



Trace. Travaux et Recherches dans les

Amériques du Centre

ISSN: 0185-6286

redaccion@cemca.org.mx

Centro de Estudios Mexicanos y

Centroamericanos

México

Stamm, Caroline

La democratización de la gestión de las plazas de comercio popular en el centro histórico
de la Ciudad de México

Trace. Travaux et Recherches dans les Amériques du Centre, núm. 51, junio, 2007, pp.
83-93

Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos
Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=423839507007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

La democratización de la gestión de las plazas de comercio popular en el centro histórico de la Ciudad de México¹

Caroline
Stamm

Resumen: En el centro histórico de la Ciudad de México, el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular fue impulsado a principio de los años 90 con el fin de reubicar a los vendedores ambulantes en más de veinte plazas de comercio popular. A pesar del contexto nacional de democratización del sistema político y del cuestionamiento al corporativismo, esta política pública continúa situándose dentro de la regulación corporativista tradicional del ambulantaje, caracterizada por las negociaciones entre las autoridades políticas y las asociaciones de comerciantes ambulantes representadas por sus líderes. Sin embargo, la presencia reciente de nuevas asociaciones simpatizantes del PRD o independientes en el caso particular de las plazas comerciales populares, nos permite reflexionar sobre los cambios de las condiciones de gestión del comercio ambulante. Así mismo podemos postular una evolución hacia una acción pública multiforme.

Abstract: At the beginning of the 90's, the Program for the Improvement of Street Vending was implemented in the historical centre of Mexico City, with the objective of relocating street vendors in more than twenty popular commercial centres. Despite the national context of the democratization of the political system and the questioning of corporatism, this policy took place in the tradition of corporate regulation of street vending, characterized by the negotiations between political authorities and the leaders representing street vendors' associations. Nevertheless, new associations, independents or sympathizers of the PRD, have more recently emerged, particularly in the case of popular commercial centers, which gives rise to debate on the changes to the conditions of public management of street vendors and speculate an evolution towards a multiform public action.

Résumé : Dans le centre historique de Mexico, a été mis en place au début des années 90 le programme d'amélioration du commerce populaire dans le but de relocaliser les vendeurs ambulants dans une vingtaine de centres commerciaux populaires. En dépit du contexte national de démocratisation et de remise en cause du corporatisme, cette politique publique se situe dans la continuité de la régulation corporatiste traditionnelle du commerce ambulant, caractérisée par des négociations entre les pouvoirs publics et les associations de commerçants ambulants représentées par des leaders. Cependant, plus récemment, de nouvelles associations sympathisantes du PRD ou indépendantes sont apparues dans le cas particulier des centres de commerce populaires, ce qui nous permet de réfléchir sur les changements des conditions de gestion du commerce ambulant et de postuler une évolution en direction d'une action publique multiforme.

[**Ambulantaje, políticas públicas, plazas de comercio popular, centro histórico, Ciudad de México]**

EN LA CIUDAD DE México, como en otras ciudades latinoamericanas, el comercio ambulante forma parte de la agenda política de las autoridades locales.² A principio de los años 90, en un contexto de protección y valoración del patrimonio cultural del centro histórico de la Ciudad de México (Monnet 1993), fue implementado el *Programa de Mejoramiento del Comercio Popular*, cuyo fin consistía en relocalizar a los 10 000 comerciantes ambulantes instalados en las principales calles de la ciudad. Esta política combinó dos medidas principales: por una parte, un bando fue proclamado en 1993 con el objetivo de prohibir el ejercicio del comercio en la vía pública dentro del perímetro del centro histórico. Por otra parte, la construcción de infraestructura comercial (27 centros comerciales populares) fue diseñada para reubicar a los comerciantes de las calles del centro histórico.

Este programa del Departamento del Distrito Federal se ubica en un periodo clave de la historia política mexicana. Las transformaciones del sistema político mexicano y el proceso de democratización iniciado en los años 80, que se aceleró en la década de los 90, cuestionaron el corporativismo mexicano que caracterizaba la relación entre el Estado y la sociedad civil. Después de la Revolución mexicana, el comercio ambulante se organizó en asociaciones incorporadas a la

estructura corporativista del partido oficial. Su regulación consistía en la negociación bipartita entre el Gobierno y los representantes de las organizaciones priistas de comerciantes ambulantes.

El propósito de este artículo es estudiar los cambios en el modo de regulación del ambulantaje a partir de los actores políticos principales que son las organizaciones de comerciantes ambulantes, a través del análisis de la política de las plazas de comercio popular. Los estudios contemporáneos de las políticas públicas convergen hacia la emergencia y la multiplicación de actores “organizados y pertinentes”, en donde “los que antes eran únicamente blanco de las políticas públicas” se transformaron en actores independientes y eficientes involucrados en los procesos de decisión y de puesta en marcha de las políticas públicas (Massardier 2003: 102), que actualmente se expresan bajo el término de acción pública. En el caso de la política pública iniciada en 1993, que permitió la creación de plazas de comercio popular, ¿cómo evolucionaron los actores políticos? ¿Es posible observar la multiplicación de actores independientes y, por consiguiente, la instauración de las condiciones de una acción pública?

A partir de un trabajo de observación, entrevistas y encuestas realizadas con los agentes públicos, con los responsables de organizaciones y con los vendedores de las plazas de comercio popular, particularmente en “Artesanos del Centro” y “La Paja” durante el 2003-2004, intentaremos dar respuesta a estas preguntas en tres etapas: en primer lugar realizaremos una introducción a la organización política del ambulantaje, para enseguida efectuar una reflexión sobre las condiciones de elaboración de la política de las plazas comerciales. Finalmente, presentaremos un estudio sobre las transformaciones de los actores políticos de las plazas de comercio popular.

ALGUNOS ELEMENTOS DE REFERENCIA: LA ORGANIZACIÓN POLÍTICA DEL AMBULANTAJE

El comercio ambulante, entendido como las actividades de venta en el espacio público por medio de un puesto fijo, semifijo, móvil o sin puesto, es organizado en la Ciudad de México a partir de asociaciones civiles. Los vendedores de cada calle o de varias calles están generalmente constituidos en organizaciones de vendedores ambulantes reconocidas legalmente. Cuando poseen un puesto son identificables de acuerdo al color de las lonas de los mismos, marcando así su territorio en el paisaje urbano. Estas asociaciones, estudiadas sobre todo en el caso del centro histórico y del barrio de Tepito, se componen de una docena o de varios miles de miembros. En consecuencia, las asociaciones del centro histórico son muy heterogéneas (Azuela 1990: 22). Esta heterogeneidad puede coincidir con lógicas espaciales, por ejemplo: las organizaciones de Tepito tienen un número menor de afiliados en comparación con las del centro histórico; como resultado ellas son más numerosas y dispersas, por lo que se puede inferir que para el centro histórico existe un sistema con concentraciones de tipo mafioso y para Tepito un sistema de dispersión (Tomas 2004: 208).

La creación de una organización de comerciantes ambulantes consiste en un simple trámite notarial a fin de constituirse en una asociación civil. No obstante, la importancia no radica en el reconocimiento oficial de ella, sino en el derecho de ocupar una parte del espacio público para vender. En la práctica, las autoridades públicas realizan un acuerdo con las organizaciones para la designación de un área de venta delimitada (Azuela 1990: 23), el cual puede ser disputado enseguida por otro grupo de vendedores.³ Como lo señala Antonio Azuela (1990: 20), los ejemplos de ocupaciones de la calle por otra organización son frecuentes. Dicha situación se puede leer regularmente en los periódicos locales.

Dentro del área de venta de cada organización, el afiliado dispone de un espacio de venta propio en donde instala su puesto. En una gran parte del centro histórico, los puestos son en su mayoría semifijos o móviles y están instalados en la vía pública. Se pueden desmontar

o desplazar en la noche y reinstalarse al día siguiente. Los comerciantes se benefician de un espacio en la calle a cambio del pago de una cuota diaria o semanal – según sea el caso –, a la organización, la cual transfiere una parte a las administraciones requeridas para el permiso de venta. Esta suma es colectada por los miembros de la asociación y varía según el tamaño del puesto, su ubicación y a la organización a la cual se pertenece.⁴ En ciertos espacios como en Tepito por ejemplo, este mecanismo funciona de manera diferente: los puestos son fijos y los comerciantes deben comprar su puesto, es decir: una parte de la banqueta. Esta cantidad⁵ da a su “propietario” el derecho de vender sus mercancías o de rentar su puesto a alguien más.

Si bien la gran mayoría de los vendedores pertenece a una organización, ello no es simplemente el resultado de una organización de base, que permite la regulación interna de las actividades y de la representación del grupo frente a otros actores, es por el contrario, y fundamentalmente, el resultado directo de la formación del sistema corporativista mexicano y de procedimientos administrativos cuya combinación requiere que los individuos pertenezcan a una asociación reconocida para ser autorizados a vender en la calle (Cross 1998: 120). La historia de las organizaciones de comerciantes ambulantes está relacionada con la corporativización del Estado mexicano después de la Revolución mexicana.

El partido oficial, el Partido Revolucionario Institucional (PRI) – que se llamaba entonces Partido de la Revolución Mexicana –⁶ estableció en los años 40 un proyecto de Unidad Nacional (Castro Nieto 1990). Uno de sus objetivos era el de controlar a la sociedad a través de la integración de todas las fuerzas sociales en el partido oficial, gracias a la creación de organizaciones y de grupos integrados a la estructura del partido. Lázaro Cárdenas, presidente de 1934 a 1940, estructuró el PRI en sectores: los sectores Agrario, Obrero, Militar – que desaparece en 1946 – y Popular. Las asociaciones de ambulantes se integraron al último sector, la Confederación Nacional de Organizaciones Populares (CNOP), junto con otros grupos gremiales, de jóvenes, de mujeres, etc. La creación de estos sectores y su integración al partido oficial ha permitido la legitimación de las organizaciones existentes⁷ y la creación de nuevas asociaciones, transformando así el sistema político en un sistema apoyado por las masas. Desde entonces, los individuos estaban incorporados al PRI a través de su adhesión a un sindicato o a una asociación afiliada a un sector específico de ese partido según su estatus.

La política de Ernesto P. Uruchurtu,⁸ regente del Distrito Federal en los años 1950-1960, ayudó a la formación y al fortalecimiento de las organizaciones de comerciantes ambulantes (Cross 1998 : 162). Su política de construcción de mercados públicos para los ambulantes le permitió crear y organizar una amplia clase de vendedores que pudiera manipular políticamente. Una sección del reglamento de mercados de 1951 – el capítulo VI – autorizaba a los comerciantes a formar asociaciones civiles para representar sus intereses, pero solamente los de más de 100 miembros eran reconocidos por el gobierno y tenían la obligación de afiliarse al PRI y de apoyar las acciones políticas de este partido. A cambio, Uruchurtu garantizó la construcción de mercados y les autorizó a vender en las calles durante las obras. Este periodo se caracterizó por una verdadera “politización” de los comerciantes ambulantes (Cross 1998: 186), así como la generalización del corporativismo como forma de relación entre los comerciantes ambulantes y las autoridades.

Así, dos características fundamentales del corporativismo son presentes en el funcionamiento de las organizaciones (Azuela 1990: 22): la “mediación forzada”, en la que los vendedores se ven obligados a pasar por una organización para obtener un permiso de vender en la calle; y la afiliación obligatoria al PRI de parte de la asociación para obtener permisos para sus miembros. Las organizaciones y sus agremiados representaban votos, apoyo y un potencial importante de movilización para el partido único; en contraparte, los líderes podían acceder a puestos políticos importantes. De este modo, el aparato político intentó cooptar a los ambulantes, dándoles al mismo tiempo la posibilidad de contrarrestar las tentativas de control de parte de las autoridades gracias sobre todo al poder de los dirigentes de las organizaciones.

El sistema corporativista se combina con el clientelismo. Es frecuente que dentro de las asociaciones gremiales emerja un líder capaz de crear relaciones personales con las autoridades, quien en un principio era vendedor ambulante. Castro Nieto (1990: 65) propone una tipología de estos líderes: el líder independiente, el líder tradicional y el líder moderno. El primero no es afiliado al partido oficial o al gobierno; obtiene permisos de venta por canales oficiales. El segundo se apoya en su origen local y sus relaciones de amistad, de compadrazgo o de parentesco. El último tipo comprende a líderes quienes tienen un estatus definido en la comunidad y que proponen prestaciones económicas como las cajas de ahorro. En todos los casos, el líder constituye un “intermediario político” (Lomnitz 1978; Cornelius 1986; Castro Nieto 1990). Este funcionamiento clientelista está relacionado con la jerarquía del sistema mexicano formado por un cierto número de camarillas de funcionarios los cuales compiten por la distribución de los puestos en el gobierno, lo que a su vez depende en parte de su capacidad para distribuir recursos a las organizaciones populares. Sin embargo, como lo nota con razón Cross (1990: 80), tomando en cuenta la competencia que existe entre los líderes por los espacios de venta y los afiliados, los líderes no pueden reducir sus intereses propios a aquellos de su patrón.

Por otro lado, las prácticas clientelistas son profundas entre los vendedores ambulantes. En algunos casos los vendedores ambulantes acabaron asumiendo esta dependencia frente al líder, la negociación permanente y el no respecto de las normas, como “formas legítimas de intermediación entre la sociedad y el Estado” (Grisales Ramírez 2003: 76). No obstante, si el poder del líder es muchas veces descrito como muy fuerte, incluso hasta hacer uso de la violencia, y el funcionamiento de las organizaciones como no democrático, se tiene que relativizar este poder porque los ambulantes pueden rebelarse o liberarse de su líder, como lo enseña un caso comentado por Cross (1998: 142-146).

Por lo tanto, la capacidad del Estado para controlar el comercio en la vía pública ha sido determinado por las relaciones políticas corporativistas y clientelistas entre los comerciantes, representados por un líder, y las autoridades (Cross 1998: 121). Es importante subrayar que el poder de las asociaciones de comerciantes ambulantes en el centro histórico de México es una particularidad del caso mexicano hasta los años 1980-1990. En efecto, en comparación con lo que concluyen otros estudios realizados en otras ciudades mexicanas (Ramírez Sáiz & Mora 1998) o latinoamericanas (Roever 2005), las organizaciones en México son importantes numéricamente, son poderosas y además tienen una verdadera relación de fuerza con las autoridades.

LA POLÍTICA DE LAS PLAZAS DE COMERCIO POPULAR: UNA REGULACIÓN CORPORATIVISTA TRADICIONAL

El funcionamiento corporativista iniciado en los años 40, el cual implica la adhesión de las nuevas organizaciones al partido oficial, duró hasta la mitad de los años 80. A esta fecha, el pacto con el PRI fue cuestionado después de haber funcionado durante decenios. Algunos dirigentes abandonaron el PRI y otros amenazaron con la desafiliación masiva. Las acusaciones mutuas entre funcionarios y líderes se volvieron más frecuentes y se empezó a hablar de una crisis del modelo corporativista (Azuela 1990: 4). En la misma época, en 1989, se creó el Partido de la Revolución Democrática (PRD), el cual nació de un proceso de convergencia entre la izquierda política, las organizaciones sociales y la corriente democrática del PRI (Combes 2000: 59) y se constituyó en el gran partido de oposición que junto al PAN desafiaron al PRI.

Conjuntamente, el proceso de democratización empezó tanto a nivel nacional como a nivel local (Davis 1999) con la creación en 1987 de una asamblea elegida: la Asamblea de Representantes del Distrito Federal (ARDF). La constitución de la ARDF transformó el

funcionamiento político local, ya que substituyó a la CNOP – órgano central del sistema corporativista – como “mecanismo para la estructuración de la política local” (Davis 1999: 421). Según este mismo autor, la CNOP a partir de entonces ya no fue la fuerza política poderosa y representativa del sector popular; por eso, la política de transformación de centro histórico y de evicción del comercio ambulante a principio de los años 90 había sido posible. Sin embargo, eso no significa que las organizaciones populares perdieran todo su poder político y tampoco que las relaciones clientelistas desaparecieran.

Al contrario, Manuel Camacho Solís, regente de la Ciudad de México bajo la presidencia de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), puso en marcha el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular a partir de la negociación directa con las asociaciones de comerciantes ambulantes con un estilo clientelista tradicional (Davis 1999: 422). Las organizaciones, como representantes de los ambulantes y detentadoras del poder de negociación, fueron los interlocutores de primer plano en el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular. De igual manera que lo había hecho Uruchurtu unos decenios antes, Camacho Solís insistió en que los vendedores formaran parte de una asociación – en caso de que no estuvieran ya organizados – y en que esta agrupación se afiliara al PRI. Cross (1998: 191) da el ejemplo de vendedores no organizados que fueron reubicados cerca de la Basílica de Guadalupe quienes siguieron la sugerencia de las autoridades de formar una asociación afiliada al PRI, gracias a la cual fueron posteriormente integrados al Programa.

Casi todas las organizaciones eran priistas, salvo unas excepciones. Sin embargo, a pesar del favoritismo hacia los grupos adherentes al PRI, el número de asociaciones afiliadas a un partido de oposición y sobre todo al PRD aumentó a partir de los años 1980 (Cross 1998: 127). Durante las negociaciones del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular, las organizaciones simpatizantes del PRD fueron aceptadas en las mesas de negociación. Por ejemplo, la plaza de comercio popular La Paja fue planeada para albergar vendedores ambulantes de dos organizaciones diferentes bajo la dirección de dos líderes. La organización del primero era muy influyente en el centro histórico y siempre ha estado afiliada al PRI. Pero la del segundo era una pequeña organización, disidente de la primera, y que se acercó en los años 1980 al PRD. Al contrario del PRI, formalmente,

Foto: Caroline Stamm



ninguna agrupación de ambulantes está afiliada al PRD, porque este partido no acepta la adhesión corporativista de asociaciones; acepta solamente la adhesión individual y voluntaria. La simpatía hacia el PRD se evalúa entonces a través del militarismo dentro de ese partido de los dirigentes de las organizaciones de comerciantes ambulantes. Las afiliaciones ya no serían por consecuencia decididas sobre las bases corporativistas; pero ello no impediría que el funcionamiento clientelista prevalezca.

Durante la realización del Programa, se llevaron a cabo 1 186 juntas con las organizaciones, con una duración total de 1 610 horas (DDF-COABASTO 1994: 7). Las negociaciones se efectuaron con todas las asociaciones en diferentes etapas, escalonadas por la firma de acuerdos. La primera etapa fue la firma con cada una de ellas de un acuerdo de adhesión al Programa. La mayor parte firmó, evitando el riesgo de quedar fuera del Programa, de ser expulsadas del centro histórico o de no tener ninguna solución al final. Sin embargo, las negociaciones con los líderes más poderosos del centro de la ciudad fueron las más difíciles, porque ellos tenían un número importante de agremiados y con ello más peso en las negociaciones. Una segunda fase, menos decisiva que la primera, fue necesaria con la firma de un segundo acuerdo: el acuerdo de reubicación. Los líderes más importantes obtuvieron las plazas de comercio popular mejor ubicadas. El poder de negociación de la organización parece haber tenido una influencia considerable en la ubicación del centro comercial popular atribuido. Cada plaza comercial reúne los miembros de una o dos organizaciones de vendedores y los locales comerciales fueron distribuidos por los líderes entre los comerciantes. Por fin, cuando los centros comerciales populares estuvieron listos para su apertura, un acuerdo de liberación de las calles fue firmado con las asociaciones. Las calles fueron vaciadas en tres etapas con fechas programadas y con el apoyo de la policía.

En resumen, la política de Manuel Camacho Solís, en un primer contexto de cambios políticos, fue puesta en marcha según un esquema corporativista tradicional, a partir de negociaciones directas entre el gobierno del Distrito Federal y los líderes de las organizaciones de comerciantes ambulantes.

LAS PLAZAS DE COMERCIO POPULAR: ESPACIOS DE EMERGENCIA DE NUEVOS ACTORES POLÍTICOS

Entre 1993 y 1994, 24 plazas de comercio popular fueron inauguradas (posteriormente se crearían tres más). La mayor parte de ellas están ubicadas en el perímetro que marca el bando, salvo cuatro que están afuera de él: 10 plazas comerciales populares están ubicadas en el barrio de la Merced, 12 al sur y al oeste del Zócalo y cinco al norte del Zócalo. Este programa, sin embargo, ha sido visto como un fracaso debido a que una gran parte de los comerciantes reubicados regresaron a vender en la calle unos meses después de tomar posición de sus nuevos locales. Sin embargo en un estudio precedente (Stamm 2005), subrayamos la diversidad de situaciones en las que se encuentran las plazas de comercio popular (plazas especializadas, plazas en reconversión y plazas de proximidad) y con ello la necesidad de matizar el balance del Programa. Cuando los vendedores salieron de nuevo a las calles, no abandonaron necesariamente su local, pues lo dejaron a cargo de un familiar, lo rentaron, o lo convirtieron en bodega.

Las plazas de comercio popular presentan un contexto espacial y legal particular. Las organizaciones no desaparecieron con la entrada en las plazas de comercio popular en 1993. Cada plaza comercial tiene un administrador, el cual es en la gran mayoría de los casos un comerciante reubicado. Puede ser elegido por la asociación de comerciantes o por los ambulantes reubicados. Generalmente es el líder de la organización o uno de sus familiares, pero también hay casos en los cuales es un afiliado de la organización y no necesariamente un comerciante de la plaza. El administrador se encarga

principalmente de la gestión de la plaza comercial y de los problemas administrativos y legales. En estas plazas, además del pago del préstamo para la compra del local comercial, los comerciantes deben asumir el pago de los gastos de mantenimiento.⁹

Sin embargo, las organizaciones de comerciantes reubicados son las mismas que las de la calle. Cuando en 1994, numerosos vendedores salieron de las plazas comerciales para regresar a vender sobre las banquetas, en las plazas y en otros espacios públicos del centro histórico lo hicieron con el apoyo de sus líderes. Las organizaciones se dividieron: una parte de los afiliados regresó a la calle y otra parte – a veces los mismos ambulantes, en razón de sus estrategias de desdoblamiento – se quedó en sus locales. Por esta razón, es interesante y pertinente interrogarnos sobre las evoluciones de estas organizaciones a través de estos espacios comerciales creados por el Programa de 1993.

La encuesta realizada en agosto de 1995 por Cross (1997: 93-115) a 207 vendedores ambulantes reubicados exploraba la siguiente pregunta: ¿cuáles son las consecuencias de la reubicación en la lealtad de los comerciantes al PRI y de la capacidad de las organizaciones y de los líderes a forzar esta lealtad? Cross se enfocó en los cambios en la participación electoral y observó una clara disminución del apoyo de los vendedores al PRI en lo individual pero también en lo colectivo. Concluyó que el programa de las plazas comerciales había sido un instrumento que fragilizó el apoyo clientelista al PRI de parte de los integrantes del programa. El objetivo aquí es: primero, seguir esta reflexión profundizando el estudio de la relación entre organizaciones y partidos políticos, completándolo, a su vez, con el estudio de las relaciones entre vendedores y líderes; segundo: actualizarla en el contexto de democratización efectiva del Distrito Federal.

En 1997, la primera elección del jefe de gobierno del Distrito Federal vía sufragio universal – hasta 1997 el jefe de gobierno del DF era designado por el presidente de la República y tenía el título de jefe del Departamento del DF – marca la victoria de Cuauhtémoc Cárdenas, el candidato del PRD y confirma así el viraje ya iniciado hacia un régimen pluripartidista. Hasta entonces, casi todas las organizaciones de ambulantes estaban afiliadas al PRI, salvo unos casos aislados. La influencia del PRD comenzó a desarrollarse más y más: nuevos grupos simpatizantes del PRD se formaron como en la plaza comercial popular Artesanos del Centro, caracterizando lo que se puede llamar la diversificación y la multiplicación de los actores políticos. Los casos de las plazas Artesanos del Centro y La Paja lo van a ilustrar así.

Cuando Artesanos del Centro fue inaugurada, todos los comerciantes reubicados pertenecían a la organización priista Artesanos y Vendedores del Centro. Esta unidad alrededor del PRI se mantuvo hasta el año 2000 aproximadamente.¹⁰ Poco tiempo después, los vendedores de la plaza se dividieron políticamente en dos grupos: la asociación Artesanos y Vendedores del Centro y la Unión de locatarios de la plaza Uruguay, formada en 2002. Esta última es cercana al PRD y cuenta alrededor de 70 miembros por un total de 179 locales. Uno de sus fundadores nos cuenta:

Pagábamos un mantenimiento de 165 pesos y lo querían subir a 500 pesos. Muchos nos pusimos de acuerdo. Fue de la forma que nos unimos y empezamos a defendernos del líder.(...) No pudimos defendernos hasta que llegó el PRD. (...) La asociación se creó en el 2002. Hicimos una asociación. A la mayoría les daba miedo. Somos los que estamos encabezando el movimiento. Como a muchos se les quitó el miedo, se unieron con nosotros.¹¹

Los motivos de esta separación son en gran parte económicos, pero también esta separación se debe al funcionamiento de la plaza comercial y sobre todo al pago de las cuotas. Cada ocupante de un local da una cantidad de dinero al líder por medio del administrador para el mantenimiento de los espacios comunes. Esta cuota sirve supuestamente para pagar las obras y el mantenimiento, pero la gestión de este dinero está lejos de ser transparente y muchos piensan que se utiliza para otros fines distintos a aquéllas. La cuestión de las cuotas es muy sensible en

estas plazas. Así en 2002, los comerciantes de la Unión decidieron dejar de pagar las cuotas de mantenimiento, porque en ese momento la administración de la plaza pedía a cada comerciante pagar la suma de 1 000 pesos para la electricidad. Los motivos económicos ocasionaron que los locatarios se separaran en dos grupos, como consecuencia de la llegada de un nuevo actor político: el PRD. Los opositores hablan de manipulación del PRD para atraer votos.

El cese de pagos duró hasta enero del 2004. En esa fecha, la plaza Artesanos del Centro fue cerrada durante dos días por la administración interna con el fin de obligar a los comerciantes disidentes a pagar los gastos de mantenimiento: “La administración y los compañeros que ya estábamos en desacuerdo con la falta de pagos de mantenimiento. Cerramos dos días hasta que los compañeros aceptaron una charla en el gobierno central. Hubo una mesa de discusión. Aprovechamos a las autoridades como mediadoras”.¹²

Los dos grupos llegaron a un acuerdo. Los miembros de la Unión aceptaron pagar 50% de su deuda con la condición de depositar el dinero en una cuenta de banco independiente y de usarlo para la reparación de los sanitarios y para obras de renovación de la plaza; esta cuenta debía ser controlada por todos los comerciantes. Después de medir fuerzas entre los dos grupos, hubo cambios en la plaza: comisiones de cinco a seis personas de cada grupo fueron constituidas, es decir dos grupos según algunos y tres según otros. En efecto, existe un tercer grupo de una docena de personas, el cual es cercano de la Unión de locatarios de la plaza Uruguay, lo que explica que algunos consideren que forman un solo grupo. Estas comisiones deben reunirse de manera regular para abordar los problemas de la plaza comercial.

Así observamos una democratización de la gestión de Artesanos del Centro. El 19 de marzo de 2004, una asamblea dirigida por las comisiones de los dos grupos, que tenía por tema principal las áreas comunes de la plaza, reunió a todos los comerciantes. En la ausencia del líder, se pudo observar los primeros pasos de una gestión compartida del espacio comercial. Varias decisiones fueron tomadas y aplicadas muy rápidamente, como por ejemplo, el hecho de trazar una línea de pintura fuera de cada local para evitar que los comerciantes invadan en demasía las áreas comunes.

El caso de la plaza La Paja es muy diferente aunque existen similitudes, con el caso de Artesanos del Centro. Al principio existían dos organizaciones, una simpatizante del PRI y otra del PRD: “Antes había dos líderes (...) de dos organizaciones. Nos da aproximadamente ocho años y no veíamos que eso funcionaba.”¹³

Una docena de comerciantes decidió entonces en 2000 crear una organización civil: la Asociación civil de la plaza La Paja; tiempo después, la totalidad de la plaza se liberó de sus líderes. Este proceso fue sencillo gracias a la poca resistencia que opusieron los líderes y las organizaciones existentes hasta ese momento. De hecho, el fallecimiento de una lideresa del PRI unos años antes había alejado la atención de la organización hacia otros intereses más importantes. En el caso del otro líder, él mismo cuenta así la liberación de la plaza: “Gracias a que entramos en choque los dos representantes, y para que ninguno de los líderes tuviera el poder, decidimos que los locatarios fueran los beneficiarios.”¹⁴

Desde 2000, La Paja es autoadministrada por sus comerciantes mediante una gestión transparente: los comerciantes no pagan ninguna cuota y ningún gasto de mantenimiento. La plaza comercial es autosuficiente: los ingresos de los sanitarios públicos permiten pagar a los empleados de la plaza, la electricidad, el agua y también los gastos de notario para la escrituración de los locales. Además, cada año los locatarios eligen a su administrador en la asamblea general de la plaza, implementando así las bases de una gestión democrática.

Con el modelo del condominio, se infiere que una vez que los comerciantes de las plazas fueran propietarios de su local y tuvieran su propio patrimonio, los líderes perderían poder sobre sus afiliados. En efecto, si en algunas plazas comerciales los líderes han podido mantener la misma posición; en otras, el poder de las organizaciones y de sus líderes se ha fragmentado

o se ha debilitado; en otras más, los vendedores se han independizado de sus líderes. En este último caso, en lugar de las organizaciones encabezadas por un líder, se formaron asociaciones únicas con todos los comerciantes, sin líder, pero con asambleas generales democráticas.

Estas asociaciones son diferentes de las que existían antes porque no obedecen a lógicas clientelistas y corporativistas; por el contrario, actualmente ellas se pueden definir como asambleas de copropietarios. De esta forma, tener una asociación civil es indispensable para que los comerciantes sean representados y recibidos por las autoridades, adquiriendo así un poder de negociación. Las plazas comerciales populares Artesanos del Centro y La Paja son dos ejemplos significativos entre otros, en los cuales la situación tradicional de una organización con un líder por plaza se transformó en una situación más compleja contando ahora con una pluralidad de actores o de grupos de actores.

La emergencia de
nuevos actores y
la división de los
actores políticos
en las plazas de
comercio popular.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

A pesar de las transformaciones del sistema político mexicano a partir de los años 80, pero sobre todo en los años 90, la política de Manuel Camacho Solís se forjó en el marco clientelar y corporativista, que caracterizaba las relaciones entre el partido oficial y las autoridades con las organizaciones sociales. Las organizaciones de vendedores ambulantes han sido actores ineludibles de la política pública hacia el ambulantaje en el centro histórico de la Ciudad de México al principio de los años 90. Los representantes de las agrupaciones de vendedores participaron en los debates preliminares en la ARDF; negociaron con las autoridades competentes y sobre todo con el organismo encargado de la puesta en marcha del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular. Las asociaciones de comerciantes, según su importancia y los lazos clientelistas y corporativistas existentes, contribuyeron a la selección de los terrenos, a la construcción de las plazas de comercio popular, a su distribución y a la repartición de sus locales.

El proceso de democratización y la crisis del sistema corporativista modificaron la relación entre los vendedores y el Estado. El PRD diversificó las posibilidades de alianza pero al mismo tiempo conservó lógicas clientelistas. A pesar de que el primer gobierno del Distrito Federal del PRD cuestionó el funcionamiento clientelista y corporativista típico del PRI, y que prefiere a las organizaciones civiles sobre las organizaciones sociales (Combes 2000: 68), el PRD no parece romper con estas prácticas clientelistas.

Por una parte, se observa una politización de las organizaciones de vendedores ambulantes, la cual contribuyó a fragmentarlas y permitió frecuentemente, en el caso de oposición con su líder, la escisión del grupo y un acercamiento al PRD. Esta fragmentación hace de la regulación del ambulantaje una situación más compleja para las autoridades, modificando las condiciones de la acción pública hacia el comercio en la vía pública.

Por otra parte al parecer, las plazas de comercio popular se están despolitizando. Aun cuando se trate de un contexto espacial y legal diferente de la calle, los procesos de liberación de las plazas de sus líderes, situación que afecta directamente a las organizaciones de ambulantes en

la calle: pierden afiliados y el liderazgo es abiertamente cuestionado. Este movimiento de "independencia" fue observado por ejemplo en las calles de Guadalajara (Ramírez Sáiz & Mora 1998: 131).¹⁵

La emergencia de nuevos actores y la división de los actores políticos en las plazas de comercio popular, hacen que este proceso sea interesante de observar. Sus implicaciones generales nos permiten, al mismo tiempo hacer una reflexión sobre los actores políticos del comercio callejero y directamente sobre los modos de gestión de estas actividades. El replanteamiento del corporativismo, la permanencia del clientelismo y la democratización de las prácticas políticas de los ambulantes complican las modalidades de gestión del ambulantaje, traduciendo una evolución en la dirección de la acción pública multiforme en el caso del comercio ambulante en el centro histórico de la Ciudad de México.

NOTAS

- 1 Agradecemos mucho a Jérôme Monnet, Guénola Capron y a los dictaminadores por sus lecturas y sus comentarios y a Marcelino Miranda y Edna Hernández por sus correcciones de idioma y de estilo.
- 2 Véanse los trabajos de Jones y Varley sobre Puebla (1994); Cross (1998) y Harrison y McVey (1998) sobre México; Melé sobre diferentes ciudades mexicanas (1998).
- 3 Al mismo tiempo, existen conflictos con los habitantes del barrio y con los comercios establecidos. Grisales Ramírez (2003: 77) describe la lucha para el control de la calle Manuel Doblado en Tepito entre una organización de ambulantes y los residentes de la calle. De igual forma los comerciantes establecidos en ocasiones extienden su tienda hacia la calle, instalando un puesto en frente de su establecimiento para que este espacio no sea ocupado por un vendedor ambulante.
- 4 Por ejemplo, la cuota diaria de un vendedor de incienso cerca del Templo Mayor era en 2004 de 30 pesos por día.
- 5 Oehmichen (2001), citado en Grisales Ramírez (2003: 77), da la cifra de entre 9 000 y 12 000 pesos (el salario mínimo por día en 2006 es de 40 pesos).
- 6 Adoptó su nombre actual en 1946.
- 7 Las raíces de estas organizaciones se encontrarían al final del siglo XIX en el conflicto para los espacios públicos y las prácticas asociativas informales desarrolladas por los ambulantes bajo el régimen de Porfirio Díaz como lo enseña Jiménez en su estudio sobre Morelia.
- 8 Para más detalles sobre esta política, véase Cross, 1998, capítulo 6.
- 9 El importe es diferente según las plazas de comercio popular, pero puede elevarse hasta 750 pesos por mes en una de ellas.
- 10 Entrevista con un comerciante de Artesanos del Centro, 30 de marzo de 2004.
- 11 Entrevista con un dirigente de organización de Artesanos del Centro, 28 de mayo de 2004.
- 12 Entrevista con un comerciante de Artesanos del Centro, 30 de marzo de 2004.
- 13 Entrevista con el administrador de La Paja, 25 de octubre de 2003.
- 14 10 de junio de 2004.
- 15 Los autores subrayan en el caso de la municipalidad de Guadalajara el rechazo de numerosos ambulantes independientes por afiliarse a grupos corporativistas. En este caso, la gestión del Partido de Acción Nacional (PAN) tuvo como objetivo eliminar la intermediación de los líderes y de las organizaciones de vendedores ambulantes.

BIBLIOGRAFÍA

- Azuela, Antonio 1990 – Fuera del huacal, aún en la calle. El comercio y el espacio público en el centro de la ciudad. *Trace* 17: 20-24.
- Castro Nieto, Grisel 1990 – Intermediarismo político y sector informal: el comercio ambulante en Tepito. *Nueva antropología* XI (37): 59-69.
- Combes, Hélène 2000 – Entre protestas y apoyo al Gobierno del Distrito Federal (GDF). Las organizaciones sociales del entorno partidista del PRD 1998-1999. *L'ordinaire latino-américain* 180 : 59-70
- Cornelius, Wayne A. 1986 – *Los inmigrantes pobres en la Ciudad de México y la política*. Fondo de Cultura Económica, México.

- Cross, John C. 1997 – Debilitando al clientelismo: la formalización del ambulantaje en la Ciudad de México. *Revista Mexicana de Sociología* 59 (4): 93-115
- Cross, John C. 1998 – *Informal Politics: Street Vendors and the State in Mexico City*. Stanford University Press, Stanford.
- Davis, Diane E. 1999 – *El Leviatán urbano. La Ciudad de México en el siglo xx*. Fondo de Cultura Económica, México.
- Grizales Ramírez, Natalia 2003 – En Tepito todo se vende menos la dignidad. Espacio público e informalidad económica en el Barrio Bravo. *Alteridades* 13 (26): 67-83
- Harrison, Margaret E. & Clare E. Mc Vey 1997 – Conflict in the city. Street trading in Mexico City. *Third World Planning Review* 19 (3): 313-326
- Jones, Gareth A. & Ann Varley 1994 – The Contest for the City Centre: Street Traders versus Buildings. *Bulletin of Latin American Research* 13 (1): 27-44
- Lomnitz, Larissa 1978 – Mecanismos de articulación entre el sector informal y el sector formal urbano. *Revista Mexicana de Sociología* XL (1): 131-153.
- Massardier, Gilles 2003 – *Politiques et action publiques*. Collection U, Armand Collin, Paris.
- Melé, Patrice 1998 – *Patrimoine et action publique au centre des villes mexicaines*. IHEAL/ Publications de la Sorbonne Nouvelle, Paris.
- Monnet, Jérôme 1993 – *La ville et son double. La parabole de Mexico*. Collection essais et recherches, Nathan, Paris.
- Ramírez Sáiz, Juan Manuel & Manuel Mora 1998 – La regulación panista del comercio ambulante. *En Ramírez Sáiz Juan Manuel (coord.), ¿Cómo gobernan Guadalajara? Demandas ciudadanas y respuestas de los ayuntamientos: 129-155*. M.A. Porrúa, México.
- Roever, Rally Christine 2005 – “Negotiating Formality: Informal Sector, Market, and State in Peru.” PhD Dissertation, University of Berkeley, California.
- Stamm, Caroline 2005 – Balance de las plazas comerciales populares en el Centro Histórico de la Ciudad de México. *En Monnet Jérôme et Juliette Bonnafé (coords.), Memoria del Seminario “El ambulantaje en la Ciudad de México: investigaciones recientes”*. Programa de Estudios Universitarios sobre la Ciudad, Universidad Nacional Autónoma de México / CEMCA,CD-Rom, México.
- Tomas, François 2004 – *Les temporalités des villes*. Publications de l'Université de Saint Etienne, Saint-Etienne.

Recibido: 8 de septiembre, 2006

Aceptado: 21 de diciembre, 2006