito. En el segundo apartado se presentan las tres principales perspectivas a partir de las cuales se ha estudiado el sector informal. En el tercer apartado se realiza un estado de la cuestión del comercio ambulante. Para este efecto se recopilaron las aportaciones de las principales publicaciones en español acerca del comercio informal. En el segundo capítulo se realiza un recorrido por Tepito a nivel de calle, con el objetivo de familiarizar al lector con el sitio, poner en evidencia sus marcados rasgos territoriales, se delinear algunos de sus territorios, y se destaca su funcionamiento sistémico. En el tercer capítulo se busca reconstruir los territorios delineados en el capítulo anterior a partir de sus unidades más básicas, los “espacios de posibilidad” y los “espacios de oportunidad”. Los cuales serán utilizados como bloques constructivos para poner en evidencia diversas modalidades territoriales cuya interacción le permite a los territorios tepiteños formarse, crecer, vincularse y conectarse en diversas escalas y niveles; funcionar, generar procesos globales desde la realidad de actores locales. Finalmente, se hace una recapitulación y se esbozan algunas conclusiones.

Capítulo 1. Apartado teórico.

En este apartado se tratan dos temáticas distintas que funcionarán a la postre como bases teóricas para analizar los territorios tepiteños. Primero, se busca establecer un eje teórico formado por los conceptos territorio-territorialidad-territorialización a partir del trabajo de Rogerio Haesbaert. Su elaboración en torno a estos conceptos será fundamental no solo para llevar a cabo un análisis territorial de Tepito, sino para poner en evidencia la complejidad territorial que resulta de las iniciativas de los comerciantes. En ese sentido, en un segundo momento fue necesario trazar un estado de la cuestión del comercio informal que describiera sus principales rasgos y expusiera las problemáticas que le están asociadas para nutrir el análisis y darle sustento. Para este efecto se llevó a cabo una revisión bibliográfica exhaustiva y se presentaron las principales vertientes interpretativas que ha tomado su estudio a partir de 16 artículos especializados publicados en revistas arbitradas.

Territorio, territorialidad y territorialización.

El territorio es un concepto central para muchas disciplinas. Si se le asume como una realidad efectivamente existente, de carácter ontológico, y no solo como una herramienta de análisis en el sentido epistemológico; el “territorio” interseca las problemáticas asociadas a múltiples dimensiones, en virtud de su espacialidad. No obstante la diversidad de vertientes interpretativas que han resultado, sus aproximaciones suelen ser fragmentarias; visiones parciales que privilegian la dimensión que les concierne más estrechamente. En este sentido, la geografía ocupa una posición privilegiada para pensar el territorio, pues su estrecho vínculo con la espacialidad humana le da cabida a una perspectiva “integradora”; capaz de evidenciar la condensación de dimensiones sociales que el espacio manifiesta, y de explotar la riqueza de distintas vertientes interpretativas para abordar las problemáticas que les estén asociadas. Con esta lógica en mente, Haesbaert (2012:31-82) plantea la utilización de un conjunto de perspectivas teóricas organizadas en torno a dos ejes formados por los binomios “materialismo-idealismo” y “espacio-tiempo”.

El primer eje le da forma a un continuum interpretativo que ubica al territorio entre dos extremos: la realidad físico-material y la realidad ideal⁷. Este binomio establece una distinción entre territorio como una entidad funcional (determinada por fundamentos materiales y biológicos) y territorialidad como una entidad simbólica (que se define con referencia a las relaciones sociales y la cultura). A lo largo del eje se pone de relieve el aspecto espacial del territorio, y se problematiza en torno a su naturaleza (si se trata de una configuración material determinada “naturalmente” o de una representación cultural que expresa una identidad o una serie de relaciones) y su morfología (si adopta formas específicas o incluso si éstas son definidas o indefinidas, continuas o discontinuas).

El segundo eje establece otro continuum interpretativo en cuyos extremos se expresan el carácter más absoluto⁸ o más relacional⁹ del territorio. Este binomio establece una distinción entre el territorio como una entidad físico-material (como una “cosa” u objeto fijado en el tiempo) y como una entidad social-histórica (como una serie de relaciones que se establecen a lo largo de un lapso de tiempo). A lo largo de este eje, se destaca el aspecto temporal del territorio y se problematiza en torno a su geograficidad (si se trata de un componente o una condición general a cualquier sociedad y espacio geográfico) e historicidad (si tiene particularidades que estén históricamente circunscritas a determinado periodo, grupo social o espacio geográfico) (Haesbaert, 2011:59-82).

El binomio materialismo-idealismo.

Haesbaert (2012) reconoce cuatro grandes vertientes interpretativas que ordena a lo largo del continuum materialismo-idealismo. Tres de ellas (la “naturalista”, la “economicista” y la “política”) privilegian una concepción materialista de mayor a menor

⁷ En este sentido, se entiende que el territorio abarca, al mismo tiempo, la dimensión espacial material de las relaciones sociales y el conjunto de representaciones sobre el espacio, el “imaginario geográfico” que integra o forma parte indisoluble de estas relaciones (Haesbaert, 2011:36)

⁸ Lo absoluto es abordado por Haesbaert tanto en el sentido idealista de un *a priori* de la comprensión del mundo, como en la acepción materialista mecanicista de evidencia empírica o “cosa” disociada de una dinámica temporal.

⁹ Una perspectiva relacional del espacio concibe al territorio como totalmente inmerso dentro de relaciones socio-históricas o, de modo más estricto, de poder.

medida, mientras que una cuarta vertiente (“culturalista”) le da preeminencia a la concepción idealista (p. 37-59).

La vertiente natural (o naturalista).

Entre las concepciones más materialistas se encuentran en un extremo las posiciones “naturalistas” que enfatizan dos elementos del territorio: su vinculación con el comportamiento de los animales; y la relación de la sociedad con la naturaleza. Por una parte, esta vertiente interpretativa se construyó en torno a la idea de que la territorialidad¹⁰ animal –y por extrapolación la humana– es moldeada por un comportamiento instintivo o genéticamente determinado que pone el énfasis en cuestiones como el control, la defensa y el uso de recursos en un espacio o área geográfica.

Aunque Haesbaert enfatiza en que es difícil generalizar respecto a la territorialidad animal –pues sirve diferentes funciones para diferentes especies– y más aún extrapolarla al ámbito social, rescata algunos de sus elementos de interés general. Constata que sus territorios pueden ser cíclicos o temporales¹¹; extenderse a través de espacios cuyas fronteras o límites pueden ser graduales a partir de un núcleo central de dominio de un individuo o grupo; y contar con diversas formas de demarcación, con delimitaciones no siempre claras o rígidas, donde la diversidad de comportamiento es la norma. Haesbaert también destaca el sentido funcional de estos elementos, ya que ofrecen beneficios tales como una base de recursos para la supervivencia, facilidades para la reproducción y protección de las crías durante su crecimiento (Haesbaert, 2011:39-43).

Por otra parte, las posiciones naturalistas se agrupan en función del tipo de relación que perciben entre sociedad y naturaleza: en primer lugar, se encuentran aquellas en las que la naturaleza domina la acción humana y para las que, a partir de

¹⁰ Como se verá más adelante, la territorialidad, además de su acepción como la simple cualidad de ser territorio; muchas veces se concibe en sentido estricto como la dimensión simbólica del territorio.

¹¹ Entre los animales el territorio puede ser una cuestión de control no solo por la organización del espacio sino también la del tiempo. Muchos individuos pueden hacer uso de la misma área sin entrar nunca en conflicto por su utilización de acuerdo a un horario.

argumentos biologicistas (evolución, genética, etc.), el comportamiento humano estaría sujeto al mismo esquema explicativo del comportamiento animal “natural”. En segundo lugar, desde un punto de vista opuesto, destacan las posiciones que proponen que las relaciones sociales –y por lo tanto de poder– tienen la capacidad de imponerse sobre la dinámica de la naturaleza. En tercera instancia, destacan las posturas que abogan por hacer una separación –que nunca habría existido– entre espacios “humanos” y “naturales”. Finalmente, están las posturas que, desde una visión marcadamente antropocéntrica que busca huir del determinismo ambiental, excluyen por completo la discusión acerca de una relación entre sociedad y naturaleza. En una nota muy relevante, Haesbaert apunta que si bien la dimensión “natural” del territorio nunca se encuentra disociada de la humana en las concepciones materialistas, da la razón a los autores que se mueven mucho más en el campo de los “híbridos” sociedad-naturaleza (Haesbaert, 2011:44-48).

La vertiente económica (o economicista).

En seguida en el continuum materialismo-idealismo, pueden encontrarse las posiciones “economicistas”, las cuales suelen otorgarle su importancia al territorio en tanto fuente de recursos, a su acceso, control y usufructo; o como un área “defendida” en función de la disponibilidad y garantía de los recursos necesarios para la reproducción material de un individuo o grupo¹². Entre estas destacan las marxistas, inmersas en una perspectiva netamente social que considera la base material, en especial las “relaciones de producción”, como el fundamento para comprender la organización del territorio (Haesbaert, 2011:48-53).

Un punto particularmente importante que destacar en relación a las posiciones economicistas es que establecen una distinción muy nítida entre las formas de construcción del territorio y de la territorialidad en función de sus recursos; dependiendo

¹² Es importante señalar que a la hora de abordar temáticas económicas la mayoría de los estudiosos optan principalmente por el uso de conceptos como espacio, espacialidad y región, en vez de territorio. Esto deja de lado toda una serie de posiciones cuyos fundamentos serían peligrosos de trasladar para su conceptualización.

de factores como el tipo de movilidad de los grupos y de las bases tecnológicas a las que están sujetos. Así, conforme la amalgama territorial, formada en el pasado por la energía proveniente de los propios procesos naturales, cede espacio a la información como instrumento de unión entre las diferentes partes de un territorio; se transita de la construcción de territorios con base en una lógica zonal a la de territorios contruidos con base en una lógica en red (p.51-52).

La vertiente política.

La vertiente “política” ocupa la tercera posición a lo largo del continuum, todavía dentro de una concepción materialista pero desde una ubicación donde ya comparte rasgos importantes con el extremo idealista del espectro. Siguiendo a Haesbaert, el territorio ganará su más amplia tradición en el campo de las cuestiones políticas¹³ que suelen concebirlo en función de los fundamentos materiales del Estado, y definirlo como un espacio delimitado y controlado a través del cual se ejerce un determinado poder. Haesbaert avanza las aportaciones de dos autores principales, para hablar de la vertiente política del territorio, las de Friedrich Ratzel y las de Jean Gottman.

Desde la óptica Ratzeliana, el territorio es un espacio cualificado por el dominio de un grupo humano, definido por medio de su control político, y delimitado por medio del establecimiento de áreas de dominación de tipo estatal. Desde una posición muy cercana a la de los naturalistas, Ratzel entiende el territorio a partir de la naturaleza biológica del ser humano. La interpretación de Haesbaert es que:

“[...] en Ratzel, el territorio queda definido en el eslabón indisociable que hay entre una dimensión natural, física, y una dimensión política (que aquí se confunde con estatal) del espacio. Esta concepción acaba por aproximarse a aquella que, valorando la dimensión económica, concibe el territorio como fuente de recursos para la reproducción de la sociedad, ya que es también con base en la disponibilidad de

¹³ Es importante señalar que en medio de una enorme diversidad de perspectivas, otros conceptos en geografía terminaron por priorizar un determinado tipo de cuestión y dimensión social específica como: el tratamiento de asuntos económico-políticos a través del concepto de “región”; o de problemáticas del campo de las representaciones culturales del espacio mediante el concepto de “paisaje”.

recursos que Ratzel va a construir su concepto. El espacio vital sería así el espacio óptimo para la reproducción de un grupo social o de una civilización, tomando en cuenta los recursos allí disponibles que, según la lectura del autor, deben tener una relación de correspondencia con el tamaño del agrupamiento existente en él.” (Haesbaert, 2011:56-57).

En un contrapunto interesante, Haesbaert señala que al trasladar los espacios vitales de la biogeografía a la realidad territorial del Estado, el enfoque de Ratzel no se reduce a una perspectiva materialista sino que también presenta una concepción idealista en que la naturaleza “se refiere más a un estado ideal de la propia sociedad que a las cosas externas al hombre. La naturaleza se expresaría a través de los humanos, en su creación artística. En este sentido, el Estado mismo sería un trabajo de arte similar. (Haesbaert, 2011:57)”. Así, “El sentido orgánico “óptimo” deseado por el Estado se expresaría a través de la idea de que gracias al territorio, [...], la nación supera sus miserias y alcanza las condiciones para la proyección de su “poder creativo.” (Haesbaert, 2011:57)”.

Jean Gottman, para quien los territorios son las unidades políticas del mundo “compartimentado” de la geografía, amplía el concepto de territorio que, a pesar de conservar su carácter jurídico-administrativo, llega mucho más allá del Estado-nación y se expande hasta abarcar el conjunto de tierras agrupadas en unidades que dependen de una autoridad común y que gozan de un determinado régimen –compuesto por entidades jurídicas, administrativas y políticas–. Por otra parte, Haesbaert explica que a pesar de centrarse en la idea de territorio como compartimiento, Gottman también incorpora una dimensión más idealista al tratar de entender los territorios en torno a sistemas de movimiento, entendidos como toda “circulación” en el espacio; y a sistemas de resistencia al movimiento, una serie de símbolos, más abstractos que materiales, a los que llama “iconografías”. Esto es particularmente relevante pues según Haesbaert es la primera vez que se vincula de manera tan directa al territorio con la idea de movimiento y no solo con las de arraigo, fijación y estabilidad. Punto interesante, pues desde una

posición materialista se produce la valoración de una dimensión más abstracta y simbólica en la composición de los territorios (Haesbaert, 2011:58).

Otras posiciones, como las de Robert Sack y Claude Raffestin, que se abordaran más adelante al hablar del binomio “espacio-tiempo” en relación al carácter relacional del territorio; sacan a relucir el estrecho vínculo que existe entre espacio y relaciones de poder, por lo tanto también en una lógica territorial de espacios discontinuos organizados en red.

La vertiente cultural (o culturalista).

Si bien desde la vertiente “cultural” se utilizan más frecuentemente conceptos como paisaje o lugar que privilegian el campo de las representaciones; a través del territorio se reivindica la capacidad de apropiación simbólica de un grupo en relación a su espacio vivido. En este sentido, más que el de territorio, el concepto utilizado para resaltar las cuestiones de orden social-cultural es el de territorialidad.

Desde estas posiciones se argumenta que entre el medio físico y el ser humano siempre se interpone una idea, una concepción determinada que puede ser explicada solo parcialmente a partir del medio. Así, el estudio de la territorialidad se convierte en un análisis de la actividad humana, ya que todo lo que se encuentra en su entorno está “socializado y culturizado” dotado de algún significado. De esta manera, la lógica funcional estatal moderna del territorio es puesta en crisis por la lógica identitaria posmoderna de la territorialidad en redes (familiares, sociales, laborales, etc.). La pertenencia al territorio implica la representación de la identidad cultural y no la posición en un polígono; supone redes múltiples de significación y pertenencia, se refiere a geosímbolos más que a fronteras, se inscribe en los lugares y caminos que atraviesan los bloques de espacio homogéneo y continuo de la visión cartesiana moderna del espacio (Haesbaert, 2011:61).

El binomio espacio-tiempo.

Si bien el primer binomio (material-ideal) pone de relieve los aspectos funcionales y simbólicos del territorio, más estrechamente asociados a la espacialidad; el segundo binomio (espacio-tiempo) se enfoca en su carácter absoluto o relacional, hace énfasis en la dimensión temporal asociada al territorio. En el primer extremo de este continuum interpretativo encontramos las posiciones que abordan el territorio “tanto en el sentido idealista de un *a priori* de la comprensión del mundo, [...], como en la acepción materialista mecanicista de evidencia empírica o “cosa” (objeto físico, sustrato material), disociada de una dinámica temporal (Haesbaert, 2011:68-69)”. Mientras que en su extremo relacional se ubican las posiciones que conciben al territorio como “totalmente inmerso dentro de relaciones socio-históricas o, de modo más estricto, de relaciones de poder (Haesbaert, 2011:69)”.

Buscando un “justo medio” entre estos dos extremos Haesbaert presenta las aportaciones de dos autores que subrayan el sentido relacional del territorio y en particular su vínculo con las relaciones de poder, sin dejar de lado aspectos más estrictamente materiales: las de Claude Raffestin y Robert Sack. Quienes en buena medida, comparten la idea de que “la territorialidad es una expresión geográfica básica del poder social; el medio por el cual espacio y sociedad están interrelacionados (Haesbaert, 2011:74)”.

Claude Raffestin.

Claude Raffestin emplea una visión muy amplia de territorio, al que entiende como un espacio relacional. Parte de la idea de que el tiempo y el espacio no solo son soportes o condiciones, sino también recursos o situaciones ventajosas, “cartas de triunfo” cuya potencialidad se expresa por medio del territorio. Su argumento es que como campo de acción de las cartas de triunfo, el territorio adquiere un carácter dual que le otorga la cualidad de ser recurso e impedimento, continente y contenido, “expresión” material y “contenido” significativo, todo al mismo tiempo. Se trata, pues, de un espacio de relaciones, no solo en el sentido de que incluye una compleja relación entre procesos sociales y espacio materiales; sino también en el sentido de que siempre es necesario

definirlo dentro de un conjunto de relaciones histórico-sociales. El corolario de su proposición, es que justamente por ser relacional, el territorio trasciende la lectura simplista del espacio como enraizamiento, estabilidad, delimitación o “frontera”; y destaca aquella que le concede movimiento, fluidez, interconexión, en sentido amplio temporalidad.

Raffestin se basa en una lectura foucaultiana del poder para construir su concepción del territorio. Desde su óptica el poder es una relación desigual, productiva¹⁴, pero sin un núcleo unitario del cual emane. En ese sentido el poder no es algo que se adquiera, sino que se ejerce desde innumerables puntos; es una posición de dominación que se ocupa en el seno de toda relación, pero no expresa una oposición binaria y global entre dominador y dominado, el poder también se ejerce “desde abajo”. Por lo tanto, su concepción del territorio es bastante amplia, la de un espacio socialmente apropiado, producido, dotado de significado, un “conjunto de relaciones establecidas por el hombre en tanto perteneciente a una sociedad, como la exterioridad y la alteridad a través del auxilio de mediadores o instrumentos” (Raffestin en Haesbaert, 2011:74).

Robert Sack.

Robert Sack emplea una visión más centrada en el plano material. Desde su punto de vista el territorio es construido a partir de una estrategia espacial, la de la territorialidad, que puede ser activada o desactivada para obtener, influir o controlar recursos, personas o relaciones sociales mediante la delimitación y afirmación del control sobre un área geográfica con distintos niveles de permeabilidad (p.73-74). En ese sentido “la territorialidad debe proporcionar una clasificación por área, una forma de comunicación por frontera y una forma de coacción o control (Sack p.28 citado en Haesbaert, 2011:76)”.

Estos rasgos tienen implicaciones muy relevantes, sobre todo en el caso de la capacidad de activar y desactivar la territorialidad. Primero, porque muestra la movilidad

¹⁴ En este sentido el poder no pesa sólo como potencia que dice “no”, sino que cala, produce cosas, induce placeres, forma saberes y produce discursos; se trata de una red productiva que pasa a través de todo el cuerpo social en lugar de cómo una instancia negativa que tiene por función reprimir.

inherente a los territorios, su relativa flexibilidad, de esta manera –desde un argumento diferente al de Raffestin– echa por tierra la concepción tradicional del territorio como estático o estable en el tiempo. Segundo, porque toda relación mediada territorialmente es también generadora de identidad, pues controla, distingue, separa, nombra y clasifica a las personas y los elementos en su interior. Además, en sentido inverso, todo proceso de identificación social es también una relación política, accionada como estrategia en momentos de conflicto o negociación.

Finalmente, Sack –como Raffestin– trabaja con una visión de territorio eminentemente humana, social; cuya territorialidad abarca una escala muy amplia que va desde el nivel individual, una recámara, hasta el internacional, sin restringirla nunca como lo hacen algunos politólogos, al nivel de Estado-nación.

Así, desde su óptica, si bien las formas más familiares de territorialidad son los territorios jurídicamente reconocidos –empezando por la propiedad privada de la tierra–, no se limita a estos sino que se manifiesta de forma distinta en contextos sociales muy diversos. En este sentido asegura que si bien existen efectos territoriales universales, independientes del contexto histórico, otros son específicos de una época. En este sentido, “la territorialidad, como un componente del poder, no están solo un medio para crear y mantener el orden, sino una estrategia para crear y mantener gran parte del contexto geográfico a través del cual experimentamos el mundo y lo dotamos de significado” (Sack en Haesbaert, 2011:77).

Una perspectiva integradora del territorio.

A lo largo de este apartado se presentaron diversas concepciones del territorio que, elaboradas desde distintas disciplinas y con distintos intereses, ponen de manifiesto una gran polisemia e incluso cierta ambigüedad en relación al concepto. En efecto, cuando estas concepciones son tomadas en forma aislada muestran una visión relativamente simplista del territorio. Sin embargo, también resultan evidentes ciertas indicaciones de que cada una comparte un criterio unificador o integrador, lo que Haesbaert llama la “territorialización”. En sus palabras: “las relaciones de dominio y apropiación del espacio,

o sea, la dimensión espacial de las relaciones de poder, en sentido amplio, desde el poder de efectos materiales más concretos hasta el más estrictamente simbólico. (Haesbaert, 2011:281)”.

En este sentido se perciben dos cosas: primero, que la necesidad territorial, de control y apropiación del espacio, se extiende desde el nivel más físico o biológico en tanto somos seres con necesidades básicas como el agua, el alimento, el refugio; hasta uno más bien simbólico en tanto seres dotados de poder de representación, que en todo momento resignifican y se apropian simbólicamente de su medio.

De esta manera, Haesbaert propone una aproximación al territorio en tanto híbrido, una tipología territorial enmarcada por dos tipos territoriales ubicados en cada extremo del continuum material-ideal: los territorios-zona y los territorios-red.

Los territorios-zona proporcionan una clasificación por área, pautada por una lógica zonal, cuya principal modalidad de comunicación es el uso de una frontera. El papel de la frontera es importante pues es una de las únicas formas físicas o simbólicas que combinan proposiciones sobre dirección, posesión o exclusión en el espacio; manifiestas en el control sobre el acceso a un área y sobre las cosas que se encuentran dentro de ella. En este sentido, este tipo de territorio es proclive a albergar procesos de estandarización interna; y de clasificación o especialización en relación con otros territorios. Si se sigue esta lógica, los elementos en su interior tienden, pues, a ser vistos como “iguales”, tanto por el hecho de estar subordinados a un mismo tipo de control (interno al territorio) como por la relación de diferencia que, de alguna manera, se establece entre quienes se encuentran en el interior y quienes se hallan fuera de sus límites (Haesbaert, 2011:76).

Los territorios-red: son antes que nada un conjunto de lugares jerarquizados, conectados a una red de itinerarios. Se centran en el movimiento y la conexión (lo que incluye la conexión en diferentes escalas), en el control de flujos/redes, y en la creación de referentes simbólicos en un espacio en movimiento, en el y por el movimiento. Esta concepción reticular del territorio resalta la dimensión temporal-móvil del territorio que, conjugada con la “superficie” territorial, pone de manifiesto su dinamismo, su

movimiento, perspectiva de conexión y de “profundidad”; relativiza la condición estática y dicotómica (en relación con el tiempo) que muchos conceden al territorio en tanto territorio-zona en un sentido más tradicional.

Segundo, que a cada periodo histórico y a cada contexto geográfico corresponden formas territoriales particulares que responden por el conjunto de nuestras experiencias, de nuestras relaciones de dominio y apropiación en el/con/a través del espacio y del tiempo. Esto le imprime al territorio un carácter dinámico, multidimensional y multiescalar, producto de la integración de relaciones conjuntas de dominación y apropiación (o relaciones de poder en sentido amplio). Así, más que un territorio unitario, como estado o condición definidos de manera clara y estática, se observa una dinámica combinada territorios múltiples o “multiterritorialidad”. Esta multiplicidad o diversidad territorial tiene como resultado la yuxtaposición o convivencia de tipos territoriales diferentes.

Así, por una parte, cuando los territorios-zona se vinculan o superponen, generalmente adquieren una estructura *en red*, un carácter multiterritorial inevitablemente jerárquico que comparte una misma lógica territorial y muchas veces incluye la posibilidad de que unos territorios se aniden en otros. Es el caso típico de la organización político-administrativa de los estados modernos, en donde pertenecemos a la vez a una jerarquía de múltiples jurisdicciones (Haesbaert, 2011: 288).

Por otra parte, al igual que para los territorios-zona, cuando los territorios-red se vinculan o superponen a otros territorios, adquieren un carácter multiterritorial en que la perspectiva euclidiana del espacio-superficie continuo prácticamente sucumbe a la discontinuidad, la fragmentación y la simultaneidad de territorios. En estos territorios deja de ser posible distinguir con claridad donde inician y donde terminan, o incluso donde “eclosionarán” pues es común que adquieran un carácter *rizomático*¹⁵.

¹⁵ En biología, un rizoma es un tallo subterráneo con varias yemas que crece de forma horizontal emitiendo raíces y brotes herbáceos de sus nudos. Los rizomas crecen indefinidamente, en el curso de

Conclusión.

A manera de conclusión pueden destacarse algunas de las principales aportaciones de Haesbaert a la conceptualización de territorio. Primero hay que destacar el uso de los binomios material-ideal y espacio-tiempo para formar los ejes de un “sistema de coordenadas” a partir del cual ubicar conceptualmente al territorio. En efecto a partir de cada uno de estos ejes Haesbaert destaca dos rasgos fundamentales de su concepción de territorio: por una parte, el carácter híbrido del territorio enmarcado por dos tipos ideales (que no se encuentran separados uno del otro dicotómicamente), los territorios-zona y los territorios-red; por otra parte, su marcada historicidad y geograficidad, un carácter procesal y contextual del territorio que se activa desde distintas escalas y dinámicas (ritmos). Un segundo aspecto a resaltar es la idea de que más que un territorio unitario, como estado o condición definidos, debe priorizarse la dinámica combinada de territorios múltiples o multiterritorialidad; caracterizada por una mayor diversidad territorial, una gran disponibilidad de redes-conexiones o acceso a ellas, una naturaleza rizomática o poco centralizada. Finalmente, la aportación central de Haesbaert es la de plantear un criterio unificador que reconcilia las diferencias entre las distintas concepciones de territorio, el concepto de territorialización. En sus palabras “Territorializarse, pues, significa crear mediaciones espaciales que nos proporcionen un efectivo “poder” sobre nuestra reproducción como grupos sociales (para algunos también como individuos), poder que es siempre multiescalar y multidimensional, material e inmaterial, de “dominación” y “apropiación” al mismo tiempo. (Haesbaert, 2011:82-83)”.

los años mueren partes más viejas pero cada año producen nuevos brotes que llegan a cubrir grandes áreas de terreno.

Informalidad y comercio en la calle: del derecho a la ciudad a la lucha por la calle.

Las herramientas conceptuales presentadas en el apartado pasado permiten aprehender los procesos de formación, funcionamiento y transformación de los territorios. Sin embargo, para poder llevar a cabo un análisis territorial también es necesaria la utilización de filtros conceptuales a partir de los cuales sea posible observar territorios determinados, reconocer sus distintos elementos a pesar de su hibridez, así como registrar sus especificidades procesales y contextuales (activadas desde distintas escalas y dinámicas).

Para el caso de Tepito, el concepto de “informalidad¹⁶” es el que incorpora los elementos más adecuados para reconocer las diferentes facetas de su naturaleza híbrida, las particularidades tanto de sus espacios como de los actores y actividades que los animan, y señalar algunos rasgos de su historicidad y geograficidad. En este sentido, será indispensable indagar en torno al origen y las causas de la informalidad, sus características y las de las personas involucradas en ella, así como los ámbitos económicos, políticos y sociales en los cuales se desarrolla.

Con tales miras, a lo largo de este apartado se trazará un estado de la cuestión de la informalidad, primero en términos generales, en tanto sector; y segundo en términos más específicos, en relación al comercio.

El sector informal.

La informalidad es un problema complejo de carácter económico, político y social, cuyo alcance en América Latina y en especial en México es particularmente amplio. En su forma más básica, la informalidad abarca un conjunto de actividades económicas fuera de la regulación estatal, unipersonales o de tamaño reducido, poco tecnificadas y

¹⁶ En este trabajo se utilizará el término informalidad para englobar el conjunto de aportaciones y vertientes de los estudios dedicados a lo que desde enfoques distintos se conoce como “sector informal urbano”, “economía informal”, “sector no estructurado de la economía”, “economía subterránea”, “actividades informales”, el “trabajo informal”, etcétera.

limitadas a mercados de muy fácil acceso y donde por lo general se involucran personas pobres con el objetivo de obtener un ingreso.

Sus orígenes pueden rastrearse hasta mediados del siglo pasado en conceptos como la “marginalidad urbana”, que buscaba dar cuenta de algunos problemas que enfrentaba el desarrollo en países con una coyuntura particular, especialmente los latinoamericanos. Mientras que a partir de los setentas puede reconocérsele a través de una miríada de variantes, derivadas del término “sector informal” acuñado por Keith Hart, que en mayor o menor medida mantienen su vigencia. Hoy en día, el concepto se ha complejizado enormemente: por un lado, proponentes muy diversos han enriquecido la discusión por medio de una amplia gama de aportaciones y han establecido nuevas características que definen al fenómeno; por otro, la multiplicación de definiciones le ha imprimido cierta ambigüedad al concepto lo que le ha valido fuertes críticas.

Entre los principales trabajos que tratan la informalidad destacan los estudios financiados por organismos multilaterales como la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), el Programa Regional de Empleo para América Latina y el Caribe (PREALC); y numerosas publicaciones académicas en extenso pero también como artículos especializados; finalmente el tema de la informalidad también ha atraído la participación de *think tanks* y Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) al debate.

La mayoría de los estudios que fueron revisados pueden organizarse en torno a tres o cuatro grandes corrientes marcadas en buena medida por las interpretaciones del desarrollo en América Latina en sus diversas etapas y pueden reconocerse a lo largo del tránsito del estudio de la marginalidad, asumida como una condición de exclusión y pasividad; al de la informalidad, caracterizada por rasgos como la diferencia y la actividad (Saraví, 1996). Además cabe señalar que este cambio de enfoque también estuvo acompañado por una transformación de la escala de análisis, que pasó de tener una gran envergadura, preocupada por cuestiones macro o a veces meso; a

trabajos que se preocupan en fechas más recientes por estudiar la escala meso y micro de la informalidad.

Este apartado reconstruye esta transición en cuatro etapas. En una primera parte presenta las principales aportaciones de los estudios sobre la marginalidad siguiendo a Saraví (1996), y se señala una ruptura de perspectivas que propició el cambio de enfoque hacia la informalidad. En las siguientes tres partes, siguiendo a Saraví (1996), Rakowski (1994), y Núñez y Gómez (2008), se presentan las principales corrientes interpretativas de la informalidad y se exponen las aportaciones de sus exponentes más importantes (Tokman, 1987; Portes, 2004; de Soto, 1987) haciendo énfasis en el caso Latinoamericano.

De marginales a informales.

Como señalan Saraví (1996) y Núñez y Gómez (2008), el antecedente más antiguo del concepto del sector informal se remonta a las distintas interpretaciones del desarrollo latinoamericano que, desde mediados del siglo XX, buscaba discutir las potencialidades, los obstáculos y dificultades, así como las tensiones y el ritmo de cambio en este proceso. En cualquier caso, la pobreza que parecía haber acompañado al desarrollo económico sería la preocupación principal que daría lugar al estudio primero de la marginalidad, y a partir de los años setenta al de la informalidad (Connolly, 1990:5).

Después de la segunda guerra mundial el proteccionismo se convirtió en el instrumento clave de la política industrial en la región. En el caso de México, pero también en países como Brasil, Argentina y Chile se echó mano principalmente de las aportaciones de la CEPAL para impulsar un incipiente proceso de industrialización por sustitución de importaciones. Si bien los trabajos de ese organismo han sido marcados por distintas líneas de pensamiento a través del tiempo, en ese momento destacaron las aportaciones de Aníbal Pinto y de Raúl Prebisch, cuyas interpretaciones del desarrollo sentaron las bases desde las que más tarde se desprenderían tanto la teoría de la marginalidad como la concepción de la informalidad.

En términos generales, la concepción estructuralista de la CEPAL, de carácter dualista¹⁷, veía como problema fundamental del desarrollo una estructura nacional subdesarrollada en términos tecnológicos, culturales, sociales, y en tanto a su capacidad para manipular su medio ambiente natural; así como en términos de su capacidad para relacionarse con otras unidades políticas y geográficas. Mientras que en términos más específicos, Pinto y Prebisch identificaron la absorción del empleo y la segmentación del mercado de trabajo como las problemáticas centrales que se desprendían del contexto general (Núñez y Gómez, 2008:135).

Hacia los años sesenta esas problemáticas se cristalizaron en lo que a partir de entonces se conocería como “marginalidad urbana”. Por una parte, las grandes dificultades del grueso de la población para incorporarse a los ejes tradicionales de integración social, especialmente al trabajo asalariado, formó un amplio sector que no tenía cabida en la vida económica, social y política en la ciudad. Así, una creciente masa de pobres urbanos era empujada fuera de los márgenes de la sociedad y de la ciudad, donde la exclusión empezó a definir el espacio que habrían de ocupar. Por otra parte, la falta de participación de los marginados en los principales ámbitos de la vida en la ciudad, ya fuera esta participación difícil o simplemente imposible, los hizo perder su calidad de “actores” a los ojos tanto de quienes observaban el fenómeno como de la sociedad. La marginalidad era asumida como una “condición” estática a la que estaba sujeta la parte más pobre de la población dada su pasividad tanto en su interior como hacia el exterior. En todo caso la exclusión y la pasividad hicieron que se definiera a la marginalidad como un epifenómeno, desconocido en su interior y subordinado a un espacio y un proceso dominantes sobre los que no tenía ninguna influencia (Saraví, 1996: 436-438).

En una nota interesante Saraví (1996:438-440) apunta que solo algunos análisis antropológicos se preocuparon por estudiar el fenómeno de la marginalidad desde su

¹⁷ El dualismo de la CEPAL se caracteriza por hacer una división dicotómica que separa a los sistemas económicos en dos sectores, uno moderno y otro tradicional; criterio aplicable tanto a las relaciones económicas al interior de un sistema (un sector o una nación), como entre ellos. (Núñez y Gómez, 2008:136).

interior y destaca el trabajo de Oscar Lewis (1967) en *Los hijos de Sánchez*, quien introduciría la noción de “cultura de la pobreza¹⁸” tras estudiar la vida de una familia mexicana en la “Casa Blanca”, una de las más grandes vecindades del barrio de Tepito. Saraví asegura que el surgimiento de los estudios sobre la informalidad radica justamente en el hecho de que se haya empezado a mirar dentro del espacio que habían recortado los estudios de la marginalidad; un cambio de perspectiva que implicó dejar de ver a los pobres como una masa inerte excluida de toda participación en la sociedad moderna.

De manera más específica, los estudios en torno a la informalidad surgirían en los años setenta a raíz de que Keith Hart introdujera la noción de “sector informal” en el contexto de una serie de estudios financiados por la OIT que a partir 1970 analizaron las actividades económicas de los pobres urbanos en Ghana y Kenia. Cabe mencionar que en términos generales el grueso de las aproximaciones al fenómeno de la informalidad, empezando por las de la OIT, abrevó en las mismas fuentes que el de las de la marginalidad, en las interpretaciones del desarrollo en Latinoamérica (Connolly, 1990; Núñez y Gómez, 2008:134-135; Saraví, 1996:438-440).

Como señalan Núñez y Gómez (2008:133), Hart partió de la descripción de las actividades de “la fuerza de trabajo urbana no absorbida por el mercado de trabajo organizado” en Ghana y, apoyándose en el dualismo de los desarrollistas latinoamericanos, recuperó la oposición entre un sector moderno, urbano, productivo y eficiente, con empleo asalariado; y otro tradicional, rural, estático y de subsistencia, que en la ciudad únicamente tenía acceso al autoempleo; para dar a conocer una serie de actividades que después serían identificadas con el nombre de sector informal (Hart, 1973:68).

¹⁸ Lewis explica que: “[...] en el uso antropológico el término cultura supone, esencialmente, un patrón de vida que pasa de generación en generación. Al aplicar este concepto de cultura a la comprensión de la pobreza, quiero atraer la atención hacia el hecho de que la pobreza en las naciones modernas no es sólo un estado de privación económica, de desorganización, o de ausencia de algo. Es también algo positivo en el sentido de que tiene una estructura, una disposición razonada y mecanismos de defensa sin los cuales los pobres difícilmente podrían seguir adelante.” (Lewis, 1967: XVI).

Un par de años después los encargados del estudio que tenía por tarea analizar las condiciones productivas de Kenia (ILO, 1972) pusieron en evidencia que en las condiciones de producción del sector informal existían relaciones de subordinación, imperaba la desvinculación con el Estado, y era visible la influencia de una nueva división internacional del trabajo emergida a raíz de las transformaciones en la economía internacional. En el reporte se observó que las actividades informales que se concentraban en la ciudad eran de baja productividad y llevadas a cabo por individuos cuya retribución solía ser insuficiente, pero funcionales al resto de la economía. Las características que se establecieron en ese reporte sobre el trabajo en Kenia destacaban operaciones a pequeña escala, de propiedad familiar, que llevaban a cabo su producción con mano de obra intensiva, uso limitado de tecnologías atrasadas, en mercados no regulados, competitivos y con pocas barreras de ingreso, entre algunas otras (ILO, 1972:6).

A final de cuentas, la realización de estos estudios le permitió a la OIT hacer una división dicotómica de la economía que oponía un sector “formal”, bien delimitado, a un sector “informal”, que hasta ese momento carecía de definición concreta y se asemejaba mucho a las propuestas de la CEPAL en torno al problema del desarrollo y en particular al de la marginalidad urbana. El grueso de los esfuerzos se concentraba en encontrar el método más adecuado para cuantificar el tamaño del sector, para lo que generalmente se hacía uso de indicadores como la población económicamente activa, el número de trabajadores por cuenta propia, y el número de trabajadores excluidos de la protección social en las cuentas nacionales. En términos generales las metodologías para estimar el tamaño del sector informal realizaban mediciones indirectas, a partir de las medidas del sector formal en las cuentas nacionales. Para ello se utiliza principalmente la proporción de la fuerza laboral excluida de la cobertura legal relativa al empleo como proxy; y en el mejor de los casos también se toma en cuenta la proporción de trabajadores asalariados desprotegidos.

Las similitudes iniciales entre las metodologías para construir conceptualmente y medir tanto la marginalidad urbana como la informalidad, por medio de la negación

de atributos, llevó a autores como Connolly (1990:6-7) a descalificar por completo su uso y a proponer que en el mejor de los casos el concepto de informalidad ha servido, sobre todo, para definir la formalidad. Sin embargo, es importante apuntar que si bien cierta continuidad o traslape es innegable entre los análisis de un fenómeno y otro, y señalados en los trabajos de varios autores (Connolly, 1990; Rakowski, 1994; Saraví, 1996; Núñez y Gómez, 2008). No puede dejar de subrayarse un claro cambio de perspectiva expresado por Saraví (1996) como una ruptura a partir de la cual se pasó de una conceptualización (de la marginalidad) centrada en la exclusión y la pasividad como principales características; a otra (de la informalidad) cuyos rasgos centrales son la diferencia y la actividad.

Tabla 1. Las distintas corrientes en el paso de la marginalidad a la informalidad.			
Marginalidad		Informalidad	
Corrientes: • Desarrollista.	R u p t u r a	Corrientes: ○ (Neo)Estructuralista.	Promotores: ⇒ OIT Hart / ⇒ CEPAL Prebisch / ⇒ (PREALC) Tokman
• Dependentista.		○ Neomarxista.	⇒ Portes / Castells / Benton.
• Modernización.		○ Neoliberal.	⇒ De Soto.
Conceptos clave: - Exclusión. - Pasividad.		Conceptos clave: - Actividad. - Diferencia.	
Fuente: elaboración propia a partir de información en diversos artículos (Connolly, 1990; Rakowski, 1994; Saraví, 1996; Núñez y Gómez, 2008) ¹⁹ .			

Este cambio de enfoque es importante antes que nada porque se preocupa por mirar directamente al fenómeno, lo que implica una preocupación por definir la

¹⁹ Aunque el objetivo de este apartado no es profundizar en las diferentes vertientes del estudio de la marginalidad, parece interesante presentar las continuidades que pueden ser establecidas con el estudio de la informalidad. Podría parecer que ambos son estadios distintos del estudio de un mismo problema.

informalidad a partir de una observación y conceptualización directas. Donde antes se observaba un espacio unitario e indiferenciado en el que reinaba la falta de participación y cuya condición se reconocía por la ausencia de rasgos formales; después se empezaron a observar actividades con rasgos diferentes a las del sector formal y llevadas a cabo por actores muy heterogéneos.

Como se muestra en la tabla anterior, pueden reconocerse por lo menos tres grandes vertientes de los análisis en torno a la informalidad para las cuales es posible reconocer una clara herencia proveniente de los estudios de la marginalidad: un enfoque (neo)estructural; un enfoque neomarxista; y un enfoque neoliberal.

El enfoque (Neo)estructural o del Sector Informal Urbano.

El enfoque (Neo)estructural o del Sector Informal Urbano (SIU), fue en muy buena medida una extensión de la visión cepalina desarrollada por el Programa Regional para el Empleo en América Latina y el Caribe que encabezaba Víctor Tokman, quien a la postre se convertiría en su máximo exponente. El PREALC heredó los rasgos desarrollistas planteados por Pinto y Prebisch desde la CEPAL pero también algunos de la teoría de la dependencia. El SIU privilegia un enfoque macro que hace énfasis en las características del mercado laboral urbano y ubica las causas de la informalidad en la distorsión entre oferta y demanda de trabajo causada por el proceso de industrialización en el contexto capitalista periférico latinoamericano.

En el desarrollo de su perspectiva “centro-periferia” Tokman afirma que la incorporación de tecnología creada en países centrales no corresponde a las necesidades ni al contexto de los países periféricos y es una de las principales causas de la formación del sector informal. Explica que la adopción de patrones tecnológicos y de consumo del centro en un contexto tanto de amplias desigualdades en los activos y el ingreso, como de un acelerado crecimiento de la fuerza de trabajo; vuelve inasequibles sus frutos a la mayoría de la población tanto porque el empleo que genera resulta insuficiente para absorber el crecimiento de la fuerza de trabajo, como

porque las estructuras de sus mercados son incapaces de traspasar a los consumidores los beneficios asociados a la modernización mediante bajas en los precios.

En relación a estos puntos vale la pena citar en extenso la explicación sobre las causas y la definición de la informalidad que propone Tokman (1987):

“El sesgo tecnológico determina en parte la generación del sector informal al tornar más intensiva en capital la generación de empleos en los sectores modernos, al alterar el perfil de demanda en contra de los atributos prevalecientes en la fuerza de trabajo excluida y en la actualidad al recurrir a la descentralización como nueva forma de producción [...]. El excedente relativo de fuerza de trabajo al no encontrar trabajo en los sectores modernos, genera sus propias formas de ocupación. Las mismas están en parte determinadas por la escasa o nula dotación de capital tanto físico como humano que posee este grupo de la población, lo que en definitiva resulta en actividades productivas poco tecnificadas, de reducido tamaño sin mayores requerimientos de capital, con limitada división del trabajo y escasa diferenciación en la propiedad de los medios de producción. Asimismo, las mismas tienden a concentrarse en mercados de acceso más fácil, lo que resulta en que el ingreso medio sea la variable de ajuste ante cambios en la ocupación. Es obvio, que no todas las franjas del mercado presentan igual capacidad de acceso, ni que todos los miembros del excedente de la fuerza de trabajo están uniformemente desprovistos de capital. Por ende, se generan también desigualdades al interior del sector, lo que define su carácter heterogéneo [...] p. 8.”

Desde un punto de vista menos teórico, hay dos elementos particularmente importantes a destacar en el trabajo de este autor. Por una parte, su esfuerzo por formular políticas públicas para incorporar al sector informal, concebido como una estrategia de sobrevivencia, al proceso de modernización sin que dependa del apoyo permanente del gobierno. Y por otra, una flexibilización del enfoque dualista, que si bien sigue definiendo la informalidad en función de la pertenencia a un sector tradicional, opuesto a otro moderno, dialoga con otras perspectivas y concibe de manera creciente la informalidad como un sistema integrado cuyas partes son interdependientes.

El enfoque neomarxista.

El enfoque neomarxista, también llamado de la economía subterránea, es una de las perspectivas que más se han preocupado por desarrollar el aspecto teórico del estudio de la informalidad. A manos de Alejandro Portes, Manuel Castells y Laura Benton, siguió inicialmente una línea de pensamiento paralela a aquella trazada por Tokman y el PREALC. Sin embargo, el enfoque neomarxista se nutrió de las principales aportaciones de la teoría de la dependencia y rechazó el dualismo del enfoque neoestructural. Alejandro Portes, quien después se convertiría en su principal exponente, propone una perspectiva más general de la informalidad que también incluye al sector más moderno de la economía y destaca el peso de la subcontratación de grandes industrias en el grueso del sector. Para este autor la razón de ser de la informalidad radica en la división internacional del trabajo y en la explotación de los asalariados como resultado de la flexibilización del proceso productivo; tanto en función de las relaciones capital-trabajo, como de las relaciones producción-demanda. En este sentido puede entenderse como un síntoma del empeoramiento de las condiciones de empleo y trabajo, asociado principalmente a las grandes transformaciones económicas que se han experimentado en todo el mundo desde la segunda mitad del siglo XX.

Así, desde esta perspectiva se presenta por primera vez a la informalidad como un fenómeno que debe encuadrarse en la lógica del sistema capitalista mundial; no como una condición individual, sino como una forma específica de relaciones de producción, como un proceso de generación de ingreso caracterizado por un rasgo central: no está regulada por las instituciones de la sociedad, en ambientes legales y sociales, en los cuales actividades similares están reguladas (Castells y Portes, 1990:23). Esta observación es particularmente interesante pues sugiere que los límites de la informalidad se transforman en función de las relaciones entre sociedad(es) y gobierno(s), lo que un entorno puede ser informal y combatido por las autoridades, en otro puede ser perfectamente legal; o si se quiere llevar el argumento más lejos, la misma actividad en el mismo lugar puede moverse entre formalidad e informalidad en función del momento en el que se lleve a cabo (Portes, 2004: 10, 41). Además, un

punto interesante en las aportaciones de Portes es que la interpretación no se centra únicamente en el nivel macro sino que pone en juego los niveles meso y micro de las actividades informales.

Otro aspecto relevante de la perspectiva neomarxista es que contrapone actividades informales con actividades formales y actividades ilegales. De esta manera, se pone de manifiesto que la informalidad se define frente a la formalidad por medio de la forma en que los productos y los servicios son producidos o intercambiados, más no por sus características finales. Mientras que, de manera inversa, las actividades informales se diferencian de las actividades ilegales por la naturaleza de los productos y servicios que ofrecen²⁰. Aún más, Portes (2004) establece una tipología de la economía informal en función de sus objetivos: economías informales de supervivencia; economías informales de explotación dependiente; y economías informales de crecimiento. Vale la pena citar a Portes (2004) a este respecto:

“Tales actividades [las informales], definidas siempre como aquellas que se producen fuera del ámbito de la regulación del Estado, pueden tener por objeto, en primer lugar, la supervivencia de una persona o de un hogar a través de la producción directa con fines de subsistencia o de la mera venta de bienes y servicios en el mercado. En segundo lugar, pueden estar orientadas a mejorar la flexibilidad de la gestión y reducir los costos laborales de las empresas del sector formal a través de la contratación “fuera de plantilla” y la subcontratación de empresarios informales. En tercer lugar, pueden estar organizados por pequeñas empresas con el objeto de acumular capital, aprovechando las relaciones de solidaridad que puedan existir entre ellas, la mayor flexibilidad y los menores costos. P.12-13”.

Así, es fundamental señalar que desde esta perspectiva no solo se saca a relucir la existencia de un vínculo entre economía formal e informal; sino que además se pone en evidencia que en un contexto estructural de flexibilización de la economía, la informalización es un mecanismo implementado, tanto en

²⁰ Para este punto es importante señalar una distinción entre lo ilícito, una categoría construida socialmente; y lo ilegal, una categoría construida normativamente por el Estado. Si bien muchas veces estas categorías guardan relación, muchas otras sus criterios no corresponden. En este sentido, las actividades ilegales suponen la producción y comercialización de bienes definidos en un lugar y un momento determinados como ilícitos; mientras que en la mayoría de los casos las actividades informales están relacionadas con bienes lícitos aunque muchas veces ilegales.

países centrales como periféricos, que busca revertir el costoso proceso de desproletarización que consiguieron las luchas obreras y sindicales durante el siglo XX, y desaparecer los derechos laborales de un amplio sector de la clase trabajadora.

El enfoque neoliberal o del sector extralegal de la economía.

El enfoque neoliberal o del sector “extralegal” de la economía surgió a mediados de los ochenta como una contrapropuesta a la visión estructuralista de la marginalidad y del Sector Informal Urbano. Hernando de Soto popularizó esta perspectiva con su libro *El otro sendero*, el cual plantea que el origen del sector informal se encuentra en la excesiva regulación de la economía por parte del Estado. Por una parte, el enfoque neoliberal se nutrió de rasgos modernistas que destacan la racionalidad instrumental de los informales para actuar y su capacidad no solo para integrarse al proceso de modernización de la sociedad, sino para impulsarlo. Por otra parte, resulta evidente que rescata una visión netamente liberal, cuya herencia puede rastrearse al trabajo de Adam Smith en su obra clásica *La riqueza de las naciones* y en la que también puede reconocerse una fuerte influencia del trabajo de Milton Friedman, quienes aseguran que si se reduce la intervención del Estado en las actividades económicas estas serán reguladas por la “mano invisible” del mercado (Núñez y Gómez, 2008: 137-138).

De Soto ubica el origen de la informalidad en el desplazamiento masivo de la población, propone que es la migración del campo a la ciudad la que proporciona la base social para se desarrolle la economía informal. Su enfoque hace énfasis en la relación entre la informalidad y los sistemas legal y de regulación prevalecientes. Propone que frente a las inconmensurables barreras que estos erigen, la única decisión racional que la población puede tomar, para superar el estancamiento y los altos costos que supone la legalidad, es funcionar al margen de la legalidad o de las reglamentaciones vigentes. En palabras de de Soto (1987):

“No son informales los individuos, sino sus hechos y actividades. La informalidad no es tampoco un sector preciso ni estático de la sociedad, sino una zona de penumbra que tiene una larga frontera con el mundo legal y donde los individuos se refugian cuando los costos de cumplir las leyes exceden a sus beneficios. Solo en contados casos la informalidad implica no cumplir con todas las leyes; en la mayoría, se desobedecen disposiciones legales precisas. pp. 12-13”.

Este autor subraya que si bien los informales funcionan fuera del marco legal y que por lo tanto toda actividad económica ilegal es informal, estos necesariamente se insertan en una “normatividad extralegal” gestada por los propios informales, que constituye un marco institucional que hace efectivamente posible un comportamiento racional de los individuos en el campo económico (Saraví, 1996:442). La perspectiva de la economía “extralegal” se enfoca en las estrategias de generación de ingresos y de ahorro de gastos menores de actores individuales o de microempresas. En buena medida el argumento de este autor culmina en la explicación de la existencia del sector extralegal por la falta de derechos de propiedad.

Actividad y diferencia.

A partir de estas tres aproximaciones al sector informal, siguiendo a Saraví (1996), es posible señalar las nociones de actividad y diferencia como los rasgos básicos que lo definen. Principalmente debe rescatarse dos ideas: primero, que el sector informal está compuesto por sujetos activos cuyas transacciones, ocupaciones, trabajos y relaciones productivas constituyen el sustrato de la informalidad; segundo, que las actividades que llevan a cabo estos sujetos, así como las relaciones que establecen con otros actores, ponen en evidencia la incorporación de un conjunto de comportamientos diferentes al funcionamiento de un sistema social integrado e interdependiente²¹. En este sentido es importante señalar el marcado matiz territorial de la informalidad, pues muestra cómo a partir de la difusión amorfa de actividades diferentes, actores muy heterogéneos logran crear mediaciones espaciales que les

²¹ En este sentido la idea de integración e interdependencia implican un alejamiento paulatino de las posturas dualistas que oponen dos extremos sin relación, y plantean el establecimiento de relaciones de subordinación o de mutua dependencia, de explotación o de convivencia simbiótica.

proporcionen un efectivo “poder” sobre su reproducción como individuos o como grupos sociales. Esto resulta particularmente patente en el caso del comercio informal.

Espacio y comercio ambulante: apropiación, organización y política.

El “comercio ambulante”²² es un fenómeno cotidiano en México. La venta de bienes y servicios básicos en calles, plazas, u otros espacios públicos está presente en todo el país. Su consumo se ha convertido en un rasgo idiosincrático del mexicano que es posible observar en los espacios populosos de ciudades grandes y pequeñas. Sin embargo, a pesar de que su ubicación en vía pública, su alto grado de visibilidad y la naturaleza irregular²³ de muchas de sus mercancías lo han colocado en una encrucijada de intereses económicos, políticos y sociales; los estudios que le están dedicados son poco numerosos. La producción académica al respecto se limita, para un periodo de alrededor de cincuenta años en el caso mexicano, a las aportaciones de cuando mucho una treintena de investigadores.

Entre los principales trabajos que tratan el comercio informal destacan sobre todo tesis de doctorado, maestría y licenciatura; así como diversas publicaciones, en extenso o como artículos especializados, que en la mayoría de los casos se desprenden de estas. Si bien los primeros trabajos en los que se toca el tema del comercio en la calle se centran en problemáticas más amplias como las de la pobreza, la marginación o la informalidad; desde finales del siglo XX el enfoque se ha dirigido de manera más específica a las problemáticas asociadas al ambulante. En este apartado se elaboró un breve estado de la cuestión a partir de las principales contribuciones al tema publicadas en revistas especializadas en español.

La mayoría de los estudios que fueron revisados pueden insertarse en un continuum que se extiende entre un extremo absoluto y otro relacional, similar al

²² En este trabajo se utilizarán los términos “comercio en la calle”, “comercio ambulante”, “comercio informal”, y “comercio en vía pública” como sinónimos.

²³ Frecuentemente el comercio informal ofrece mercancías con algún grado de irregularidad o ilegalidad, falta de permisos, incumplimiento de las reglas de salubridad, o la venta de artículos de segundo uso, piratas o de contrabando, así como también algunos robados.

planteado por Haesbaert en relación al territorio. En el extremo absoluto se ubican los trabajos más “etnográficos”, realizados desde la perspectiva micro de los actores locales, que ponen en evidencia las problemáticas más inmediatas de los comerciantes y la relación entre estos. En el extremo relacional se encuentran las producciones más “teóricas”, llevadas a cabo a partir de una escala meso o macro, que privilegia un punto de vista más institucional, pone de relieve las problemáticas estructurales en las que están insertos los ambulantes, y enfatiza en las relaciones de poder que estos sostienen con ciertos actores políticos como grupos organizados.

Estas contribuciones incluyen amalgamas de cuatro grandes problemáticas: el conflicto en torno a la apropiación del espacio público; la organización de los comerciantes en la calle en torno a líderes; las relaciones clientelistas de las organizaciones con los actores políticos; y las políticas públicas frente al comercio informal. Así como algunas problemáticas que son específicas a cada trabajo.

Tabla 2. Producción académica en torno al comercio informal según las principales temáticas que abordan.				
Apropiación del espacio público.	Organización.	Clientelismo.	Políticas públicas.	Especificidades.
(Alba Vega, 2009)	(Alba Vega, 2009)	(Alba Vega, 2009)		
				(Alba y Labazée, 2007) Causas del crecimiento del comercio en vía pública y funcionamiento de las cadenas de abasto.
	(Castro, 1990)	(Castro, 1990)		Rel. formal/informal.
		(Cross, 1997)	(Cross, 1997)	
				(Cross, 2000) Causas de la informalidad en función del cambio modernidad / posmodernidad
(Grisales, 2003)		(Grisales, 2003)		Fayuca, coreanos, género.
(Jaramillo, 2007)			(Jaramillo, 2007)	Organización social.
		(Meneses, 2012)	(Meneses, 2012)	Regulación jurídica (prohibición, negociación y conflicto).
(Monnet, 1996)				Público/privado y económico/político.
(Mora, 2003)				Estructura urbana, áreas d influencia (territorios)
		(Müller, 2012)		(in)seguridad
(Olivo, 2009)		(Olivo, 2009)		Exclusión social / delincuencia
(Silva, 2007)	(Silva, 2007)	(Silva, 2007)		Redes sociales (vínculos débiles).
(Silva, 2010)		(Silva, 2010)	(Silva, 2010)	Reubicaciones 1993-2007. Territorialidad
(Stamm, 2007)		(Stamm, 2007)	(Stamm, 2007)	Plazas de comercio popular.
	(Zaremborg, 2010)	(Zaremborg, 2010)		Redes sociales.
(CESOP, 2005)			(CESOP, 2005)	“medidas de tendencia central”.
Fuente: Elaboración propia.				

Otra distinción que puede hacerse entre estas aportaciones es su universo de estudio: el Centro Histórico de la Ciudad de México; Tepito; y casos en otros lugares o como referencia general.

Tabla 3. Producción académica en torno al comercio informal en función del área de estudio.		
CHCM	Tepito	En otros lugares o como referencia general.
(Alba Vega, 2009)	(Castro, 1990)	
(Cross, 1997)		
(Cross, 2000)		(Cross, 2000)
(Jaramillo, 2007)	(Grisales, 2003)	
(Meneses, 2012)		(Monnet, 1996)
		(Mora, 2003)
(Müller, 2012)		
(Olivo, 2009)		(Silva, 2007)
(Silva, 2010)		
(Stamm, 2007)		
(Zaremborg, 2010)		(CESOP, 2005)
Fuente: elaboración propia.		

La apropiación del espacio público por el comercio informal.

La ocupación del espacio público está en el centro de la discusión acerca del comercio informal, esta problemática está presente de una u otra manera en prácticamente todos los trabajos citados. En la mayoría de los casos los esfuerzos describen las actividades básicas de los comerciantes ambulantes y de la infraestructura material que utilizan para llevarlas a cabo. Sin embargo, pueden encontrarse algunas

aportaciones que ponen en valor la problemática espacial del comercio en la calle y algunos de sus rasgos territoriales.

Si bien prácticamente todos los trabajos que describen al comercio en la calle coinciden en reconocer tres tipos distintos de puestos: los ambulantes, los semi-fijos, y los fijos. El esfuerzo más consistente a la hora de hacer una clasificación de las particularidades del comercio en vía pública es el de la CESOP (2005), que destaca el carácter heterogéneo de la venta en la calle, expone la diversidad de sus ritmos en relación al consumo, y propone una clasificación que se construye de acuerdo a su ubicación, los medios que utilizan para ofrecer sus productos, el tipo de bienes que venden, así como al estatus de empleo de quienes lo llevan a cabo.

Tabla 4. Clasificación del comercio en vía pública según criterios de la CESOP.	
Ubicación	<ul style="list-style-type: none"> - Sistema de mercados al aire libre en áreas designadas en días designados. - Concentración de vendedores en áreas particulares: centro o áreas residenciales. - Esquinas y banquetas.
Medios para la oferta	<ul style="list-style-type: none"> - Canastas o recipientes puestos en el piso o que se cargan en la cabeza o en el cuerpo. - Mantas u otro material esparcido en el suelo. - Bancos o mesas. - Bicicletas. - Carrito con ruedas. - Puesto con ruedas - Pórtico o anuncio en la ventana. - Carpas fijas, puestos o kioscos.
Tipos de bienes	<ul style="list-style-type: none"> - Comida. - Bienes manufacturados. - Bienes de segunda mano.
Estatus del empleo	<ul style="list-style-type: none"> - Autoempleados independientes, con o sin empleados. - Trabajadores semi-independientes: agentes por comisión. - Empleados dependientes: asalariados para otros vendedores en la calle o comerciantes al mayoreo o al menudeo.
Fuente: elaboración propia a partir del Cuadro 1. Tipología de vendedores en la calle (CESOP, 2005:5)	

Entre los trabajos que más profundizan en la cuestión de la apropiación espacial, destacan las aportaciones de Monnet (1996), quien propone que el comercio es significativo de las modalidades de relación social en la ciudad o en el marco de la

urbanidad, porque es uno de los elementos regulatorios de las relaciones entre lo público y lo privado.

Por una parte, Monnet considera la ciudad como una concretización de lo público, como manifestación del orden social, de una voluntad y manera de vivir juntos. Entiende el espacio público como el “instrumento/producto” del intercambio fundador del vínculo social. Por otra parte, señala que en cualquier sociedad, el comercio parece tener una función social peculiar; la de asegurar la presencia de lo privado en el espacio público (la “privatización” mercantil de la calle, del cruce, de la plaza, de la ciudad o del monumento); y la de lo público en el espacio privado (la “publicización” de espacios privados cuyo acceso es libre como tiendas, plazas o centros comerciales).

De esta manera, el comercio actualiza constantemente los conflictos por el espacio que surgen en las ciudades y pueden oponer a actores muy diversos: los esfuerzos del proletario por “privatizar” espacios “públicos” donde haya oportunidad de intercambiar e insertarse en la dinámica urbana; la lucha de las autoridades para regular las actividades de los ciudadanos en el espacio público; la competencia entre el comercio formal y el informal por la explotación de las mismas centralidades en la ciudad; el rechazo de los comercios establecidos hacia usuarios “indeseables”; los antagonismos étnico-comerciales; entre otros (Monnet, 1996:13). Uno de los puntos más interesantes de las aportaciones de este autor es que plantea como, en torno a estos conflictos de apropiación del espacio público, surgen múltiples modalidades de negociación y regulación entre los actores, ya sean estas formales o informales.

Desde un punto de vista distinto en forma pero cercano en contenido Mora (2003), utiliza la teoría de la sintaxis espacial para sostener que la característica básica que condiciona las relaciones espaciales, y casi podría agregarse la territorialidad del comercio informal, es el nivel de permeabilidad espacial en una ubicación: el grado en que uno puede acceder a un espacio dado. Ya que muestra el nivel de control ejercido sobre este; así como los esfuerzos que se llevan a cabo para regular los flujos que lo

atravesan, principalmente por medio del establecimiento de patrones de encuentro y evasión entre personas.

En esta misma línea, Silva (2007) y Castro (1989) consideran que por tratarse de espacios públicos, para que los comerciantes puedan utilizarlos necesitan implementar un conjunto de estrategias que les permita acceder y permanecer en ellos. Así, la competencia por la ocupación de espacios públicos en ubicaciones estratégicas para la venta, da pie a la construcción de una serie de vínculos sociales con base en la cooperación entre comerciantes que resulta en la formación de agrupaciones organizadas en torno a un líder. En la misma tónica, Jaramillo (2007) afirma que la conformación de grupos organizados dota de fuerza a los comerciantes frente a otros actores para defender su utilización del espacio público con fines comerciales; pues la cooperación le permite a los comerciantes optimizar sus esfuerzos en la pugna por la apropiación del espacio y les brinda cierta garantía de permanencia en las ubicaciones donde tienen la oportunidad de intercambiar para encontrar sustento material.

La mayor parte de la producción académica que estudia el comercio ambulante, necesariamente asociado a la pugna por el espacio público, no solo ha reparado en la existencia de estas estructuras de organización sino que las ha convertido en su principal unidad de análisis. Desde distintas perspectivas, el estudio de las organizaciones es la veta investigativa que más se ha explotado en relación al comercio informal. Las distintas aproximaciones pueden separarse en dos vertientes opuestas que ponen en evidencia el carácter territorial del comercio informal: una marcada por la organización espacial de los comerciantes y sus actividades, que se preocupa sobre todo por las relaciones al interior del grupo, en un espacio definido; y otra que atiende su organización política, sus relaciones hacia el exterior, con múltiples actores y en múltiples espacios. Ambas se centran en un mismo punto de enfoque para construir su análisis: la figura del “líder”.

Liderazgo y organización.

Desde el primer punto de vista, Castro (1989) apunta que la organización del comercio en la calle responde a tres problemáticas espaciales, comunes a la mayoría de los ambulantes: la pugna por los mejores puntos de venta; la intervención de las autoridades en sus actividades; y el acecho de la delincuencia. Puede agregarse, siguiendo a Jaramillo y a Silva (2009), que la figura del líder surge como un elemento articulador que da orden al interior del grupo y media el conjunto de las relaciones de los comerciantes. Es una figura “necesaria”, subordina las expectativas individuales de los comerciantes a las del grupo para darle orden y continuidad a sus actividades en el espacio público.

En esta misma línea Alba (2009) propone que el líder surge de la necesidad de organizar y regular el comercio informal en el espacio urbano; un agente social que se define ante todo como el actor capaz de conseguir, defender, otorgar o quitar un espacio de venta en la calle. En esos espacios el líder negocia y cumple una función de mediación sobre ciertos asuntos de competencia económica que podrían desembocar en conflictos entre vendedores, como no permitir que dos puestos con la misma mercancía se coloquen como vecinos, o cuidar las relaciones entre comerciantes, clientes y autoridades.

Castro (1990) y Záremberg (2010) establecen una tipología en la que los líderes se definen, con base en una clasificación que agrupa sus afinidades comunes, sus funciones, acciones y redes; y reflejan su eficiencia y efectividad para el cumplimiento de objetivos, como la cantidad y calidad de relaciones con el medio social.

Castro (1990:64-66) reconoce tres tipos de liderazgo: el independiente, el tradicional y el moderno. El independiente, caracterizado por su no afiliación a un partido político, utiliza los canales oficiales para conseguir sus propósitos. El tradicional, tiene mayor arraigo popular y estrechas relaciones con la comunidad que lo habilitan para llevar a cabo intercambios de recursos; así como la suficiente popularidad como para hacer más accesible el compromiso de sus agremiados para apoyarlo políticamente. Su incursión en la esfera formal se limita a niveles de

relaciones con funcionarios menores, y su control político se manifiesta a través de una coerción indirecta de intercambio de recursos, traducidos en tolerancia a la ilegalidad del ambulante a cambio de consenso y legitimidad. El liderazgo moderno se define por el tipo de relaciones que mantiene con representantes de los niveles inferiores y medios del sector formal. Su movilidad hacia el sector formal le permite obtener mejores recursos para el intercambio, al mismo tiempo que lo habilita para una mejor instrumentación de mecanismos de control. Su poder se basa en coerciones económicas y prohibiciones para el comercio, ya que indirectamente tiene representación oficial del gobierno o del partido. Una cualidad de este liderazgo, es que establece prestaciones de carácter económico hacia los agremiados. “El ejercicio de su liderazgo en la localidad es poco frecuente a nivel personal, se establece a través de ayudantes, secretarios y personal de confianza (Castro, 1990:67)”. En términos más generales, para Castro la diferencia entre los líderes consiste en la manera de obtener control y seguidores. Por lo tanto, el mayor conflicto entre los líderes se da en torno a la competencia por el espacio urbano y el prestigio político porque representa para ellos un recurso necesario para legitimar su poder.

Záremberg (2010:36-37) reconoce cuatro tipos distintos de liderazgo: el proteccionista-maternal; el ideológico-político; el pragmático-instrumental; y el progresista. El primer tipo de liderazgo favorece un intercambio de beneficios amplio y se caracteriza por la presencia de gran cantidad de líderes mujeres cuyo estilo está asociado a rasgos de protección maternal. El liderazgo ideológico-político se relaciona con la defensa restringida de la venta en vía pública, sustentada en un discurso cargado de ideología, generalmente marxista, y con el pasaje por experiencias de lucha sindical. Las organizaciones de estos líderes presentan una complejidad extra, la de formar federaciones o frentes de organizaciones que transmitan más efectivamente su fuerza. El tercer tipo de liderazgo se limita a garantizar un espacio de venta a cambio de cuotas pagadas por los miembros de la organización. Este tipo de liderazgo está presente en las asociaciones más débiles, cuya lucha por la supervivencia las obliga a centrarse en la defensa del espacio de venta. Finalmente los líderes progresistas son

los menos frecuentes, los casos atípicos en palabras de Zábrega. Este tipo de liderazgos marcados por factores como la educación, la presencia de la sociedad civil y de reglas redistributivas, emergen para abrir la distribución de contactos y horizontalizar las relaciones de poder al interior de la organización.

Por su parte, Alba (2007) propone un vistazo hacia el interior de las organizaciones, presenta una estructura con pocos niveles jerárquicos y una fuerte concentración de poder en el líder. Para este autor, los líderes, más comúnmente llamados representantes o dirigentes entre los comerciantes, suelen formar parte del grupo al que representan. Incluso es común encontrar liderazgos de segunda o tercera generación en las organizaciones más grandes como lo ponen en evidencia los hijos y los nietos de Guillermina Rico; o la familia de Alejandra Barrios. Todos han pasado por la venta de decenas de productos diversos de la economía informal y de también de la formal. En la mayoría de los casos, desde niños empezaron a laborar en la calle con sus padres; donde trabajan por necesidad, pero también por tradición. Por lo tanto es frecuente que los dirigentes tengan una instrucción escolar elemental que, sin embargo, no les impide ejercer su liderazgo y tener como colaboradores a subalternos con mayor escolaridad.

Adicionalmente, el líder tiene una serie de rasgos que le permiten desempeñar sus tareas y mantenerse en control; en consonancia, Silva (2007) y Alba (2009) identifican algunas capacidades especiales en ellos como: arraigo en el lugar que controlan; habilidades de intermediación; persistencia y capacidad de la lucha; uso de la palabra; mediación política; y empresarialidad.

Como señala Stamm (2007), los líderes controlan organizaciones de tamaños muy diversos, desde las que agrupan a tan solo unos comerciantes a lo largo de una calle o en una esquina; hasta aquellas que aglutinan a varios grupos y cuentan con miles de agremiados distribuidos en una multiplicidad de ubicaciones. El liderazgo puede ejercerse de manera informal, como una serie de estrategias que se activan en momentos coyunturales, o incluso más seguido como reacción a estímulos externos.

Lo más frecuente es que este se ejerza formalmente, en el marco de una asociación civil a través de la cual se busca adquirir capacidad de maniobra y reconocimiento frente a las autoridades. Cabe mencionar que frecuentemente las organizaciones se “institucionalizan” concomitantemente a su crecimiento.

Alba (2009) apunta que junto a los líderes de las organizaciones mejor establecidas se encuentran una serie de figuras que lo asisten en sus actividades: “delegados”, “asesores”, “charoleros”, “chalanés”, y “grupos de choque”²⁴. Un aparato administrativo que depende de él y le ayuda a construir y darle mantenimiento a un conjunto de redes sociales y territoriales entre las que, para todos los autores, destaca el establecimiento de relaciones clientelares con el sistema político-institucional.

Para Alba, Castro, Jaramillo, Silva y Záremberg el líder es el “puente” o la “bisagra” entre las autoridades políticas, económicas y religiosas y los sectores populares, los migrantes, los desempleados, todos quienes se convierten en comerciantes informales. Son quienes han mediado las relaciones con los actores políticos desde principios del siglo pasado y establecieron un “pacto” clientelar que se ha ido transformando con el paso del tiempo.

Del corporativismo al clientelismo

El estudio de la organización política de los comerciantes, la relación del grupo hacia el exterior, más especialmente hacia los actores políticos, es la segunda gran vertiente para el análisis del comercio en la calle. Entre las aportaciones de numerosos autores pueden distinguirse dos enfoques distintos pero muy relacionados: uno que analiza la relación entre organizaciones, autoridades, actores políticos y sector privado por medio del clientelismo; y otra que analiza la naturaleza de las políticas públicas que se han implementado para tratar de resolver el “problema” del comercio en vía pública.

²⁴ Más adelante se retomaran algunas de estas categorías para el análisis, momento en que se describirán con más detalle.

El clientelismo hace referencia a una estructura del poder político formada por redes de relaciones triádicas que vinculan informalmente a individuos de poder desigual (patrón-mediador-cliente) en relaciones de intercambio. En estructuras de autoridad clientelistas, el “patrón”, un actor político o un funcionario invierte su poder en uno o varios líderes, mediadores que ocupan una posición superior en su grupo y deciden personalmente cómo distribuir los recursos que obtienen del patrón a los clientes, quienes como regla general suelen ser considerados bajo la categoría de “pobres”. “La naturaleza del intercambio consiste en la aportación de un patrón, por lo general en obras, recursos o gestiones, en tanto que los clientes devuelven el favor con servicios personales, votos u otro tipo de acciones como la presencia en actos y movilizaciones (Hernández, 2006:136)”.

La evolución de las relaciones entre las organizaciones populares y los actores políticos puede observarse por medio de los movimientos pendulares que sigue el comercio informal en la disputa en torno al espacio público. Los movimientos inician con la ocupación de las calles, un espacio de subsistencia para actores sin otras alternativas para integrarse al mundo del trabajo. Continúan con la proliferación de actividades económicas en la vía pública, fenómeno frecuentemente asociado a las vicisitudes de la economía nacional; y con el surgimiento de iniciativas orientadas a regular el espacio público ya de por sí desbordado. Los movimientos pendulares llegan a su punto culminante con el vaivén entre decretos de desalojo, protestas, la amenaza y el uso de la coerción, más protesta y finalmente la negociación. El ciclo se cierra con la liberación de las calles, contra entrega de espacios alternativos de subsistencia²⁵ (mercados, plazas, centros de comercio) para quienes mejor lograron negociar (o en el peor de los casos a calles menos céntricas, con poca vocación comercial).

²⁵ Es importante notar la imbricación temática clientelismo-políticas públicas, difícil de separar para el caso del comercio ambulante y estudiado de manera aislada en la mayoría de los casos a partir de las reubicaciones masivas de comerciantes.

Castro (1989) y Cross (1998) fueron quienes abrieron esta veta de investigación a partir del estudio de la incorporación²⁶ masiva de organizaciones de comerciantes al PRI en los años cincuenta y sesenta, a través del establecimiento de relaciones clientelares con sus líderes. Sin embargo, prácticamente todos los autores que tratan el comercio informal en México hacen referencia a estas relaciones, en particular en torno a las grandes reubicaciones de comerciantes ambulantes en el área que hoy se conoce como Centro Histórico de la Ciudad de México en los años 1957, 1993 y 2007. Si se sigue cada uno de ellos pueden observarse diferencias muy claras.

En la reubicación de 1957 los actores políticos estimularon la organización entre los ambulantes como parte de una estrategia de cooptación que ofrecía incentivos significativos para aquellos que lo hicieran afiliados al PRI, por medio de la construcción de mercados a cargo de las autoridades cuyos locales se le rentarían a los vendedores de manera condicionada (Cross, 1997:113). En este contexto la incorporación de los comerciantes ambulantes al partido oficial no se hizo porque ellos tuvieran una clara conciencia política o porque buscaran respuesta a sus intereses a través de sus demandas al partido, sino porque así lo requerían para poder sobrevivir (Castro, 1989:85).

En la reubicación de 1993, estudiada por Stamm (2007), Silva (2010) y el mismo Cross (1998), el proyecto de las plazas de comercio popular fue elaborado en un contexto muy distinto. Para ese entonces el comercio en la calle había diversificado su oferta más allá de los bienes de subsistencia y era cada día más numeroso. Las organizaciones de comerciantes descubrieron en la movilización social un poder de negociación efectivo que les permitió disminuir el grado de coerción que las autoridades ejercían sobre ellos y lograron hacerse escuchar. Las organizaciones se

²⁶ El corporativismo designa la organización de la colectividad sobre la base de asociaciones representativas de los intereses y de las actividades profesionales (corporaciones). Se pretende que gracias a la solidaridad orgánica de los intereses concretos y a las fórmulas de colaboración que de ellos pueden derivar, es posible remover o neutralizar ciertos elementos conflictivos: la competencia en el plano económico, la lucha de clases en el plano social, la diferenciación ideológica en el plano político (Bobbio, 2002:372). Para el caso mexicano, también expresó un cambio en la relación entre el Estado, que dictaba sus términos, y la organización de los intereses privados, que los obedecía.

politizaron y no solo empezaron a contender por la interlocución al interior del PRI, sino que también empezaron a alinearse con otros partidos sin que por eso dejara de considerárseles para la asignación de lugares en las plazas de comercio popular. En esa ocasión los locales debían ser adquiridos en su totalidad por los comerciantes. Este hecho es relevante pues la generación de patrimonio individual tuvo como resultado la democratización de varias plazas que se desentendieron de sus líderes y pusieron en marcha mecanismos de administración transparentes (Stamm, 2007:90-91).

Un proceso similar fue perceptible en las organizaciones en su conjunto a partir de 1997, con la victoria del PRD por la jefatura de la ciudad, tan solo un año después de la muerte de Guillermina Rico²⁷, cuando las organizaciones se multiplicaron y las relaciones en su interior se horizontalizaron. Los agremiados ganaron poder y su asociación a una organización ya no pasaba solo por la necesidad de encontrar un punto de venta, sino también por los beneficios que obtendrían al hacerlo.

Sin embargo, desde principios del nuevo siglo, la colusión entre intereses públicos y privados transformó la correlación de fuerzas de las organizaciones y de los comerciantes frente a las autoridades. Esto fue particularmente visible en la reubicación de 2007 durante la cual, a pesar de que fue visible el interés clientelista del gobierno en negociar únicamente con las organizaciones y federaciones de comerciantes más grandes, independientemente del partido político al que pertenecieran y muchas veces mientras estas sostenían relaciones con varios; fue más claro el establecimiento de una nueva estrategia que alternó acciones de represión indirecta, en este caso con la judicialización de los líderes, con una serie de beneficios encarnados en la entrega de prebendas en efectivo a los comerciantes y en la concesión de predios con tamaños equivalentes al espacio ocupado en la calle y además en el propio Centro Histórico. (Silva, 2010:218)

²⁷ Guillermina Rico fue la gran líder histórica del comercio ambulante en la Ciudad de México, su organización llegó a contar con más de 12,000 agremiados y concentraba el grueso de las relaciones clientelares del comercio en vía pública con el PRI a través de su afiliación a la CNOP (LaJornada 15-09-1996).

A pesar de que desde 2007 el Centro Histórico de la Ciudad de México está libre de ambulantes, cientos de calles en la capital y en las ciudades mexicanas siguen siendo el lugar donde miles de personas encuentran sustento diariamente. Si bien la naturaleza de las relaciones entre ambos conserva en buena medida sus rasgos clientelares, también es evidente su corrimiento en un continuum del clientelismo que Scott²⁸ delimita en función de cuatro factores: el nivel de coerción que implica la relación; el acceso del cliente a los bienes y/o servicios deseados por el patrón; la existencia de patrones en competencia; así como las oportunidades que tiene el cliente de manejar sus problemas sin la ayuda del patrón.

Conclusión.

Tras observar los movimientos pendulares descritos por el comercio informal en 1951, 1993, y 2007 resulta interesante señalar cómo a medida que la vida política y económica de la sociedad mexicana han evolucionado, también lo han hecho los procesos informales que las acompañan, aprovechando los restos de estructuras anteriores y llenando los huecos que dejan las nuevas²⁹. Conforme la competencia política y las libertades han aumentado, también se han horizontalizado las relaciones clientelares –en las que se canjea apoyo político por recompensas particularistas–, en beneficio de los consumidores del intercambio –quienes tienen acceso a mejores recursos y más margen para negociar o salir de la relación clientelista– (Müller, 2012:580).

Finalmente, en la misma tónica pero desde un punto de vista jurídico-social, Meneses (2012) sugiere que tres dimensiones regulatorias se encuentran imbricadas y constituyen parte esencial de lo que podría llamarse el proceso de regulación del comercio ambulante en el centro de la ciudad de México: la prohibición, la negociación, y el conflicto. A través de su estudio Meneses busca comprender y explicar el tipo de relaciones sociales que se han desarrollado entre los comerciantes

²⁸ Citado en (Müller, 2012:850)

²⁹ Esta idea de Tina Hilgers aparece en Müller (2012:847)

callejeros y la autoridad administrativa del D.F., y cuyo principal medio de expresión ha sido, desde su punto de vista, el derecho.

Capítulo 2. Tepitour 2013.

Tepito es un lugar que ha sufrido profundas transformaciones desde su fundación: de ser un barrio de indios a las afueras de la ciudad colonial; pasó a ser un arrabal a principios del siglo XX; cincuenta años después se transformó en un barrio marginal densamente poblado y con una larga tradición de producción de calzado; y desde hace por lo menos treinta años Tepito expulsó a una parte importante de su población y alberga al mercado negro más grande del país.

A pesar de su fama internacional y su popularidad en el país, particularmente en la Ciudad de México, Tepito es un lugar desconocido para muchos mexicanos, no se diga extranjeros. En ese sentido es importante familiarizar al lector con los principales rasgos territoriales de este lugar y presentar someramente su organización y funcionamiento. Así, el objetivo de este capítulo es presentar un cuadro descriptivo de Tepito y avanzar algunos elementos de clasificación espacial cuya estructuración jerárquica y organizacional le imprimen un carácter sistémico.

La descripción y el análisis fueron llevados a cabo a partir de observaciones directas realizadas en infinidad de recorridos por Tepito, muchas veces acompañado por lugareños; de la interpretación de imágenes satelitales “abiertas” cotejadas con observación en campo; y de la realización de decenas de entrevistas con actores locales clave como comerciantes formales e informales, líderes de ambulantes, jefes de vía pública, piratas, contrabandistas e importadores, entre muchos otros.

La organización del texto busca guiar al lector a lo largo de un recorrido “representativo” de Tepito; un *tour* a nivel de calle salpicado de miradores con vistas panorámicas del paisaje tepiteño, que permiten apreciar su tamaño masivo, la diversidad de agentes que interactúan ahí, y la complejidad de la organización territorial que producen.

El capítulo está dividido en cuatro partes: en la primera parte, se “sitúa” el objeto de estudio y arranca el “Tepitour”, se parte del zócalo capitalino hasta llegar a los linderos de Tepito. En la segunda parte, inicia el reconocimiento del paisaje tepiteño poniendo en evidencia un primer tipo de clasificación espacial – los “territorios-zona” – y sus principales rasgos; más adelante, se realiza la mayor parte del recorrido, hasta llegar a la zona mayorista en el centro de Tepito. La tercera parte cierra el recorrido introduciendo un segundo tipo de clasificación espacial – los “territorios-red”. Finalmente, la cuarta parte está dedicada a los tiempos tepiteños, a los ritmos cotidianos de sus actividades y su manera de funcionar; se muestra como la interacción entre sus distintos territorios le imprimen un carácter sistémico a Tepito y le dan permanencia a sus actividades.

Tepitour.

Tepito se encuentra en el corazón de la capital mexicana, en el extremo norte de lo que hoy se conoce como “Centro Histórico³⁰”, situado en la parte superior de una zona con una clara vocación comercial que se extiende desde el zócalo³¹. En sus cercanías es posible encontrar otros mercados informales, como el conocido mercado de antigüedades de “la lagunilla”; varios mercados oficiales, entre los que destacan el mercado de calzado de “Granaditas”, conocido como “la zapatería más grande del mundo” y los mercados números 23 de ayateros, 36 de varios, y 14 de comestibles³² dentro del barrio; en la zona también pululan plazas comerciales, entre las que destaca el “Tepicentro” por su especialización en artículos de piel y las que se encuentran en la calle Carmen, por la fuerte presencia asiática que es posible observar.

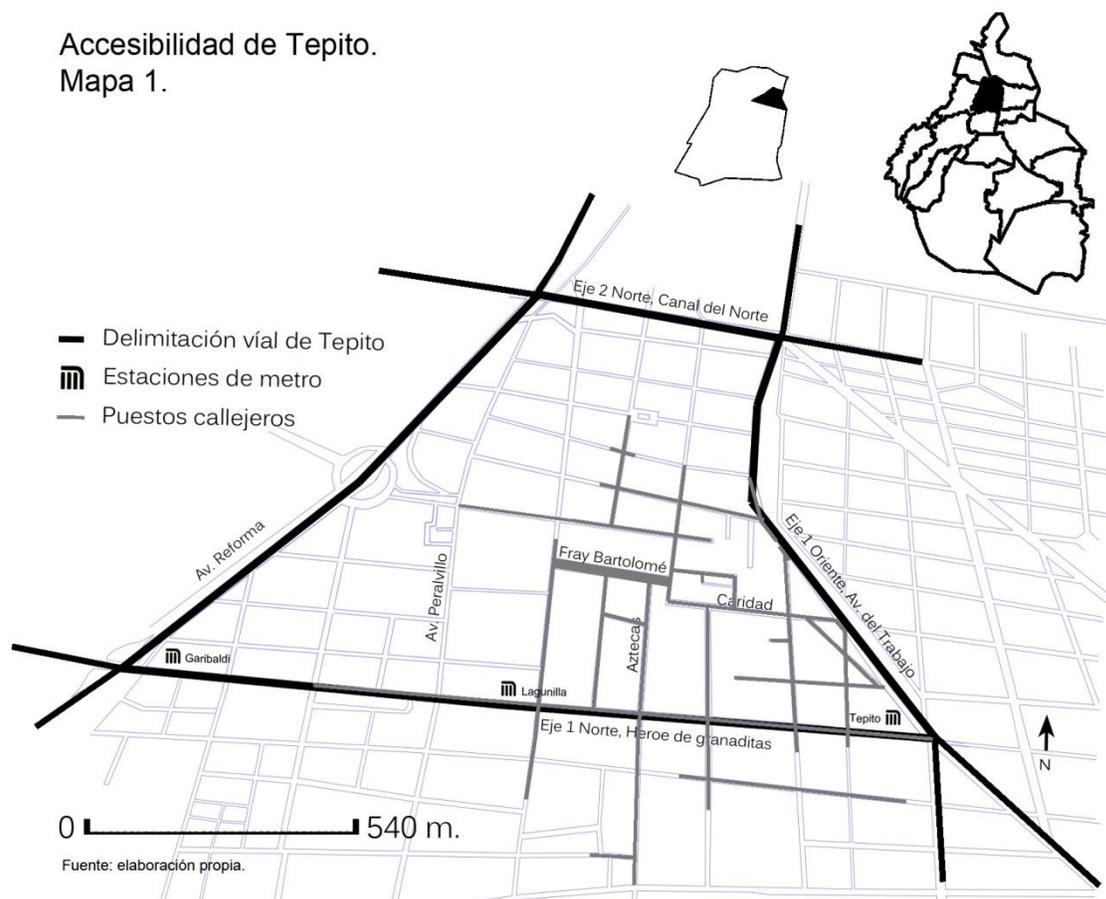
³⁰ Tanto en México como en América Latina, la noción de “Centro Histórico” se ha construido en torno a una serie de discursos, iniciativas y políticas que buscan revalorizar ciertos espacios centrales en las ciudades por medio del argumento de la preservación del patrimonio histórico; a pesar de los impactos sobre la población que los ocupa y que quedan claramente manifiestos en intensos procesos de gentrificación.

³¹ En México, los zócalos son una referencia geográfica urbana muy común para designar los espacios centrales en las ciudades. Ahí, desde tiempos coloniales, se concentran en torno a una plaza los edificios emblemáticos de los poderes religioso (iglesia), político (palacio municipal o de gobierno), y comercial (los portales, una serie de arcadas donde se instalaban puestos comerciales además de albergar una larga hilera de locales comerciales).

³² Estos mercados “oficiales” fueron construidos por el gobierno capitalino durante la regencia de Ernesto P. Uruchurtu (1952-1967).

Accesible a pie desde el primer cuadro de la capital, Tepito está ubicado a un kilómetro y medio hacia el norte, en línea recta detrás de la catedral metropolitana. Forma parte de la Delegación Cuauhtémoc, más específicamente de la colonia Ampliación Morelos y está delimitado en buena medida por el cuadrante vial que forman: el Eje 1 Norte, al sur; Av. del trabajo, al este; Av. Reforma al oeste; y el Eje 2 Norte, al norte. Varias rutas de microbús lo bordean y tres estaciones de metro en sus inmediaciones lo comunican con el resto de la ciudad.

Accesibilidad de Tepito.
Mapa 1.



Si uno camina con la catedral metropolitana a espaldas, bastan unos minutos para llegar a los linderos de Tepito. Las dos principales vías que llevan ahí son las calles República de Argentina y Carmen, que a pesar de encontrarse deterioradas son muy comerciales; los frentes de cuadra presentan una hilera interminable de locales, y en las banquetas y calles es posible observar a uno que otro ambulante instalado.

Conforme los linderos de Tepito se vuelven más próximos la presencia del comercio informal crece desproporcionadamente, las calles y banquetas son invadidas por puntos de venta. Los comerciantes ofrecen a gritos ropa, artículos de moda, calzado, bisutería y piratería³³. También hay quienes ofrecen comida preparada por medio de carritos o cocinas improvisadas. Unas cuabras antes del Eje 1 Norte el espacio transitable se reduce y se complica el paso entre locales comerciales, puestos y consumidores. Muchos transeúntes son expulsados de las banquetas y se ven obligados a competir por la calle con las voluminosas cargas de los “diablos³⁴”, con las motocicletas de los narcomenudistas que se abren paso a fuerza de claxonazos para llegar a su punto de entrega, así como con el flujo lento de los automóviles que transitan por ahí cotidianamente.

Al llegar al eje vial, la vista se despeja de puestos comerciales, sus seis carriles forman una verdadera discontinuidad urbana que permite apreciar la frontera tepiteña en su máximo esplendor. Una valla kilométrica de puestos comerciales, firmes uno al lado del otro en calle y banqueta, hasta que se pierde la vista. Tras ellos despuntan los edificios del barrio; si se siguió la calle “Carmen” hasta ahí, en las fachadas de cada esquina dos mensajes pintados con grandes letras coronan la calle: “VIVA TEPITO: GRAN VARIEDAD DE ROPA Y ARTICULOS PARA EL HOGAR” y “VIVA TEPITO: COMIDA, JUGUETES, DISCOS, DEPORTES, ROPA, CORSETERIA, CALZADO”. Calle adentro, la vista es completamente obstruida por los miles de puestos ambulantes de lo que (Alarcón, 2008) llama el “tianguis global”.

³³ La piratería es la copia, con fines comerciales y sin pagar derechos de autor, de ideas, procesos y productos registrados.

³⁴ Los diablos son agentes encargados de desplazar la mercancía de las bodegas al punto de venta y de regreso. Se les llama de esta manera haciendo alusión a su herramienta de trabajo el llamado “diablo”, una especie de montacargas que puede transportar sobre dos ruedas en paralelo, cargas sorprendentemente voluminosas y pesadas. Hay que constatar que estas herramientas no les pertenecen sino que son rentados cada día a terceros.

Foto 1: la frontera tepiteña



Fuente: Googlestreet, <http://goo.gl/maps/YUE4R>

Los territorios-zona.

Hacer referencia a las fronteras de Tepito nos permite subrayar el marcado carácter territorial de este lugar e introducir un primer tipo de clasificación espacial: el territorio-zona (Haesbaert, 2011:233). Como se mencionó anteriormente, esta clasificación es pauta por una lógica zonal que presenta una modalidad de comunicación caracterizada por el uso de fronteras. Si bien, este tipo de territorios son proclives a algún tipo de estandarización interna y de clasificación en relación a otros territorios, difícilmente se trata de unidades homogéneas o “totalidades” (Haesbaert, 2011: 233). Más bien, están compuestos de elementos diferentes que les proporcionan configuraciones específicas.

En Tepito coexiste una gran diversidad de formas espaciales asociadas a este tipo de territorios. Por una parte, pueden observarse una serie de “zonas interiores” –muy poco permeables–, que incluyen infinidad de unidades habitacionales, una cancha de fútbol y una iglesia en el corazón del mercado³⁵; o “zonas mixtas” –con un mayor grado de permeabilidad– entre las que cabe mencionar campos deportivos y gimnasios; centros

³⁵ Es importante hacer notar que a pesar de que espacios como el campo de fútbol “Maracaná” y la iglesia de San Francisco suelen ser públicos, en Tepito su acceso está restringido.

de salud y guarderías; centros de rehabilitación contra drogas y adicciones³⁶; varias plazas comerciales, tres “mercados oficiales”, y alrededor de 715 locales comerciales (Reforma, 21/10/2003) que en conjunto le dan forma al “barrio” de Tepito. Destacan los más de 20,000 puestos ambulantes (EAS, 2012)³⁷ de Tepito, una “zona exterior de dominio” que funciona a manera de membrana retráctil que durante el día se extiende alrededor de no menos de 12 manzanas de la traza urbana para darle forma al “mercado” de Tepito, y que en la noche se contrae hasta desaparecer al interior del barrio, en las zonas interiores y mixtas donde queda guardada.

Imagen satelital 1: El corazón de Tepito.



Fuente: GoogleMaps <http://goo.gl/maps/Xx2ap>.

³⁶ En entrevista con el Sr. Leonardo Iglesias Mata, líder de la confederación de organizaciones de la zona económica de Tepito y el Distrito Federal realizada en el deportivo Luis Villanueva “Kid Azteca” en Tepito el 29 de marzo de 2008. Los esfuerzos por crear instalaciones de rehabilitación contra las drogas y adicciones; de kínderes para el cuidado de niños, especialmente hijos de madres solteras; de centros deportivos (como en el que nos encontrábamos) salieron a relucir repetidas veces.

³⁷ La cantidad de puestos que tiene el mercado es polémica, fue imposible encontrar cifras oficiales actualizadas. Las últimas con las que se cuenta datan de hace más de una década, estas sostienen que en 2001 las organizaciones de comerciantes reunían en conjunto a 12,510 agremiados (Grisales, 2001:84). Por una parte, esta cifra no toma en cuenta que los comerciantes suelen a cargo de su segundo o tercer puesto a empleados que no figuran en el padrón. Por otra parte, como veremos más adelante, es indudable que la cantidad de puestos fluctúa a lo largo del año, con variaciones que muchas veces pueden alcanzar muchos miles de puntos de venta. En entrevistas recientes con líderes y jefes de vía pública la opinión es que la cifra permanente de puestos en Tepito oscila entre los 20,000 y los 40,000.

El mercado es la parte más visible de Tepito, esta membrana es la verdadera frontera a través de la cual se llevan a cabo las comunicaciones e intercambios entre Tepito y el mundo exterior. El mercado puede ser subdividido en una serie de territorios(-zona) más pequeños que pueden reconocerse en función de varios criterios de estandarización o clasificación interna. Entre estos criterios destaca el control que ejercen decenas de organizaciones de comerciantes sobre la vía pública; las cuales se reparten las calles del barrio. Suele haber una organización en cada calle o tramo de calle, o incluso en cada acera; estos territorios(-zona) son a su vez fraccionados en espacios de dos metros cuadrados, uno de ancho por dos de profundidad, y son asignados de manera fija a un comerciante para que instale su puesto comercial diariamente.

Aunque no nos detendremos por el momento en la morfología de los puestos que ocupan la vía pública en Tepito, es interesante señalar que existe una amplia gama de variantes, que pueden ser agrupadas en dos grandes rubros: los “ambulantes” y los “semifijos”³⁸. Estos se diferencian el uno del otro por la capacidad de movilidad que tienen los comerciantes a la hora de ofertar sus productos y en consecuencia también en el tipo de productos que venden. En Tepito, para el primer caso destacan los carritos de comida y bebidas –las micheladas, cerveza con limón y sal, son particularmente populares–; y para el segundo caso destacan los puestos “tubulares”³⁹ y una variante de estos, los “desdoblados”⁴⁰, que ofrecen una muy amplia gama de productos, principalmente ropa, calzado y piratería digital.

Los ejemplos de la cerveza y la piratería digital tienen particular relevancia pues ponen en evidencia la existencia de un régimen de excepción en Tepito, donde es posible ofertar abiertamente productos que son ilegales o cuyo consumo en espacios públicos

³⁸ Existe un tercer rubro, el de los puestos “fijos”. Sin embargo, este tipo de puestos es muy poco común en Tepito e incluso en el resto de la ciudad.

³⁹ Se trata de estructuras metálicas desarmables con forma de caseta, cubiertas por una lona de plástico que protege al punto de venta de la intemperie. Las dimensiones de toda la instalación no suelen exceder 1m x 2m x 2m (ancho x profundidad x altura), y en general se les llama puestos tubulares a razón del material con que están hechos.

⁴⁰ Los puestos “desdoblados” son extensiones sobre las banquetas o las calles, de comercios establecidos formalmente, que tienen por función mantener un acceso libre al comercio establecido y también aprovechar las ventajas de la calle.

está prohibido. Este régimen de excepción tiene lugar gracias a las organizaciones de comerciantes, las cuales aseguran el desarrollo armónico de las actividades del mercado: administran los espacios en su territorio, gestionan las cuestiones de la recolección de basura y de la seguridad en sus calles, lidian con las autoridades y median disputas entre “su gente” y otros sectores de la sociedad, cualesquiera que estos sean. En 2001 los vendedores se agrupaban en 62 “Asociaciones Civiles (A.C.s)”⁴¹ con personalidad jurídica, formalmente reconocidas por la Delegación Cuauhtémoc (Grisales, 2003: 84). Hoy sigue existiendo aproximadamente el mismo número de organizaciones en Tepito (EAS, 2012). Esta fachada “oficial” de asociaciones civiles cubre una gran red organizativa que orchestra no solo el buen funcionamiento del mercado sino que también funciona como herramienta política (Cross, 1998: 165).

Aún más, las organizaciones de comerciantes de Tepito están agrupadas o confederadas en tres “frentes políticos” que se encargan de defender y desarrollar los intereses de sus agremiados y regular las actividades del mercado en su conjunto. En el barrio se creó incluso un Centro de Estudios Tepiteños (CETEPI), coordinado por Alfonso Hernández, Cronista del barrio y “Hojalatero Social” a su propio decir (EAH, 2008). También son responsables de aspectos tan importantes del funcionamiento del mercado como la limpieza de las calles y la seguridad del mercado y las bodegas. Relevantes en sobremanera por el tamaño de las actividades en Tepito, la cantidad de basura que producen el comercio y los servicios, el uso rudo que los usuarios hacen de la calle, y la cantidad de dinero y bienes que se intercambian (ELY:2008).

En Tepito los puestos ambulantes invaden no menos de 60,000 metros cuadrados de vía pública. Las autoridades del Distrito Federal reconocen abiertamente que gran parte del espacio público ha sido privatizado y que la función urbana básica de la libre circulación de personas se encuentra cancelada, es un mercado negro establecido descaradamente a la luz del día (Grisales, 2003:85). Fue también, en algún momento, uno

⁴¹ En México las asociaciones civiles son entidades privadas sin ánimo de lucro y con personalidad jurídica, integradas por personas físicas para el cumplimiento de fines culturales, educativos, de divulgación, deportivos o de índole similar. Como veremos en la segunda parte de esta tesis las A.C.s funcionaron como las bases de un extenso sistema clientelar de corte corporativo.

de los barrios más densamente poblados de la Ciudad de México. Sin embargo el desarrollo exponencial del comercio en esta zona ha provocado un éxodo de los residentes hacia otras zonas de la ciudad, por el encarecimiento del suelo y la competencia entre la función comercial y la habitacional. En 2003 este problema había llegado a tal grado que era posible encontrar una población fija de 45,000 individuos que contrastaba fuertemente con la población flotante, unas 300,000 personas entre clientes y comerciantes (Reforma, 02/09/2003). Toda esta gente se desplaza diariamente para comerciar en Tepito.

Foto 2: Las techumbres del Eje 1 Norte



Fuente: Googlestreet, <http://goo.gl/maps/AbrHm>.

Continuando con el recorrido, puede observarse que en Tepito los puestos se instalan en calle y banqueta. En los límites del barrio y sus cercanías, sobre el eje vial y algunas otras calles, también hay techumbres de buena factura y de carácter permanente que fueron instaladas por algunas organizaciones para proteger de la intemperie a cientos de puntos de venta y darle estabilidad a su ocupación de la vía pública. Ordenados en hilera a lo largo de la acera, forman en conjunto con los locales comerciales que tienen justo enfrente, un corredor comercial que sigue prácticamente toda la avenida. Hacia los extremos del eje (en relación a la delimitación vial que se proporcionó al principio) se venden artículos diversos, sobre todo ropa, zapatos y maletas; pero hacia el centro los artículos electrodomésticos, principalmente televisiones, reproductores de DVD y de Blue-ray Discs (BDs), aunque también aparatos de sonido y bocinas, cámaras digitales,

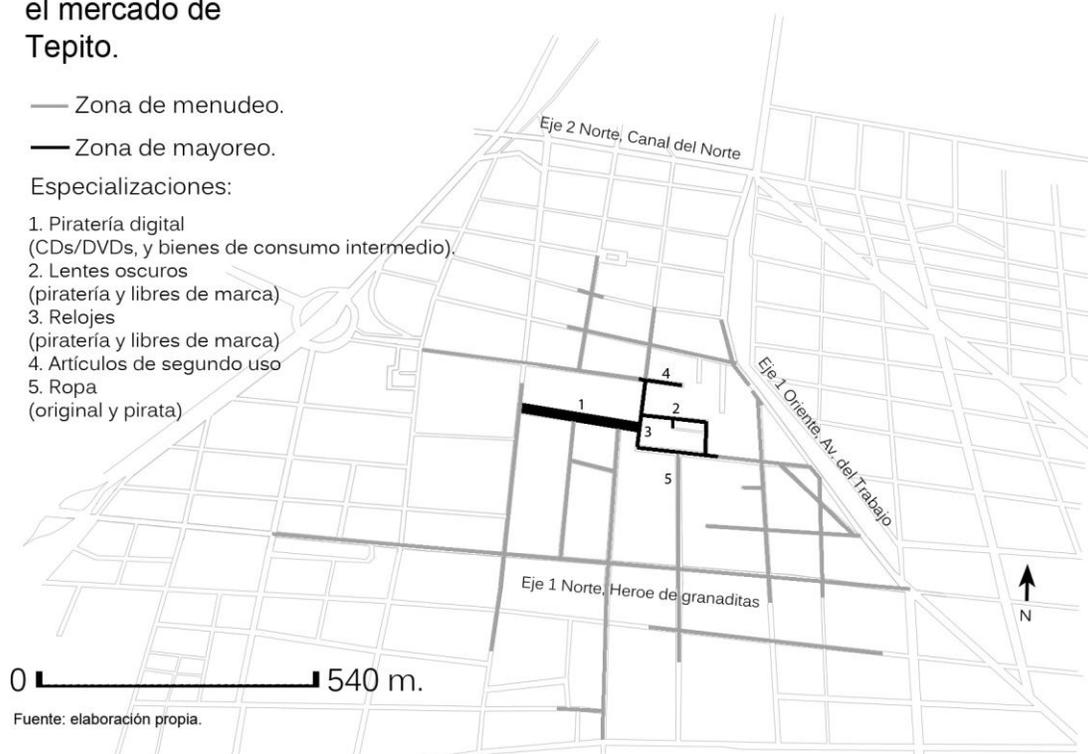
teléfonos inteligentes desbloqueados y reproductores de mp3 son los que dominan. En esta zona el giro de los puestos ambulantes está supeditado al de los locales comerciales, ofertan accesorios y artículos relacionados a los que venden los establecimientos que tienen justo enfrente.

Al internarse en el mercado puede verse mercancía al menudeo: películas y música del momento, “de culto” y “raras”, también pornografía; ropa y zapatos de marcas prestigiadas; relojes y lentes “finos”; celulares y varios puestos de comida. Todos “extrañamente” baratos. Aquí, el sol todavía logra atravesar los toldos de colores. Se encuentra un poco de todo en la mayoría de los puestos. Sobre la calle “Aztecas”, continuación de “Carmen”, llama mucho la atención la fuerte presencia de coreanos en los locales comerciales; en contraste con los comerciantes ambulantes que se instalan en la calle, todos mexicanos. En vía pública todavía es posible observar a diableros que van y vienen entre unidades habitacionales, cuyos departamentos son ahora rentados mayoritariamente como bodegas, y los puestos de alguna porción de calle en la cercanía.

Conforme uno va adentrándose en territorio tepiteño las cosas cambian. Los puestos se amontonan en calles y banquetas, el espacio transitable se cierra considerablemente, los toldos de colores se empalman y detienen cada vez mejor los rayos del sol. En la calle se forman estrechos pasillos desde donde ni siquiera se alcanzan a ver los edificios; aquí, ni automóvil que circule ni motoneta que pase, imposible, solo siempre omnipresentes los diableros chiflando y avisando “viene-viene... aváncese...”. Los locales comerciales que no lograron “desdoblarse”⁴² hasta la calle son ahogados por el comercio en la vía pública y adquieren funciones de soporte a las actividades del mercado, como el almacenamiento de las mercancías, de las estructuras tubulares de los puestos, o la preparación de comida.

⁴² Las tiendas se “desdoblan” por medio de la instalación frente a su entrada, de un puesto tubular que protege su accesibilidad frente a otros puestos que pudieran ocupar la calle y le permite exhibir su mercancía.

Mapa 2. Mayoreo, menudeo y especializaciones en el mercado de Tepito.



Cerca del núcleo del mercado, la concentración de las actividades comerciales es evidente. Alrededor de la iglesia de San Francisco y del campo de fútbol “maracaná”, los puestos se especializan y agrupan. Ya solo vemos un tipo de producto por puesto y por calle. Hay una zona de relojes, otra de armazones y lentes oscuros, también una de perfumes y algunas con ciertas especialidades de ropa, todas de marcas globales y exclusivas. Relojes “Cartier” prendidos de rejillas en las estructuras tubulares, al lado relojes “Rolex”, un solo modelo por columna dispuesta en la rejilla. Logotipos brillan con las letras “Swatch”, “Victorinox”, “Guess” y refulgen con “Tag Heuer”, “Bulgari” y “Tissot”. Lo mismo sucede con los lentes, superpuestos en celosías y mesas, descansando sobre sus estuches destacan sus marcas “D&G”, “Ray-Ban”, “Hugo Boss” y “Prada”. En los puestos vecinos vemos la tapa de centenares de cajitas multicolores, solo algunos frasquitos vistosos sobre ellas con forma de flor –Kenso–, de torso desnudo –Jean Paul Gaultier–, o de pirámide invertida –Trésor–, nos dejan saber que se trata de perfumes.

Más adelante sólo hay playeras, sólo pantalones, sólo camisas, sólo trajes, sólo zapatos; Ed Hardy, Diesel, Lacoste, Ermenegildo Zegna, Gucci.

En el núcleo del mercado y en algunas zonas aledañas los toldos de plástico de los puestos se vuelven redundantes, grandes techos de lámina corrugada en forma de medio barril se extienden de banqueta a banqueta para cubrir la calle de la intemperie. Estas estructuras son de buena factura, están conectadas a la red eléctrica y cuentan con iluminación propia. Si desde ahí se prosigue hacia el oeste, por la calle “Fray Bartolomé de las Casas” la naturaleza de la mercancía cambia también. Caminando se pasa de largo puesto tras puesto con millones de portadillas de papel meticulosamente superpuestas, como recién impresas, podemos reconocerlas, las vimos en el producto terminado al entrar al mercado. Son la portada de todas las películas que todavía no están en cartelera o que acaban de salir en el cine, encontramos las más recientes, los grandes éxitos y algunas otras. En ellas reconocemos las caras de Hugh Jackman, Anne Hathaway, Paranorman, Bruce Willis, Keira Knightley, Ryan Gosling, etc. A proximidad, vemos amontonadas –en varios puestos– cientos de cajas con discos vírgenes, CDs, DVDs y BDs, hay letreros en los que se lee “1000 DVDs por 2500”, y más adelante “2000 DVDs por 4000”. Un poco más lejos es posible encontrar estuches: decenas de bloques con cientos de *jewel cases* o pilas compactas de sobres de celofán, que se venden en volumen. De cuando en cuando, se pueden incluso encontrar pilares de planillas tamaño carta llenas de hologramas oficiales. Todo lo necesario para producir piratería digital de cabo a rabo.

En el barrio, este tipo de producción se lleva a cabo en algunas unidades habitacionales, en los infames “laboratorios” de la piratería. Pequeñas habitaciones dentro de los diminutos departamentos de interés social del barrio, que recuerdan a las “picas⁴³” zapateras que ocupaban durante el día los cuartos de las vecindades⁴⁴, los

⁴³ Las picas son un esquema productivo propio de la industria zapatera, popular en Tepito debido a la fuerte inmigración de artesanos de la piel, en particular zapateros, originarios del bajío. Hoy este esquema sigue estando presente en Tepito en el contexto de la “industria pirata”.

⁴⁴ Las vecindades son edificios generalmente de un solo piso que contienen un conjunto de viviendas ordenadas en hilera, constituidas cada una de ellas por una o dos habitaciones, alrededor o a lo largo de un patio de uso común, aislado de la calle (Reyes, 1993:83).

edificios emblemáticos de Tepito y buena parte del centro histórico hasta los temblores de 1985⁴⁵.

Un rasgo distintivo del mercado de Tepito es la polarización de su oferta expresada espacialmente por medio de dos zonas concéntricas: primero, una zona detallista en la periferia del mercado, donde se ofrecen artículos de consumo final muy diversos, sobre todo los más básicos como la ropa o el calzado, pero también piratería digital y muchos otros productos. Esta zona de intercambio funciona principalmente como un mecanismo que difunde mercancías, dinero e información a nivel local.

Segundo, una zona mayorista que ocupa el núcleo del mercado y ofrece la mercancía en grandes volúmenes, en ubicaciones especializadas por giro y a precios más bajos. En esta zona se ofrecen productos tanto de consumo final como de consumo intermedio lo que abre la posibilidad de que ahí se articulen circuitos comerciales y redes de producción que transportan dinero, mercancías e información desde –y hasta– ubicaciones que pueden ser muy lejanas.

Los territorios-red.

La zona mayorista de Tepito es particularmente interesante pues pone en evidencia un segundo tipo de clasificación espacial, la de los “territorios-red” (Haesbaert, 2011:52). A diferencia de los territorios-zona, los territorios-red están centrados en el movimiento y la conexión (incluso en diferentes escalas); en el establecimiento y control de flujos/redes, así como en la creación de referentes simbólicos en un espacio en el –y por el– movimiento. La idea básica es que esta clasificación territorial representa un conjunto de lugares jerarquizados, cuyas conexiones le dan forma a una red de itinerarios que son recorridos de manera reiterada, frecuentemente a lo largo de circuitos o cadenas.

Si bien en la segunda parte de este trabajo se analizará con más detalle esta concepción reticular del territorio, por el momento cabe mencionar que hace resaltar las

⁴⁵ El 80% de las vecindades se derrumbó en los terremotos de 1985

dimensiones: primero, temporal-móvil del territorio, mientras enfatiza el carácter dinámico de los circuitos (de abastecimiento y distribución) que lo atraviesan; y segundo, de conexión y de penetración espacial de las redes (productivas informales).

Para el caso de Tepito, los referentes simbólicos que más claramente expresan la existencia de territorios-red son: por una parte, los del “Fayuquero” y del “Marco Polo”, agentes centrados en el establecimiento de circuitos internacionales de comercio y de contrabando; y por otra, la de los “piratas” enfocados en formar redes de producción flexible y deslocalizada en distintos puntos de la ciudad y sobre los que ya se ha dicho algo. Sin embargo, es importante no perder de vista el importante papel que juegan en la articulación de estas redes los tianguistas del resto de la ciudad y los pequeños comerciantes detallistas de la región que se abastecen de mercancía en Tepito y extienden las cadenas de producción y distribución hasta sus lugares de origen.

Por una parte, los comerciantes y tianguistas de toda la ciudad, e incluso del altiplano central, se dan cita ahí para abastecerse de mercancías que distribuirán a su vez. Como veremos más adelante, hay días específicos de la semana en que llegan en camiones de pasajeros rentados exclusivamente para hacer el viaje a Tepito de madrugada, comprar y regresar el mismo día a su lugar de origen.

Por otra parte, los circuitos tepiteños de abasto son muy diversos y se extienden tan lejos como China y Taiwán, desde donde los llamados “Marco Polos” importan o contrabandean mercancía. Además, Tepito es un importante canal de distribución para el comercio mayorista formal del Centro Histórico; también para las casas de importación, que ofrecen servicios de asesoría y compra, o incluso mercancía que la propia casa importó. Sin embargo, estos circuitos vinculan al mercado de Tepito con ciudades en Estados Unidos desde mucho antes, especialmente con “ciudades gemelas” a lo largo de la frontera norte a donde se dirigían los “fayuqueros⁴⁶” que hicieron famoso el mercado y

⁴⁶ La fayuca puede ser definida como contrabando hormiga, agentes nacionales hacen viajes relámpago, de uno o dos días, a Estados Unidos. Ahí se abastecen de mercancía difícil de encontrar en México, o que se vende mucho más cara a causa de los aranceles. Regresan evadiendo las aduanas y los controles carreteros para venderla en Tepito.

atrajeron a pequeños comerciantes de otras ciudades. Desde esa época existe también una cercana relación entre los productores textiles y de calzado de la región que suelen manufacturar pedidos para los comerciantes informales, frecuentemente sin registrar las ventas.

Si bien, gracias a estos actores, en Tepito es posible encontrar una gama interminable de productos en un amplio rango de calidades; todo con un precio inferior al del mercado “oficial”. Ropa, calzado, textiles, bisutería, drogas, música, películas, software, electrodomésticos, pornografía, perfumes, licores, armas blancas y de fuego y documentos oficiales son algunos de los artículos originales, piratas, defectuosos, robados, de contrabando y de saldos, entre otras categorías presentes que uno puede encontrar. La oferta de productos en Tepito tiene un marcado carácter estacional e incluso sigue un calendario anual de eventos comerciales que, en función de la demanda, marca el ritmo de sus actividades y también la extensión espacial que alcanza el mercado.

Tepitios.

Este fenómeno de fluctuación de la frontera tepiteña pone de relieve su estructura funcional. Si bien los territorios(-zona y -red) que pueden observarse en un recorrido por Tepito ofrecen pistas acerca de su estructura espacial; para apreciar el funcionamiento de este lugar como una totalidad organizada, es necesario el paso del tiempo: de las horas del día, de los días de la semana, y de los meses del año.

En Tepito, las actividades comienzan ya entrada la mañana. Cuando sale el sol, algunos tepiteños aparecen en las calles, caminando hacia los ejes bajo el alba, para abordar un microbús, dirigirse al Centro Histórico o introducirse a una estación de metro, camino al trabajo. Durante el día, sus hogares llegan a convertirse en talleres donde la familia hace trabajos por encargo, o prepara comida para los comerciantes. Sin embargo, son las actividades del mercado las que predominan durante el día, hacia las nueve o diez de la mañana el inicio del horario comercial echa a andar las actividades.

Las actividades del comercio informal en Tepito, lejos de centrarse en la autoexplotación⁴⁷, se han segmentado, el trabajo se ha dividido. Cada día, antes que vendedores y compradores lleguen a las calles del barrio, cientos de “armadores” ya entran y salen de locales comerciales y unidades habitacionales acarreado decenas de tubos en sus manos o apilados en diablos, se empeñan en montar los más de 20,000 puestos tubulares del mercado. En muchas ocasiones las estructuras tubulares ni siquiera pertenecen a los comerciantes, son rentadas a terceros a cambio de un pago semanal; el costo de instalación es extra y se arregla directamente con el encargado de montar el puesto (EAS, 2012). Cuando comerciantes tepiteños –oriundos del barrio– y tepiteros –aquellos que traban en Tepito pero habitan en otra parte– empiezan a llegar, sus puestos están montados y solo deben supervisar a los cientos de diablos encargados de llevar y traer las mercancías de las tantísimas unidades habitacionales, estacionamientos y locales “bodeguizados” a los puestos y de regreso.

Los comerciantes tienen muchas veces uno o dos empleados que se presentan en los puestos a la misma hora que ellos para asistirlos en las actividades diarias. Hay que destacar que la rotación de estos empleos es alta y los sueldos bajos. Cabe enfatizar una vez más la segmentación de las actividades en relación ahora al comercio. Si bien muchas veces los comerciantes son los que buscan sus fuentes de abasto y cargan con las mercancías desde donde las adquirieron hasta su puesto; muchas otras la tarea recae en los proveedores, quienes los buscan semanalmente para ofrecerles productos a consignación que distribuyen en camionetas. Los comerciantes rara vez tienen un solo proveedor y la mayoría de las veces no tienen uno constante, sino varios, con una alta frecuencia de rotación; esto les brinda la capacidad de cambiar de producto increíblemente rápido para adaptarse a las necesidades del mercado. A lo largo del día algunos carritos con comida y bebidas recorren las calles ofreciendo sus productos a transeúntes y comerciantes. Para la hora de la comida los empleados de las fondas salen

⁴⁷ Llamamos autoexplotación a la concentración de todas, o la gran mayoría, de las actividades laborales necesarias para la producción y distribución de una mercancía en una sola persona o en la familia nuclear.

a tomar la orden de los vendedores de las cercanías y reparten los pedidos en charolas de plástico cubiertas con celofán.

Entre cuatro y seis de la tarde los comerciantes empiezan a cerrar sus actividades del día, hacen cuentas y recogen su mercancía, guardan todo en cajas de plástico o lo envuelven en lonas que cargan hasta la bodega en donde han alquilado un espacio, muchas veces apoyados por un diablero. Un poco más tarde los locales comerciales empiezan a hacer lo mismo, hacen su corte de caja y si tienen un puesto desdoblado lo recogen, lo desarman y lo guardan en el local comercial. En algunas ocasiones los puestos aledaños aprovechan para guardar ahí su mercancía a cambio de una pequeña renta. A la salida del mercado los comerciantes se meten al atestado metro o abordan algún microbús desbordante de gente, un primer paso para ir a sus casas. Otros con más suerte caminan.

Cuando cae el sol Tepito se transforma, el barrio se despierta y los habitantes salen a la calle, tal vez comen algo en algún puesto aledaño que se mantiene abierto para darles servicio, o compran una caguama en alguna “tiendita” para platicar con los vecinos. Alrededor todavía se ven los diableros y los armadores apurados desarmando puestos y guardando tubos y mercancías. Algunos barrenderos pagados por las organizaciones trabajan las calles juntando la basura que el mercado produjo durante el día, en ubicaciones previamente acordadas para su recolección, o donde quede lo más fuera de la vista que sea posible. Un poco más tarde, cuando el resto de los vecinos empiezan a retirarse a dormir se forman grupos de jóvenes que ocupan las calles hasta entrada la noche, platican, escuchan música, beben alcohol, consumen y distribuyen drogas.

Ciertos días, durante la madrugada, camiones y camionetas cargados de mercancía se estacionan en las calles del barrio para descargar los productos que fueron adquiridos en volumen. En otras ocasiones, se corre la voz de que “va a llegar don Rober”, algún el tráiler robado de cuyos contenidos se hace una venta exprés sobre todo en las afueras del barrio (EAH, 2009).

El mercado de Tepito trabaja todo el año, seis días a la semana. Descansa los martes y concentra sus actividades de mayoreo los miércoles y los sábados. Los llamados “martes de vecinos” son el único día en que los locales comerciales no abren y los puestos no se instalan. Los frentes formados por las organizaciones de comerciantes designaron ese día para llevar a cabo la limpieza de calles y banquetas y es cuando se recoge la basura que fue imposible desalojar durante los días de mercado. Aunque algunas actividades relacionadas al mercado están presentes, los vecinos del barrio recuperan las calles y conviven. Es también el día en que los tepiteños, pueden abastecerse de enseres básicos como el gas y cuando resulta más sencillo introducir muebles o cosas voluminosas a sus hogares. Pero sobre todo es el día en que los vecinos, comerciantes o no, descansan del barullo del bullicioso mercado. Por su parte, los “tepiteros” –la mayoría de los comerciantes–, aprovechan el día para descansar de sus actividades o abastecerse de mercancías.

Foto 3: Un martes en Tepito.



Fuente: Googlestreet <http://goo.gl/maps/rYl4y>.

Los miércoles y los sábados las actividades comienzan más temprano puesto que en algunas calles se realizan ventas exclusivamente mayoristas. Esos días las actividades empiezan a las cuatro o cinco de la mañana, cuando llegan comerciantes informales y tianguistas de todo el Distrito Federal. También llegan comerciantes del altiplano central, en camiones foráneos rentados especialmente para hacer el viaje a Tepito desde

guerrero, Tlaxcala y el Estado de México, y regresar el mismo día a vender las mercancías que adquirieron, en su lugar de origen.

Tepito es un mercado particularmente sensible a los designios de la oferta y la demanda. La interacción entre estas dos fuerzas pone en evidencia tanto el funcionamiento interno del mercado, como la manera en la que se adapta a los procesos por los que atraviesa su medio ambiente. En primer lugar, la cantidad masiva de actores en su interior le brinda *atomicidad*⁴⁸ al mercado, estimula efectivamente la competencia y mantiene los precios bajos; estos factores, aunados a las condiciones precarias de una parte importante de la población permiten que *los factores de producción circulen libremente*⁴⁹, lo que asegura que la oferta se mantenga dinámica, diversa y con cierta *homogeneidad de los productos*⁵⁰. Esto resulta evidente cuando se observa tanto la amplia gama de artículos que es posible encontrar durante todo el año, como el marcado carácter estacional de una parte importante de su oferta.

⁴⁸ Cuando el número de compradores y de vendedores es lo suficientemente grande como para eliminar la relevancia de la oferta o la demanda de un solo individuo con respecto a la oferta o la demanda total.

⁴⁹ Cuando el capital y el trabajo pueden dirigirse espontáneamente hacia los mercados con demanda.

⁵⁰ Cuando los bienes intercambiados son similares en calidad y características.

Cuadro 1.

Calendario anual de eventos comerciales.

Enero: rosca de reyes por encargo, juguetes para el día de reyes, se empacan regalos y se venden artículos escolares.

Febrero: artículos de moda por el día de San Valentín y envolturas de regalos.

Marzo: envolturas para regalos, bolsas y tarjetas por el día de los compadres.

Abril: envolturas para regalos, juguetes y artículos de moda, para el día del niño y la semana santa.

Mayo: envolturas para regalo y artículos de ocasión para el día de las madres, los maestros y las primeras comuniones.

Junio: envolturas de regalo y artículos de ocasión para el día del padre.

Julio: artículos de ocasión para las graduaciones y artículos escolares.

Agosto: papelería en general por regreso a clases y graduaciones.

Septiembre: arreglos para decorar con motivos patrios por las fiestas del 15 y 16, envolturas para regalos.

Octubre: decoraciones de *Halloween*.

Noviembre: flores, velas, calaveras, papel picado y papel de china para decorar los altares de muertos.

Diciembre: escarchas, adornos navideños, esferas, velas, letanías para aguinaldos, la virgen de Guadalupe, las posadas y la Nochebuena.

Fuente: Natalia Rocío Grisales Ramírez. *Barrio y barrialidad en la Ciudad de México: el caso de Tepito*. Tesis de Maestría en Antropología, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 2003. P.90

Aún más, las fluctuaciones de tamaño del mercado siguen el comportamiento de la demanda lo que pone en evidencia la *libre entrada y salida del mercado*⁵¹. Si bien este mantiene una extensión mínima a lo largo del año, se expande y contrae de manera más o menos importante con el paso de los meses. Crece hasta su máximo en diciembre y enero con motivo de las ventas para las festividades navideñas, de fin de año y de reyes magos, fechas después de las cuales la demanda se derrumba y el mercado se contrae al

⁵¹ Ausencia de obstáculos tarifarios, administrativos o técnicos a la entrada de ofertantes o demandantes al mercado.

máximo. Las ventas permanecen bajas hasta antes de la semana santa y empiezan a repuntar verdaderamente con la entrada a clases, las fiestas patrias, *halloween* y día de muertos. Hacia el final del año Tepito se extiende por las principales arterias viales casi hasta llegar al zócalo. Su expansión culmina en los primeros días de enero cuando el mercado bloquea por completo la circulación en el Eje 1 Norte y muchas otras calles en dirección del centro.

Como lo muestran esta serie de recortes, los ritmos del mercado tienen distintas resoluciones espacio-temporales. Por una parte, sus actividades son reguladas internamente por las decisiones de actores que controlan el espacio desde varios niveles de organización. El funcionamiento cíclico de sus actividades enfatiza su apertura al medio ambiente que lo rodea, en particular a los ritmos biológicos, sociales, económicos, culturales y urbanos de quienes lo visitan para intercambiar bienes, servicios, dinero e información. Por otra parte, las pautas de las fluctuaciones en el tamaño del mercado y en el de su tipo de oferta reflejan la capacidad de reacción a un ambiente cambiante de los actores que animan las redes de producción y las cadenas de distribución que se articulan ahí, para sacar el máximo provecho de las oportunidades que se presenten dependiendo de sus posibilidades.

Conclusión.

A lo largo de este capítulo se presentó un cuadro descriptivo de Tepito con el objetivo de familiarizar al lector con este complejo lugar. Se avanzaron dos clasificaciones espaciales, una de territorios-zona y otra de territorios-red, que ponen en evidencia su estructura y su funcionamiento. Muestran un orden suscitado por la manera en que se vinculan y se superponen, por el modo en que interactúan y funcionan como una totalidad organizada que intercambia de manera estable pero dinámica: bienes, servicios, dinero e información.

Tepito se presenta como un sistema territorial a través del cual se reparten infinidad de elementos que se organizan en conjuntos cada vez más grandes y en niveles jerárquicos que funcionan a diversas escalas. En este capítulo se destacaron dos aspectos

de su organización: uno estructural (que expresa de qué manera se construye la totalidad) enfocado en la dimensión espacial de las coordenadas espacio-tiempo del sistema; y otro funcional (que expresa lo que la estructura permite hacer) asociado a su dimensión temporal. De esta manera, se presentaron las bases para analizar los territorios tepiteños en tanto sistema territorial; un escenario complejo que puede tomarse como un laboratorio de síntesis⁵² e integración geográfica que permita entender los mecanismos que le dan permanencia y vitalidad al mercado negro más grande de México.

⁵² La síntesis geográfica, es el método característico del proceso geográfico con el fin de desentrañar las complejas interacciones que generan la diferenciación de la superficie terrestre. La síntesis regional comenzó a principios del siglo XX, desarrollada por la escuela posibilista francesa (Aché, 2010:76).

Capítulo 3. Los territorios tepiteños.

Un breve recorrido por Tepito muestra la complejidad de este lugar, no solo en relación a la manera en la que se estructura sino también a su funcionamiento. Sin embargo, el cuadro descriptivo que se presentó de Tepito no muestra la manera en la que este territorio está construido. Para lograr esto es necesario observarlo desde una escala mucho más pequeña, individual, la de los actores que lo construyen desde su cotidianeidad.

Solo a partir de ese nivel será posible estudiar de qué manera se articula este sistema territorial, cómo, a través de las mediaciones espaciales que los tepiteños crean para obtener un poder efectivo sobre su reproducción, se integran a un mundo de relaciones sociales, económicas y políticas. Así, el objetivo de este apartado será el de analizar de qué manera se construyen, crecen y expanden los territorios tepiteños.

En este caso el análisis fue llevado a cabo a partir de observación directa tanto en Tepito como en otras zonas de la Ciudad de México, de la realización de treinta entrevistas a profundidad con comerciantes, representantes de organizaciones de ambulantes, sus aparatos administrativos, líderes de frentes políticos del comercio informal, habitantes del barrio, autoridades delegacionales, piratas, contrabandistas, e importadores entre otros actores destacados de Tepito. También se llevó a cabo trabajo de campo en la ciudad de Tijuana, Baja California; San Ysidro, California; y el *fashion district* de Los Angeles, California, donde se hizo observación directa y se realizaron entrevistas. Además, se recopilaron las ideas centrales de la literatura especializada más destacada en relación con el comercio informal, tanto en la ciudad de México como en otras partes de la república, e incluso de otros países de América Latina. Finalmente, se utilizaron las aportaciones de Rogerio Haesbaert (2011) para nutrir conceptualmente la discusión, en particular se utilizaron los conceptos de territorialización, territorios-zona, territorios-red, multiterritorialidad en red, y multiterritorialidad reticular detallados en el apartado teórico al inicio del trabajo.

La organización del texto busca reconstruir los territorios delineados en el apartado pasado desde sus unidades más básicas, los “espacios de posibilidad” y los “espacios de oportunidad”. Estos, serán usados como bloques constructivos para poner de relieve diversas modalidades territoriales presentes en Tepito: en una primera parte, se mostrará de qué manera se relacionan los espacios de posibilidad con la formación de redes laborales y circuitos migratorios, territorios-red omnipresentes en Tepito y en cualquier otra ciudad; también se presentará la manera en la que se vinculan los espacios de oportunidad para formar organizaciones territoriales de comerciantes, territorios-zona presentes en todo el país, especialmente en la Ciudad de México y hasta 2007 de manera mayoritaria en su Centro Histórico. En una segunda parte, se ponen de manifiesto las vinculaciones, yuxtaposiciones y superposiciones de los territorios-zona y los territorios-red para presentar la complejidad de Tepito: primero, su multiterritorialidad en red y las dinámicas que le permiten conservar sus territorios y expandirse; segundo, su multiterritorialidad reticular y las dinámicas que le permiten estar en contacto constante con otros mercados, en otras ciudades, y en otros países.

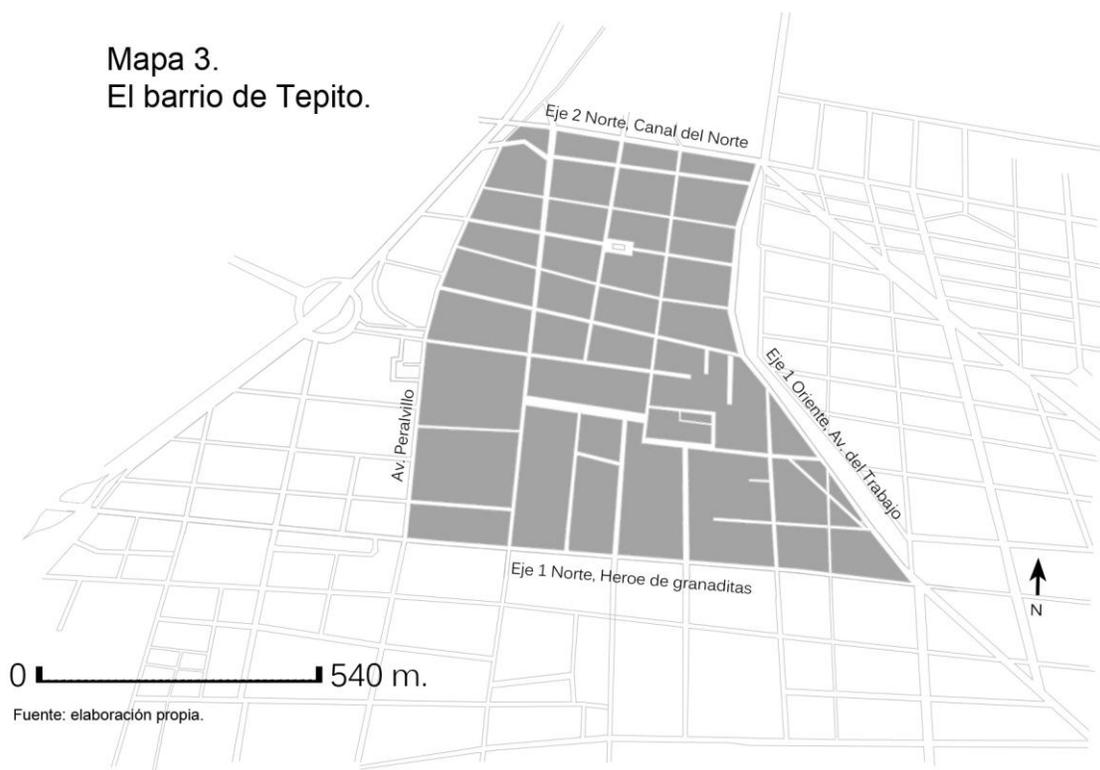
“Espacios de posibilidad” y “Espacios de oportunidad”: los núcleos de territorialización en Tepito.

Tepito es un espacio particularmente complejo; en su interior coexisten muchas realidades, muchos territorios que los tepiteños han establecido a fuerza de vivir y que pueden entenderse a partir de dos grandes conflictos relacionados a la marginalidad histórica de sus habitantes y sus esfuerzos por hacerse de un lugar en la ciudad: la lucha por la vivienda y la lucha por la calle. En Tepito, estas problemáticas produjeron dos esferas de apropiación espacial distintas: una, de espacios internos/privados, ocultos; y otra, de espacios externos/públicos, visibles. En el plano simbólico, esta dicotomía se expresa claramente en la diferenciación entre el “barrio” de Tepito y el “mercado” de Tepito.

El barrio y los espacios de posibilidad.

Tepito es un barrio histórico⁵³, famoso por sus “vecindades”, que alojaron a una gran cantidad de personas a un muy bajo costo. Eran construidas con adobe, ladrillo o cemento y formaban una unidad bien definida en la que podían reconocerse algunas características propias de una pequeña comunidad. En Tepito, las vecindades eran complejos sumamente heterogéneos; algunas constaban de pocas habitaciones y otras de varios centenares (Lewis, 1967:XXXV) que en conjunto formaban una de las zonas más deprimidas y densamente pobladas de la ciudad.

Mapa 3.
El barrio de Tepito.



A las piezas se les llamaba “cuartos redondos” y en ellas se desarrollaban las actividades habitacionales, y en muchos casos económicas, de la familia. Estas habitaciones de techo alto, sin divisiones, cumplían las funciones de cocina, recámara, comedor, estancia, y taller en un área de alrededor de 20 a 30 metros cuadrados (Reyes, 1993:85). Por lo regular se instalaban tapancos de madera que eran utilizados como

⁵³ Hay polémica en cuanto a los límites del barrio de Tepito, en este artículo adoptaremos la delimitación provista por Don Polo uno de los más antiguos líderes de comerciantes de Tepito (EDP, 2008).

dormitorio o bodega y a los que se tenía acceso mediante una pequeña escalera de madera.

Sin embargo, después de los sismos de 1985 más del 86% de las vecindades tuvieron que ser reedificadas⁵⁴. Desde entonces, las unidades habitacionales son la forma espacial más recurrente en el barrio de Tepito. Estos condominios también son conjuntos heterogéneos que cuentan en algunos casos con solo algunas viviendas, mientras que en otros cuentan con varias decenas. Resultado de una “arquitectura de expulsión” las dimensiones de sus departamentos suelen ser muy reducidas, no más de 40 metros cuadrados, con divisiones internas y techos bajos que reducen aún más el espacio real. Los departamentos de las unidades, como antes los cuartos redondos de las vecindades, son la “unidad” espacial más básica del barrio de Tepito, a los cuales se les llamará **“espacios de posibilidad”** en este trabajo.

Foto 4: Los “palomares”, una unidad habitacional en Tepito.



Fuente: Fotografía propia.

Los espacios de posibilidad implican que exista la posibilidad de implementar funciones generadoras de ingreso en un espacio sobre el que se tiene dominio. La gama de posibilidades que estos espacios ofrecen a los actores bajo cuyo dominio se encuentran, para hacer dinero, están asociadas a una serie de factores entre los que destacan: las capacidades de su(s) ocupante(s), sus posibilidades de conseguir empleo, el tipo de dominio que tienen sobre el espacio, el valor nominal de la renta del espacio, su tamaño, su grado de permeabilidad hacia el exterior, y las actividades que la naturaleza de la edificación permite llevar a cabo en su interior; y se expresa a partir del tipo de funciones que puede albergar. Entre los principales tipos de territorio que se logran construir a partir de los espacios de oportunidad en Tepito, encontramos los territorios “productivos” y los “comerciales”.

⁵⁴ Según datos del taller 5 de arquitectura de la UNAM, citado por Cameo (1984), en Jarquín (1994:53).

Los **territorios productivos** son configuraciones funcionales que resultan del acondicionamiento de espacios para llevar a cabo actividades productivas o de soporte (almacenamiento). Estos actores crean la posibilidad de obtener ingresos explotando las ventajas económicas que tiene evadir las regulaciones estatales relacionadas al tipo de uso de suelo y los contratos laborales. En este sentido el carácter privado/reservado, oculto, de estos espacios es sumamente importante. Los mejores ejemplos de configuración funcional en el barrio son: las picas⁵⁵, la maquila, y las bodegas.

Las **picas** son una configuración productiva que ha pervivido hasta nuestros días gracias a su capacidad de adaptación frente a nuevas circunstancias: frente a la falta de un lugar de trabajo *ex profeso* para realizar las actividades productivas, estas se llevan a cabo en el lugar de habitación; frente a la falta de liquidez hacen uso intensivo de mano de obra familiar, flexible en cuanto a horarios y a organización del trabajo; ante la carencia de capital para la adquisición de maquinaria, recurren a la maquila⁵⁶, que le brinda las ventajas de nuevas tecnologías que ofrecen ahorro de trabajo y de tiempo de producción; cuando es necesario, se puede recurrir a trabajo “asalariado” para que desempeñe sus actividades en el mismo taller o desde su domicilio (Calleja, 1994:75). Además, como lo señala Don Polo, líder de comerciantes y dueño de un taller zapatero hasta finales de los ochenta, la maquila fomentaba una fuerte interacción entre los talleres: “Conocíamos a otros talleres porque se daba la maquila, les pedíamos que nos produjeran una parte del zapato o luego nosotros lo hacíamos. Le trabajábamos a zutano a mengano y a perengano. (EDP, 2009)”. En 1982 el 80% de los habitantes de Tepito trabajaban en el mismo barrio y se dedicaban principalmente a la producción zapatera, maderera, textil y al resto de la industria del cuero (Jarquín, 1994:77).

⁵⁵ Las picas son un esquema productivo propio de la industria zapatera, popular en Tepito debido a la fuerte inmigración de artesanos de la piel, en particular zapateros, originarios del bajo. Hoy este esquema sigue estando presente en Tepito en el contexto de la “industria pirata”.

⁵⁶ La maquila es una forma de trabajo industrial capitalista a domicilio. Este modo de industrialización se ha analizado bajo diversos nombres y formas para el caso de Alemania (*verlagssystem*), Inglaterra (*putting out system*), Francia (*travail à façon*) y en muchos países latinoamericanos (*trabajo por encargo, maquila, trabajo capitalista a domicilio*), y se distingue por el hecho de que el diseño del producto y la organización de la producción son controlados por un intermediario, que puede ser un comerciante o un industrial, quien encarga el trabajo, entrega la materia prima y una parte de su salario al maquilero, y paga el resto a la entrega del producto final.

Las picas fueron los talleres-vivienda de las vecindades donde se llevaba a cabo el proceso completo (o casi) de la producción del calzado. Si bien, desde los sismos de 1985 la posibilidad de montar talleres zapateros en los cuartos redondos se derrumbó, además de que la liberalización de la economía, en especial del calzado y los productos de piel, sacó del mercado a la producción local frente a la competencia de los productos importados de Asia; conforme el siglo llegó a su fin, surgió la posibilidad de montar picas piratas (o “laboratorios”, como los llama la prensa) para reproducir música y películas en los departamentos de las unidades habitacionales. Sin embargo, conforme han cambiado las condiciones habitacionales del barrio y la composición de sus hogares, se ha vuelto mucho más frecuente encontrar en Tepito configuraciones funcionales que privilegian **la maquila** de alguna parte del proceso productivo de la piratería digital o de la confección del vestido. Este tipo de trabajo es llevado a cabo de manera frecuente por madres solteras, a quienes conviene trabajar en casa no solo para reducir gastos, sino para estar al pendiente de sus hijos (EJMK, 2008). No obstante, debe apuntarse que este tipo de trabajo no está de ninguna manera restringido a ellas o a las mujeres en términos generales, sino que más bien depende de factores como el tipo de industria y la parte del proceso de producción del que se trate.

Finalmente, la función más común de los territorios clandestinos en Tepito es el **almacenamiento**. En efecto esta función de soporte a las actividades del mercado es hoy en día mucho más importante incluso que la función habitacional; los vecinos del barrio dicen que con el paso de los años este se ha “bodeguizado” a un ritmo alarmante, al punto casi de romper los fuertes lazos identitarios de los “tepiteños”, quienes ahora se ven rodeados de “tepiteros”, comerciantes que trabajan en Tepito pero no residen ahí.

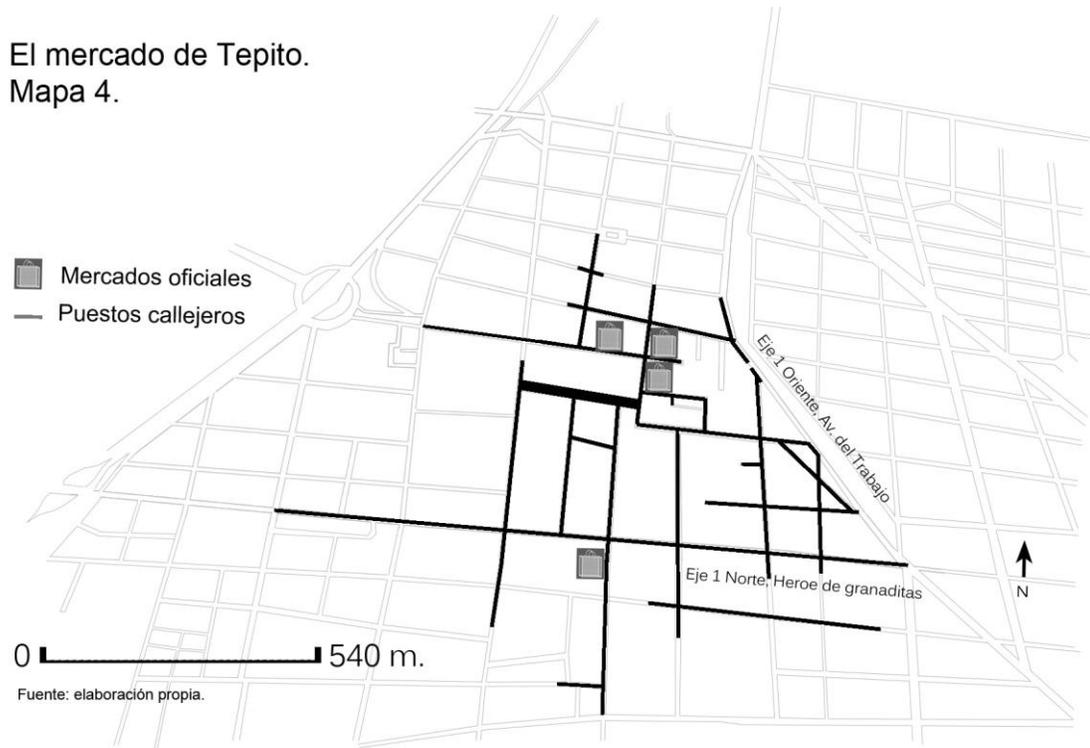
El criterio básico que diferencia a los territorios productivos de los territorios comerciales es su grado de permeabilidad: al primer tipo no se tiene acceso directo desde la calle, sino a través de un patio interior o de escaleras, con cerrojos de por medio, lo que destaca su carácter reservado u oculto. Por su parte, los **territorios comerciales** tienen frente a calle y están abiertos al público. Se trata de establecimientos que combinan una función comercial en la parte de adelante, una fachada que da la

aparición de formalidad – y que muchas veces lo es –; con un espacio equivalente en la parte de atrás que funciona como vivienda, bodega o taller clandestino, frecuentemente de manufactura textil.

El mercado y los espacios de oportunidad.

Los puestos comerciales en la calle son la forma espacial más recurrente en el mercado de Tepito y a pesar de que ocupan más de 60,000 metros cuadrados de vía pública (Grisales, 2003:85), son también su unidad más básica, en este trabajo se les llamará “**espacios de oportunidad**”. Este tipo de espacios suelen tener una resolución espacio temporal reducida, pues solo pueden existir dentro de los límites de una ajetada relación pendular que oscila entre tolerancia y represión de las autoridades. Sus dimensiones suelen ser pequeñas y su duración corta, no más de un par de metros cuadrados durante una tercera parte del día. El grado de oportunidad que tienen los actores que los producen para transformar un espacio público en un espacio de intercambio comercial a través del cual hacer dinero, está asociado a una serie de factores entre los que destacan: la capacidad de emprendimiento y la movilidad de la persona, su liquidez, el grado de tolerancia y viabilidad económica asociados a su ubicación; y se expresan en el tipo y tamaño de territorio de baja intensidad que logran producir.

El mercado de Tepito.
Mapa 4.



Los espacios de oportunidad toman forma a partir de tres procesos: el establecimiento de configuraciones espaciales que producen patrones de encuentro y evasión en una ubicación dada; la delimitación de linderos que marcan espacios protegidos o reservados; y la producción de formas materiales que expresan esas delimitaciones y condicionan las interacciones en sus inmediaciones (Hillier, 2007:13-32). Entre los principales establecimientos territoriales que se llevan a cabo a partir de espacios de oportunidad en Tepito, encontramos los territorios “ambulantes” y los “semifijos” a los cuales se les dedicará atención a continuación.

Entre los comerciantes, aquellos que menor grado de oportunidades tienen, producen **territorios ambulantes**, configuraciones espaciales que resultan de la sistematización de sus desplazamientos. Estos actores encuentran oportunidades gracias a las ventajas que les brinda comerciar con productos poco voluminosos que pueden guardar en las manos, en mochilas, en cajones amarrados a los hombros, o en carretones que les permiten desplazarse libremente para establecer patrones de encuentro a lo largo de trayectos preestablecidos. Uno de los mejores ejemplos de una configuración espacial

con patrones de encuentro producidos por comerciantes es: antaño, el de los ayateros⁵⁷, los ferreros y los cambiadores, quienes en la mayoría de los casos recorrían las calles de las colonias adineradas de la ciudad haciendo trueques. Intercambiaban piloncillo⁵⁸, loza⁵⁹ o dinero por ropa usada y productos descompuestos o de desecho (planchas, herramientas viejas, fierros, vidrio o láminas) para posteriormente revenderlos en las calles del barrio, muchas veces reparados o adecuados para usos posteriores. Hoy, un ejemplo mucho más cercano es la venta a automovilistas en los semáforos. En el caso de Tepito, en el de Eje 1 Norte y Carmen. Ahí, entre las filas de automóviles que se forman en cada “alto”, se producen corredores a lo largo de los cuales los ambulantes ofrecen a los automovilistas sus mercancías de ventanilla en ventanilla.

Por otra parte, la producción de **territorios semifijos**, es el tipo de “forma espacial” que adoptan la mayoría de los espacios de oportunidad, no solo en Tepito, sino en la mayor parte del país. Son producidos a través de la ocupación intermitente, pero de carácter regular y en un largo lapso de tiempo, de una ubicación específica. Ahí, se instala una estructura material removible o desarmable (y por lo tanto considerada como no-permanente) como subterfugio para la ocupación diaria de la vía pública. Entre estos territorios de baja intensidad, a los que en México suele llamárseles “puestos”, ya que “se ponen” en la calle cada día, encontramos: los “rodantes”; los “tubulares”; y los “desdoblados”.

Los puestos **rodantes** son formas territoriales que ya expresan un mayor grado de oportunidad de quien los produce, pues implica la adquisición o fabricación de un puesto con ruedas; una infraestructura móvil acondicionada para vender botanas, bebidas y alimentos que consiste generalmente en un carrito de supermercado o de algún otro tipo, hecho *ex profeso* o que ha sido adecuado para transportar, preparar y resguardar alimentos o bebidas. Generalmente estos puestos se desplazan a uno o varios puntos de

⁵⁷ Estos comerciantes eran llamados así porque cargaban siempre con un costal hecho de ayate en el que guardaban artículos de segunda mano para comercializarlos.

⁵⁸ El piloncillo es la melaza sólida de azúcar, un dulce típico utilizado como la base de varios postres mexicanos.

⁵⁹ Eran fragmentos de cerámica decorada con algún valor estético.

venta fijos donde permanecen toda la jornada laboral. La elección de las ubicaciones suele ser estratégica: busca interceptar el mayor flujo posible de transeúntes con el menor número posible de desplazamientos. En Tepito este tipo de puestos están generalmente ubicados en el centro de las calles, entre las hileras de puestos tubulares que bordean las banquetas.

Los puestos **tubulares** se caracterizan por su intermitencia; diariamente ocupan y desocupan el mismo espacio, a lo largo de todo el año. Estos puestos no son móviles, son estructuras tubulares metálicas relativamente rudimentarias que ocupan un punto determinado en la vía pública durante la mayor parte del día, para desaparecer durante la noche. El armado de la estructura permite exhibir las mercancías y proteger de la intemperie a comerciantes y consumidores. El desarmado del puesto vuelve más tolerable la ocupación del espacio pues se percibe como no-permanente, permite el aseo de la calle, el acceso del patrullaje durante la noche y otorga a la calle su condición de espacio público. Estos puestos generalmente ocupan una superficie reducida a lo largo de la calle o la banqueta, alrededor de 2 metros cuadrados (1 metro de ancho por 2 metros de fondo) aunque con la posibilidad de crecer hasta ocupar varios espacios contiguos con esas mismas dimensiones, en función de las oportunidades del comerciante.

Finalmente, los puestos **desdoblados** son la extensión de los dominios de algún territorio comercial – una accesoria o un local comercial – hasta la calle. La tienda se “desdobla” por medio de la instalación frente a su entrada, de un puesto tubular que proteja su accesibilidad frente a otros puestos que pudieran ocupar la calle y le permite exhibir su mercancía. La cercanía con los vecinos de la calle muchas veces produce sinergias que se expresan, por ejemplo, en la renta de una parte del espacio del local comercial durante la noche, para el almacenamiento de las estructuras de los puestos y las mercancías de los comerciantes de la vía pública. Los espacios desdoblados subrayan la fuerte pero problemática relación entre barrio y mercado que hay en Tepito; pues si bien por medio de espacios desdoblados los locales comerciales pueden aprovechar las ventajas de la venta en la calle, la necesidad de extenderse hasta la calle pone de manifiesto la fuerza avasalladora del mercado frente a la que no hay que ceder.

Los territorios tepiteños: relaciones espaciales y territorialidad.

Los territorios de baja intensidad producidos a partir de estas dos esferas de apropiación (barrio y mercado) nos muestran cómo, a nivel familiar o individual, miles de personas consiguen su sustento en la ciudad, sobreviven. Más aún, la producción de estos territorios adquiere verdadera importancia cuando, a partir de ellos, se construyen solidaridades que abren nuevas posibilidades y aseguran oportunidades en el futuro. Como veremos a continuación, estas solidaridades no solo dan lugar a la consolidación de territorios más grandes y complejos en barrio y mercado, sino que les permiten expandirse.

Redes laborales y circuitos migratorios: la formación de territorios-red.

Los territorios productivos y comerciales del barrio de Tepito ponen de relieve como los espacios de posibilidad son más que un espacio físico donde encontrar resguardo. Estos dos ejemplos ilustran de qué manera el establecimiento de territorios en este tipo de espacios da lugar a formas de organización social y económica. Aún más, tanto el trabajo por encargo como el trabajo en talleres vivienda, ambos frecuentemente articulados a sistemas maquiladores, ponen en evidencia la formación de redes territoriales vinculadas por medio de relaciones personales, familiares y/o laborales.

Por una parte, a través del establecimiento de territorios clandestinos y accesorios, fenómenos como el de la maquila han servido para crear nuevas configuraciones territoriales, más específicamente lo que Haesbaert llama territorios-red. Así, gracias al establecimiento de sistemas maquiladores, que permiten acceder a las innovaciones tecnológicas por medio de la división del trabajo y con ello obtener las ventajas de la eficiencia, la estandarización del trabajo y la disminución del tiempo de aprendizaje y de costos (Calleja, 1994:77); se fomenta una fuerte interacción entre territorios clandestinos y accesorios, tanto al interior del barrio como hacia su exterior.

Por otra parte, esta característica hace a territorios clandestinos y accesorios muy apropiados para acoger a la población más vulnerable, entre ella a migrantes, tanto

nacionales como extranjeros, que gracias al establecimiento de esquemas como el de la maquila encuentran donde vivir y trabajar fuera de la vista de las autoridades. Gracias al establecimiento de estos territorios muchísimas personas logran insertarse en sociedades de las que no forman parte gracias a la posibilidad de construir pequeñas comunidades que a la postre pueden convertirse en verdaderos territorios migratorios que reciben de manera definitiva a familiares, amigos y conocidos de sus habitantes. Así, estos territorios se integran a una red de itinerarios en la que sirven como vínculos permanentes con uno o varios lugares de origen, con los que se está en contacto constante; puntos de referencia para quien va de paso a otra parte, o para la llegada de nuevos migrantes.

Tepito no solo fue en sus orígenes un barrio migrante, poblado por oleadas consecutivas de personas provenientes de todo el país, principalmente del campo y en particular del bajo, quienes implantaron las picas y establecieron la tradición del trabajo de la piel y la fabricación de calzado en el barrio. Como se verá más adelante, a partir de la segunda guerra mundial Tepito se convirtió en el hogar de infinidad de trabajadores temporales que viajaban cada año a Estados Unidos a trabajar el campo y que viaje con viaje empezaron a establecer rutas comerciales de fayuca, es decir, de pequeño contrabando hormiga, muchas veces transportado por el propio viajero.

Además, desde los años ochenta en Tepito también es perceptible la presencia de una creciente población coreana que fue ocupando espacios de posibilidad en la Av. Aztecas. Por medio de prestanombres y con ayuda de algunos líderes de vendedores ambulantes, estos migrantes asiáticos adquirieron o rentaron locales comerciales donde establecer territorios accesorios que hoy en día permiten reconocer la formación de un territorio “diaspórico”⁶⁰ claramente identificable. Los coreanos de Tepito han creado una comunidad cerrada sobre ella misma y en buena medida desinteresada con respecto a la cultura y la lengua de la sociedad mexicana, con la que han establecido “fronteras de

⁶⁰ Siguiendo a (Alba, 2008:12-25) se entiende por diáspora una comunidad relativamente homogénea que comparte un origen común, y goza de cuantiosos recursos así como de una red social muy amplia que no sólo liga a un espacio de inserción en una sociedad destino con un punto de origen, en países distintos, sino también con otros puntos en terceros países.

mercancía” (Alba, 2009:12-25) a partir de las cuales se construyen las interacciones entre sus territorios(-red) y los habitantes de la ciudad.

Las organizaciones de comerciantes: la formación de territorios-zona.

En la segunda esfera, el mercado, y de manera mucho más importante para el desarrollo de Tepito, también es perceptible cómo los territorios ambulantes y semifijos han servido como bloques constructivos para la creación de territorios más complejos, que aparte de abrirle la posibilidad a una parte de la población de insertarse en una sociedad determinada, ofrecen oportunidades para entablar un verdadero proceso de integración social.

Los espacios de oportunidad están fuertemente condicionados por la necesidad de hacer dinero a través de la oferta de mercancías. En este sentido su establecimiento es estratégico, se lleva a cabo en momentos y ubicaciones favorables al intercambio, razón por la que tienden a multiplicarse en coordenadas determinadas. Ahora, si bien la presencia de un ambulante o de un puesto puede ser obviada o pasar desapercibida, conforme su número aumenta sus territorios de baja intensidad adquieren notoriedad y los hacen enfrentarse a tres problemas principales: la pugna por los mejores puntos de venta; el acecho de las autoridades para que cesen de instalarse los puestos; y los embates de la criminalidad que ven una presa fácil en comerciantes y consumidores. Estas problemáticas impulsan el surgimiento de figuras de liderazgo que ordenan y dan cohesión a los territorios de baja intensidad hasta que se transforman en “organizaciones territoriales” con formas espaciales características (como pequeñas aglomeraciones de puestos o corredores comerciales) que hacen invisibles las divisiones internas del grupo y mantienen la unidad del mismo frente a los demás (Silva, 2007:88; Castro, 1990:65). María Rosete lo expresa de la siguiente manera:

“Ha sido a través del tiempo, de muchos años de lucha y ahora sí que de defender lo que nosotros consideramos que es justo. A base de estrategia, de inteligencia, y muchas veces a base de movimientos sociales. Así es como se le ha dado el reconocimiento y el crecimiento que hemos tenido, porque al interior las diferencias las tenemos que hacer coincidencias (EMRS, 2011)”.

Las organizaciones territoriales pueden llegar a ser grandes, calles completas en el caso de Tepito que, conforme crecen, ganan permanencia y desarrollan una “cultura de la charola⁶¹” que financia las actividades de organización y los sueldos de un aparato administrativo que se complejiza mientras más agremiados se agrupan en el territorio construido. En Tepito, por lo general hay una organización territorial en cada calle, tramo de calle o incluso en cada acera (EAH, 2008). Aunque debe considerarse que el tamaño de las organizaciones es en realidad muy heterogéneo y por lo tanto también lo es el de los territorios que construyen; puede haber organizaciones que agrupen a no más de una docena de comerciantes y otras que agrupen a cientos.

La figura clave de las organizaciones territoriales son los “dirigentes” o “representantes”, que en el caso de las organizaciones más grandes, se ven acompañados de un aparato administrativo que incluye figuras como los “delegados”, los “consejeros”, las “madrinas”, los “charoleros” y los “chalanés”, sobre los que nos detendremos a continuación.

La función principal de los dirigentes es la de negociar los espacios de venta y cumplir un papel de intermediación en asuntos potencialmente conflictivos frecuentemente relacionados con el respeto de las ubicaciones asignadas a cada comerciante (Jaramillo, 2007: 144). Los dirigentes velan también por los intereses y la relación entre los integrantes de la organización territorial y la clientela; evitan agresiones entre comerciantes y transeúntes que llegan a entrar en conflicto cuando estos últimos pisan o tiran mercancías, y sobre todo cuando llegan a dañarlas (EFA, 2008). Estos actores también regulan las actividades de los comerciantes en el espacio, de manera que su presencia sea más tolerable para las autoridades; evitan que los agremiados sobrepasen límites acordados, exigen buena presentación y limpieza (Jaramillo, 2007:149).

⁶¹ La “cultura de la charola” es una parábola utilizada por David Arévalo, el líder de los comerciantes de las plazas “San Antonio Abad I” y “San Antonio Abad II”, que la explica como el establecimiento de un sistema organizativo autofinanciado, al interior del cual “se pasa la charola” donde depositar dinero para contribuir y enfrentar de manera unificada las adversidades. Si el familiar de algún comerciante muere, se pasa la charola para ayudar con los gastos; si es necesario contratar a alguien para limpiar la calle donde comercian, se pasa la charola...

Los representantes deben tener la capacidad de negociar con las autoridades el permiso para permanecer en la vía pública, integrar nuevos comerciantes y ampliar el espacio ocupado previamente. También deben responder por sus agremiados cuando éstas los hostigan, intervienen para removerlos de la calle o confiscar sus mercancías (Silva, 2007:96). En este sentido, la capacidad de lucha de los líderes es fundamental, como lo expresa María Rosete, líder del Frente Metropolitano de organizaciones populares:

“Muchos ven un uniforme y no saben cómo defenderse, entonces yo si se me defender y al mismo tiempo defiendo a la gente. Y si yo veo que un policía se pone grosero, lo que hago es que lo demando, por abuso de autoridad, por extorsión y ellos saben que si yo lo hago ellos caen en una falta administrativa o una cuestión de ilegalidad que lo lleva a que está cometiendo un ilícito y puede ser llevado al ministerio público a petición mía, entonces yo me sé defender por eso es que ellos me tienen temor y me respetan y si no me hacen caso pues hago que me hagan caso, mando traer veinte canijos y no los dejo ir. (EMRS, 2009)”

Los líderes también toman medidas frente a la criminalidad, que ve una presa atractiva en comerciantes y consumidores. Además, conforme la organización territorial crece, deben poder controlar y defender un territorio cada vez más amplio.

Así, mientras más grande es la organización, los representantes se rodean de más figuras que les ayudan a gestionar el espacio. Las dos figuras básicas asociadas al liderazgo son el “charolero” y los “chalanés”. El primero está encargado de “pasar la charola” para recoger las cuotas que los comerciantes deben pagar por el o los espacios que ocupen en la calle. Esta figura es muy recurrente a partir de cierto momento, pues la asociación de la recolección de cuotas con la dirigencia suele dificultar la tarea de los representantes, quienes determinan discrecionalmente el precio a pagar, aunque a partir de ciertos parámetros que pueden incluir el tipo del puesto, su tamaño y su ubicación. Los segundos son ayudantes que agilizan las actividades haciendo mandados de todo tipo para el dirigente y los delegados.

Cuando el representante empieza a controlar varias calles o sus tareas lo alejan de manera cotidiana de la ubicación donde está localizada la organización, dejar a alguien a cargo de la calle se vuelve una necesidad. Este es el papel de los “delegados” que hacen

de dirigente, mientras no está el dirigente. Además de informar y apoyar sus decisiones, realizan tareas que requieren de confianza y tacto político (Silva, 2007:69).

Finalmente, cuando la influencia de la organización se vuelve políticamente relevante y el representante comienza a tener más interacción con autoridades de alto nivel, es común que aparezcan “consejeros” que los orienten acerca de la posición que hay que adoptar o las decisiones que hay que tomar frente a ellas en determinados contextos (EAS, 2012). También suelen aparecer “madrinas⁶²” que dan el “pitazo⁶³” cuando habrá alguna intervención de las autoridades. Generalmente con un pie en lo oficial y otro en lo informal, estos actores sirven también como un canal trasero de comunicación para solucionar problemas entre organizaciones rivales.

Desde mediados de los ochenta, los comerciantes de Tepito han producido alrededor de 62 organizaciones territoriales; asociaciones civiles formadas por comerciantes, formalmente reconocidas por la Delegación Cuauhtémoc, que en 2001 ya agremiaban a 12,510 vendedores ambulantes —a los que hay que sumar otros miles de empleados o encargados de puesto—, según el padrón de organizaciones de comerciantes de Tepito (Grisales, 2003:84). Esta fachada “oficial” de asociaciones civiles cubre una gran red organizativa que orquesta no solo el control y buen funcionamiento de las distintas organizaciones territoriales; sino que funciona como una herramienta política que les ha permitido a los comerciantes pervivir, encontrar representación y entrar en la agenda pública de la ciudad (Stamm, 2007:84).

⁶² Se trata de informantes que gracias al desempeño de alguna función oficial en la delegación o dependencias similares tienen acceso privilegiado a informaciones pertinentes a los representantes y las organizaciones. (Gómez, 2007)

⁶³ Por “pitazo” se entiende el aviso oportuno, por parte de un informante, sobre la intervención sorpresa de las autoridades con el objetivo de que el destinatario pueda tomar las medidas preventivas, necesarias o pertinentes.

Los “territorios de representación”, una forma de multiterritorialidad en red.

Hoy, en Tepito, estas 62 organizaciones se agrupan en tres “frentes políticos”⁶⁴ que defienden y desarrollan los intereses de sus agremiados, regulan las actividades del mercado, ganan favores políticos a cambio de apoyos y neutralizan hasta cierto punto la interferencia de las autoridades en las actividades ilegales (EMRS, 2011). Los frentes se organizan generalmente en torno a una organización, frecuentemente la más grande y compleja del grupo. Al hablar de su experiencia como líder de un frente María Rosete plantea que:

“Es como una planta, la tienes que alimentar, el tener varias organizaciones implica que tu tengas un cambio de carácter de un momento a otro, porque no puedes darle el mismo trato a uno que al otro. A veces tienes que usar hasta la psicología, para poder llevar a tanta gente, porque no todos piensan igual, entonces para poderlos tener cohesionados, convencidos de que esta es la mejor opción. Tener el acercamiento, respetar su autonomía, mantener uniones continuas, cada semana nos reunimos los lunes, es de todo el día, tocamos todos los temas, la problemática de la semana, discutimos sobre asuntos políticos, sociales y ponemos en marcha estrategias... pero además de eso, yo considero que el llevar a cabo esto es como tener una escuela de cuadros permanente, para que las gentes que nosotros aglutinamos dentro del grupo estén obteniendo conocimientos de autodefensa” (EMRS, 2011)”.

La principal fuerza de estos frentes es su capacidad de apalancamiento político y económico en virtud de su tamaño, pues confederan a muchos miles de comerciantes. Su función principal es la interlocución con las autoridades capitalinas y la regulación de las cuestiones concernientes tanto a sus áreas de influencia como al mercado en su conjunto.

Los frentes políticos son los que median las relaciones entre las organizaciones territoriales en su conjunto, ordenan los territorios tepiteños, definen las posturas a tomar en común, promueven las actividades y deciden los tiempos de las organizaciones. Cada frente tiene varias manifestaciones identitarias, entre ellas es visible la asignación de colores en función de sus zonas de dominio, en efecto, los puestos de sus agremiados son cubiertos por una lona amarilla, azul o blanca para identificar la filiación a un frente

⁶⁴ El Frente Metropolitano de Organizaciones Populares (FMOP) dirigido por María Rosete Sánchez; la Asociación de Comerciantes Establecidos, Semifijos y Ambulantes del Barrio de Tepito A.C., dirigida por Miguel Galán; y la Confederación de Organizaciones de la Zona Económica de Tepito y el Distrito Federal A.C., dirigida por Leonardo Yllescas.

específico⁶⁵ (EAS, 2012). Se pactan cuestiones como la limpieza semanal de las calles del barrio, que se lleva a cabo los martes, día durante el cual el mercado descansa y los comerciantes tienen prohibido instalar sus puestos. Para ese mismo efecto, los frentes negocian con la delegación el préstamo o la concesión de los camiones de basura para que recojan esos días, o incluso con más frecuencia, por las noches, el cúmulo de basura generada por las actividades del mercado (ELY, 2008).

Los frentes también se preocupan por crear espacios de integración social como campos deportivos y gimnasios, como es el caso del deportivo “Luis Villanueva “Kid Azteca”” en el número 57 de la calle Rivero (ELY, 2008); o centros de rehabilitación contra las drogas. En el barrio se creó incluso un Centro de Estudios Tepiteños (CETEPI)⁶⁶, coordinado por Alfonso Hernández, cronista del barrio y “hojalatero social”, a su propio decir. Este centro está alojado en la sede de la *Asociación de Comerciantes Establecidos, Semifijos y Ambulantes del Barrio de Tepito A.C.*, de filiación priísta y dirigida por Miguel Galán quien además encabeza un segundo frente.

A final de cuentas, la función principal de los frentes es responder a las necesidades de los comerciantes a los que representan, por medio de dos mecanismos principales: la protesta y la negociación. Por una parte, la protesta es instrumentada por medio del sistema organizativo de los frentes, capaz de llamar a movilización a todos sus agremiados de manera sumamente rápida y extraordinariamente bien orquestada (EFA, 2008). Los vendedores ambulantes y sus empleados ya son numerosos, pero no son los únicos que dependen del mercado, sus familias también suelen tener algún tipo de participación en su vida económica y política, principalmente a través del trabajo familiar y la participación en mítines y marchas, especialmente como “paleros”⁶⁷ que engrosan las

⁶⁵ Esta información puede ser corroborada a partir de la observación de imágenes satelitales, sin embargo deben apuntarse dos grandes problemas que enfrenta este método de comprobación, primero, una parte importante del mercado se encuentra cubierta permanentemente por techos de lámina, donde se cancela este criterio de categorización; segundo, el uso de las lonas con estos colores está supeditado a su disponibilidad, por lo tanto son perceptibles algunos otros colores en varias zonas del mercado.

⁶⁶ www.barriodetepito.com.mx

⁶⁷ Los paleros son pequeños grupos de personas encargadas de promover una actitud particular en un grupo más grande por medio de música, ruidos, gritos y consignas.

movilizaciones y arengan a la gente. En este sentido, la principal fuerza de las organizaciones y los frentes son la gente que los compone, son una verdadera herramienta de presión política por medio de la cual defender sus intereses. Las protestas de los comerciantes están relacionadas con el aseguramiento de oportunidades en el futuro, en la mayoría de los casos frente a la actuación de las autoridades en cuestiones relacionadas a los decomisos de mercancías, el arresto de comerciantes o su remoción de la vía pública.

Por otra parte, los liderazgos que articulan en frentes a las organizaciones territoriales funcionan como la palanca que transmite la fuerza de las organizaciones y los frentes. La intermediación de los líderes con autoridades les permite negociar con ellas y llegar a situaciones de compromiso. Una de las expresiones más claras de esta capacidad de negociación son los famosos acuerdos de “reubicación” de comerciantes; un mecanismo a través del cual se llevan a cabo negociaciones con las autoridades en función de las cuales se concede abandonar una ubicación estratégica a cambio de la concesión indefinida de terrenos baldíos o viejos edificios para uso de los comerciantes, quienes están encargados de su acondicionamiento (Silva, 2010:197; Stamm, 2007:86). Este tipo de acuerdos pueden entenderse como un *trade-off* que, para el caso de los comerciantes, significa el sacrificio de espacios de oportunidad pero la ganancia de espacios de posibilidad⁶⁸, y para las autoridades, significa obtener una mejor imagen urbana y la satisfacción de quienes se ven afectados por el comercio en vía pública a cambio de la concesión de propiedades, generalmente abandonadas, que pertenecen al gobierno de la ciudad.

“Gambitos espaciales”: expansión territorial y deslocalización.

Los espacios de posibilidad que se obtienen después de las reubicaciones rara vez logran alcanzar el mismo éxito comercial que tienen los espacios de oportunidad, pues suelen tener mala accesibilidad para los transeúntes, encontrarse en ubicaciones poco

⁶⁸ Un conjunto de locales comerciales o espacios accesorios en una misma ubicación, una plaza comercial.

favorables, o en un estado de franco deterioro. Esta situación generalmente tiene un resultado paradójico, pues provoca que una proporción importante de los comerciantes reubicados vuelvan a la calle, mientras que la organización o el frente conservan el control sobre los espacios de posibilidad donde fueron reubicados, y les asigna la función de bodega característica de muchos territorios productivos.

Para el caso específico de Tepito, este fenómeno tiene particular importancia pues las reubicaciones de las que ha sido objeto se han limitado a recortar el crecimiento del mercado hasta los límites del barrio, contra su tendencia natural a desbordarse. En este contexto, los frentes han ganado espacios de posibilidad en las cercanías del mercado, sin sacrificar sus espacios de oportunidad más importantes en las calles del barrio; en este sentido, para el caso tepiteño más que de un *trade-off* podemos hablar de un “gambito espacial⁶⁹”. De esta manera, Tepito ha logrado conquistar espacios fuera de sus fronteras, puntos de apoyo a partir de los cuales se reproducen los mecanismos de sobrevivencia – y también de movilidad – que los generaron, le permiten crecer en influencia y expandir su territorio.

Las reubicaciones no son el único tipo de gambito espacial que se ha llevado a cabo en Tepito. Después de los sismos de 1985, una gran cantidad de vecindades se derrumbaron o fueron demolidas para construir diminutos departamentos que las reemplazaran. Estas nuevas viviendas, de tamaño similar a los cuartos redondos pero con divisiones internas que reducían su espacio real, volvieron imposible su uso multifuncional, en particular la producción. Este nuevo contexto, aunado al éxito comercial del que goza el mercado desde que se popularizó la fayuca a finales de los setenta, ha presionado hacia la “deslocalización⁷⁰” de ciertas funciones del barrio, principalmente la habitacional y la productiva.

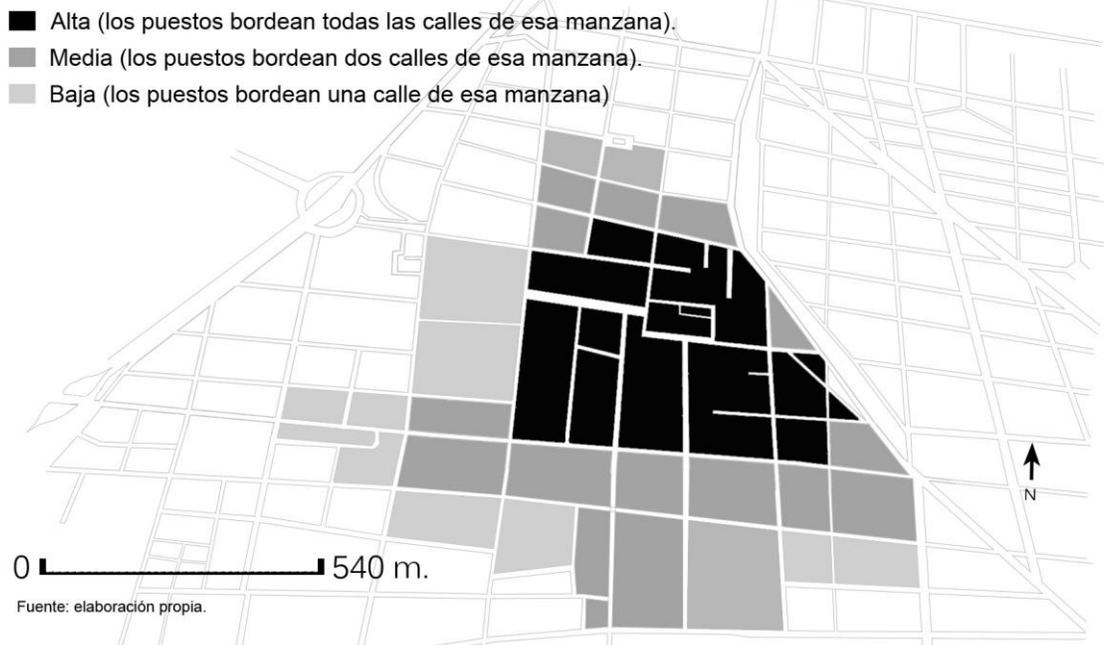
⁶⁹ En ajedrez, un gambito es un lance que consiste en sacrificar una pieza para lograr una posición favorable. Por “gambito espacial” se busca destacar el sacrificio de un espacio para conseguir otro que a la larga resulta más ventajoso.

⁷⁰ La deslocalización se entiende comúnmente como el traslado de una parte de la producción de una industria, de una región a otra o de un país a otro, normalmente buscando menores costes

El aspecto más relevante de este gambito espacial es que las funciones que se han deslocalizado a otras zonas de la ciudad no solo han servido para reducir las fricciones económica, social y política asociadas a la concentración de las actividades comerciales en el mercado, sino que ha permitido trasladar el esquema de territorialización de los *espacios de posibilidad* a otras ubicaciones sin sacrificar su vínculo funcional con el mercado de Tepito. En el contexto de la industria pirata, se ha reactivado el esquema de las picas tanto para la producción de bienes digitales como textiles, ahora en nuevas ubicaciones al interior de la ciudad para el primer caso (EJMK, 2008) y principalmente en el Estado de México y Puebla para el segundo (EFA, 2007).

La deslocalización de las funciones productiva y habitacional en Tepito, le permitió a las organizaciones territoriales crecer enormemente y consolidarse. Por una parte, los comerciantes tienen ahora la enorme ventaja de poder almacenar sus mercancías en las inmediaciones de sus territorios de baja intensidad; un ahorro significativo en tiempo, esfuerzo, y dinero que, de otra manera, tendrían que destinarle a su transporte diario (en transporte público o en pocos casos en vehículo particular) cargados de mercancía y de las estructuras que le dan forma a sus territorios de baja intensidad.

Mapa 5. Estimación de la presencia de bodegas en el barrio de Tepito en función de la concentración de “espacios de oportunidad”.



Por otra parte, la “bodeguización” del barrio también dio pie a otros dos fenómenos relacionados a la concentración masiva de los espacios de oportunidad: la formación de zonas de mayoreo y menudeo definidas en función de la accesibilidad de los puestos en relación con traza urbana y los propios límites del mercado; y la creciente especialización de las calles mayoristas en función del tipo de producto que ofrecen.

Multiterritorialidad reticular y globalización “desde abajo”.

Hoy en día, ésta es una de las principales características del mercado de Tepito y pone en evidencia la naturaleza de sus relaciones hacia afuera, no solo con consumidores y productores, sino con espacios de redistribución y con espacios de abastecimiento. Tepito tiene fama de ser un mercado negro, donde es posible adquirir de todo: armas de fuego, droga, documentos oficiales, facturas, cintas pornográficas, e incluso huevos de tortuga para la virilidad. Sin embargo, estas actividades suelen ser marginales, el fuerte del mercado de Tepito son los productos baratos de primera necesidad: ropa; calzado; teléfonos celulares; bisutería y accesorios; algunos electrodomésticos; medios de

reproducción informática; CDs/DVDs/Bluerays; películas, música y software; comida y bebida. Estos productos suelen ser adquiridos o producidos con algún grado de ilegalidad y clandestinidad, entre los que destacan la piratería y el contrabando, y distribuidos al mayoreo y al menudeo a lo largo de una operación en la que pocas veces se pagan impuestos o derechos.

La **zona de venta al menudeo** envuelve al mercado, es más extensa al sur y al este, donde los puestos son más próximos a los dos ejes viales. Por el contrario, esa misma zona se adelgaza en los extremos norte y oeste del mercado, relativamente alejados de avenidas importantes, de las estaciones de metro y de las rutas de microbús. Esta zona minorista, está muy ligada al consumo de los transeúntes, distribuye muy diversos artículos de consumo “final” de primera necesidad, a la venta en pequeñas cantidades y a precios superiores a los que se encuentran en el núcleo del mercado.

Los **consumidores** que acuden a comprar artículos al menudeo suelen ser capitalinos, a pesar de la mala fama del barrio, cada día cientos de miles de personas lo visitan, particularmente los fines de semana. Tepito se ha convertido en un lugar de consumo donde pasar un rato agradable; se venden productos de consumo final a muy bajos precios incluso en pequeñas cantidades.

La **zona de venta al mayoreo** crece conforme la distancia hacia los extremos del mercado se hace más grande, donde la densidad de puestos aumenta y una mayor porción de la calle es ocupada para disponer grandes cantidades de mercancía. Esta disposición funciona como una barrera para al tránsito de automóviles y como un gran obstáculo para la entrada de las autoridades. La zona mayorista encuentra su culmen en las inmediaciones de lo que era la plazuela de la iglesia de San Francisco y del “Maracaná”, un campo de fútbol que, apodado de esa manera como referencia al famoso estadio brasileño de Rio de Janeiro, refleja las aspiraciones futbolísticas de Tepito y la importancia simbólica del lugar. La centralidad del mercado queda manifiesta en calles como Toltecas, Caridad e incluso el extremo de la calle Matamoros, donde no solo es perceptible un grado importante de especialización de las mercancías, sino que las calles

están cubiertas por grandes techos de lámina corrugada en forma de medio barril que se extienden de banqueta a banqueta.

La zona mayorista atrae principalmente a **comerciantes** y **productores**, que llegan hasta el centro del mercado en busca de productos de consumo “final” e “intermedio” a bajísimos precios y en grandes volúmenes. Estas características ponen en evidencia su alcance regional, cuando se indaga acerca del destino de los productos; como también su alcance internacional, cuando se estudian sus fuentes de abastecimiento.

Por una parte, los **comerciantes** y “puesteros” del resto de la ciudad, e incluso de ciudades en otros estados en una escala megalopolitana⁷¹, visitan Tepito para abastecerse de mercancías dirigidas tanto a productores como a comerciantes y consumidores que revenderán en sus lugares de origen, donde el ciclo puede repetirse. Un ejemplo bien documentado de este alcance regional es el de los fayuqueros de Texcoco (Rosemberg, 1992), que viajaban varias veces a la semana a Tepito para comprar mercancías que revenderían en territorios de baja intensidad ubicados en los portales de la plaza principal de su lugar de origen. Por otra parte, los **productores** suelen ser actores locales que compran volúmenes importantes de bienes de consumo intermedio y organizan un sistema de maquila domiciliaria a través del cual se producen principalmente artículos piratas, en espacios de posibilidad dentro o fuera del barrio, o incluso en otras ciudades, con mercancías compradas en el mercado de Tepito. La mercancía producida llega a venderse en Tepito mismo o en algún otro punto de la ciudad.

Las mercancías que llegan a Tepito son fruto de la irregularidad. Son importadas o introducidas de contrabando desde la cuenca del Pacífico, de los Estados Unidos, de Belice y de Panamá (EMRS, 2011), pero también producidas al interior de la república por empresas formales que muchas veces no expiden factura y por lo tanto no declaran ventas ni pagan impuestos.

⁷¹ Como por ejemplo del Estado de México, de Guerrero, de Morelos, de Puebla y de Tlaxcala (EAS, 2012)

Tepito y la globalización “desde abajo”.

Tepito articula cadenas de producción de bienes legales, semilegales e ilegales, de elevado volumen, flexibles y personalizadas que obtienen sus suministros en espacios “estratégicos” y conforme progresan, establecen circuitos de producción transnacionales que operan bajo dos configuraciones: mercancías dirigidas a la producción (o más exactamente a la reproducción); y mercancías dirigidas al consumo final. La presencia de estas dos configuraciones es básica para estimular el carácter global de los grandes mercados informales.

Al interior de las ciudades, en algunas poblaciones pequeñas o incluso en el campo, en una escala metropolitana amplia, pequeños emprendedores y piratas son famosos por generar circuitos de producción y abastecimiento de bienes apócrifos o producidos informalmente. Emplean trabajo a destajo (o por obra determinada), llevado a cabo la mayoría de las veces por maquileras. En el contexto de la industria pirata, la organización productiva tiene a la cabeza a un pequeño emprendedor pirata sobre el que recae gran parte del proceso productivo: realiza la compra del equipo y los insumos (quemadores, discos, cajas, portadillas, sobres de plástico, etcétera). Los piratas, hacen uso de la maquila, llevada a cabo por actores familiarizados con algunos procesos técnicos de la producción de una parte del producto (la obtención de información, el quemado de los discos, la impresión de portadillas para la música, las series, las películas, etc.) en un espacio de posibilidad. Así, los piratas pueden aprovechar algunos avances tecnológicos (realmente muy modestos), sin tener que invertir grandes cantidades de tiempo y de dinero. El final del proceso de producción emplea mano de obra familiar y muchas veces asalariada (pero sin cumplir con la reglamentación laboral) para realizar el armado del producto en espacios de posibilidad y la distribución a través de espacios de oportunidad.

Los piratas articulan un verdadero sistema maquilador que vincula al mercado de Tepito con empresas formales que les proveen de insumos; con territorios accesorios donde se coloca el producto, muchas veces dejándolo a consignación en mercados y plazas comerciales; o con territorios semifijos en las calles de la ciudad. Estos actores no

pagan impuestos, no aseguran a sus trabajadores y producen y comercializan productos de la economía informal. Un caso ejemplar es el de Miguel Ángel, un comerciante de películas, series de televisión, y *software* especializado que visita Tepito cada sábado para reemplazar la mercancía que vendió a lo largo de la semana con su socio Roberto, afuera de las estaciones de los metros “Universidad” y “Copilco”. En Tepito adquieren al mayoreo series y películas, así como sus portadas, bolsitas de plástico transparente para guardarlas y discos vírgenes para hacer copias. Roberto se encarga de descargar el *software* de internet y de llevar un inventario riguroso y actualizado de los programas que venden; también hace los diseños de las portadas, agregando todas las especificaciones del programa, e instrucciones sencillas y detalladas para su instalación, con garantía de cambio en caso de falla. Las copias se hacen en casa, donde se arma el producto final que será vendido en los puestos a las afueras del metro.

A escala nacional, miles de individuos articulan cadenas de abastecimiento que vinculan a la industria mexicana formal con los comerciantes y productores informales, en pequeñas y grandes ciudades. Como si se tratara de “hormigas”, viaje con viaje estos actores establecen verdaderas rutas comerciales que alcanzan una escala transnacional. Mientras más integrados están los actores a un circuito en específico por el que fluyen personas, mercancías, dinero e información, más evidentes son las características que los diferencian de otros actores. Para el caso de Tepito podemos discernir dos representaciones particularmente importantes de este nomadismo transnacional: los “Fayuqueros” y los “Marco Polos” que vinculan a Tepito con múltiples localidades en Estados Unidos, Belice, Panamá, Taiwán y China.

Los fayuqueros son de alguna manera actores históricos. Se les asocia generalmente con antiguos trabajadores temporales que migraban a Estados Unidos en los 60 y los 70, o aún antes, en un contexto de sustitución de importaciones y mercado protegido, quienes al regresar, cargaban con mercancías inexistentes en su lugar de origen. Originalmente, los trabajadores temporales regresaban con regalos para su familia y amigos del vecindario. Pero los regalos tenían tanto éxito que no solo se convirtieron en un ingreso complementario al final de la temporada de trabajo; llegaron a

ser un negocio en sí mismo. Las ganancias ameritaban el viaje al otro lado, pero se perdía tiempo en la venta; poco a poco el trabajo se dividió: unos vecinos fayuqueaban y otros comerciaban. El establecimiento de circuitos de contrabando “hormiga” conocido como “fayuca” fue la primera etapa de internacionalización de Tepito. Se inició desde la segunda guerra mundial y llegó a su apogeo en los años ochenta.

Los fayuqueros viajaban en camión desde la Ciudad de México hasta Tijuana, Ciudad Juárez, Nogales, Nuevo Laredo, Reynosa o Matamoros; cuando tenían “papeles”, tomaban el camión a los mismos puntos pero del lado estadounidense (EDP, 2008). Sin documentos migratorios, se buscaba a algún vehículo fronterizo, de algún conocido o en muchos casos se contrataba con alguna excusa: viajes a *Disneyland*, o a algún otro parque de diversiones, visita a familiares, amigos, conocidos, o sencillamente se iba de *shopping* (Alarcón, 2008:99-102). Una vez en Estados Unidos se dirigían a *swap-meets*, espacios oficiales de intercambio y compraventa de productos, al aire libre o en inmensas bodegas donde se disponen grandes mesas rudimentarias por las que se debe pagar una cuota diaria por el derecho de exhibir mercancías. En estos puntos de relevo del nomadismo transnacional podían encontrarse artículos de segundo uso⁷², de origen asiático o producidos en territorios clandestinos por medio de maquilas, generalmente operadas por personas de ese mismo origen. También se compraba en los *malls* y en particular en los *outlets*. Después, al terminar un largo día de compras, cuando caía el sol, ya los esperaba el vehículo que los llevaría de regreso y les ayudaría a burlar las garitas, donde se buscaba pasar de incognito las mercancías, o a llegar a un arreglo con los aduanales, generalmente un pago en efectivo o en especie. Una vez pasada la frontera, el viaje continúa por tierra y los fayuqueros deben enfrentarse de nueva cuenta a la vigilancia de las autoridades, solucionando eventuales problemas con “mordidas⁷³”:

“Nada más había una garita, la 26 que le llamaban. Entonces regresaba uno a la 26 y le entraba con su lana, llegaba a Matehuala y le entraba con su lana, llegaba a Monterrey le entraba con su lana, llegaba a San Luis Potosí le entraba

⁷² Es interesante apuntar que las armas de fuego empezaron a introducirse a Tepito gracias a que su venta es legal en los *swap-meets* siempre y cuando estas sean de segunda mano.

⁷³ Se entiende de un acto de corrupción por medio del cual se ofrece una “mordida” de las ganancias que se obtendrán como resultado de la aplicación discrecional de la ley o las regulaciones vigentes.

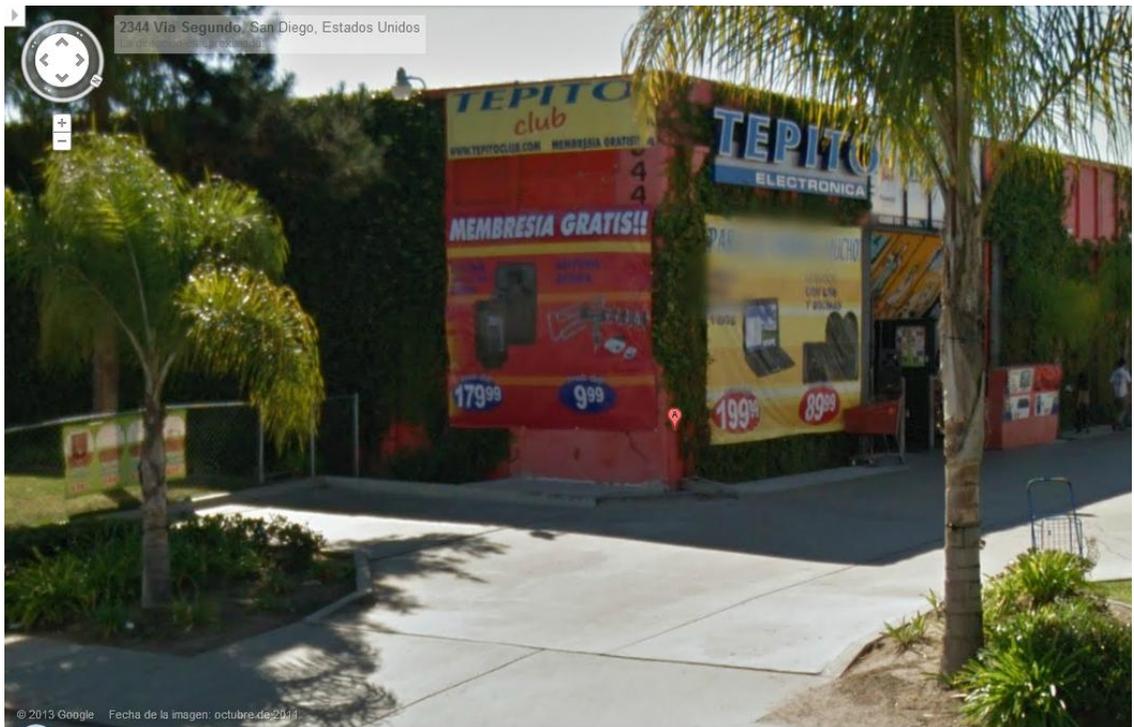
con su lana y hasta acá. Había que pagar en todas las terminales de regreso porque traía uno su mercancía, que eran los 50, los 100, los 150, los 200. La de Palmitas era la más pesada, pedían hasta 500. Hasta San Luis Potosí eran aduanales después eran federales a los que había que pagarles. (EDP, 26/03/2009)”

Los primeros artículos que los fayuqueros comercializaron fueron de uso personal, bisutería y chucherías: cortaúñas; carritos a escala, pulseras, aretes, pasadores, cucarachas, prendedores, jabones “dove”; paraguas y todo tipo de “recuerditos”. Después vinieron relojes, plumas, peines, chamarras, porcelana –señoras llegaban a traer hasta 8 o 10 bolsas de porcelana china–, electrodomésticos: tostadoras, licuadoras, televisiones, videocaseteras, estéreos, etc. Luego, los artículos que llegaron fueron de “marca”, desde ropa hasta electrodomésticos, pasando por música y películas (ELY, 2008).

Sin embargo, la fayuca perdió gran fuerza con la apertura de las fronteras a productos extranjeros a partir del cambio de modelo de desarrollo que se adoptó después de la crisis de 1982, y los fayuqueros debieron buscar nuevas vetas. Los *displays* de las vitrinas y la ropa estadounidense de segunda mano empezaron a importarse aprovechando que no se pueden vender como nuevos y que la ropa usada proveniente de Estados Unidos, de acuerdo con el TLCAN no puede importarse como tal pero si como trapos viejos. Se empezaron a comprar artículos obsoletos; o “renovados” que sufrieron algún daño cosmético o que no pasaron el primer control de calidad durante su fabricación y que la empresa arregla sin la posibilidad de venderlos como nuevos. El negocio sobrevivió sobre todo por la diferencia en productos que pueden encontrarse “del otro lado” y a la porosidad de la frontera, donde existe una verdadera “cultura de la fayuca” (ELY, 2008).

Los fayuqueros vinculan estrechamente a Tepito con los lugares por donde transitan, en particular los lugares de abasto donde queda una clara huella del vínculo y la intensidad de los intercambios. Así, justo a un costado de un *swap-meet* de San Ysidro California, en la *Via Segundo* #2344, al sur de San Diego, podemos encontrar una empresa que desde hace más de diez años ofrece una amplia gama de electrodomésticos; su nombre es *Tepito Club Electronica* y su dirección en la red es www.tepitoclub.com.

Foto 5: La tienda “Tepito Club Electrónica” en San Ysidro, California.



Fuente: Googlestreet <http://goo.gl/maps/NBQeL>.

De la misma manera, en el número 426 de la *El Paso Street*, en El Paso, Texas, podemos encontrar una tienda de mayoreo y menudeo llamada “TEPITO EL PASO”.

Foto 6: La tienda “Tepito El Paso” en El Paso, Texas.



Fuente: Googlestreet <http://goo.gl/maps/kNOFe>

Un ejemplo más es el de la tienda Tepito Electronics en el número 405 de la Covent Avenue en Laredo, Texas.

Foto 7: La tienda “Tepito electronics” en Laredo, Texas.



Fuente: Googlestreet <http://goo.gl/maps/75Nvm>

Otro punto de referencia importante para los fayuqueros son “los callejones” en el *fashion district* de Los Ángeles. El *fashion district* está constituido por una decena de manzanas que combinan accesorias con puestos desdoblados. El *Santee Alley* es su espacio comercial más vívido: miles de transeúntes lo recorren en busca de ropa, calzado, perfumes, accesorios, y aparatos electrónicos. En toda la zona se percibe una fuerte presencia mexicana, evidente sobre todo al escuchar los gritos en español de los comerciantes en los callejones. En el *fashion district* también hay una gran presencia asiática, perceptible sobre todo al interior de los comercios, los cuales funcionan como territorios comerciales que combinan comercio en el frente y maquila en la parte trasera, y que muchas veces incluso se desdoblan hasta la calle. En el *fashion district* es posible encontrar mercancía de calidad mediocre, fabricada a muy bajos costos por la industria china o las maquilas asiáticas de ese distrito, al mayoreo y al menudeo (Alarcón, 2008:94-99).

Foto 8: El “Santee Alley” en el Fashion District de Los Angeles, California.



Fuente: Googlestreet <http://goo.gl/maps/TYrbP>

Por otra parte, algunos fayucheros “la hicieron en grande” y cambiaron su negocio de escala: abrieron casas importadoras y empezaron a introducir grandes volúmenes de mercancía. Los productos se “triangulaban” desde China, se importaban a Estados Unidos, se cambiaban los certificados de origen, y, posteriormente, se introducían a México usando los mismos caminos y los mismos contactos establecidos durante el contrabando “hormiga”. Un caso documentado de esta estructura de acción es el de la familia Solís Heredia, de Tepito (Reforma, 26/01/2003). Esta familia se dedicaba al negocio de la fayuca y viró al de la comercialización, distribución, suministro, compraventa y consignación de toda clase de bienes y mercaderías de procedencia nacional o extranjera, aprovechando los canales que ya tenía abiertos. Así, el grupo Mekong, formado por trece familiares, dejó de comerciar en la calle cuando se especializó en la importación de CDs-DVDs. Se le adjudicó la introducción de más de la mitad de los 400 millones de CDs-DVDs vírgenes con los que se abastecía la piratería en México durante el 2003. El Servicio de Administración Tributaria (SAT), de quien dependían las aduanas, confirmó que los discos que distribuía Mekong eran fabricados en Taiwán. Se hacían pedimentos de importación por medio de otras empresas y prestanombres, eran

transportados a California, y de ahí importados a México, en su mayoría, vía Tijuana –una aduana no autorizada para ese tipo de productos- para su distribución en todo el país e incluso en Centroamérica (Reforma, 26/01/2003).

Desde los años noventa y sobre todo después de 2001 en que China ingresó a la Organización Mundial de Comercio, otros actores empezaron a comprar directamente en la cuenca del Pacífico por sus bajos precios, especialmente en China. La mercancía se compra en grandes volúmenes durante una visita desde México; el transporte y el embalaje se dejan en manos de los exportadores. En México se hacen los trámites necesarios con las agencias aduanales para los permisos de importación, los seguros y el movimiento de divisas, conforme a las normas del comercio exterior vigentes (EAL, 2011). Sin embargo, muchas veces no se cumplen totalmente los requisitos legales de la importación: se subfactura; se cambian las fracciones arancelarias y se corrompe a los agentes aduanales. Hoy en día, en Tepito, a los agentes que viajan a Asia se les llama “Marco Polos” y se dice que son ellos los que han abierto fronteras.

Un excelente ejemplo de esta figura es el de María Rosete Sánchez, líder del Frente Metropolitano de Organizaciones Populares de Tepito, quien desde 2007 empezó a viajar a China a comprar contenedores de mercancías para los comerciantes de su frente (EMRS, 2011). En 2009 María Rosete inició dos proyectos paralelos de los que habla como el “tutorial comercial”, estos consisten: primero, en la organización de un programa que “dote” de mercancía, a la gente que forma parte de su frente, por medio de microcréditos; y segundo, el establecimiento de una empresa importadora. La idea del “tutorial comercial” surgió de la relación entre María Rosete y Ann Lann. Esta segunda es una mujer china, originaria de Beijing, quien llegó hace alrededor de quince años a la ciudad de México y quien desde hace siete abrió una empresa importadora de artículos chinos. En los últimos 7 años, la Sra. Lann se ha asociado con otros seis connacionales chinos para hacer crecer su negocio, que bajo la denominación de *Grupo Cheng Gheng International, S.A., de C.V.*, además de dedicarse a la importación de cerca de 100 contenedores de mercancía al año; ahora también participa en la distribución a través de

varias tiendas de productos chinos, principalmente bolsas, bisutería y artículos para oficina (EAL, 2011).

Estas dos mujeres se conocieron trabajando: por un lado María Rosete estaba al pendiente de rumores acerca de una mujer china que se encontraba distribuyendo mercancía a sus agremiados con una camioneta; por el otro Ann Lann buscaba constantemente la manera de colocar los productos que ella misma había seleccionado a la hora de hacer sus pedidos de importación, en el populoso mercado informal de Tepito. Al poco tiempo de conocerse las dos se habían vuelto buenas amigas y empezaban a pensar en asociarse.

La figura de la “tutoría comercial” fue el resultado, la asociación entre un esquema de importación en grandes cantidades de mercancías a muy bajos precios; con una estructura de distribución masiva, con alcance regional, de artículos baratos de primera necesidad. La idea básica del proyecto era la de generar beneficios mutuos y aprovechar las ventajas que cada actor podía brindarle a la relación. Por una parte, la organización de María Rosete proveería y ampliaría los canales de distribución de los importadores chinos. Por otra parte, la sociedad importadora de Ann Lann capacitaría y orientaría a los comerciantes, y financiaría sus primeros emprendimientos (EAL, 2011).

La organización de Rosete tenía tres objetivos principales: primero, importar productos de calidad y a precios muy bajos, de manera completamente legal; adquirir la capacidad de obtener mercancía con demanda: memorias de teléfono, memorias de computadora (usb), bolsas, bisutería, juguetes, artículos de luz, etcétera. Segundo, consolidarse como una empresa importadora autónoma, que tenga capacidad propia para financiar a comerciantes y “dotarlos” de mercancía. Finalmente, la organización está interesada en ofrecer servicios de asesoría para la importación por medio de una oficina en china y otra en México para cualquier comerciante que lo encuentre necesario (Universal, 2010).

María Rosete dice que con los empresarios chinos ha encontrado lo que siempre había buscado con los empresarios mexicanos, quienes: “no están dispuestos a vendernos

o a darnos créditos, para ellos nosotros no somos personas confiables. Y si algo querían que vendiéramos, que lo vendiéramos rápido y querían que vendiéramos lo que ellos tenían. Cuando el éxito de los chinos es... que piensan como nosotros... (EMRS, 2011)". Para esta "Marco Polo" de Tepito, la mentalidad china comprende la situación de la gente, saben que si el comerciante tiene un lugar donde trabajar y mercancía con qué hacerlo, saldrán adelante. La relación con la importadora china le permitiría a la organización de comerciantes eliminar intermediarios y tener acceso a líneas de producción especializadas de manera legal (EMRS, 2011).

El financiamiento inicial a la iniciativa del frente de María Rosete fue de 14,000,000 de pesos (debate, 2010), que incluían cientos de créditos revolventes de 20,000 pesos que no cubrían más que a una reducida porción de sus agremiados. Los socios chinos también los asesorarían para hacer sus compras en Yiwu, arreglar la contratación de logística y la realización de los trámites burocráticos correspondientes manteniendo precios competitivos.

Esta Marco Polo describe el mercado de Yiwu como un lugar impactante, un mercado mundial con una gran afluencia de demandantes con orígenes muy diversos, donde se puede encontrar una voluminosa oferta con una diversidad que supera los mil giros, el paraíso del comerciante:

"Fue impresionante encontrar el mercado mundial con una gran afluencia de demandantes del mercado internacional, habían rusos, hindúes, canadienses, gringos, europeos, de todo. A mí me pareció un sueño el ver ahí a la gente... a los hindúes, a los africanos, con sus vestimentas, ahí caminando por las calles de china. Para mí fue un sueño, algo que había visto solamente en las películas, me pareció un sueño, fue muy bonito, además conocer el mercado internacional que ahorita es uno de los... es el principal que abastece al mundo, estamos hablando que viajamos al país de la globalización comercial. Fue impresionante, un mundo de giros, ellos ya están... yo creo que ahí deben estar concentrados más de mil giros... de mil giros estamos hablando. (EMRS, 2011)"

Yiwu es tan grande que antes de empezar a tomar decisiones, le fue necesario recorrer y ver durante varios días el mercado, tomar notas y buscar el giro que más le convenía desarrollar pensando en el consumidor mexicano. Para esta líder tepiteña la

oferta china resulta muy atractiva pues su flexibilidad le permite seguir la temporada: la moda, las novedades, los artículos estacionales en sus versiones más buenas, bonitas y baratas. A final de cuentas, entre los cientos de proveedores instalados en Yiwu, la mayoría son oficinas de los propios productores, que desde toda china concentran su oferta de mercancías a través de ese mercado, donde ofrecen servicios como la creación de líneas de producción especializada.

Por medio de catálogos, es posible escoger el tipo de producto y sus principales características en varios rangos de calidad. Se ofrece una producción flexible que ofrece distintos modelos, con distintos accesorios, estampados, colores, insignias o rótulos que transmitan la noción de “marca”. En el mercado de Yiwu las compras se hacen bajo contrato, se paga un adelanto de 30% de la venta a los proveedores y el resto en el momento que la mercancía llegue a la bodega de la casa importadora de Ann Lann en Yiwu. En la bodega del *Grupo Cheng Gheng International, S.A., de C.V.*, donde además de albergar oficinas se tiene espacio para almacenar 5 contenedores, se revisa la cantidad y calidad de las mercancías, así como su correcto etiquetado para la importación a México, antes de completar el pago. Cuando la mercancía es recibida, la oficina de Ann Lann se encarga de conseguir los contenedores, empacar la mercancía, hacer los trámites de exportación e importación, embarcar los contenedores y recibirlos en la ciudad de México (EAL, 2011).

Las mercancías son embarcadas en el puerto de Ningbo y arriban al puerto de Manzanillo, donde los contenedores son transferidos a un tren que los transporta hasta la estación de Pantaco, al norte de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. De ahí las mercancías son almacenadas en las oficinas mexicanas del *Grupo Cheng Gheng International, S.A., de C.V.*, y distribuidas por medio de los más de cinco mil comerciantes del FMOP. Así, algunos meses después de lograr su primera importación, María Rosete ya había vendido más de 30,000 bolsos marca “Rosete” (EMRS, 2011).

Foto 9: Maletín unisex marca “Rosete”, fabricado en China.



Fuente: fotografía propia.

De la misma manera, miles de pequeños comerciantes informales y contrabandistas “hormiga” de todo el mundo se dan cita en los mercados Chinos, que en unos casos se ajustan mejor o peor a las necesidades de cada cual⁷⁴. Con el paso de los años, los flujos comerciales que estos actores han producido ha reconfigurado la manera en que estaban articulados los mercados populares.

Conclusión.

A lo largo de este capítulo se han analizado las principales formas espaciales que se producen en Tepito y se ha estudiado de qué manera se relacionan, no solo entre ellas, sino con espacios similares en su exterior. Hemos mostrado cómo se explotan espacios de

⁷⁴ Un interesante estudio sobre uno de estos mercados es el de Gordon Mathews, *Ghetto at the Center of the World: Chungking Mansions*, Hong Kong, University of Chicago Press, 2011, 248.p.

posibilidad y espacios de oportunidad para establecer territorios de baja intensidad. Asimismo, se ha explorado la manera en que estos se conjugan para formar una serie de territorios-zona y territorios-red cada vez más grandes e imbricados. Un proceso de integración social que se construye y reconstruye durante la interacción de sus actores quienes, por un lado, no se comportan ni toman decisiones fuera de un contexto social, y por otro, tampoco se limitan a jugar una parte prescrita por la categoría social que ocupan.

La producción y desarrollo de los territorios tepiteños destacan el fuerte vínculo funcional de este espacio local con otros espacios locales y globales. Pone en evidencia la existencia de circuitos de producción de piratería y distribución comercial a escala urbana y megalopolitana. Subraya la importancia de los intercambios que se llevan a cabo a lo largo de extensas rutas transnacionales, construidas a lo largo del tiempo, que no solo han transformado la vida en Tepito, sino que han dejado una profunda marca de vitalidad en el paisaje urbano de la capital y en el de ciudades de países como Estados Unidos.

Aún más, la producción de territorios tepiteños nos habla del emprendimiento de una serie de estrategias a partir de las cuales, desafiando y subvirtiendo el *establishment* por medio de fenómenos como el contrabando, la piratería y la informalidad en su conjunto, no solo en Tepito y el Distrito Federal, sino en todo el país e incluso en contextos urbanos que trascienden las fronteras nacionales; construyen sus propios ejes de integración social (trabajo, intercambio, consumo, esparcimiento) y de participación política a partir de los cuales logran hacerse de un lugar en la ciudad.

Con este panorama trazado, aún queda preguntarse qué forma tomarán los territorios de la informalidad a la hora de construir una topografía que los vincule globalmente.

Conclusiones.

Tepito es un lugar complejo, a lo largo de este trabajo se le ha presentado como un sistema territorial con alcance global cuya estructura y funcionamiento son puestos en evidencia por la manera en la que se vinculan y superponen tipos territoriales distintos. La yuxtaposición y convivencia de estos territorios responde por el conjunto de las experiencias de sus actores, de sus relaciones de dominio y apropiación en el/con/a través del espacio y el tiempo. En este sentido, más que un territorio unitario, como estado o condición definidos de manera clara y estática, se observa una dinámica combinada de territorios o multiterritorialidad. Aún más, la interacción y el funcionamiento de estos territorios suscitan un orden que le ha permitido a Tepito intercambiar de manera estable pero dinámica: bienes, servicios, dinero e información.

Se tomó el caso de Tepito como un laboratorio de síntesis e integración geográfica que permite entender los mecanismos que le dan permanencia y vitalidad al mercado negro más grande de México. Ahí, vecinos, comerciantes ambulantes, tianguistas del resto de la ciudad e incluso de estados aledaños, consumidores, autoridades delegacionales, actores políticos en niveles medios y altos, proveedores nacionales y extranjeros, casas importadoras, contrabandistas, migrantes asiáticos y población indígena con diversos orígenes étnicos – en una larga lista – le imprimen a Tepito un carácter dinámico, multidimensional y multiescalar, producto de la integración de relaciones conjuntas de territorialización que se organizan en niveles jerárquicos y funcionan a diversas escalas.

A través de la ocupación y explotación de espacios públicos y privados, estos actores han creado las mediaciones espaciales para obtener un poder efectivo sobre su reproducción y la de sus grupos sociales en un proceso escalonado para el que se pasa del establecimiento de núcleos de territorialización a la formación de territorios de baja intensidad, a partir de cuya vinculación se construyen territorios(-zona y -red), los cuales a través de un complejo de interacciones se amalgaman hasta adquirir un carácter

multiterritorial, ya sea en red o rizoma. En Tepito, este proceso se llevó a cabo en torno a dos esferas de apropiación espacial: el barrio y el mercado.

Espacios de posibilidad – territorios de baja intensidad – territorios-red – multiterritorialidad rizomática.

En el barrio, espacios como los cuartos redondos de las vecindades, los departamentos de las unidades habitacionales y los locales comerciales, así como de otros tipos de edificación, funcionan como “espacios de posibilidad” que albergan la potencialidad de que en su interior se establezcan territorios de baja intensidad. Se trata de espacios personales – o familiares – a partir de cuya apropiación u ocupación se llevan a cabo construcciones territoriales; formas de organización espacial, a través de las cuales implementar estrategias para generar ingresos y mediar las interacciones sociales de quienes los ocupan. Las propiedades de los territorios de baja intensidad dependen de una serie de factores entre los que destacan las particularidades de la edificación que los alberga, especialmente su grado de permeabilidad espacial, y las capacidades de quienes los explotan. Estas características hacen a los espacios de posibilidad muy apropiados para acoger a la población más vulnerable, entre ella a migrantes, tanto nacionales como extranjeros, que gracias al establecimiento de esquemas como la maquila encuentran donde vivir y trabajar fuera de la vista de las autoridades.

Los núcleos de territorialización producidos en el barrio muestran cómo, a nivel familiar o individual, miles de personas consiguen su sustento en la ciudad, sobreviven. Sin embargo, la producción de estos territorios adquiere verdadera importancia cuando, a partir de ellos, se construyen solidaridades que abren nuevas posibilidades.

Las picas y las accesorias del barrio de Tepito ponen de relieve que los espacios de posibilidad son más que un espacio físico donde encontrar resguardo. Estos dos ejemplos ilustran de qué manera el establecimiento de territorios de baja intensidad, puede dar lugar a formas de organización social y económica más complejas. La formación de sistemas maquiladores entre los talleres-vivienda del barrio y de otras partes de la ciudad, así como de pequeñas comunidades de migrantes cerradas sobre ellas mismas, muestra

claramente como la articulación de territorios de baja intensidad puede producir nuevas configuraciones territoriales que presentan propiedades emergentes. En este caso de los territorios(-red) de la maquila y los territorios(-red) diaspóricos. Para el primer caso, es interesante destacar que los territorios maquila presentan la posibilidad de acceder a las innovaciones tecnológicas por medio de la división del trabajo y con ello obtener las ventajas de la eficiencia, la estandarización del trabajo y la disminución del tiempo de aprendizaje y de costos. Para el segundo caso, es relevante mencionar que los territorios diaspóricos presentan la posibilidad a migrantes – nacionales y extranjeros – de formar comunidades frecuentemente cerradas sobre ellas mismas pero integradas a una red de itinerarios en la que sirven como vínculos permanentes con uno o varios lugares de origen, con los que se está en contacto constante; puntos de referencia para quien va de paso a otra parte o para la llegada de nuevos migrantes.

Para el caso tepiteño es importante destacar la formación de circuitos comerciales transnacionales conocidos como fayuca y los emprendimientos importadores – y algunas veces contrabandistas – de Marco Polos que vinculan territorios(-red) maquila y territorios(-red) diaspóricos en distintas ubicaciones y desarrollan una estructura **rizomática**, un carácter multiterritorial en el que la perspectiva euclidiana del espacio-superficie continuo prácticamente sucumbe a la discontinuidad y a la fragmentación. En estos territorios deja de ser posible distinguir con claridad donde inician y donde terminan, o incluso donde eclosionarán. Por un lado, el surgimiento de establecimientos comerciales estadounidenses que adoptan el nombre de Tepito todo a lo largo de la frontera pone en evidencia el estrecho vínculo que los fayuqueros han establecido con sus lugares de abasto donde queda una clara huella de la intensidad de los intercambios. Por otro lado la disponibilidad de miles de bolsos marca “Rosete”, hechos por la industria china sobre pedido e importados a través de una migrante de esa nacionalidad, en un mercado de distribución masiva, deja patente el alcance de los Marco Polos y hace pensar en la presencia tepiteña que puede haber en la capital y en otras ciudades a una escala megalopolitana.

Espacios de oportunidad – territorios de baja intensidad – territorios-zona – multiterritorialidad en red.

En Tepito, así como en el resto de la ciudad, la ocupación de la vía pública para ofrecer productos tiene una larga tradición. Así como las picas y las accesorias, los puntos de afluencia en calles, plazas y parques han funcionado como núcleos de territorialización de un amplísimo sector de la población sin otra opción para integrarse al mundo del trabajo que el comercio en la calle. La libertad de movimiento en el espacio público y la facilidad para intercambiar bienes y servicios básicos, presentan la oportunidad – entendida como conveniencia de tiempo, lugar y recursos – para ocupar temporalmente un espacio e intercambiar (bienes, servicios e información) para hacerse de dinero.

En este sentido, todo espacio público que favorezca el intercambio puede ser entendido como un espacio de oportunidad cuya ocupación puede resultar en el establecimiento de territorios de baja intensidad. Espacios personales a partir de los cuales llevar a cabo construcciones territoriales a partir de tres procesos: el establecimiento de configuraciones espaciales que producen patrones de encuentro y evasión en una serie de ubicaciones dadas; la delimitación de linderos que marcan espacios protegidos o reservados; y la producción de formas materiales que expresan esas delimitaciones y condicionan las interacciones en sus inmediaciones. Las propiedades de estos territorios dependen principalmente del grado de oportunidad que tienen los actores que los producen: la capacidad de emprendimiento y la movilidad de la persona, su liquidez, el grado de tolerancia y viabilidad económica asociados a su ubicación.

Los núcleos de territorialización producidos a partir de esta esfera de apropiación ponen en evidencia cómo territorios de baja intensidad – ambulantes y semifijos – han servido como bloques constructivos para la creación de territorios cada vez más complejos, que aparte de brindarle oportunidades a una parte de la población de hacer dinero, también les ha permitido consolidarse territorialmente para asegurar oportunidades en el futuro.

La venta ambulante en la calle o en puestos semifijos saca a relucir que los espacios de oportunidad son más que una ubicación dónde llevar a cabo intercambios comerciales. Ilustran de qué manera el establecimiento de territorios de baja intensidad, puede dar lugar a formas de organización social y política complejas. El establecimiento de organizaciones territoriales por parte de los comerciantes de una misma calle o punto de afluencia, muestra claramente como la yuxtaposición de territorios de baja intensidad puede producir nuevas configuraciones territoriales que presentan propiedades emergentes. En este caso los territorios(-zona) de las organizaciones de comerciantes; de entre cuyas filas surge una figura de liderazgo que se encarga de mediar las relaciones de los comerciantes tanto al interior de la organización como hacia su exterior. Hacia el interior, el líder ordena y da cohesión a los territorios de baja intensidad, hace invisibles las divisiones internas del grupo y mantiene la unidad del mismo frente a los demás. Hacia el exterior, el líder debe tener la capacidad de generar vínculos con actores políticos, funcionarios locales y comités vecinales que aseguran la estabilidad en la apropiación del espacio público y presentan la oportunidad de expandir su territorio.

La proliferación de territorios(-zona) construidos a partir de los territorios de baja intensidad de esta esfera de apropiación y su consolidación como asociaciones civiles ponen en evidencia la relevancia política de las organizaciones de comerciantes. Las cuales funcionan como una herramienta política que no solo les ha permitido a los comerciantes pervivir, sino encontrar representación y entrar en la agenda pública de la ciudad. Sin embargo, estas organizaciones territoriales cobran verdadera importancia política cuando se agrupan y adquieren una estructura **en red**, un carácter multiterritorial inevitablemente jerárquico que comparte una misma lógica territorial.

Los frentes políticos de Tepito defienden y desarrollan los intereses de sus agremiados, regulan las actividades del mercado, ganan favores políticos a cambio de apoyos y neutralizan, hasta cierto punto, la interferencia de las autoridades en las actividades ilegales por medio de dos mecanismos principales: la protesta y la negociación. En este sentido, la principal fuerza de los frentes es su capacidad de

apalancamiento político y económico en virtud de su tamaño, pues confederan a muchos miles de comerciantes. Los liderazgos que logran articular a las organizaciones en frentes funcionan como la palanca que transmite la fuerza de sus agremiados. La intermediación de esos líderes frente a las autoridades les permite negociar con ellas y llegar a situaciones de compromiso. Es particularmente interesante observar esta capacidad de negociación a través de los acuerdos de reubicación de comerciantes; un *trade-off* que, para el caso de los comerciantes, significa el sacrificio de espacios de oportunidad pero la ganancia de espacios de posibilidad y para las autoridades significa obtener una mejor imagen urbana.

La multiterritorialidad tepiteña y la globalización “desde abajo”.

Como pudiera parecer evidente, en conjunto: territorios de baja intensidad, territorios(-zona) y (-red), multiterritorialidad reticular y rizomática, le dan forma tanto al barrio de Tepito como a su mercado. Si bien, hoy, las funciones del mercado tienen preeminencia sobre las del barrio, estos dos ámbitos territoriales son interdependientes. Aunque desde los sismos del 85 el barrio se encuentra mayoritariamente despoblado y su función productiva *in situ* se limita a algunos laboratorios de piratería; el resto de sus espacios de posibilidad se han convertido en bodegas, han adoptado una función de soporte a las actividades del mercado. El mercado se ha beneficiado enormemente de la conveniencia de tener cientos de bodegas en las inmediaciones de sus espacios de oportunidad. Esto le ha permitido anclar su ocupación de la calle, masificar su oferta comercial y concentrarla hasta formar zonas de especialización.

Así, la venta de mercancías globales, como productos de marca (principalmente ropa y zapatos, pero también accesorios) y bienes culturales e informáticos (como la música, las películas y el *software*), así como mercancía de consumo intermedio al mayoreo (como CDs/DVDs/BRs, portadillas, fundas, etcétera); hace intersecar territorios en distintas escalas y niveles: los territorios rizomáticos de los migrantes, los fayuqueros y los Marco Polos que surten al mercado con mercancías provenientes de países tan cercanos como Estados Unidos, Belice o Panamá, o tan lejanos como China y Taiwán. Los

territorios en red de frentes políticos que representan los intereses de los comerciantes frente a autoridades de niveles altos y medios, aseguran la continuación de sus actividades y procuran su bienestar social. Los territorios(-zona) de las organizaciones de comerciantes que ordenan el espacio, le dan cohesión al grupo y responden por sus agremiados frente a la intervención de autoridades locales de nivel medio y bajo. Los territorios rizomáticos de la piratería y los territorios(-red) de la maquila. Los territorios de baja intensidad de tianguistas y puesteros que viajan a la capital para abastecerse de mercancía. Finalmente, los de consumidores con escasos recursos que buscan participar de la moda, el entretenimiento y las herramientas del *mainstream* cultural global.

La presencia de zonas mayorista y minorista, así como la de una oferta dirigida tanto al consumo final como al consumo intermedio, no solo ponen en evidencia la articulación en Tepito de territorios que funcionan en diferentes escalas y niveles; sino que vuelven posible la formación de territorios rizomáticos asociados tanto a la distribución de mercancías globales en otros espacios de oportunidad, como a la producción y venta de piratería digital en territorios de baja intensidad en una escala megalopolitana.

Así, desde el nivel más irreductiblemente local de la territorialidad, los tepiteños han logrado construir territorios que no solo les permiten sobrevivir, sino integrarse a la vida en la ciudad, al mundo del trabajo, del intercambio, del consumo y del esparcimiento. Participar políticamente para defender sus intereses. Conectarse a la cultura global y apropiarse sus símbolos y sus herramientas. Participar de la globalización... “desde abajo”.

Bibliografía

Alarcón, Sandra (2008): *El Tianguis Global*, Universidad Iberoamericana, México, 197 pp.

Alba Vega, Carlos et Pascal Labazée (2007): « Libéralisation et secteur informel, Réflexions à partir du cas mexicain ». En *Transcontinentales, sociétés, ideologie, système mondial*, 1er Semestre, número 4. France, Paris, pp. 77-98.

Alba Vega, Carlos José (2009): “Los líderes de vendedores ambulantes y su lucha por el espacio y el poder en el Centro Histórico de la Ciudad de México”. En *Seminario Globalización popular: nudos y flujos del sistema mundial no hegemónico*. Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Brasília. Brasília, D.F., 19 de marzo de 2009.

Alba Villalever, Ximena (2008): “*Fronteras de mercancía*”. *El Chinatown de Mexicali, fachada de un barrio transnacional*, Trabajo terminal para obtener el título de Licenciada en Antropología Social, Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa, México, Distrito Federal, 170 pp.

Barbosa Cruz, Mario (2008): *El trabajo en las calles: subsistencia y negociación política en la ciudad de México a comienzos del siglo XX*. Distrito Federal: El Colegio de México, Centro de Estudios Históricos / Universidad Autónoma Metropolitana – Cuajimalpa.

Bertoncello, Brigitte et al 2009. « Hong Kong, Guangzhou, Yiwu : de nouveaux comptoirs africains en Chine », en *Critique internationale*, Presses de Sciences Po, n°44, pp. 105-121

Bobbio, Norberto, Matteucci, Nicola y Pasquino, Gianfranco (2002): *Diccionario de Política (a-j)*. Distrito Federal: Siglo XXI editores.

Calleja Pinedo, Margarita (1994) *Microindustria: principio y soporte de la gran empresa. La producción de calzado en León, Guanajuato*, Universidad de Guadalajara, México.

Castells, Manuel y Alejandro Portes (1990). “World underneath: the origins, dynamics and effects of the informal economy”, en Alejandro Portes (Ed.) (1989). *The Informal Economy: studies in advanced and less developed countries*. Baltimore, Md., Johns Hopkins University Press, pp. 11-37.

Castro Nieto, Guillermina Grisel (1989): *Control Político y Organización Informal: el Caso del Comercio Ambulante del Barrio de Tepito*. Distrito Federal: Guillermina Grisel Castro Nieto (Tesis de licenciatura en Antropología Social UAM-I).

Castro Nieto, Guillermina Grisel (1990) “Intermediarismo político y sector informal: el comercio ambulante en Tepito”, en *Revista Nueva Antropología*, año/vol. XI, núm. 037, Universidad Nacional Autónoma de México, México, Distrito Federal, pp. 59-69.

Connolly, Priscilla (1990) “Dos décadas de “sector informal””, en *Sociológica, Revista del departamento de sociología*, año/vol. 5, enero-abril, núm. 12, Universidad Autónoma Metropolitana – Azcapotzalco, México, 15 pp. (PDF).

Cross, John C. (1997): "Debilitando al clientelismo: la formalización del ambulante en la ciudad de México". En *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 59, No.4, pp. 93-115.

Cross, John, 1998, *Informal politics: street vendors and the State in Mexico City*. Stanford University, California, 272 pp.

Cross, John C. (2000): "Street Vendors, Modernity and Postmodernity: Conflict and Compromise in the Global Economy." En *International Journal of Sociology and Social Policy*, Vol. 21, Núm.1/2, pp.22-51.

Davis, Mike (2007) *Planeta de ciudades miseria*, Foca ediciones y distribuciones generales, Madrid, 283 pp.

Dicken, Peter, (1992) *Global shift, The Internationalization of Economic Activity*, Guilford Press, Londres, segunda edición, pp. 92-118.

Fay, Marianne (Ed.) (2005) *The urban poor in Latina America*, The World Bank, Washington, D.C., 284 pp. (PDF)

Gómez Aguiar, José Carlos (2007?) *Dirty CDs. Piracy, globalization and the emergence of new illegalities in the San Juan de Dios market, Mexico*, Tesis para obtener el grado de doctor por la Universidad de Ámsterdam.

Granovetter, Mark "Economic action and social structure: the problem of embeddedness", en *The American Journal of Sociology*, Vol. 91, Núm. 3 (Nov., 1985), pp. 481-510. <http://www.jstor.org/stable/2780199>

Grisales Ramírez, Natalia (2003) "“En Tepito todo se vende menos la dignidad”. Espacio público e informalidad económica en el barrio bravo.", en *Alteridades*, año/vol. 13, núm. 026, Departamento de Antropología, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México, pp. 67-83.

Haesbaert, Régério (2012) *El mito de la desterritorialización: del “fin de los territorios” a la multiterritorialidad*, Siglo XXI, México, 2011, 328 pp.

Hart, Keith (1973). "Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana", en *Journal of Modern African Studies*, núm. 11.

Harvey, David, (2008) "El derecho a la ciudad", en *New left review (edición en español)*, núm. 53, Fundación Dialnet, pp. 23-39.

Hernández Muñoz, Edgar (2006): "El clientelismo en México: los usos políticos de la pobreza". En *Espacios públicos*, año/vol.17, Núm.017, febrero, 2006, pp. 118-140. Universidad Autónoma del Estado de México. México.

Hillier, Bill (2007) *Space is the machine. A configurational theory of architecture (electronic edition)*, Space Syntax, Londres, 355 pp.

International Labour Organisation (ILO) (1972). *Employment, Incomes and Equality: A strategy for Increasing Productive Employment in Kenya*, Geneva.

Jaramillo Puebla, Norma Angélica (2007) "Comercio y espacio público. Una organización de ambulantes en la Alameda Central", en *Alteridades*, vol. 17, núm. 34, julio-diciembre, Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa, México, pp. 137-153.

Jarquín Sánchez, María Elena (1994) *La producción de calzado en Tepito*, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Jordán, Ricardo y Rodrigo Martínez (2009) *Pobreza y precariedad urbana en América Latina y el Caribe. Situación actual y financiamiento de políticas y programas*, CEPAL, CAF, 132 pp. (PDF).

Kaztman, Rubén (2002) “Seducidos y abandonados: pobres urbanos, aislamiento social y políticas públicas.” en *Revista de la CEPAL 75*, Universidad Católica de Uruguay, pp. 1 -28. (PDF)

Lefebvre, Henri (2003) *The Urban Revolution*, The University of Minnesota Press, Minneapolis, 197 pp.

Lewis, Oscar, (1967) *Los hijos de Sánchez, Autobiografía de una familia mexicana*, Joaquín Moritz, México, 521 pp.

Mathews, Gordon 2007, “Chungking Mansions, a center of low end globalization” en *Ethnology*, vol. 46, n°2, pp. 169-183

Meneses Reyes, Rodrigo (2012): “La negociación jurídica del derecho a la ciudad: Los ambulantes y el centro histórico de la ciudad de México”. En *Seminario Permanente Centro Histórico de la Ciudad de México V.2*, México: Universidad Nacional Autónoma de México / Coordinación de Humanidades / Programa Universitario de Estudios sobre la Ciudad / Programa de Maestría y Doctorado en Urbanismo, 2012, pp. 145.

Monge, Raúl (2001) “El cártel de Tepito: origen, prácticas, protección...”, en *Proceso, Semanario de Información y Análisis*, núm. 1274, 1 de abril, pp.10-14.

Monnet, Jérôme (1996) “Espacio public, comercio y urbanidad en Francia, México y Estados Unidos”, en *Alteridades*, vol. 6, núm. 11, Departamento de Antropología, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México, pp. 11-25.

Mora, Rodrigo (2003): “Comercio informal y estructura urbana periférica: una metodología de análisis de las ferias libres”. En *Boletín del Instituto de la Vivienda*, Diciembre, año/vol. 18, núm. 048, pp. 106-114. Santiago, Chile: Universidad de Chile.

Müller, Markus-Michael (2012): “Transformaciones del clientelismo: democratización, (in)seguridad y políticas urbanas en el Distrito federal”. En: *Foro Internacional*, Vol.LII, Núm.4, pp. 836-864.

Núñez Castrejón, Antonia y Carlos Gómez Chiñas (2008) “Controversia y debate actual sobre el sector informal”, en *Análisis Económico*, Vol.XXIII, núm. 54, Universidad Autónoma Metropolitana – Azcapotzalco, México, pp. 131-155

Olivo Pérez, Miguel Ángel (2009): “Fragmentaciones y solidaridades entre los vendedores ambulantes de la Ciudad de México”. En *Iztapalapa*, año 30, núm. 66, México, UAM-Iztapalapa, pp. 97-114.

Pliez, Olivier 2007, « Des jeans chinois dans les rues du Caire, ou les espaces discrets de la mondialisation », *Mappemonde*, n°88 ; url : <http://mappemonde.mgm.fr/num16/articles/res07404.html>

Pliez, Olivier 2010, « Toutes les routes de la soie mènent à Yiwu (Chine). Entrepreneurs et migrants musulmans dans un comptoir économique chinois », en *L'espace géographique*, vol. 39, pp. 132-145.

Pinheiro-Machado, Rosana, “China – Paraguai – Brasil uma rota para pensar a economia informal” in *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol.23 no.67 São Paulo June 2008.

Portes, Alejandro, Manuel Castells y Lauren Benton (1989). *The Informal Economy. Studies in Advanced and Less Developed Countries*. Estados Unidos de América, John Hopkins University Press.

Portes, Alejandro, Luis Guarnizo, Patricia Landolt (Eds.) (2003). *La globalización desde abajo: Transnacionalismo inmigrante y desarrollo, la experiencia de Estados Unidos y América Latina*, México: FLACSO / Miguel Ángel Porrúa, 405 págs.

Portes, Alejandro y William Haller (2004). *La economía informal*. Santiago de Chile, CEPAL, Serie políticas sociales No.100, 55 pp.

Rakowski, Cathy (1994). "Convergence and Divergence in the Informal Sector Debate: A focus on Latin America, 1984-92", en *World Development*, Vol. 22, No.4, pp. 501-516

Reyes, Guadalupe y Ana María Rosas (1993). *Los usos de la identidad barrial. Una mirada antropológica a la lucha por la vivienda. Tepito 1970-1984*, Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa, México,

Ribeiro, Gustavo Lins. 2007. "El sistema mundial no hegemónico y la globalización popular". *Série Antropología*, Universidade de Brasília, Département de Antropologia, Brasília, Brasil, pp. 7-23.

Rosemberg Seifer, Florencia. 1992. *Un estudio antropológico de la ciudad de Texcoco: Los fayuqueros*. Tesis de Maestría en Antropología por la Universidad Iberoamericana. 209 pp.

Ruiz-Stovel, Guillermo 2010, "The view from the bottom: how small businessmen learned to love Yiwu", en *Pacific rim: globalization, regionalization, and domestic trajectories*, vol. 13, núm. 37 / enero - abril, pp. 43-55.

Saraví, Gonzalo (1996). "Marginalidad e informalidad: aportaciones y dificultades de la perspectiva de la informalidad". En *Estudios Sociológicos*, núm. XIV: 41. pp. 435-452.

Silva Londoño, Diana Alejandra (2006) *Espacio Urbano y Comercio en Vía Pública. Reglas, Redes y Uso del Espacio Público en la Ciudad de México*, Tesis para optar por el grado de Maestra en Ciencias Sociales, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, México, Distrito Federal, 170 pp.

Silva Londoño, Diana Alejandra (2007) "Las redes sociales y la importancia de la mediación política en el comercio en la vía pública", en *Perfiles Latinoamericanos*, julio-diciembre, núm. 030, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, México, Distrito Federal, pp.79-99.

Silva Londoño, Diana Alejandra (2010) "Comercio ambulante en el Centro Histórico de la ciudad de México (1997-2007)", en *Revista Mexicana de Sociología*, 72, núm. 2 (abril-junio, 2010), Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México D.F., pp. 195-224.

Soto, Hernando de (1987). *El otro sendero*, Editorial Diana, México.

Stamm, Caroline (2007) "La democratización de la gestión de las plazas de comercio popular en el centro histórico de la Ciudad de México", en *Trace*, núm.51, Junio, Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos, México, pp.83-93

Subirats i Humet, Joan, Ricard Gomà Carmona y Joaquim Brugué Torruella (Coords.) (2005) *Análisis de los factores de exclusión social*, Documento de trabajo 4, Fundación BBVA, pags.7-38. (PDF)

Tarrius, Alain. 2002. *La mondialisation par le bas. Les nouveaux nomades de l'économie souterraine*, préface de Michel Wiviorka, Éditions Baland, Voix et regards, 2002, 168 p.

Weber, Max (1984) *Economía y sociedad*, Fondo de Cultura Económica, México, 1237 pp.

Tarrius, Alain. 2010 « *territoires circulatoires et étapes urbaines des transmigrant(e)s* », en *La Découverte, regards croisés sur l'économie*, núm. 8, pp. 63-70.

Tokman, Víctor (1987). *El sector informal hoy: el imperativo de actuar*, Santiago de Chile, PREALC, 314 pp.

Zarembeg, Gisela (2010) "Hexágono versus árbol: casos atípicos en la organización del comercio informal en el Distrito Federal", en *Perfiles Latinoamericanos*, núm. 36, julio-diciembre, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, México, pp. 143-180.

Hemerografía:

Debate

Debate.com.mx, 2010, "Se fortalece el pacto comercial entre China y Tepito", 10/01/2010. <http://www.debate.com.mx/eldebate/Articulos/ArticuloGeneral.asp?IdArt=9356222&IdCat=6103>.

La Jornada.

Posada, Miriam, Gustavo Castillo y Pascual Salanueva (15-09-1996): "Cortejo de vendedores ambulantes". En: "Edición impresa" de LaJornada en línea <http://www.jornada.unam.mx/1996/09/05/guille.txt.html> versión electrónica del periódico *La Jornada*.

Reforma.

Barajas, Abel (26-01-2003): "investigan red para piratería". En: "Edición impresa" de Reforma.com www.reforma.com versión electrónica de *Reforma. Corazón de México*.

Barajas, Abel (26-01-2003): "abastece familia red de piratería". En: "Edición impresa" de Reforma.com www.reforma.com versión electrónica de *Reforma. Corazón de México*.

Barajas, Abel (26-01-2003): "inician carrera en Peralvillo". En: "Edición impresa" de Reforma.com www.reforma.com versión electrónica de *Reforma. Corazón de México*.

Herrera, Rolando (02-09-2003): "Modifica droga cara de Tepito". En: "Edición impresa" de Reforma.com www.reforma.com versión electrónica de *Reforma. Corazón de México*.

Turati, Marcela (21-10-2003): "Sobreviven en barrio entre adictos y robos". En: "Edición impresa" de Reforma.com www.reforma.com versión electrónica de *Reforma. Corazón de México*.

El Universal.

Hernández, Mónica (10-01-2010) "Tepito abre una oficina en China". En "Edición impresa" de El Universal en línea <http://www.eluniversal.com.mx/primer/34230.html>, versión electrónica del periódico *El Universal*. Consultado el 19 de Junio de 2012.

Documentos:

Cámara de Diputados, LIX Legislatura. Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP) (2005(a)). *Reporte temático No.2. Comercio Ambulante*. México: CESOP, pp. 1-33.

Cámara de Diputados, LIX Legislatura. Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP) (2005(b)). *Economía informal: Evolución reciente y perspectivas*. México: CESOP pp. 1-64.

Naciones Unidas. Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL), División de Desarrollo Social (Alejandro Portes y William Haller). *La economía informal*, CEPAL – SERIE Políticas sociales, Núm.100. Naciones Unidas, Santiago de Chile, noviembre 2004, pp. 1-55

Entrevistas

EAH (2008), entrevista con el Sr. Alfonso Hernández, cronista del barrio de Tepito, hojalatero social y director del Centro de Estudios Tepiteños (CETEPI), 5 de Agosto 2008. En el CETEPI.

EAH (2009), entrevista con el Sr. Alfonso Hernández, cronista del barrio de Tepito, hojalatero social y director del Centro de Estudios Tepiteños (CETEPI), 20 de Marzo 2009. En el CETEPI

EAL (2009), entrevista con Ann Lann propietaria de la oficina de importaciones *Grupo Cheng Gheng International, S.A., de C.V.* y socia comercial de la líder del Frente Metropolitano de Organizaciones Populares, 26 de Marzo 2009

EAL (2011), entrevista con Ann Lann propietaria de la oficina de importaciones *Grupo Cheng Gheng International, S.A., de C.V.* y socia comercial de la líder del Frente Metropolitano de Organizaciones Populares, en la Plaza Costa Rica, 22 de Marzo 2011.

EAS (2008), entrevista con Armando Sánchez, funcionario delegacional y consejero de líderes de comerciantes en Tepito y el Centro Histórico, 15 de Febrero 2008.

EAS (2012), entrevista con Armando Sánchez, funcionario delegacional y consejero de líderes de comerciantes en Tepito y el Centro Histórico, 10 de Mayo 2012.

EDA (2008), entrevista con David Arévalo, líder de vendedores y administrador de las Plazas San Antonio Abad I y II, 28 de Marzo 2008. En las oficinas de la administración de la Plaza San Antonio Abad I.

EDP (2009), entrevista con Don Polo antiguo dueño de una pica zapatera y líder de comerciantes de Tepito, 25 de Marzo de 2009.

EDP (2012), entrevista con Don Polo antiguo dueño de una pica zapatera y líder de comerciantes de Tepito, en su tienda de accesorios para celular, 2 de Febrero de 2012.

EEP (2008), entrevista con el Sr. Estaban Prieto, vendedor de *software* en el Eje Central Lázaro Cárdenas. 24 de Mayo 2008

EFA (2006), entrevista con el Sr. Fernando Andrade, Presidente de la Unión Leona Vicario, "Unión de comerciantes y vecinos del Centro Histórico, zona oriente A.C.". 24 de marzo de 2006. En el restaurant "el Danubio".

EIS (2008), entrevista con Íñigo Sosa, vendedor de la Plaza de la Computación, 27 de Mayo 2008, en la plaza de la computación.

EJMK (2008), entrevista con Jorge Monterrubio Kuri, administrador de la plaza "Tepicentro", en sus oficinas del Tepicentro, 14 de Noviembre 2008.

EJN (2008) entrevista con el Sr. Jesús Nanches, cronista del barrio de Tepito y líder de comerciantes ambulantes de Tepito, 27 de Febrero de 2008.

ELY (2008), entrevista con el Sr. Leopoldo Yllescas, líder de la “Confederación de organizaciones de la zona económica de Tepito y el Distrito Federal A.C.”, 29 de marzo 2008. En el centro deportivo Luis Villanueva.

EMRS (2009), entrevista con María Rosete Sánchez, lideresa del Frente Metropolitano de Organizaciones Populares para los Trabajadores en Vía Pública (FMOP), en sus oficinas de la calle Argentina, 26 de Marzo 2009.

EMRS (2011), entrevista con María Rosete Sánchez, lideresa del Frente Metropolitano de Organizaciones Populares para los Trabajadores en Vía Pública (FMOP) e importadora de mercancías chinas, en la Plaza Costa Rica, 22 de Marzo 2011.

EOL (2008), entrevista con el Sr. Oscar Liebre, líder de comerciantes ambulantes del Centro Histórico y antiguo jefe de uno de los grupos de choque de Guillermina Rico.

ERRT (2008), entrevista con Rafael Rojas Tarín, líder de comerciantes ex-convictos del Eje Central, en el McDonald’s de Lázaro Cárdenas, 7 de Mayo 2008.