



**Centro de Estudios Sociológicos
Doctorado en Ciencia Social con Especialidad en Sociología**

Promoción XII

Liderazgos y organizaciones en el comercio en vía pública de la Ciudad de México. El caso de la delegación Iztapalapa, 1998-2008.

**Tesis para optar al grado de Doctor en Ciencia Social con
especialidad en Sociología que presenta:**

Norma Angélica Gómez Méndez

Directora: Dra. María Luisa Tarrés Barraza

México, D.F.

Enero, 2012

Agradecimientos

Durante mis estudios de doctorado y la elaboración de esta investigación, me acompañaron, muchas personas a quienes agradezco su paciencia, alegría y sobre todo, enormes enseñanzas.

En primero lugar, mi directora y mis lectores, a quienes admiro y de quienes he aprendido muchísimo.

Agradezco infinitamente a la Dra. María Luisa Tarrés, por aceptar la dirección de esta investigación. Hacen falta muchas palabras para describir las múltiples ocasiones en que estuvo dispuesta a escucharme y guiarme, a mostrarme que la vida se toma con más calma y con más diversión, pero sobre todo, un enorme cariño por su paciencia y su apoyo en todos los momentos buenos y malos durante mi estancia en El Colegio de México, pero sobre todo, su confianza y mi admiración.

Con mucho cariño a mis lectores, la Dra. Edith Pacheco Muñoz, por su manera de ver a la investigación en ciencias sociales, por sus atinadas observaciones y comentarios, su infinita sabiduría, su honestidad y su enorme corazón.

Al Dr. Marco Estrada Saavedra, por su apoyo, su gran capacidad para aportar conocimiento a los estudiantes, su disciplina que es un gran ejemplo para todos y por todos los comentarios que hicieron posible que este trabajo mejorara enormemente.

A Demetrio Arturo Feria Arroyo por mantenerme a flote en los momentos más difíciles, por sus lecturas y por estar juntos.

A todos mis amigos y amigas por el apoyo en estos años de doctorado, por la diversión, la plática, la música, el baile y las catarsis.

A mis amigos colmecas: Carla Zamora, Javier Niño, Raquel González Loyola, Estuardo Miranda (El Chepe).

A l@s amig@s: Alfa Hernández, Citlali Villafranco, Vanesa Lara, Brisa Flores, Nina Hernández, Kath Ellet, Miroslava Ortiz de Pinedo, Georgina Zárate, Claudia Mendoza, Norma Hernández, Karla Pacheco, Sandra Solano, Tania Carbajal, Rebeca Reza, Nivia Brismat, Julieta Marcone, Ruth Aguilar, Susana Nava, Claudia Puebla, Arturo Tapia, Orlando Delgado, Gilberto Alvide, Facundo González, Mauricio Álvarez, Mauricio Sáez y a Domingo García por su invaluable ayuda para el procesamiento de los datos censales de 2010

A mis queridos estudiantes: Emilio Del Carmen, Laura Cortés, Alexi Beltrán y Sergio Palma. Espero que pronto festejen nuestros nuevos grados.

En especial, a Juan Ignacio Saavedra, por su gran amistad, y a quien le debo la realización de esta investigación por su ayuda incondicional y por permitirme trabajar con Los Dorados. A Alejandro Balderas, Daniel Hernández, Eduardo Tlalpan y a todos Los Dorados de Villa por la confianza en compartir sus historias y múltiples experiencias que forman parte de la vida de Iztapalapa.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por el auspicio para la realización de este posgrado.

Resumen

Uno de las principales motivaciones de esta investigación fue la comprensión sobre un grupo social que, por lo menos en la Ciudad de México, tiene un alto grado de organización: los comerciantes en vía pública. La evidencia cotidiana muestra cómo el comercio en vía pública abre las posibilidades para la conformación de demandas no sólo económicas, sino políticas y sociales, también ha permitido la organización y la acción colectiva que ha convertido a los comerciantes en actores sociales y políticos a quienes, de manera obligada, los representantes políticos acuden para negociar el uso y distribución del espacio público, el poder político y por supuesto votos.

En este contexto, gran parte de las investigaciones sobre el tema, se han centrado en el análisis de la articulación entre dos dimensiones de la realidad: la macro y la meso a través de los vínculos, entre funcionarios, representantes políticos, partidos políticos y las organizaciones de comerciantes en vía pública y los líderes.

En la presente investigación el problema se enfoca en la comprensión de la dimensión microsocia, entendiéndola como el espacio en donde se desarrollan los individuos en su cotidianidad, desde sus historias personales y sus acciones individuales, partiendo de esta dimensión, el objetivo de la investigación es explicar cómo se construyen los liderazgos y cómo se desarrolla la dinámica interna de las organizaciones: desde el análisis de las relaciones cotidianas que se crean entre líderes y comerciantes en vía pública, realidades socio-espaciales que desde esta dimensión no han sido estudiadas en profundidad, particularmente en la Ciudad de México, y en el caso concreto de la delegación Iztapalapa que posee una riqueza cultural, política y económica.

La primacía en la dimensión microsocia no elude la vinculación con las dimensiones meso y macro, sin embargo, esta investigación propone una discusión desde la complejidad que significa observar a los sujetos en su entorno cotidiano y sumergirse en sus historias personales, que por supuesto, están influenciadas por la estructura social.

La selección de un espacio particular como la delegación Iztapalapa, también parte del estado del arte sobre las organizaciones de comerciantes en vía pública, muchas investigaciones se han centrado en explicar realidades como el Centro Histórico de la Ciudad de México y existen pocos estudios que aborden otras realidades, igualmente complejas, aunque diferentes. Asimismo otro punto importante de esta investigación es retomar las diferentes formas que tiene el comercio en vía pública, una de ellas son *los canales de abasto popular*, entre ellos los

tianguis, las romerías, los mercados sobre ruedas y las concentraciones, manifestaciones diversas del comercio callejero, pero cada una con características específicas que requieren ser analizadas, en una ciudad en donde el comercio informal, es un problema político, económica y cultural.

Tomando en cuenta el caso de Iztapalapa, la investigación se orientó al análisis de las formas y los contenidos de la acción colectiva organizada de los comerciantes en vía pública que ejercen su ocupación en tianguis y romerías con una investigación de corte cualitativo desarrollada en dos organizaciones, Mártires del 1° de Agosto, una organización de tianguistas, considerada como la tercera más importante en el ámbito delegacional, y la otra, una romería, Los Dorados de Villa, una organización pequeña, pero con un proyecto no sólo de comercio sino de trabajo comunitario y político, una historia vinculada estrechamente a la historia de la colonia y de la propia delegación.

La temporalidad elegida para el análisis comprende básicamente el periodo de 1998 a 2008, aunque los datos estadísticos y la información sobre los casos de estudio se actualizaron hasta 2010. La justificación de este corte temporal, tiene como referente el Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública de 1998.

El espacio de las organizaciones de comerciantes en vía pública es un espacio público construido por múltiples interacciones sociales en donde la calle, es el principal capital en disputa. La disputa proviene de su denotación como espacio público, y por tanto, de acceso para todos y cada uno de los ciudadanos. Desde este punto de vista, la calle se convierte en un recurso escaso y controlado tanto por las autoridades de gobierno, como por los líderes de las organizaciones quienes se encargan de distribuirlo.

Para esta investigación, la comprensión de las prácticas sociales se aborda a partir del siguiente esquema teórico:

- a) Desde Pierre Bourdieu con tres conceptos fundamentales en su teoría: *habitus*, *capital* y *campo*. El concepto de *habitus* refiere al juego entre pasado, presente y futuro: el pasado como experiencia, como una predisposición o *pre-ocupación* para actuar, pensar y sentir de los agentes. El presente como manifestación de las regularidades producidas por el *habitus*; y el futuro para las posibilidades de anticipación. De esta forma, el *habitus* predispone a los agentes para mantenerse en un determinado campo social y jugar el interés que define a cada campo. El concepto de *capital* hace referencia aquellos recursos simbólicos y/o materiales acumulados que están en juego y en lucha en cada uno de los campos sociales y por tanto, que

orienta las prácticas sociales de los agentes dotados de habitus. Mientras que el concepto de *campo social* (siempre de poder) es “un sistema de posiciones y de relaciones entre posiciones” históricamente constituidos, como un espacio en donde los agentes “juegan” y luchan por obtener, mantener y acrecentar el capital específico de dicho campo. (Bourdieu, 1988b; Gutiérrez, 1997)

- b) Desde la perspectiva de *El actor y el sistema* de Crozier y Friedberg: para analizar las relaciones en entre actor y organización y entre ésta y el sistema. La observación de la relación entre actor y sistema (entre agente y estructura) es posible desde la acción colectiva organizada, en donde ésta es la forma más visible y formalizada “la que por lo menos parcialmente, se instituye y se controla de una manera más consciente” (Crozier y Friedberg, 1990:18).

La mirada sobre la organización permite analizar a la acción colectiva como un constructo cultural constituido por juegos (siempre de poder) en los que se enlazan los modos de acción colectiva de los agentes, el desarrollo de las instituciones y los contextos culturales.

Desde lo anterior, el comercio en vía pública se concibe como un espacio en donde las relaciones que se establecen entre los agentes sociales –entre los más importantes: los comerciantes en vía pública, sus organizaciones y liderazgos, las autoridades de gobierno y los partidos políticos– son relaciones de conflicto y negociación permanente que tienen como fin principal la obtención y mantenimiento de un espacio en vía pública, y de esta forma generar ingresos. De igual manera, el comercio en vía pública se entiende como campo influenciado por los campos político y económico, que construye así, relaciones sociales en la dinámica cotidiana de la actividad, esto es, al interior de las organizaciones: en la distribución diaria del espacio público por parte del líder a los nuevos asociados, en la vigilancia por el cumplimiento de las reglas del juego por parte de los asociados, en el cobro de cuotas, etcétera. Es ahí en donde la presente investigación dirigió la mirada para analizar cómo son las interacciones entre los miembros de una organización.

Como conclusiones a esta investigación, las dos organizaciones seleccionadas para contribuir a la comprensión de la dinámica en el comercio en vía pública de la ciudad de México evidencian que el éxito de un colectivo en este campo social, se basa en el conocimiento y aceptación de las reglas del juego. En estas reglas hay dos aspectos fundamentales:

a) la estructura de las posiciones al interior de las organizaciones, en ésta, un liderazgo fuerte es fundamental. La evidencia muestra que el líder funciona como “un experto” que monopoliza, no sólo el espacio público, sino la información y los vínculos con otros campos sociales. La participación de los asociados está limitada al pago de cuotas y al apoyo esporádico a algún funcionario o partido político, siempre y cuando, el líder garantice la estabilidad del espacio.

b) Los vínculos con otros campos sociales, particularmente con el estatal y el político. En su calidad de experto, un líder exitoso tiene los capitales necesarios para negociar o incluso establecer conflictos con la delegación y mantenerse como organización. El caso contrario, un mínimo grado de pericia, mantiene a la organización con mayor incertidumbre y escasas posibilidades de crecimiento y consolidación.

Mártires del 1° de Agosto, como una organización típica de esta actividad y cuyos objetivos son la permanencia en el espacio público como mecanismo de legitimidad y cohesión del grupo. Los Dorados, debaten en torno a dos proyectos de organización, uno que se enfoca en la realización de una romería, es decir, sólo en el comercio en vía pública, el otro busca un colectivo con mayor incidencia en la comunidad y con la posibilidad de construir lazos de participación ciudadana en la delegación de Iztapalapa. Sin embargo, la diferencia en estos dos proyectos tiene como resultado la imposibilidad de la consolidación y la definición de un liderazgo fuerte que fortalezca a la organización.

Finalmente, se llega a la conclusión de que existe un habitus en el comercio en vía pública. Comerciar en la calle, genera aprendizajes y define estrategias individuales y colectivas que se forman durante la historia de vida de los comerciantes.

ÍNDICE

	Pág.
Agradecimientos	I
Resumen	II
Introducción	7
Planteamiento y justificación del problema de investigación	9
Preguntas de investigación	12
Objetivos	14
Premisas de investigación	14
Perspectiva teórico-metodológica	17
Metodología y técnicas de investigación	19
La vinculación entre teoría y realidad: la construcción analítica de la investigación	28
Organización de la obra	29
Capítulo 1 El juego entre el sentido práctico y el cálculo estratégico en la acción colectiva de líderes y organizaciones en el comercio en vía pública en la Ciudad de México	33
1.1 Agentes, liderazgos, organizaciones y orden social	36
1.2 Abriendo el círculo: sentido práctico y habitus como principio y disposición para el liderazgo y la acción colectiva.	40
<i>Del habitus y el sentido práctico al cálculo estratégico: las posibilidades de la acción colectiva organizada</i>	45
<i>Sobre las organizaciones y sus agentes</i>	47
<i>Poder y complicidad entre líderes y miembros de las organizaciones: la lógica interna de las organizaciones</i>	52
1.3 Cerrando el círculo: líderes, organizaciones y campos de acción	54
1.4 Habitus, sentido práctico, cálculo estratégico y campos de acción en las organizaciones de comerciantes en vía pública: definición de las categorías de análisis para el estudio de caso	59
<i>Relación entre teoría y realidad para la comprensión del comercio en vía pública</i>	62
Capítulo 2 El campo del comercio en vía pública y sus lógicas de acción en la Ciudad de México: definiciones e interacciones con la estructura social	65
2.1 El análisis del comercio en vía pública desde la informalidad	66
2.2 Definiciones, expresiones y dimensión cuantitativa del comercio en vía pública	71
<i>El comercio en vía pública en los censos y conteos de población y vivienda</i>	72
<i>El comercio en vía pública en las encuestas nacionales de ocupación y empleo</i>	75
<i>El marco jurídico del comercio en vía pública en el Distrito Federal</i>	78
El Reglamento de Mercados de 1951 para el Distrito Federal	79
1993: Bando por el que se prohíbe el ejercicio del comercio en vía pública y de cualquier otro tipo en las calles comprendidas dentro del perímetro determinado por el Departamento del Distrito Federal	81
El Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública del Distrito Federal (PRCVP) de 1998	83
Reordenamiento y relaciones con las organizaciones después del Programa de 1998: hacia la definición de un marco legal	84
Los canales de abasto y comercialización de productos en la vía pública del DF: normar las tradiciones y controlar a las organizaciones	86
<i>Dimensión cuantitativa del comercio en vía pública en México y en el Distrito Federal</i>	91
El comercio en vía pública en el Distrito Federal	92
Los canales de abasto en el Distrito Federal	97
2.3 Liderazgos y organizaciones en el comercio en vía pública en tianguis del DF	99
2.4 El campo de acción del comercio en vía pública: corporativismo y clientelismo en la sociedad	106

mexicana.

	115
Capítulo 3 Espacio social y comercio en vía pública en la Delegación Iztapalapa: la conformación de un habitus organizativo	
3.1 Contexto, características sociodemográficas, participación política y social en Iztapalapa	119
<i>Perfil sociodemográfico de Iztapalapa</i>	123
Actividades económicas y ocupaciones	130
Características de las ocupaciones	131
<i>El campo político en Iztapalapa: elecciones, partidos y ciudadanos</i>	135
3.2 El comercio en vía pública en Iztapalapa: características, administración, organizaciones y liderazgos	141
<i>Dimensión cuantitativa del comercio en vía pública: tianguis, oferentes y ubicaciones</i>	142
<i>Líderes y organizaciones de comerciantes en vía pública en Iztapalapa</i>	146
<i>La lógica de la acción colectiva organizada de los tianguistas en Iztapalapa</i>	152
Establecer los horarios para la instalación de los puestos	153
Cobrar las cuotas por concepto de uso de suelo o “la plaza” que generalmente se cobran por día y en temporada son más altas	154
Revisar que se cumpla con el reglamento de tianguis que establece la delegación y la Dirección de Protección Civil	155
Resolver los problemas cotidianos y mantener las relaciones con los vecinos, los clientes y entre los propios tianguistas	156
Capítulo 4 Organizaciones y lógicas de acción en el campo del comercio en vía pública en Iztapalapa: la Unión de Comerciantes, Ambulantes y Tianguistas “Mártires del 1° de Agosto de 1924” y de la Asociación de Comerciantes para la Romería del Día de Reyes, A.C. “Los Dorados de Villa”	159
4.1 Los espacios de acción de las organizaciones estudiadas en Iztapalapa	165
<i>Características sociodemográficas de las unidades territoriales y las colonias en donde se ubican las organizaciones</i>	166
<i>La colonia Francisco Villa, espacio de acción de Mártires del 1° de Agosto y Los Dorados de Villa</i>	169
El origen de la colonia: apropiaciones individuales y colectivas del espacio social	171
4.2 La conformación de las organizaciones: entre el cálculo estratégico y el sentido práctico de la acción colectiva organizada	178
<i>Mártires del 1° de Agosto de 1924: el cálculo estratégico en la organización</i>	180
<i>La historia de Los Dorados de Villa: una organización de comerciantes sin consolidación</i>	185
4.3 Lógicas de acción y estrategias de reproducción de las organizaciones	195
<i>Oferentes y asociados en las organizaciones</i>	198
<i>Las posiciones y disposiciones de los agentes en Mártires del 1° de Agosto y Los Dorados de Villa</i>	202
La organización en Mártires del 1° de Agosto	202
La organización en Los Dorados de Villa	208
<i>Las reglas del juego en la dinámica cotidiana de las organizaciones</i>	216
<i>El control de los agentes sobre la organización: la resolución de los problemas</i>	221
4.4 Reflexiones en torno a la lógica interna de las organizaciones: elementos para la comparación	224
Capítulo 5 La configuración del habitus y la lógica de la práctica: ser líder y ser asociado en Mártires del 1° de Agosto y Los Dorados de Villa	229
5.1 La conformación de los liderazgos en las organizaciones: la historia de vida, el habitus en el comercio en vía pública	232
<i>Marcos Rodríguez, el habitus del liderazgo en el comercio en vía pública</i>	235

<i>Juan Saavedra: el liderazgo en el comercio en vía pública desde la participación ciudadana, en la colonia Francisco Villa</i>	241
Los primeros contactos con la historia de Juan.	242
Educación y experiencia laboral previa al comercio en vía pública: la necesidad de distinción social	243
“Nos embarazamos”: la formación de pareja y los cambios en las prioridades	247
El comercio en vía pública, una estrategia de supervivencia	247
La entrada al campo político: la búsqueda de un habitus de participación	251
De los comités vecinales a Los Dorados de Villa: la definición del liderazgo en el espacio local	257
Los proyectos a futuro: trascender el campo del comercio en vía pública	261
<i>La experiencia de Alejandro: la familia, el barrio y la formación académica como aprendizajes para el liderazgo</i>	263
La llegada al Distrito Federal y a la colonia Francisco Villa: migración forzada y condiciones precarias de vida	266
“No sé si estar en un doctorado es educación, pero yo sí pasé por la Universidad”	268
El comercio en vía pública, también como una estrategia de supervivencia	272
La importancia de los vínculos familiares y la identidad con el espacio de vida	273
La participación en el campo político: los “juegos de poder” en el espacio local	274
El liderazgo: una cuestión de empuje, valentía y educación	276
El sentido de una organización: “hay que cubrir al rey, finalmente”	277
Proyectos a futuro	278
5.2 Sentidos y evaluaciones de los líderes y de los asociados sobre el liderazgo y la organización	280
Conclusiones	291
Algunas dificultades y decisiones durante el proceso de investigación	293
La definición de la perspectiva analítica: la apuesta por Pierre Bourdieu, Michel Crozier y Edhard Friedberg	297
La lógica de acción del comercio en vía pública de la ciudad de México	301
El espacio de acción de la investigación: la importancia de la delegación Iztapalapa en el contexto del Distrito Federal	304
Sentido práctico y cálculo estratégico en los agentes y las organizaciones en el campo del comercio en vía pública de la Ciudad de México	306
Ser líder, ser asociado en el comercio en vía pública de Iztapalapa. Reflexiones finales sobre los liderazgos y las organizaciones estudiadas	310
La agenda pendiente en la investigación sobre el comercio en vía pública.	314
Anexos	317
Bibliografía	340

Índice de cuadros y esquemas	Pág.
Cuadro I Datos de los entrevistados	25
Esquema 1 Las relaciones entre líderes y miembros de organizaciones en el campo del comercio en vía pública de la delegación Iztapalapa	63
Cuadro 1 Grupo principal 71: Comerciantes, empleados de comercio y agentes de ventas	73
Cuadro 2 Grupo principal 72: Vendedores ambulantes y trabajadores ambulantes en servicios	73
Cuadro 3 Grupo principal 81: Trabajadores en servicios personales	74
Cuadro 4 Variables de la Encuesta Nacional de Empleo Urbano vinculadas al comercio en vía pública	75
Cuadro 5 Variables de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo vinculadas al comercio en vía pública	76
Cuadro 6 Distribución porcentual de los vendedores ambulantes en el Distrito Federal, 1998-2004	92
Cuadro 7A Población ocupada de 12 años y más por grupos de ocupación principal, vinculados al comercio en vía pública, 2000.	93
Cuadro 7B Población ocupada de 12 años y más por grupos de ocupación principal, vinculados al comercio en vía pública, 2010.	94
Cuadro 8 Población ocupada en categorías seleccionadas. 2005-2010	95
Cuadro 9 Trabajadores en puestos fijos y semifijos, según sexo. 2005-2010	96
Cuadro 10 Salarios de la población ocupada en puestos fijos y semifijos, según sexo, 2005-2010	97
Cuadro 11 Canales de abasto en vía pública en el Distrito Federal: mercados sobre ruedas y concentraciones	98
Cuadro 12 Distribución de los tianguis en el Distrito Federal, 2009	99
Cuadro 13 Organizaciones de comerciantes en vía pública en tianguis en el Distrito Federal, por delegación, 2009	103
Cuadro 14 Organizaciones de tianguistas más importantes en el Distrito Federal, 2009	105
Cuadro 15 Grado de marginación en delegaciones seleccionadas del Distrito Federal, 2000	126
Cuadro 16 Grados de marginación de las unidades territoriales	127
Cuadro 17 Población analfabeta en el DF e Iztapalapa. 2000 y 2010	128
Cuadro 18 Población según nivel escolar: DF e Iztapalapa, 2010	129
Cuadro 19 Iztapalapa: Población ocupada según sector de actividad económica por sexo, 2010	130
Cuadro 20 Distribución porcentual por ocupaciones principales según ingresos mínimos mensuales en Iztapalapa, 2000	134
Cuadro 21 Resultados de las elecciones para la Asamblea del Distrito Federal, 1991-2009	137
Cuadro 22 Resultados de las elecciones para Jefe de Gobierno en el Distrito Federal, 1997-2006	138
Cuadro 23 Resultados de las elecciones para jefes delegacionales, 2000-2009	140
Cuadro 24 Ubicaciones de tianguistas con permiso y sin permiso en Iztapalapa, 2010	145
Cuadro 25 Organizaciones y representantes de tianguistas con presencia en Iztapalapa, 2009	148
Cuadro 26 Organizaciones de tianguistas en Iztapalapa con presencia en otras organizaciones, 2009	150
Cuadro 27 Líderes y organizaciones más representativos en Iztapalapa, 2009-2010	151
Cuadro 28 Algunas características sociodemográficas y económicas de las colonias en donde opera Mártires del 1° de Agosto.	168
Cuadro 29 Tianguis operados por Mártires del 1° de agosto de 1924 en el Distrito Federal	198
Cuadro 30 Líderes, ubicaciones y oferentes de Mártires del 1° de Agosto de 1924 en Iztapalapa	199
Cuadro 31 Oferentes de la romería de Los Dorados de Villa	201
Cuadro 32 Estructura de Mártires del 1° de Agosto	203
Cuadro 33 Las posiciones en Los Dorados de Villa. Primera etapa	210

Cuadro 34 Organización de Los Dorados de Villa. Segunda etapa	212
Cuadro 35 Organización de Los Dorados de Villa. Tercera etapa	215
Cuadro 36 Categorías para el análisis de los liderazgos	234

Índice de gráficas

Gráfico 1 Crecimiento poblacional en el Distrito Federal e Iztapalapa, 1950-2010	125
Gráfico 2 Distribución porcentual de ocupaciones principales. Iztapalapa y DF, 2000	133
Gráfico 3 Número de tianguis en Iztapalapa, 2006-2010	143
Gráfico 4 Número de oferentes en tianguis en Iztapalapa, 2006-2010	143

Anexos

Anexo 1 Definición de categorías y subcategorías de análisis	318
Anexo 2 Cuadro 1 Organizaciones, líderes, ubicaciones, representados y delegaciones de operación de tianguistas en el D.F. (2009)	321
Anexo 3 Datos sociodemográficos sobre la Delegación Iztapalapa	326
Gráfico 1 Población ocupada 2000-2010. Municipios y delegaciones con más de un millón de habitantes.	326
Cuadro 1 Población según nivel escolar por sexo en el DF e Iztapalapa, 2010. Participación porcentual.	327
Cuadro 2 Iztapalapa y DF: Población según Ingreso Mensual por Salarios Mínimos por Sexo, 2010 (Porcentaje dentro de sexo).	328
Cuadro 3 Iztapalapa y DF: Población según Ingreso Mensual por Salarios Mínimos por Sexo, 2010 (Porcentaje dentro de ingreso mensual).	328
Cuadro 4 Distribución de la población ocupada por ocupación principal según sexo en Iztapalapa y el Distrito Federal, 2000	329
Cuadro 5 Población ocupada por ocupación principal según ingresos mínimos mensuales. Iztapalapa 2000.	330
Cuadro 6 Distribución porcentual de los niveles escolaridad por ocupación, Iztapalapa 2000.	331
Anexo 4 Instrumentos metodológicos	332
Guión de historia de vida para líderes /dirigentes de organizaciones de comerciantes en vía pública	332
Guión de entrevista a comerciantes en vía pública	334
Anexo 5 Mapas	337
Mapa 1 División delegacional del Distrito Federal	337
Mapa 2 División territorial y grados de marginación de Iztapalapa	338
Mapa 3 División territorial y grados de marginación de la colonia Francisco Villa, delegación Iztapalapa	339

INTRODUCCIÓN

el hecho de que estamos en un espacio público, precisamente, si es público pues que cada quien agarre su cachito ¿no?

Alejandro Balderas, miembro del comité que dirige a la Asociación de Comerciantes para la Romería del Día de Reyes, A.C. “Los Dorados de Villa

Debido a su ubicación en un espacio público, un mercado en la calle, no sólo es un sitio para realizar transacciones económicas privadas: es un lugar de socialización, para comer, ser visto y conversar con vecinos y amigos, y un sitio para ver lo que hay en existencia y lo que nos gusta.

John Cross, 1996

Para los habitantes de la Ciudad de México, comprar y vender en las calles son actividades ancestrales y cotidianas. Algunas investigaciones sobre la historia del México Prehispánico y, en particular, sobre la Ciudad de México relatan cómo las calles, distintivamente en los días de tianguis¹, han sido el espacio privilegiado para el intercambio de bienes y servicios, pero de manera más importante para la interacción social y el mantenimiento de los lazos comunitarios y religiosos. (Martínez, 1985, Monnet, 2005, De Alba, et. al., 2007)

El espacio urbano está repleto de vivencias sobre el comercio en vía pública: lidiar en los semáforos con el limpiaparabrisas mientras se compra el periódico, degustar una infinidad de alimentos en algún puesto de la esquina del lugar de trabajo, la casa o la escuela, salir del Metro o bajarse de algún transporte colectivo y encontrarse con un sinfín de productos, para saciar un antojo. Asimismo, uno puede adquirir lo necesario para la despensa de la semana en los numerosos tianguis distribuidos en todas las delegaciones de la Ciudad en cada día de la semana. Todo lo que uno requiera para la vida diaria está en las calles, a precios generalmente más accesibles que en la mayoría de los comercios establecidos y con la oportunidad para establecer el vínculo del *regateo* entre comerciantes y consumidores.

Esta cotidianidad tiene múltiples connotaciones y manifestaciones, ya sea como comercio en vía pública, callejero, informal o ambulante la podemos observar en todo el espacio público, en semáforos, esquinas, plazas públicas, jardines, automóviles, afuera de las puertas de los

¹ La palabra tianguis proviene del náhuatl *tianquiztli*, que se ha traducido como mercado o lugar público destinado, de manera permanente o en días específicos, a la compra, venta o permuta de productos y servicios. (Diccionario de la lengua Española, RAE)

hogares, oficinas, empresas, instituciones de gobierno, en el transporte público, por mencionar sólo algunas. Asimismo las formas que adquiere también son diversas: tianguis, concentraciones, zonas de mercados, puestos fijos o permanentes, temporales o semifijos.

Pero más allá del folclor o la cultura popular de la que forma parte el comercio callejero o en vía pública, desde la segunda mitad del Siglo XX, y específicamente en el Centro Histórico de la Ciudad de México, esta actividad y ocupación ha sido un problema político, económico, social y de manera más reciente, académico.

En muchas ocasiones, los discursos que se transmiten en medios de comunicación, a través de cámaras empresariales, comerciantes establecidos no organizados, partidos políticos, autoridades de gobierno (nacionales y locales) y algunos sectores de la población, señalan que los comerciantes en vía pública, no pagan impuestos ni los servicios que utilizan (por ejemplo luz y agua), invaden y ensucian las calles en detrimento de la imagen urbana, se apropian y controlan el uso del espacio público al margen de los intereses ciudadanos y de las acciones de gobierno; en muchas ocasiones son distribuidores de mercancía ilegal, no operan bajo estándares de calidad e higiene y funcionan como clientela de los diversos partidos políticos.

Efectivamente, todos estos discursos responden a una parte de la realidad del comercio en vía pública, pero también omiten factores y actores que han evidenciado investigaciones más recientes sobre el tema: el comercio en vía pública forma parte integral del proceso de circulación de mercancías tanto formales como informales o en su caso ilegales; es uno de los canales fundamentales de abasto de productos y servicios para muchos habitantes, principalmente de los sectores populares y en términos ocupacionales y de empleo sigue siendo una opción para generar recursos económicos, el autoempleo y la creación de micro negocios.

Un aspecto que interesa a esta investigación es precisamente que el comercio en vía pública abre las posibilidades para la conformación de demandas no sólo económicas, sino políticas y sociales y ha permitido la organización y la acción colectiva. Los comerciantes en vía pública son agentes sociales en un entorno en constante conflicto por el uso, distribución y mantenimiento de un recurso escaso: el espacio público. El conflicto por este espacio –en teoría de todos y para todos los ciudadanos- vincula, y en muchas ocasiones, enfrenta a los propios comerciantes, entre ellos mismos, con el Estado y con el resto de los ciudadanos. De ahí, que el principio del grupo, de la organización, es fundamental para obtener un espacio y mantenerse en él.

Planteamiento y justificación del problema de investigación

El primer acercamiento que tuve a la investigación sobre el comercio en vía pública surge con la tesis de maestría, en ese momento el tema me era demasiado caótico y llamaba mi atención el creciente interés mediático y la politización de las organizaciones de comerciantes en vía pública particularmente en la década de los noventa.

En aquel momento mi interés versaba en comprender las estrategias de hombres y mujeres para entrar y permanecer en una actividad a todas luces compleja, multidimensional, conflictiva e inmersa entre dos campos de acción, el económico y el político, con un capital compartido y también en disputa: la calle.

Durante el trabajo de campo me acerqué a diferentes tipos de comercio en vía pública, en Iztapalapa establecí contacto con comerciantes en puestos fijos que trabajan en la misma ubicación todos los días de la semana; en la delegación de Coyoacán con comerciantes ubicados a las afueras del Metro Copilco y en el Centro Histórico entrevisté a una comerciante de la calle de Moneda.

Lo primero que se evidencia es que los espacios de acción del comercio callejero en la Ciudad son muy heterogéneos: hablar de los ambulantes en el Centro Histórico, es completamente diferente a hablar de los tianguistas en Iztapalapa o de los grupos de comerciantes que trabajan a las afueras de las estaciones del Sistema de Transporte Colectivo Metro.

Cada tipo de comercio tiene problemas y necesidades diferentes, cada espacio urbano tiene un valor diferente en todos los sentidos, económico, social, cultural y político, las disputas no son iguales y eso también impacta en las redes sociales, las estrategias de ingreso y los grados de organización que se requieren para mantenerse en el espacio público.

Respecto a las redes sociales la mayoría de las y los entrevistados tienen una historia de vida ligada al comercio en vía pública, principalmente a través de las madres y años después ellos y ellas han permanecido en la misma ocupación.

Las redes de permanencia se definen por la interacción con los líderes de las organizaciones y la dinámica cotidiana dentro de ellas, que implica a su vez los vínculos entre los propios comerciantes y los problemas del día a día en la jornada de trabajo. Los líderes tienen el monopolio en la distribución del espacio público, establecen las reglas cotidianas en el ejercicio del comercio y funcionan como interlocutores con las autoridades de gobierno.

Uno de los aspectos que llamó mi atención, fueron las formas cómo los líderes interactuaban con las y los comerciantes: con los nuevos se percibe, en la mayoría de los casos, una relación con un alto contenido de subordinación para pedir la “anuencia” del líder y así tener un espacio, mientras con más antiguos, las formas de interacción son muy variadas, desde el compadrazgo, el enfrentamiento y la desobediencia a las reglas del juego, en casos excepcionales, hasta una relación distante que sólo se concentra en el pago de cuotas y en el mantenimiento del orden.

Al mismo tiempo, existen otros factores que contribuyen a la complejidad. En primer lugar, la creciente participación de hombres y mujeres en esta actividad, ya sea como estrategia de supervivencia y válvula de escape al desempleo y la precarización laboral o como estrategia para el emprendimiento y la generación de micro empresas frente a las regulaciones impuestas por el Estado, que muchas veces desalientan los procesos formales para constituir empresas.

En segundo lugar, la densa red de relaciones que se construyen entre los diferentes actores involucrados, principalmente, las organizaciones de comerciantes en vía pública y sus líderes, las autoridades de gobierno, las redes de abastecimiento de productos y servicios que incluyen tanto a comerciantes establecidos o formales como informales (Pradilla Cobos, 1993). Estas redes generan una lógica de acción colectiva particular en donde la organización y el líder se convierten en los fundamentos para permanecer en la vía pública. Esto se explica entre otras razones por lo siguiente:

- a. Las relaciones que se tejen entre la llamada informalidad² y la ilegalidad en el ejercicio cotidiano de la actividad.
- b. El papel que *debe* jugar el Estado y los ciudadanos en la definición sobre los usos de la calle como espacio público, es decir, un espacio *de todos los ciudadanos, de la comunidad*, que en el caso del comercio en vía pública es para un fin privado o para el uso de algunos grupos en particular³.

² Entendiendo a la informalidad desde la perspectiva de Portes: “aquellas actividades generadoras de ingreso que no están reguladas por el Estado, en un ambiente social donde actividades similares sí están reguladas” (Portes, 1995:123) que no implica necesariamente la violación a las reglas o al marco jurídico; desde una perspectiva más sociológica Cross y Morales, siguiendo los argumentos de De Soto (1987) reconocen que la informalidad es una forma de interacción social que promueve un espíritu de supervivencia y flexibilidad que puede contribuir al éxito de los mercados y de los comerciantes (Cross y Morales, 2008:9) Para un análisis más detallado de lo que en esta investigación se asume como informalidad véase Capítulo 1, Apartado 1.2

³ El Estado tiene la autoridad (monopolio) para regular el espacio público. La calle en tanto pública, es un bien colectivo, expuesto a la mirada de todos, y también es inclusivo, es decir, todos tienen acceso a ella. Véase Rabotnikof (2003)

- c. El reconocimiento jurídico de esta forma de comercio, y como sucede con los tianguis, la obtención del permiso de uso de suelo a través de la figura de asociaciones civiles⁴.
- d. La “tolerancia” de las autoridades de gobierno y las relaciones clientelares que se establecen con los comerciantes.
- e. La importancia que tiene el comercio en vía pública y en particular los tianguis, como canal de abasto de productos y servicios para un importante sector de la sociedad de medios y bajos recursos económicos.
- f. Por último, la relevancia que adquiere la organización y el liderazgo, como formas de intermediación frente a los diferentes actores y entre los propios comerciantes para hacer del espacio público un recurso relativamente más estable y seguro para trabajar.

A partir de esta experiencia, así como de la información sobre el tema, la inquietud de esta investigación se centró en comprender, cómo se construyen los liderazgos y cómo se desarrolla la dinámica interna de las organizaciones, desde el análisis de las relaciones cotidianas que se crean entre líderes y comerciantes en vía pública en otras realidades socio-espaciales importantes de la Ciudad de México desde la cultura, la política y la economía, como es el caso de la Delegación Iztapalapa.

Tomando en cuenta el caso de Iztapalapa, la investigación se orientó al análisis de las formas y contenidos de la acción colectiva organizada de los comerciantes en vía pública que ejercen su ocupación en tianguis y en romerías.

La temporalidad elegida para el análisis comprende de 1998 a 2008. La justificación de este corte temporal, tiene como referente el Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública de 1998⁵. El programa fue elaborado con el objetivo de definir y regular las actividades comerciales en vía pública, así como establecer el pago de cuotas.

Los antecedentes del Programa de 1998, comienzan con el Reglamento de Mercados para el Distrito Federal de 1951. Posteriormente con el Bando aprobado por la Asamblea de Representantes del Distrito Federal de 1993 que prohíbe el comercio en las calles comprendidas

⁴ El Reglamento de Mercados del Distrito Federal de 1951 vigente a la fecha, reconoce y por tanto permite, diversas figuras de comercio en vía pública, siempre y cuando tengan el empadronamiento (registro) necesario ante la Tesorería del Distrito Federal. Toda actividad que no esté empadronada ante esta instancia se considera fuera de la legalidad. Cfr. *Reglamento de Mercados para el Distrito Federal*, (URL: <http://www.df.gob.mx/leyes/normatividad.html?materia=1&apartado=2&disp=689> última consulta 28 de noviembre de 2007)

⁵ Su nombre completo, Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública y los Criterios de Aplicación de las Cuotas por el Concepto de Aprovechamientos para el Uso o Explotación de Vías y Áreas Públicas para realizar Actividades Mercantiles.

dentro de los perímetros determinados por el Departamento del Distrito Federal (Torres, 1998: 269). En último lugar, el Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública del Distrito Federal de 1997 el cual reconoce la complejidad del fenómeno, pero también su importancia como sistema de abastecimiento, especialmente para la población de escasos recursos, así como una fuente de empleo para miles de personas (Torres, 1998).

El Programa de 1998 se sitúa en la misma línea conceptual sobre la importancia del comercio en vía pública. No obstante, al establecer en dicho Programa, el pago de cuotas por concepto de “derecho de piso” se buscó restarle poder a los líderes de las organizaciones. Asimismo, el pago de cuotas fue un intento de “formalizar” a los comerciantes ya que dentro de los objetivos del programa estaba mejorar su situación y trascender el nivel de subsistencia de la actividad.

Preguntas de investigación

La pregunta central de la investigación se orientó a la comprensión sobre la construcción y desarrollo de las prácticas sociales entre agentes con posiciones diferentes de poder en un campo social específico, a través de acciones colectivas organizadas (organizaciones), que a su vez interactúan entre diferentes campos de acción, entre ellos, el político, el económico, el burocrático, y el jurídico.

Empíricamente la pregunta anterior se tradujo en tratar de comprender las interacciones entre líderes y miembros de organizaciones de comerciantes en vía pública en la Delegación Iztapalapa de la Ciudad de México, a saber: *¿Cómo se construyen y se desarrollan las relaciones entre los líderes y los miembros de las organizaciones de comerciantes en vía pública en la Ciudad de México, específicamente en la Delegación de Iztapalapa?*

De lo anterior se desprenden cinco unidades observación interrelacionadas, que a su vez motivan preguntas específicas:

- a) Iztapalapa como espacio social.
- b) Las organizaciones.
- c) Los liderazgos.
- d) Una ocupación informal definida como campo social de acción: el comercio en vía pública.

- e) El análisis de dos subcampos: los tianguis y las romerías a través de dos organizaciones que ejemplifican la dinámica de dichos subcampos.

Preguntas específicas

Sobre el comercio en vía pública

- ¿Cuál es el estado del arte sobre el problema del comercio en vía pública en la Ciudad de México?
- ¿Cómo se define al comercio en vía pública y cuáles son los instrumentos existentes en México y la Ciudad de México para su medición?
- ¿Cuál es el marco legal del comercio en vía pública de la ciudad de México?
- ¿Cómo son las interacciones del campo del comercio en vía pública con otros campos sociales?

Sobre el espacio social: la Delegación Iztapalapa y sus unidades territoriales

- ¿Cuáles son las características culturales, sociales, políticas y económicas de la Delegación Iztapalapa?
- ¿Cómo se ha desarrollado el comercio en vía pública en la delegación?

Sobre las organizaciones

- ¿Cómo se conforman las organizaciones de comerciantes en vía pública?
- ¿Cuál es la estructura de la organización? (Mecanismos de ingreso y permanencia en la organización, derechos y obligaciones, toma de decisiones, distribución del trabajo, resolución de conflictos)
- ¿Cuáles son los contenidos de las relaciones entre líderes y miembros de la organización? (identificación de conflictos, negociaciones, alianzas, solidaridades, etc.)
- ¿Cuáles son las percepciones de líderes y miembros de las organizaciones sobre el desarrollo cotidiano de la actividad, la organización y el liderazgo?

Sobre el liderazgo

- ¿Cuáles son los procesos de vida mediante los cuales las personas se convierten en líderes de organizaciones de comerciantes en vía pública?
- ¿Cuáles son las características y sentidos que las personas (líderes y asociados) otorgan a los liderazgos en el comercio en vía pública?

Objetivos de investigación

Objetivo principal

Explicar los procesos que se generan en las relaciones entre los líderes y los comerciantes en vía pública como miembros de las organizaciones con el fin de mantener la cohesión de la organización.

Objetivos particulares

- a. Describir las características de la Delegación de Iztapalapa y de las colonias en donde se ubican las organizaciones de comerciantes en vía pública, como espacios sociales.
- b. Analizar los procesos mediante los cuales se conforman las organizaciones y sus dinámicas cotidianas.
- c. Explicar los contenidos de las relaciones entre los líderes y los comerciantes en vía pública como miembros de las organizaciones para mantener la cohesión de la organización.
- d. Explicar los procesos de vida que llevan a las personas a ser líderes de organizaciones en el comercio en vía pública.
- e. Caracterizar desde la perspectiva de los líderes y de los miembros de las organizaciones, los significados que dan a su papel como líderes.

Premisas de investigación

El espacio en donde las organizaciones de comerciantes en vía pública realizan cotidianamente sus actividades, es un espacio público construido por múltiples interacciones sociales en donde la calle, la vía pública, es el principal capital en disputa. La disputa proviene de su denotación como espacio público, y por tanto de acceso para todos y cada uno de los ciudadanos. No sólo para algunos y para el ejercicio de una actividad que tiene como fines principales el comercio y la obtención de recursos económicos.

Desde este punto de vista, la calle se convierte en un recurso escaso controlado y disputado por diversos agentes, entre los más importantes: las autoridades de gobierno y los líderes de las organizaciones quienes se encargan de distribuirlo. La vía pública, pierde su carácter público y se convierte en el capital de unos cuantos para sus fines particulares.

No obstante, en el Distrito Federal, las formas en cómo ese capital se realiza, y quiénes lo monopolizan a partir del uso, distribución, mantenimiento y crecimiento del espacio, –de la calle como lugar para el intercambio de mercancías– permite que productos y servicios (muchos de

ellos básicos) lleguen a los clientes, quienes generalmente son los mismos vecinos de donde se ubican los comerciantes.

Además de los líderes y los funcionarios, la disputa tiene múltiples actores que interactúan cotidianamente entre diferentes campos sociales: el estatal, el político y el económico en donde las luchas de poder entre ellos definen la posición de cada uno de los agentes y el papel que tienen las organizaciones de comerciantes en vía pública. Los funcionarios y representantes de gobierno⁶, quienes legalmente son los responsables de que el marco jurídico se cumpla, incluyendo las formas en que la calle, en tanto espacio público, puede ser usada por todos los ciudadanos. Los partidos políticos quienes se disputan, tanto el espacio como sus agentes (los comerciantes, sus organizaciones y los líderes). Los comerciantes establecidos y formales, los medios de comunicación; los vecinos en donde se ubican los tianguis, entre los actores más importantes.

Frente a estos actores y con las propias características del espacio social y del comercio en vía pública, se construyen campos fuerzas, de poder, de lucha y de conflicto por ingresar y permanecer en el comercio en donde la conformación y existencia de liderazgos y organizaciones son los elementos fundamentales para estar en la vía pública.

La lógica interna de acción de las organizaciones (las interacciones entre líderes y miembros) es un juego en el que las estrategias de los agentes, muchas veces calculadas, muchas veces al calor de la urgencia y la necesidad, provienen del conjunto de sus experiencias pasadas, de las disposiciones para pensar, actuar y sentir dentro de un campo específico; del aprendizaje que han adquirido para comprender el mundo y actuar en un sentido práctico. El refuerzo histórico de esta lógica, de experimentarla cotidianamente, a veces de maneras conflictivas e incluso violentas, con los desalojos y reubicaciones, genera un habitus particular y por tanto, un sentido práctico⁷ que permite a los agentes la construcción de respuestas adaptadas a las circunstancias particulares de los diversos espacios en los que se ejerce el comercio en vía pública en la ciudad de México. La existencia de este refuerzo histórico por la vivencia del día a día en la calle, nos permite hablar, analíticamente, del comercio en vía pública como un campo

⁶ Por funcionarios y representantes de gobierno, así como las autoridades, se entienden las distintas áreas de la Administración Pública del Distrito Federal relacionadas con el comercio y la vía pública: desde la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, las diferentes secretarías de gobierno, así como las jefaturas delegacionales.

⁷ El sentido práctico en tanto el conjunto de estrategias que posibilitan “el dominio práctico de la lógica o de la necesidad inmanente de un juego que se adquiere por la experiencia del juego y que funciona más acá de la conciencia y del discurso [...]” (Bourdieu, 1988b:69)

social en sí mismo, que posee su propio capital (la calle) y que frente a otros campos sociales, como los mencionados anteriormente, tiene una autonomía relativa.

A partir de las relaciones que los comerciantes en vía pública, principalmente sus líderes, han mantenido con las autoridades de gobierno de la Ciudad de México, también han aprendido que la forma más “eficaz” para mantenerse en la vía pública, es la organización y una relación de tipo clientelar con los gobernantes y los partidos políticos en turno.

Los agentes, líderes de organizaciones y comerciantes en vía pública buscan adaptarse a las condiciones estructurales con los capitales que cada uno posee: el líder y su conocimiento sobre las condiciones de la actividad, el monopolio que ejerce sobre el uso y distribución del espacio (público) y su relación (de negociación y conflicto) con los actores políticos. Por otra parte, los comerciantes –en primer lugar los nuevos que buscan trabajar en la calle y, en segundo, los “viejos”– deben cumplir con ciertas reglas dentro de las organizaciones, si quieren permanecer en la actividad.

La actuación del líder es fundamental: tanto la estabilidad de la organización como la permanencia en la vía pública dependen en buena medida, de sus relaciones con los agentes que conforman el campo político y el campo económico. En este contexto se establecen prácticas sociales entre agentes con diferentes posiciones de poder: los líderes y las autoridades de gobierno, los líderes y los asociados, así como las interacciones entre diversas organizaciones con sus líderes.

Desde el vínculo entre líderes y asociados, los segundos, funcionan como agentes legitimadores de las decisiones y acciones del líder, en tanto él demuestre su eficacia en el logro de los objetivos de la organización: la permanencia en el espacio público y la ausencia de conflictos, entre los propios comerciantes y con los demás agentes.

Sin embargo, la autoridad, la legitimidad y la eficacia del líder, no necesariamente implican la obediencia de los asociados, sino una racionalidad estratégica de éstos para interpretar las acciones y comportamientos del líder y así, adaptarse a la lógica de funcionamiento del comercio en vía pública: líderes y asociados son agentes capaces de interpretar la realidad en la que viven, adaptarse a ella y transformarla en su propio beneficio.

Perspectiva teórico-metodológica⁸

La elección de la perspectiva teórica se sitúa en una concepción particular de la realidad: la vinculación e interdependencia entre el agente, es decir un individuo socializado, y el *efecto* que tiene en él la estructura social⁹. Se asume que no es posible constatar en la realidad individuos totalmente autónomos del entorno social, pero tampoco individuos que actúan de manera mecánica, *determinados* por las condiciones que impone el sistema.

Asimismo, el marco teórico que guía esta investigación vincula las relaciones sociales que se tejen entre las distintas dimensiones sociales, con un énfasis particular en los vínculos entre las dimensiones meso y micro de la realidad, entendiendo por esto, qué es lo que socialmente se construye entre las organizaciones sociales y sus miembros.

De esta forma el marco analítico se construye, por una parte, desde Pierre Bourdieu con su teoría sobre el habitus, el sentido práctico y los campos sociales. Por otra parte, con Crozier y Friedberg, con el análisis sobre la acción colectiva organizada (las organizaciones) y la relación-interdependencia entre el actor y el sistema. Las dos perspectivas teóricas coinciden en esta concepción de la realidad: en el hecho de que las estructuras sociales no están completamente controladas ni reguladas por los agentes, ni ellos por las estructuras.

En las estructuras, como campos de acción, los agentes tienen un margen de libertad siempre restringida para tomar sus decisiones y manipular el sistema en su propio beneficio dependiendo de la posición que ocupen (por el capital-experiencia acumulada) en los campos de acción, lo que a su vez depende de las relaciones de poder y resistencia. Como señalan Crozier y Friedberg:

Contra estas nuevas ilusiones científicas y tecnocráticas no nos cansaremos de repetir esta aseveración fundamental: *no existen sistemas sociales completamente regulados y controlados*. [...] Los actores, en su totalidad, son quienes dentro de las restricciones, a veces muy pesadas que les impone “el sistema”, disponen de un margen de libertad que emplean de manera estratégica en sus interacciones con los otros. (Crozier y Friedberg, 1990: 26)

⁸ Para un mayor detalle sobre el marco teórico de esta investigación se remite al lector al Capítulo 1 de esta investigación.

⁹ Desde la perspectiva de Pierre Bourdieu, el efecto de lugar lleva a la reflexión y observación sobre el espacio que habitan los agentes (desde sus diferentes habitus), y en donde se generan sus diversos puntos de vista (Bourdieu, 1999a). Por ejemplo, los comerciantes en vía pública tienen un efecto de lugar y por tanto generan puntos de vista por el (no simple) hecho de pasar la mayor parte del tiempo de su vida cotidiana en el espacio público, la calle: en ella, viven e interaccionan con otros agentes, el cuerpo se somete cotidianamente a la rutina de llegar e instalar el puesto en un espacio que no está hecho para ello, de comerciar y tratar con los clientes, convivir con el líder y pagarle la cuota diaria, convivir con los otros comerciantes, estar sometido al clima y sus cambios, la inseguridad, los operativos, etc.

En el lenguaje de Bourdieu, la comprensión de las prácticas sociales, del sentido práctico – las acciones de los agentes– implica relacionar los dos estados de lo social: las condiciones presentes en las que se manifiestan los agentes y las condiciones sociales pasadas. La experiencia que engendra el presente y que se objetiva en los cuerpos y en las instituciones (Bourdieu, 1991).

Para esta investigación, la comprensión de las prácticas sociales se aborda a partir del siguiente esquema teórico:

- a) Desde Pierre Bourdieu con tres conceptos fundamentales en su teoría: *habitus*, *capital* y *campo*.

El concepto de *habitus* refiere al juego entre pasado, presente y futuro: el pasado como experiencia, como una predisposición o *pre-ocupación* para actuar, pensar y sentir de los agentes. El presente como manifestación de las regularidades producidas por el *habitus*; y el futuro para las posibilidades de anticipación. De esta forma, el *habitus* predispone a los agentes para mantenerse en un determinado campo social y jugar el interés que define a cada campo.

El concepto de *capital* hace referencia aquellos recursos simbólicos y/o materiales acumulados que están en juego y en lucha en cada uno de los campos sociales y por tanto, que orienta las prácticas sociales de los agentes dotados de *habitus*.

Mientras que el concepto de *campo social* (siempre de poder) es “un sistema de posiciones y de relaciones entre posiciones” históricamente constituidos, como un espacio en donde los agentes “juegan” y luchan por obtener, mantener y acrecentar el capital específico de dicho campo. (Bourdieu, 1988b; Gutiérrez, 1997)

- b) Desde la perspectiva del *Actor y el Sistema de Crozier y Friedberg*: para analizar las relaciones en entre actor y organización y entre ésta y el sistema o entorno.

La observación de la relación entre actor y sistema (entre agente y estructura) es posible desde la acción colectiva organizada, en donde ésta es la forma más visible y formalizada “la que por lo menos parcialmente, se instituye y se controla de una manera más consciente” (Crozier y Friedberg, 1990:18).

La mirada sobre la organización permite analizar a la acción colectiva como un constructo cultural constituido por juegos (siempre de poder) en los que se enlazan los modos de acción colectiva de los agentes, el desarrollo de las instituciones y los contextos culturales.

Desde lo anterior, el comercio en vía pública se concibe como un espacio en donde las relaciones que se establecen entre los agentes sociales –entre los más importantes: los comerciantes en vía pública, sus organizaciones y liderazgos, las autoridades de gobierno y los partidos políticos– son relaciones de conflicto y negociación permanente que tienen como fin principal la obtención y el mantenimiento de un espacio en vía pública, y de esta forma generar ingresos y obtener poder político.

El comercio en vía pública se entiende como campo que interactúa con los campos político y económico y que construye así, relaciones sociales en la dinámica cotidiana de la actividad, esto es, al interior de las organizaciones: en la distribución diaria del espacio público por parte del líder a los nuevos asociados, en la vigilancia por el cumplimiento de las reglas del juego por parte de los asociados, en el cobro de cuotas, etcétera. Es ahí en donde la presente investigación dirigió la mirada para analizar cómo son las interacciones en una organización específica.

Finalmente se tomaron en cuenta las diversas investigaciones específicas sobre el comercio en vía pública y sus organizaciones. Aquí es importante destacar los trabajos de John Cross sobre las relaciones entre autoridades de gobierno y organizaciones en el Centro Histórico de la ciudad de México y los de Gisela Zaremborg, específicamente, sobre los vínculos que se establecen entre los diversos actores del comercio informal, partiendo de la mirada de los líderes y las organizaciones.

Metodología y técnicas de investigación

Para analizar la conformación y desarrollo de liderazgos en el comercio en vía pública y comprender las interacciones con los asociados, se seleccionaron los siguientes instrumentos y técnicas de investigación:

a. Búsqueda de información documental

La información documental tuvo como objetivo “conocer el terreno” antes de entrar al trabajo de campo, además permitió construir una observación más informada y actualizada a partir de la investigación que realicé en la maestría. Los documentos que revisé se basaron en el contexto del comercio en vía pública en México, el Distrito Federal e Iztapalapa con datos del Instituto de Geografía y Estadística (INEGI) a partir de los Censos de Población y Vivienda, 2000 y 2010, el Censo de Población y Vivienda, 2005, las Encuestas Nacionales de Empleo (ENE), de Empleo

Urbano (ENEU) y de Ocupación y Empleo (ENOE) y los Índices de Marginación 2005 del Consejo Nacional de Población (CONAPO).

Asimismo se recurrió a los sistemas de información del Gobierno de la Ciudad de México tales como: el Sistema de Información de Desarrollo Social (SIDESO) de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), el *Atlas Socioeconómico y de Marginación de las Unidades Territoriales del Distrito Federal, 2003*, de la Coordinación de Planeación del Desarrollo Territorial (COPLADET), el Sistema de Información Económica, Geográfica y Estadística (SIEGE) de la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO) y del Consejo de Población del Distrito Federal, así como información sobre comercio y mercados de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución dependiente de la SEDECO.

Otras fuentes a las que recurrí fueron la revisión hemerográfica sobre la delegación de Iztapalapa durante el periodo de 1998-2008, reportes de investigación, artículos y tesis sobre comercio en vía pública, organizaciones y liderazgos e historia, costumbres y tradiciones sobre Iztapalapa.

b. Entrevistas a comerciantes en vía pública e historias de vida a líderes

Para recopilar la información sobre los sentidos que los comerciantes dan a su ocupación, sus percepciones sobre las organizaciones y los líderes, se recurrió a las entrevistas semiestructuradas, éstas permitieron también obtener información para analizar las racionalidades divergentes y las posiciones diferenciadas que existen en la dinámica cotidiana de la organización y contrastar el discurso de los líderes desde la mirada de los propios miembros de la organización y, de esta forma, captar las percepciones sobre sus líderes y analizar las posibles contradicciones y conflictos en sus relaciones.

Vela explica que este tipo de entrevista funciona para sortear condiciones difíciles de entrevista, básicamente por cuestiones de tiempo de los entrevistados¹⁰. Pero también ayuda a dirigir la conversación sobre temas específicos y opera bajo un guión preestablecido de preguntas (Vela, 2004). Al mismo tiempo al combinar elementos del cuestionario y de la entrevista abierta, permite estandarizar algunos datos de los informantes y de personas relacionadas con ellos.

Por su parte, la historia de vida se entiende como instrumento del método biográfico, que permite conocer la realidad a partir de la propia experiencia de los sujetos, desde cómo ellos reconstruyen sus vidas en el relato, lo que permite captar los elementos básicos de la *dialéctica de*

¹⁰ También del propio investigador.

los social “y que se ubica en la compleja e interminable relación *no a priori* entre lo *dado* y lo *vivido*” (Ferraroti, 1988: 86).

Asimismo permite interrelacionar varios elementos: a) la descripción de los hechos tal cual fueron emitidos por el informante; b) los aspectos centrales sobre los *efectos de lugar*¹¹ o el contexto en el que se desenvuelven los sujetos investigados y c) la (re) construcción del propio proceso de vida a través de las acciones y las decisiones de los sujetos “con lo que se logran percibir las relaciones sociales que les permiten llevar a cabo tales decisiones o bien el nudo de las relaciones que constriñen o son modificadas por la acción de los sujetos” (Reséndiz, 2004:138)¹².

También posibilita el establecimiento del *juego interactivo de la reflexividad*. Quien entrevista y quien es entrevistado son agentes sociales que interpretan la realidad: la historia de vida abre la puerta para *cuestionar (se)* sobre uno mismo y sobre su entorno.

c. Observación participante

Desde el punto de vista teórico y metodológico, la observación participante posibilita la articulación del vínculo micro-macro en el sentido de que a través de la observación de los actores *in situ*, se obtiene información sobre cómo el contexto, la cultura, el barrio, los amigos, el trabajo, etcétera, influyen a las personas y cómo ellas actúan, conviven, deciden desde su *habitus* y con los capitales con los que disponen.

Además permite captar y comprender procesos sociales y sentidos personales que las historias de vida y las entrevistas no permiten captar en situaciones de mayor control, como sucede en la relación que se establece en el momento de sentarse frente al entrevistado y hacer preguntas “más o menos definidas” conforme a los objetivos de la investigación.

Con la observación participante tuve como objetivos buscar nuevos informantes, ir al tianguis, hacerme presente y poco a poco más conocida, para ganar confianza y hacer nuevas entrevistas. Además busqué información sobre las formas en cómo líderes y asociados interactúan cotidianamente: desde la instalación de los puestos, la limpieza del lugar, la asignación de lugares por parte del líder a quienes no tienen un lugar definido y buscan

¹¹ Porque el espacio social, la estructura social, está en las estructuras mentales “que son producto de la incorporación de las primeras, el espacio es uno de los lugares donde se afirma y se ejerce el poder...” (Bourdieu, 1999a:122)

¹² A decir de Gaulejac, retomando a Sartre, se trata de establecer los vínculos posibles entre el irreductible psíquico y el irreductible social o de cómo el deseo (individual) se *historializa*, se actualiza en las prácticas de los objetos, las personas y las aventuras que constituyen la historia de una vida. (Gaulejac, 2002: 55)

diariamente un espacio, el proceso de cobro de las cuotas por concepto de “la plaza”, los diversos conflictos que surgen en el día a día del comercio y cómo los diversos actores los resuelven, las conversaciones entre comerciantes, la desinstalación de los puestos y nuevamente la limpieza del lugar. Pero algo más interesante es la posibilidad de captar comentarios, de establecer conversaciones más espontáneas y de alguna manera confrontar la información de las entrevistas con la realidad cotidiana, “al calor de la acción”.

Asimismo, la observación me brindó la oportunidad de estar en algunas asambleas como los espacios en donde se discuten problemas (aunque no necesariamente se resuelven) y se construyen proyectos a futuro.

En el proceso de entrada e inmersión en el objeto de estudio, la observación participante fue un proceso de una gran distancia inicial hacia una creciente proximidad, que me llevó a formar parte del grupo en una de las organizaciones y a cuestionar mi papel como investigadora pues como señala Sánchez: en algunas ocasiones la interacción entre investigador e informantes puede llevar a que el investigador asuma ciertos compromisos y sentimientos que lo convierten en parte del grupo y afectar la observación reflexiva y crítica. (Sánchez, 2004: 102-107).

Para la selección de las organizaciones a estudiar, se obtuvo información sobre el número de organizaciones de tianguistas en Iztapalapa a través de los Directorios de Tianguis (2006 y 2009) de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución de la Secretaría de Economía (Gobierno del Distrito Federal). Para el caso de Iztapalapa, el universo de organizaciones registradas es 34.

Cabe resaltar que la búsqueda de datos sobre el comercio en vía pública y específicamente sobre cada una de sus formas de expresión derivó en la dificultad de sistematizar los datos para cada año del periodo de análisis de la investigación. Como también se señala en las conclusiones, uno de los problemas que se enfrentan al analizar al comercio en vía pública es la escasez de datos suficientemente sistematizados y comparables. Por lo anterior, en los capítulos correspondientes al análisis del contexto de estudio sobre el comercio en vía pública de la ciudad de México y de la Delegación Iztapalapa, se presentan los datos disponibles, especificando en cada caso, las fuentes y los límites que presenta cada una de ellas.

Como se explica en el capítulo tres, la Delegación Iztapalapa, es un espacio social de observación de gran relevancia, no sólo para comprender a la ciudad de México, en particular para entender la dinámica social del comercio en vía pública. Lo anterior, no sólo por la riqueza

histórica, por la población que concentra, y la importancia económico que esto conlleva. También por la importancia política y organizativa que posee con el mayor número de comerciantes en vía pública y el mayor número de organizaciones de esta actividad.

Al inicio de la investigación, el objetivo era estudiar las historias de vida de los líderes y las relaciones con los miembros de las organizaciones de tianguistas con mayor número de oferentes. Entre ellas la Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas del "Mártires del 1° de Agosto de 1924"

El establecimiento de contactos me llevó a un comerciante en vía pública que trabajaba en seis organizaciones. A través de él establecí contacto con el líder de Mártires del 1° de Agosto, quien en la primera reunión, rechazó cooperar con la investigación.

Decidí entrevistar a mi contacto y en el segundo encuentro me contó que era líder de una organización que funciona como Romería, desde hace 14 años instalándose un día al año, el 6 de enero para el Día de Reyes y que su organización se basaba en un comité de trabajo integrado por seis personas, de las cuales trabajaban regularmente tres y su objetivo en el corto plazo es registrarse como asociación civil. Además estaba dispuesto a contactarme con los demás líderes y a invitarme a sus asambleas. Por lo anterior tomé la decisión de concentrar el estudio en estas dos organizaciones: la Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas del "Mártires del 1° de Agosto de 1924" y la Asociación de Comerciantes para la Romería de Reyes, A.C. "Los Dorados de Villa", dos tipos de organizaciones de comerciantes en vía pública: un tianguis y una romería.

La observación me permitió analizar y comparar dos formas de organización y de ejercicio de liderazgo en un mismo espacio socio-cultural y, al mismo tiempo, estudiar las relaciones que se dan entre los líderes. Es importante destacar que los líderes que forman parte del comité de trabajo en Los Dorados de Villa son tianguistas y trabajan en varias organizaciones pero en particular en Mártires del 1° de Agosto.

Tomando en cuenta a los comerciantes en vía pública, es decir, los asociados de las organizaciones, se entrevistaron a algunos comerciantes que trabajan en las dos organizaciones y otros que sólo trabajan con Los Dorados de Villa.

Respecto a los líderes entrevisté a tres de "Los Dorados de Villa" que conforman el comité de trabajo y al delegado de "Mártires del 1° de Agosto de 1924", quien es hijo del líder fundador de la organización. En total tuve 13 sesiones de entrevistas para reconstruir sus historias de vida, tomando como eje de análisis la posición actual como líderes de organizaciones. Para

analizar las percepciones de los asociados, entrevisté a 7 comerciantes en vía pública que trabajan en las dos organizaciones, todos ellos habitantes de la colonia Francisco Villa.

Del mismo modo, hice observación participante en 11 asambleas que realizaron Los Dorados en el periodo de octubre de 2008 a diciembre de 2009 y participé en dos jornadas de la Romería del Día de Reyes (de la noche del 4 a la madrugada del 6 de enero). En "Mártires del 1º de Agosto de 1924" hasta el momento no se ha realizado ninguna asamblea y las actividades se enfocaron en el acompañamiento al líder, principalmente en el tianguis del domingo que se ubica en la colonia Las Peñas, y en segundo lugar en el tianguis de los viernes que se instala en la colonia Francisco Villa, en la misma ubicación donde se realiza la romería de "Los Dorados de Villa".

En conclusión, el contacto con los miembros del Comité que dirige a Los Dorados de Villa me permitió entrevistar a tres vecinos de la colonia Francisco Villa, quienes formaron parte de las acciones colectivas de los años ochentas y noventas para la regularización de la vivienda y la gestión de servicios públicos básicos como agua, electrificación y pavimentación de las calles. Estas entrevistas brindaron información sobre la historia de Iztapalapa y de la colonia Francisco Villa.

A continuación se presentan los datos básicos de los entrevistados divididos en líderes, miembros de las organizaciones y habitantes de la colonia.

CUADRO I DATOS DE LOS ENTREVISTADOS

LÍDERES DE ORGANIZACIÓN

Nombre	Datos básicos	Posición espacio/ organización	Escolaridad	Ocupación principal y secundaria	Antecedentes de participación social y política
Marcos Rodríguez	Edad: 45 años Casado: Residencia actual: Iztapalapa	Líder de Mártires del 1° de Agosto e hijo del fundador de la organización	Bachillerato	Líder y delegado en Mártires del 1° de Agosto	Ninguna
Juan Saavedra	Edad: 45 Migración: Irapuato, Guanajuato con sus padres Casado: 2 hijos Residencia actual: Francisco Villa Iztapalapa	Líder de Los Dorados de Villa y tianguista en Mártires del 1° de Agosto	Pasante de licenciatura en ciencia política y administración urbana	Tianguis todos los días de la semana	Comité Vecinal 1999
Alejandro Balderas	Edad: 42. Migración de su familia: Querétaro. 1ero de su familia que nace en Iztapalapa (Col. San Juan Joya) Casado: 2 hijos	Líder de los Dorados	Licenciatura en psicología, maestría en psicología y doctorante en antropología social	Profesor en FES Aragón/ UNAM y comerciante en la romería.	Comité Vecinal 1999 PRD como precandidato a diputado suplente local. Comité Ciudadano 2010
Daniel	Edad: 35 Casado: 2 hijos Residencia actual: Iztapalapa	Líder de Los Dorados y delegado en Mártires del 1° de Agosto	Bachillerato y licenciatura incompleta	Tianguista y delegado en Mártires del 1° de Agosto	Ninguna

COMERCIANTES ENTREVISTADOS

Nombre	Datos básicos	Organización de CVP a la que pertenece	Posición espacio/ organización	Escolaridad	Ocupación principal y secundaria	Antecedentes de participación social y política
Inés Tavira	Edad: 57 Migración: delegación Iztacalco, DF Casada: 4 hijos Residencia actual: Francisco Villa, Iztapalapa	Los Dorados de Villa	Comerciante en la romería de Los Dorados y miembro del comité de vigilancia de la organización	Ninguna	Ama de casa y comerciante en la romería	Los Dorados de Villa
Filemón Colín	Edad: 33 Migración: Michoacán Soltero Residencia actual: Francisco Villa, Iztapalapa	Los Dorados de Villa	Comerciante en la romería de Los Dorados	Licenciatura en Derecho	Burócrata y comerciante en la romería	Comité Vecinal 1999
Wendy	Edad: 34 Separada: 4 hijas Residencia actual: Presidentes, Iztapalapa	Mártires del 1° de Agosto y Los Dorados de Villa	Tianguista en Mártires del 1° de Agosto y comerciante en Los Dorados	Bachillerato	Comerciante en tianguis toda la semana	Ninguna
Alejandra	Edad: 25 Casada: 2 hijos Residencia actual: Francisco Villa, Iztapalapa	Los Dorados de Villa	Comerciante en la romería de Los Dorados	Bachillerato técnico en auxiliar educadora	Ama de casa y comerciante en tianguis los fines de semana	Los Dorados
Marco Antonio	Edad: 29 Casado: 3 hijos Residencia actual: Santiago Zapotitlán, Tláhuac	Los Dorados de Villa	Comerciante en la romería de Los Dorados y miembro del comité de vigilancia de la organización	Bachillerato	Comerciante en mercado público todos los días de la semana	Los Dorados

Onésimo Chávez	Edad: 55 años Migración de la Sierra de Juárez (Sierra Norte), Oaxaca. Casado: 1 hija Residencia actual: Francisco Villa, Iztapalapa	Mártires del 1° de Agosto y Los Dorados de Villa	Comerciante en la romería de Los Dorados, miembro del comité de vigilancia de la organización y tianguista en Mártires del 1° de Agosto	Secundaria	Tianguista todos los días de la semana	Los Dorados
-----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------	----------------------------------------	-------------

HABITANTES DE LA FRANCISCO VILLA VINCULADOS A LA FORMACIÓN DE LA COLONIA

Nombre	Datos básicos	Organización de CVP a la que pertenece	Posición espacio/ organización	Escolaridad	Ocupación principal y secundaria	Antecedentes de participación social y política
Leopoldo Colín	Edad: 48 años Migración: Michoacán Casado Residencia actual: Francisco Villa, Iztapalapa	Los Dorados de Villa	Comerciante en la romería de Los Dorados	Licenciatura en veterinaria	Veterinario /por cuenta propia y dueño de su negocio. Participa en la romería	Frente Popular Francisco Villa y miembro del comité de vigilancia de Los Dorados de Villa
Eduardo Tlalpan	Edad: 47 años Migración: delegación Venustiano Carranza Casado: 2 hijos Residencia actual: Francisco Villa, Iztapalapa	Los Dorados de Villa	Comerciante en la romería de Los Dorados	Pasante de arquitectura	Trabajo por obra en construcción	Comité de Colonias Proletarias del Valle de Anáhuac, Comité Vecinal 1999 Comité Ciudadano, 2010

La vinculación entre teoría y realidad: la construcción analítica de la investigación¹³

Para describir, interpretar y explicar la información de las historias de vida, las entrevistas y la observación participante y así contribuir a la explicación del significado de la acción de los líderes y de los miembros de la organización y cómo se vinculan estos significados con el espacio social, es decir, el desarrollo de los juegos entre el contexto y las personas, entre las estructuras y los agentes.

Primer momento, el campo: el análisis de la posición del campo frente al campo de poder, o el campo estatal.

Segundo momento, las posiciones dentro del campo: la definición del “mapa de la estructura objetiva de las relaciones entre las posiciones ocupadas por los agentes o las instituciones que compiten por la forma legítima de autoridad específica del campo.” (Bourdieu y Wacquant, 2005: 160)

Tercer momento los habitus de los agentes: “los diferentes sistemas de disposiciones que han adquirido al internalizar un determinado tipo de condición social y económica, condición que encuentra en su trayectoria dentro del campo oportunidades más o menos favorables de actualización.” (Bourdieu y Wacquant, 2005: 160)

Pensando desde Crozier y Friedberg se analizan los elementos básicos de la lógica interna de las organizaciones:

- a) El control de las competencias y las especialización funcionales de los agentes.
- b) Las relaciones internas y las relaciones con el entorno.
- c) El control de los agentes organizados sobre la comunicación y la información.
- d) Las reglas de la organización.

Desde los tres autores el acercamiento a la comprensión de la lógica organizativa en el comercio en vía pública, en particular los tianguis y las romerías se toman en cuenta:

- a) La posición del colectivo frente a su entorno u otros campos, como vimos en los capítulos dos y tres.
- b) La posición de los agentes en la organización. Esta posición dependerá de los capitales que cada agente posea y de la pericia para controlarlos y manejarlos.

¹³ En este apartado se presenta una síntesis de la propuesta que vincula la teoría seleccionada con la realidad. En el Capítulo 1, apartado 1.4, se explica a detalle cómo se pondrá en juego este vínculo durante la investigación.

- c) La comunicación e información entre líderes y asociados y entre los líderes con otros campos, por ejemplo con los funcionarios delegacionales. Esto también nos lleva a reflexionar en torno a quién, cada cuándo y cómo se toman las decisiones.
- d) Cuáles son las reglas del juego y cómo éstas operan cotidianamente.
- e) Las historias de vida de los líderes y sus relaciones con los asociados.

Organización de la obra

La investigación se compone de cinco capítulos. El primer capítulo explica el marco teórico que sustenta la mirada sobre los liderazgos y las organizaciones desde los enfoques teóricos de Pierre Bourdieu, Michel Crozier y Edhard Friedberg con el objetivo de discutir la vinculación entre acción estratégico-racional y el sentido práctico, bajo la premisa de que estas dos formas de acción y decisión de los agentes, posibilitan la existencia y fortaleza de una actividad como el comercio en vía pública y así, la capacidad organizativa de sus agentes y la importancia de los líderes de las organizaciones como movilizadores de la acción colectiva organizada. De la misma manera, en este capítulo se explica por qué el comercio en vía pública se considera un campo social, desde la definición de Pierre Bourdieu, y las formas en que este se realiza (tianguis, concentraciones, mercados sobre ruedas, etc.) son, a su vez, subcampos de acción con lógica específicas, pero que comparten y se disputan un mismo capital: la vía pública.

En el segundo capítulo, se describe el estado del arte sobre del campo del comercio en vía pública (CVP) y la posición de este campo frente a otros campos.

Para la construcción del estado del arte de este campo se parte de sus vínculos teóricos con la informalidad, y desde ella las diversas formas en cómo se ha definido y medido, además del marco jurídico con el que se sustenta. Asimismo, se analizan los datos económicos y sociodemográficos más relevantes para ubicar la importancia del CVP en el contexto del Distrito Federal, a partir de la información disponible del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) como son: los Censos de Población y Vivienda, las Encuestas Nacionales de Empleo y las Encuestas de Ocupación y Empleo. Como apartado final de este capítulo se explica la importancia de quienes forman el CVP como agentes políticos y, de esta manera, la posición que ocupa el campo del CVP frente a otros campos.

En el tercer capítulo, *Espacio social y comercio en vía pública en la Delegación Iztapalapa: la conformación de un habitus organizativo*, se resaltan los elementos

socioculturales, económicos y políticos que hacen de Iztapalapa, un estudio de caso importante para entender las formas que puede adquirir la acción colectiva organizada de los comerciantes en vía pública y las particularidades que se construyen en torno a sus habitantes.

Para entender a Iztapalapa se analizan algunos de sus referentes históricos más importantes tales como, las transformaciones del entorno, producto de la urbanización y la construcción de la Central de Abasto de la Ciudad de México, la importancia de los pueblos originarios, el papel que juega el Movimiento Urbano Popular (MUP) en la apropiación del espacio público y el grado de organización colectiva que dejó el MUP.

Además se aborda la relación de estos elementos con el sistema político desde un enfoque de la apertura de las oportunidades políticas que trajo consigo la participación ciudadana en la elección de representantes del Distrito Federal, a partir de 1988 y, con ello, los vínculos con los funcionarios y los partidos políticos, en especial, el papel del Partido de la Revolución Democrática (PRD) que ha gobernado la delegación desde que se estableció la elección de jefes delegacionales por voto ciudadano en el año 2000. Así se introduce al lector en las diversas significaciones que representa Iztapalapa.

La cuarta parte de esta investigación titulada *Organizaciones y lógicas de acción en el campo del comercio en vía pública en Iztapalapa: la Unión de Comerciantes, Ambulantes y Tanguistas “Mártires del 1° de Agosto de 1924” y de la Asociación de Comerciantes para la Romería del Día de Reyes, A.C. “Los Dorados de Villa”* tiene como objetivo analizar la lógica interna de las organizaciones estudiadas, a partir de los datos sociodemográficos de las colonias en donde se ubican las dos organizaciones, en particular, la colonia Francisco Villa, la historia de las organizaciones y, a través de los testimonios de los entrevistados y la información obtenida de la observación participante, se explica cómo funcionan Mártires del 1° de Agosto y Los Dorados de Villa.

En este capítulo se contrasta a “Mártires del 1° de Agosto” como una organización propiamente de tianguistas con larga historia de presencia y poder en la delegación con otra organización, “Los Dorados de Villa”, que demuestra la importancia de los vínculos con el espacio, la cercanía con los miembros de la organización, y más allá del ejercicio del comercio en vía pública, la presencia de los vínculos cotidianos, los proyectos sociales e incluso la organización colectiva por la vía de la participación ciudadana.

Finalmente, el quinto capítulo habla del *sentido práctico y el cálculo estratégico de líderes y asociados en Mártires del 1º de Agosto y Los Dorados de Villa, a través de la construcción de los liderazgos y los vínculos con los asociados*. Con este capítulo se cierra el círculo de la discusión en torno a dos aspectos: el primero, la conformación y permanencia de los liderazgos, a través de la reconstrucción de sus historias de vida, y el segundo, las relaciones que existen entre líderes y miembros de las organizaciones de comerciantes en vía pública, a través de las percepciones que ambos agentes tienen sobre el liderazgo y las organizaciones.

Asimismo, se discute una de las premisas fundamentales de esta investigación: las decisiones individuales y colectivas de los comerciantes en vía pública, tanto de los líderes como de quienes se dedican a comerciar, particularmente de quienes se han dedicado a la venta en tianguis, forma parte de un habitus que, en primer lugar, no se construye solamente desde la experiencia de la venta callejera, también de la experiencia de vida, de las influencias que tiene el espacio social –en esta caso, las peculiaridades de una delegación como Iztapalapa– con la respectiva vinculación entre diversos campos, siempre relativamente autónomos, como son el campo económico y el campo político. A través de esos elementos se construye un líder de comerciantes en vía pública, y se aprende a sobrellevar la inestable ocupación del espacio público.

En consecuencia, el habitus de ser comerciante en vía pública, influido por los elementos anteriormente señalados, hace que no todas las decisiones sean estratégicamente calculadas, no siempre racionales, al calor de la situación cotidiana, generalmente se resuelven los problemas, se aceptan las reglas del juego y así se experimenta el comercio en la vía pública.

Capítulo 1 El juego entre el sentido práctico y el cálculo estratégico en la acción colectiva de líderes y organizaciones en el comercio en vía pública en la Ciudad de México

¿Asambleas? como que no les interesa mucho a los líderes, si las hacen nada más entre tres o entre sus grupos, entre la cúpula. Me imagino que si se hace una asamblea abierta donde los inviten a todos [...] se les va a dificultar porque ya empieza a hablar uno y otro y empiezan a despertar inquietudes y ellos quieren que las cosas se mantengan como están: teniendo el control absoluto.

Juan, miembro del comité que dirige a la Asociación de Comerciantes para la Romería del Día de Reyes, A.C. “Los Dorados de Villa”

Cuando entré como delegado, se me dificultó mucho, tenía 27 años yo trataba de imponer ley y autoridad como delegado que soy y pues a mucha gente no le parecía, me decían “como un pinche chamaquito me va a venir a mandar, si ya llevo 25 años en el tianguis, pero yo les digo que no se trata de mandar, se trata de hacer bien las cosas, son los requisitos, porque esto es vía pública, ahorita nos la otorga la delegación...”

Daniel, miembro del comité que dirige a la Asociación de Comerciantes para la Romería del Día de Reyes, A.C. “Los Dorados de Villa” y delegado en tianguis.

Generalmente, cuando uno piensa en el comercio en vía pública, ambulante, callejero o informal, las imágenes más comunes llevan al desorden, a la confrontación permanente –algunas veces violenta– con las autoridades de gobierno, a la necesidad de diseñar políticas públicas, crear leyes, reglamentos, programas que *regulen, controlen, y pongan orden* a esta actividad.

Efectivamente esto forma parte de la realidad: la disputa por ocupar, permanecer y controlar el espacio público, requiere de la intervención de múltiples actores y generalmente se presenta de manera conflictiva, a veces se resuelve momentáneamente (dependiendo de los tiempos de la política) a través de negociaciones abiertamente clientelares entre los líderes de las organizaciones y los actores políticos.

No obstante, la otra parte de la realidad, refleja la cotidianidad de una gran número de personas que durante muchos años, algunos durante toda su vida, se han dedicado a vender en la calle; otros, son líderes de organizaciones que comenzaron como comerciantes, algunos de ellos heredaron el liderazgo de sus padres, mientras que los clientes, vecinos de las zonas que ocupan las organizaciones, ciudadanos en general, acuden día a día para adquirir mercancías de primera necesidad.

Desde este momento, podemos hablar de un *habitus*, y de esta forma, de una especie de estabilidad, una forma de ser y actuar en el mundo a partir de la experiencia cotidiana en una misma actividad, en la realización de una práctica que, por la fuerza de la repetición, se convierte en parte o en toda la existencia de algunas personas: los líderes de las organizaciones y los comerciantes en vía pública que pertenecen a éstas, que han hecho de la calle su forma de vida.

Si bien, los diferentes tipos de comercio callejero presentan características, dificultades y necesidades diferentes, el factor en común a todos ellos, es la estrategia para que los diferentes agentes ingresen y permanezcan en la vía pública. Esta estrategia es la conformación y mantenimiento de organizaciones y dentro de ellas el papel de los líderes como intermediarios frente a los otros agentes, principalmente los políticos, es central. En el comercio en vía pública, la acción colectiva organizada, como la definen Crozier y Friedberg (1990), ha sido por la vía de constituir asociaciones civiles, aunque, por lo menos en la ciudad de México, esta forma colectiva fue impuesta por el Estado como un requisito para obtener el permiso de ocupación sobre la vía pública y como la única forma legalmente reconocida para ejercer la actividad, pero también fue utilizada por los comerciantes y los líderes para convertirse en agentes sociales capaces de interactuar con otros campos: el político, el económico, el burocrático y el jurídico¹⁴.

El fin de imponer esta estrategia organizativa era obtener un mayor control sobre los propios comerciantes y negociar prebendas políticas directamente con los líderes (espacio en la vía pública y cierta estabilidad a cambio de apoyo político). No obstante, el cálculo estratégico de las autoridades no fue el adecuado: al organizar a las comerciantes y reconocer a los líderes de las organizaciones como interlocutores les dieron un poder, que en ciertos momentos de la historia en el Distrito Federal, ha superado a las propias autoridades.

Para los comerciantes en vía pública la lógica de la acción colectiva organizada se convirtió en un fin en sí mismo para mantenerse en la vía pública *porque vender en la calle es lo que saben hacer y muchos de ellos sólo saben hacer eso*. Podemos afirmar que los comerciantes en vía pública fueron obligados a organizarse y esto los dotó de una capacidad para articular y defender intereses comunes frente a las autoridades de gobierno y en sus vivencias cotidianas. La historia del comercio en vía pública, evidencia que la acción colectiva, a través de las

¹⁴ Los antecedentes datan de la década de los cincuenta con la regencia en el Distrito Federal de Ernesto P. Uruchurtu (1952-1966). Cfr. Apartado 1.2 de este capítulo.

organizaciones, no se estructura desde grupos que se unen sólo coyunturalmente, todo lo contrario, los comerciantes son:

un grupo integrado y permanente, un ‘cuerpo’ dotado de un espíritu de cuerpo, coherente y capaz de producir colectivamente su opinión que entonces es verdaderamente colectiva. La producción de la opinión supone la concertación que supone a su vez el *entendimiento*, la orquestación como *acuerdo tácito* sobre los instrumentos de comunicación [...] (Bourdieu, 2001a: 44)¹⁵

Es necesario matizar que la estabilidad de las organizaciones no depende solamente de su cohesión interna o de las relaciones entre líderes y miembros, también dependen de la interacción con las instituciones políticas y, en este sentido, existen momentos en donde las organizaciones presentan un mayor grado de movilidad o actividad, por ejemplo en periodos electorales, cuando los líderes y los partidos políticos interactúan, para buscar el apoyo mutuo, de parte de los líderes la garantía de la ocupación del espacio, de parte de los candidatos, la clientela política.

Partiendo de lo anterior, el presente capítulo tiene como objetivo establecer las premisas teórico-analíticas con las que se pretende aportar a la comprensión de los liderazgos y las organizaciones en el comercio en vía pública, a través del análisis de los dos casos propuestos para la investigación. Para lograr el objetivo, el capítulo presenta, en cuatro apartados, un marco teórico que evoca la idea de la circularidad en lo social, comenzando por lo micro hasta lo macro y de regreso.

En el primer apartado, *agentes sociales, organizaciones y orden social*, se describe brevemente el contexto teórico-metodológico de la investigación, con las definiciones en torno al vínculo micro-macro, las organizaciones, los liderazgos y el orden social. En el segundo apartado, se abre el círculo para describir la perspectiva micro-sociológica desde los planteamientos de Pierre Bourdieu sobre la constitución del habitus y el sentido práctico, la importancia que juegan los capitales para comprender cómo se construyen los liderazgos y se posibilita la acción colectiva organizada. Así mismo, tomando en cuenta el interés sobre las interacciones entre agentes sociales, dentro de una organización, se hace énfasis en dos aspectos fundamentales: los vínculos entre el sentido práctico y el cálculo estratégico, para así explicar el poder y la complicidad entre agentes que ocupan diferentes posiciones dentro de un grupo, aquí se retoman los argumentos de Crozier y Friedberg que, en coincidencia con Bourdieu, definen a las relaciones sociales como un juego de poder.

¹⁵ Bourdieu retoma el planteamiento de Durkheim sobre los modos de acción política, en oposición a la acción política individual, generalmente expresada a través del voto (Bourdieu, 2001a: 44).

En el tercer apartado, se aborda la relación entre la dimensión meso y macro, es decir, cómo la constitución de las organizaciones y la existencia de los líderes, define, a su vez, campos sociales, entre ellos el comercio en vía pública. Finalmente el último apartado, recapitula el recorrido circular y establece el juego entre las premisas teóricas y la realidad: el juego entre sentido práctico y cálculo estratégico que se construye en la interacción cotidiana de los líderes y los asociados, comerciantes en vía pública.

1.1 Agentes, liderazgos, organizaciones y orden social

Desde las ciencias sociales, particularmente desde la sociología, la comprensión sobre cómo los agentes sociales estructuran acciones colectivas, construyen organizaciones sociales y de esta forma, reproducen (y en algunas ocasiones transforman el orden social, la estructura social) ha abierto un abanico de posibilidades para analizar la realidad.

Cada una de ellas implica asumir posturas teóricas y metodológicas que podemos sintetizar en tres grandes perspectivas: las teorías de la acción racional instrumental (orientada de manera consciente y calculada a fines) que se basan en las acciones individuales; las teorías de la acción interpretativa y comprensiva de lo social, en donde la acción de los individuos no siempre y no necesariamente es consciente y calculada y depende, en muchos sentidos, de la estructura, el contexto, el sistema y, finalmente, la tercera –en donde nos posicionamos– que intenta reconciliar las dos posturas, es, justamente, aquella que concibe a las personas como agentes sociales, capaces de interpretar y actuar desde una individualidad que está moldeada por el entorno en donde los agentes viven cotidianamente.

Metodológicamente, esta discusión remite al debate sobre la prioridad entre lo micro y lo macro; la subjetividad y la objetividad; las estructuras mentales y las estructuras sociales o en su caso, el debate en torno a la acción y la recreación de la sociedad (las posibilidades del orden social. Y frente a estas dicotomías, la apuesta de la teoría sociológica se ubica en las posibilidades de su *vinculación y trascendencia*, a través de la articulación analítica entre las estructuras mentales de los agentes y las estructuras sociales en las viven.

El vínculo micro-macro que proponen Alexander y Giesen (1994) permite observar la realidad social desde su complejidad: tanto la acción individual como las estructuras sociales se determinan unas a otras de manera dialéctica. Parafraseando a Pierre Bourdieu, se trata de un juego en donde las estructuras son estructuradas (por los agentes) pero al mismo tiempo son

estructurantes (de los agentes). Lo micro, lo personal, lo individual, lo subjetivo, configura las formas que adquiere lo macro, las estructuras sociales, el orden social. Así mismo éste influencia y estructura, los contenidos y sentidos que los individuos dan a sus acciones y a partir de ellas, interactúan con los demás¹⁶¹⁷.

Se asume, siguiendo la propuesta teórica de Pierre Bourdieu, que *la comprensión* de la acción colectiva, sólo es posible a través de la *circularidad* entre dos estados de lo social: las estructuras mentales y corporales de los agentes (*habitus*) y sus estructuras sociales (*campos* y *espacios*). En el caso de Bourdieu, su teoría se inclina por un individuo que es, en primer lugar, socializado y después interpretativo, con una capacidad estratégica, que en la mayoría de las ocasiones recrea y reproduce sociedad.

Partiendo de esta *circularidad* que busca integrar lo micro y lo macro, para esta investigación se propone un eje intermedio de articulación entre estos dos estados, una dimensión meso que explica lo que sucede al interior de las organizaciones, es decir las relaciones entre agentes sociales que se ubican en posiciones diferentes y desiguales, por una parte los miembros de las organizaciones de comerciantes en vía pública y, por otra los líderes de éstas, quienes son responsables de mantener la cohesión entre los miembros y garantizar el motivo que genera la acción colectiva (la permanencia en la vía pública) frente a otros agentes.

Para el análisis de esta dimensión meso también se recurre a la propuesta de Crozier y Friedberg, que en lo esencial coinciden con Bourdieu en la concepción de lo social: lo colectivo como una doble dimensión (del actor y del sistema) en donde la organización es la forma más visible y formalizada¹⁸.

Ubicar la observación y el análisis *en y desde las organizaciones*, cuestiona sobre dos elementos importantes: el primero, sobre las condiciones de los agentes que posibilitan o restringen lo que Crozier y Friedberg (1990) llaman la *acción colectiva organizada*; y el segundo, sobre la lógica interna de las organizaciones, de las interacciones entre miembros y líderes (entre dominados y dominantes), como un juego de sentido práctico y cálculo estratégico, en un contexto de *lógica económica*, de simplicidad y generalidad, “sin violencia, sin método, sin

¹⁶ Por orden social se entiende la dimensión macro, es decir, la explicación colectiva del papel que juegan los individuos en el mundo, ya sea creando, recreando, reproduciendo o cediendo ante el control social. (Alexander y Giesen, 1994).

¹⁷ Cfr. Bourdieu, 1988a; 1988b; 1991; 1995; 1999.

¹⁸ Como campos de acciones colectivas, de poder y por tanto de competencia, conflicto, solidaridad, cooperación y negociación, es decir, de todas las posibilidades del ser social. (Cfr. Crozier y Friedberg, 1990)

argumentos” (Bourdieu, 1991:97) en donde la racionalidad de los agentes, *siempre* está limitada y posibilitada por el poder.

Desde la perspectiva teórica de Pierre Bourdieu, todo grupo u organización está inserto en un campo de poder –un campo de fuerzas, de lucha y por tanto de conflictos– entre los agentes o los miembros de la organización. Este campo de poder, se conforma por un capital específico por el que los agentes, desde posiciones sociales diferentes/desiguales luchan para obtenerlo, mantenerlo, monopolizarlo y/o acrecentarlo.

A partir de esta diferenciación y de la lucha de poder, es posible pensar a un conjunto determinado de agentes y organizaciones que comparten fines en común como un campo que *se mueve con relativa autonomía entre diferentes campos sociales*, que a su vez definen las posibilidades y contenidos de la interacción social: las posiciones de poder, el monopolio del capital específico del grupo, la división del trabajo, los niveles de cooperación, cohesión, conflicto y negociación.

Por su parte, para Crozier y Friedberg la lógica de las organizaciones es producto de racionalidades individuales contingentes, múltiples, divergentes y conflictivas (1990:77) y por tanto la acción colectiva *no siempre* puede desarrollarse de manera racional. Los miembros de las organizaciones tienen un espacio para el ejercicio de su libertad (siempre limitada) para conservar o transformar a la organización. La acción colectiva es un juego entre la racionalidad, la restricción y la contingencia en donde las interacciones entre miembros y líderes se definen por la negociación del poder.

Como se señaló en la introducción de la investigación, y en correspondencia con la hipótesis que sustenta este capítulo es que la lógica interna de las organizaciones puede pensarse como un juego en el que las estrategias de los agentes, en este caso, los miembros de las organizaciones de comerciantes en vía pública y los líderes, transitan entre el cálculo estratégico y el sentido práctico, porque provienen de sus experiencias y aprendizajes pasadas, de las disposiciones en el presente para pensar, actuar y sentir dentro de un campo y un subcampo específicos; de las enseñanzas que han adquirido para comprender el mundo y actuar, a veces de manera calculada, a veces frente a la urgencia y la necesidad, porque la cotidianidad del comercio callejero no exige una actitud racional y estratégica permanente para ser y actuar.

Al mismo tiempo, tanto para Bourdieu, como para Crozier y Friedberg, los individuos –agentes para el primero, actores para los segundos- *sometidos* de alguna manera a su entorno,

porque en él han vivido, tienen una capacidad para reflexionar sobre sus valores, sobre sus prácticas, no son individuos que reproducen pasivamente normas, valores, sentidos: "...la acción humana es un *proceso activo* de que los individuos se previenen cuanto antes para sobrepasar las dificultades de la acción; un proceso, en suma, en el que constantemente *aprenden* a servirse de los *instrumentos materiales* y, [...] *culturales* a su disposición [...]" (Crozier y Friedberg, 1990: 169)

En una organización es posible que los agentes calculen estratégicamente porque los líderes y los miembros de las organizaciones se convierten en agentes sociales capaces de interpretar la realidad en que viven, aprehenderla y adaptarse a ella y así, crear las posibilidades de transformación en su propio beneficio. A decir de Crozier y Friedberg:

Una situación organizativa determinada nunca limita totalmente al actor.[...] el funcionamiento de una organización ya no corresponde a la visión tayloriana de un conjunto mecánico de engranajes ajustados y movidos por una racionalidad única. [...] la organización, a fin de cuentas, no es más que un universo de conflicto, [...] Los conflictos de interés, las incoherencias, los "lastres estructurales" que de ahí resultan, no son las manifestaciones de quién sabe qué "disfunciones organizativas"; son el tributo que debe pagar una organización para poder existir y la condición misma de su capacidad para movilizar las contribuciones de sus miembros y para obtener de ellos esa "buena voluntad" sin la cual no puede funcionar en forma conveniente. (Crozier y Friedberg, 1990: 76-77)

En el caso de los comerciantes en vía pública, en las relaciones que ellos y, principalmente, sus líderes han mantenido con las autoridades de gobierno de la Ciudad de México, han aprendido que la forma más "eficaz" para mantenerse en la vía pública es la organización y una relación de tipo clientelar con el gobernante y el partido político en turno. De la misma forma, podemos argumentar que otro aprendizaje importante radica en el hecho de que las organizaciones de comerciantes en vía pública se saben funcionales al sistema político, en tanto clientes políticos.

En este juego de interpretaciones, adaptaciones y cálculos estratégicos, los líderes establecen relaciones de autoridad/dominación¹⁹ con los miembros para mantener la cohesión de la organización. Al mismo tiempo, los miembros son capaces de resistir la autoridad e interpretar, la necesidad de mantener a la organización y la lealtad hacia el líder a su manera, y para su propio beneficio, porque saben que él también depende de ellos para mantener su posición.

¹⁹ Como una interacción social líder/seguidor "basada con mayor o menor intensidad, en la posición de dominio e influencia que una persona, el líder, ejercería sobre otras, los seguidores." (López y Leal, 2005: 27)

1.2 Abriendo el círculo: sentido práctico y habitus como principio y disposición para el liderazgo y la acción colectiva

En este apartado se elabora el recorrido teórico que permite pensar la complejidad de lo social desde la dimensión micro, entendida como aquella que analizar cómo se construyen las subjetividades de las agentes, obviamente subsumidas en el contexto social. De la mano de Pierre Bourdieu, se retoman los conceptos fundamentales en su teoría: la conformación de los diferentes habitus de los agentes y la operación del sentido práctico o el cálculo estratégico, así como los intereses y capitales que subyacen a las personas y sus acciones colectivas.

El supuesto fundamental de la acción racional, que se opone por definición al sentido práctico, es que los individuos son actores quienes desde su propia subjetividad –ya sea en situaciones de certeza o de incertidumbre– “están eternamente evaluando en forma consciente su orden de preferencias, imaginando las consecuencias, calculando las probabilidades y multiplicando.” (Bredemeier, 2001:485) y de esta manera interactúan y se organizan colectivamente. *Se da por hecho* que existe un principio de interdependencia frente a las necesidades de los demás para satisfacer los fines propios.

De lo anterior podemos retomar la clásica discusión y crítica a la acción racional sobre el papel del actor en el contexto de la elección de sus acciones y la toma de decisiones: ¿Qué puede hacer el actor en una situación en donde no tenga el control de todos los elementos, y que no posea toda la información para poder hacer elecciones más eficaces en términos de medios, fines y consecuencias? ¿Es posible que el actor pueda calcular de manera individual y consciente *todas sus acciones*? O en todo caso, ¿Las acciones humanas sólo son racionales porque *siempre* son un cálculo de medios y fines para la maximización de estos últimos?

Aquí subyace uno de los puntos más interesantes en la teoría de Pierre Bourdieu: la crítica que hace al cálculo estratégico, específicamente aquel que proviene de la tradición utilitarista, que concibe al ser humano como *determinando* por una racionalidad basada en el intercambio económico y por una capacidad para mantener, a toda prueba, una lucidez consciente y una explicación del por qué hace lo que hace (Bourdieu, 1999), *como si* la estructura social (material y simbólica) no influyera en las estructuras mentales, *como si* no existiera una historia detrás de cada uno de los agentes, *como si* los agentes tuvieran las condiciones para actuar libremente, pensar individualmente y sólo en su propio beneficio, sin tomar en cuenta las diferentes

posiciones que juegan en un campo social determinado y los recursos o capitales con los que cuentan.

Lo que Bourdieu sostiene es que el tipo de acción económica basada en el cálculo estratégico, es sólo *una de las formas de acción de los seres humanos*. Los agentes son tanto autómatas como espíritu, pueden calcular estratégicamente en ciertas condiciones, pero también actúan al calor de la situación, sin necesidad de reflexión (Bourdieu, 1991).

Los seres humanos, hombres y mujeres, miembros y líderes de organizaciones, son agentes sociales porque viven y actúan cotidianamente en el mundo, no hay una desvinculación entre sus estructuras mentales y las estructuras sociales. Los agentes están en el mundo, comprendidos en él, inscritos, implicados, a través de la historia –las historias personales de cada agente y las interacciones de sus historias, con otras historias personales–. Bourdieu enfatiza la incorporación del mundo en el agente citando a Pascal: “El mundo me comprende, me incluye como una cosa entre las cosas, pero, cosa para la que hay cosas, un mundo, comprendo este mundo; y ello, hay que añadir, *porque* me abarca y me comprende...” (Bourdieu, 1999: 173)²⁰

Lo anterior quiere decir que la comprensión del mundo, que generalmente se da de manera práctica, desde el sentido común, sólo es posible porque el cuerpo se ha sometido durante mucho tiempo a la experiencia con el mundo, a sus regularidades. Y es a partir de este sometimiento a las estructuras sociales, como experiencias y aprendizajes, resultado de la interacción con otras estructuras mentales socializadas, que los agentes *pueden anticiparse* a la acción y así, organizarse.

Para Bourdieu la lógica de la práctica de los agentes, es decir, de su acción, tiene como fundamento el habitus, esto es, el aprendizaje cotidiano de los principios de percepción, apreciación y acción, desde que uno nace y en el espacio social en que se nace. Estos principios están incorporados, encarnados en el cuerpo, en el sentido de que poseen al agente y se convierten en una vocación.

En tanto vocación (se cree en ella), las historias de vida expresan el juego de los habitus y las prácticas, los grupos, las organizaciones, los campos sociales; en síntesis, la estructura del espacio social. Son historias que manifiestan como “uno se hace” para lo que es hecho, porque se

²⁰ Extraído por el autor de: Pascal (1912) *Pensées et Opuscules*, París, Brunsvicg, Hachette, p. 348.

ha nacido en condiciones sociales específicas, en cierto campo social, en una clase social, se convive con ciertas personas que comparten las historias de vida, los intereses, etcétera.²¹

Estos principios son sensatos –en realidad racionales– porque en la práctica, se refuerzan continuamente en situaciones de incertidumbre y vaguedad, “resultantes del hecho de que tienen por principio no más reglas conscientes y constantes, sino principios [schèmes] prácticos, opacos a ellos mismos, sujetos a variación según la lógica de la situación, [...]” (Bourdieu, 1991: 33)

El habitus es el sentido práctico que opera como un cúmulo de evidencias, predisposiciones, experiencias compartidas, repertorios de acción, de rutinas que ofrecen una garantía de consenso sobre el sentido del mundo. Es ese mínimo conjunto de creencias, de lugares comunes que todos conocemos por el hecho de habitar en un campo social, por nacer en una determinada posición social y poseer ciertos capitales (recursos materiales y simbólicos).

El habitus permite que cada persona pueda tener un sentido de juego en cada uno de los espacios en los que se desenvuelve cotidianamente, el habitus engendra representaciones y prácticas de manera espontánea porque los agentes pueden anticiparse a sus acciones, a la toma de sus decisiones a partir de una lectura del pasado. Y en tanto que el habitus está *encarnado* en los cuerpos, no es consciente, no se *determina* por el cálculo racional, no obstante:

no se excluye de ningún modo que las respuestas de habitus vayan acompañadas de un cálculo estratégico que trata de realizar conscientemente la operación que el habitus realiza de otro modo [...] esas respuestas se definen en primer lugar fuera de todo cálculo, en relación con *potencialidades objetivas*, inmediatamente inscritas en el presente [...] (Bourdieu, 1991: 93)

Frente al modo del cálculo estratégico, el modo del habitus es la estimación de probabilidades, suponiendo la transformación del efecto pasado en el objetivo anticipado (desde el presente, al calor de la acción).

Esto no quiere decir que las prácticas de los agentes funcionen como reglas para la acción. Las prácticas como realizaciones del habitus, se distinguen de las reglas, en oposición a una perspectiva mecanicista en la que los agentes sólo actúan por obediencia, de forma automática contrariamente a una conciencia libre e individual de cada uno de sus actos. Las prácticas como estrategias del habitus son adaptadas a través del agente y siempre bajo los límites de los constreñimientos sociales, es decir, de las condiciones objetivas y de las posiciones de poder que cada miembro ocupa en una organización o en un campo específico.

²¹ “Es pues la costumbre la que nos persuade. Ella es la que nos hace tanto cristianos, la que hace a los turcos, a los paganos, los oficios, los soldados etc.[...]” (Pascal (1912) *Pensées...* citado por Bourdieu, 1991: 85)

Sin embargo, el hecho de que el habitus se *realice* a través de las prácticas no excluye la existencia de las reglas: como espacio de libertad “controlada” no hay una necesaria obediencia a ellas, pero sí se requiere su conocimiento y reconocimiento para poder participar en el juego, actuar en un campo, en un grupo determinado, mantenerlo pero también transformarlo, siempre en los límites de la estructura y siempre manteniendo la regla básica del juego, es decir, estar dispuesto a jugarlo.

La precisión sobre las reglas es importante como principio organizativo. Para Bourdieu la regla adquiere otro sentido en la lógica de la práctica: no es aquella acepción de tipo jurídico conscientemente producido, regularmente establecido y dominado por los agentes, sino como principios que dan sentido al juego social, un juego en donde los agentes se mueven más por la imprecisión, la vaguedad y la espontaneidad de la situación²² (Bourdieu, 1988b).

En este sentido, podemos decir, que la regla del habitus materializado en la práctica es el interés (*illusio*) del agente por los diversos juegos sociales en los que está inmerso, por oposición al interés, está el desinterés y la indiferencia:

Ser indiferente significa no sentirse motivado por el juego: lo mismo que al asno de Buridan, este juego me deja indiferente o, como se acostumbra decir, me da igual. La indiferencia es un estado axiológico de no-preferencia y, al mismo tiempo, un estado de conocimiento en el cual soy incapaz de distinguir entre las apuestas propuestas. Tal era la meta de los estoicos: alcanzar un estado de ataraxia (*ataraxia* significa impassibilidad). La *illusio* es lo contrario de la ataraxia: se refiere al hecho de estar involucrado, de estar atrapado en el juego y por el juego. Estar interesado quiere decir aceptar que lo que acontece en un juego social determinado tiene un sentido, que sus apuestas son importantes y dignas de ser emprendidas. (Bourdieu y Wacquant, 1995: 80)²³

Por lo tanto, las prácticas se producen y se reproducen en un contexto de *lógica económica*, es decir, en un contexto de simplicidad y generalidad que parte de su aplicación en el presente “al calor de la acción”, de la urgencia, en donde sí puede existir un cálculo estratégico, pero no una intención de explicar los medios. La lógica de las prácticas no implica una reflexión

²² “Es lo que hace que las conductas generadas por el habitus no tengan la hermosa regularidad de las conductas deducidas de un principio legislativo [...]” (Bourdieu, 1988b:84)

²³ El interés por ingresar o permanecer en el comercio en vía pública necesita el reconocimiento de que ocupar la calle y vender requiere de un permiso, a menos que uno esté dispuesto a correr el riesgo de que alguien lo quite: el líder de una organización que controla el espacio en donde uno quiera ubicarse o el funcionario delegacional, quien jurídicamente cuenta con los recursos para controlar y distribuir el espacio. Estar interesado en formar parte del comercio en vía pública, requiere de un mínimo conocimiento de cómo éste funciona y con qué agentes debo vincularme.

consciente en todo tiempo y lugar, sino una comprensión práctica del mundo para actuar en él, que permita decidir *acciones razonables* dadas las condiciones.

En la lógica de la práctica, los estímulos (materiales, afectivos, de cualquier tipo) que motivan la acción y la organización, no funcionan como detonantes convencionales y condicionales, como sucedería en la acción racional. Para la acción, los estímulos funcionan porque encuentran agentes ya condicionados para reconocerlos; dependiendo del campo social del que se trate, los agentes conocen y reconocen las reglas del juego por las que ese campo tiene sentido:

la decisión, si la hay, y “el sistema de preferencias” que está en su origen dependen no sólo de todas las elecciones anteriores de quien decide, sino también de las condiciones en que son afectadas esas “elecciones” y de las que forman parte todas las elecciones de quienes han decidido por él, en su lugar, prejuzgando sus juicios y conformando así su juicio. (Bourdieu, 1991: 87)

El habitus es producto de la historia y a su vez produce historia, confronta cotidianamente a los agentes con el mundo: es un conjunto de condicionamientos y sistemas de disposiciones para hacer lo que se tiene que hacer, para lo que uno está hecho (pre-dispuesto, pre-ocupado) con base en las condiciones particulares de existencia. Es también, un modo de acción que da lugar a la lucha por la transformación de los campos sociales en donde se realiza el habitus, un espacio de oportunidades para cambiar las reglas del juego, sin darlo por terminado con “una capacidad infinita de engendrar en toda libertad (controlada) productos- pensamientos, percepciones, expresiones, acciones [...]” (Bourdieu, 1991: 96)

En resumen el habitus es *estructura estructurante y estructurada* de acciones; una matriz de experiencias generadora de respuestas adaptadas que posibilita, en el reconocimiento de los agentes, la homología y la diversidad, la reunión de condiciones de vida similares y la existencia de las distinciones: el reconocimiento del habitus por el habitus “constituye la base de las afinidades inmediatas que orientan los encuentros sociales, desalentando las relaciones socialmente discordantes y alentando relaciones armónicas [...]” (Bourdieu, 1988a: 240)²⁴

²⁴ “Todos los actos de cooptación que se encuentran en la base de los ‘grupos primarios’ son actos de conocimiento de los otros en tanto que éstos son sujetos de actos de conocimiento o, en un lenguaje menos intelectualista, sujetos de operaciones de reconocimiento (particularmente visibles en los primeros encuentros) mediante las cuales un *habitus* se asegura de su afinidad con otros *habitus*.” (Bourdieu, 1988a: 240)

Del habitus y el sentido práctico al cálculo estratégico: las posibilidades de la acción colectiva organizada

El habitus, señala Bourdieu es “un sistema de esquemas incorporados que, constituidos en el curso de la historia colectiva son adquiridos en el curso de la historia individual” (Bourdieu, 1988a: 478). A partir de esta definición, hay una serie de inquietudes sobre cómo opera la historia colectiva en los agentes y cómo esta historia permite la organización, es decir: ¿Cómo se da la articulación entre las estructuras mentales de los actores/ agentes -que actúan más por un sentido práctico- y la conformación de los grupos o las organizaciones con las posibilidades de actuar estratégicamente?, ¿Cuál es el proceso que hace posible la coordinación y la cooperación, más allá de la acción colectiva ocasional?

Para el caso del comercio en vía pública, estas interrogantes permiten reflexionar sobre las relaciones que se dan entre los líderes y los miembros de las organizaciones, ya que como señalamos en el apartado anterior, lo que distingue a las organizaciones de comerciantes en vía pública es su estabilidad en el tiempo, con algunas coyunturas en las que se involucran en procesos, algunos directamente relacionados con sus actividades (desalojos, reubicaciones, apoyo a otras organizaciones, etc.) y otros que corresponden con coyunturas políticas, como los procesos electorales.

Desde los argumentos de Crozier y Friedberg la organización es un constructo social que plantea dos problemas fundamentales e interdependientes: a) desde la perspectiva de los actores, cada uno posee una autonomía relativa para tomar decisiones que se encuentran limitadas por los recursos y sus capacidades –o desde Bourdieu limitadas por la posición social y los capitales que cada uno posee-, y b) desde la perspectiva del sistema y de la organización, porque éstas generan efectos en los actores, y por tanto en la lógica interna de la acción colectiva organizada, que depende a su vez de distintos elementos: la forma en cómo se estructura la distribución de las capacidades y capitales en los campos de acción específicos, la posición que cada agente/actor ocupa en los campos, es decir, quiénes son los que dominan y quienes los subordinados, así como el valor que tiene el capital específico de cada campo.

La forma en cómo surge y se desarrolla la acción colectiva en el comercio callejero, representa un “espíritu de cuerpo” y configura un habitus, y un campo social específico, el campo y el *habitus del comercio en vía pública*, que a su vez, se compone de diferentes habitus, dependiendo la manera en cómo se ejerce el comercio callejero, ya sea como tianguista, ambulante, como trabajador en concentraciones o en mercados sobre ruedas.

Este habitus existe porque la complejidad del comercio en vía pública y la lucha por su capital específico, la vía pública para comerciar, hacen de la organización una necesidad vital y perdurable en el tiempo que, incluso, se trasmite de generación en generación: para los asociados, la posibilidad de ocupar, de manera individual, el espacio público, es escasa, prácticamente inexistente y se recurre a las redes sociales para facilitar la entrada, o en su caso, existe una historia individual y familiar de comercio en vía pública. Para los líderes de las organizaciones, la historia comienza con el comercio en vía pública y se mantiene en el tiempo: con mucha frecuencia, se extiende y se consolida el liderazgo a través de los vínculos familiares porque el control sobre el uso y distribución del espacio es, de hecho, el sentido de existencia del líder.

La organización se define como el campo de acción colectiva más visible, formalizada y consciente, delimitado por relaciones de poder y, consecuentemente, de conflicto, “entre las racionalidades contingentes, múltiples y divergentes de actores relativamente libres que utilizan las fuentes de poder de que disponen.” (Crozier y Friedberg, 1990: 77) Y más adelante argumentan que todo proceso concreto de interacción es:

un mecanismo de intercambio y de influencia recíprocos, a través de los cuales la organización estructura su situación (en el más amplio sentido), tanto ésta está estructurada por ella, o mejor, a través de los cuales una organización –al adaptarse a su situación- lo constituye y lo instituye a su vez. (Crozier y Friedberg, 1990:132)

Para estos dos autores, los dos problemas tienen su correlato en el poder como el fundamento de toda interacción social. El poder se define, no como una relación y reflejo de una estructura de autoridad o como un atributo o una propiedad de una persona en particular, sino como *una relación de mediación común de estrategias divergentes* porque a) los agentes no pueden alcanzar sus propios objetivos más que en relaciones de poder y b) tampoco pueden ejercer poder entre sí más que cuando se persiguen fines colectivos. (Crozier y Friedberg, 1990: 65)

Lo que puede interpretarse de esta afirmación es que la organización es un principio organizativo básico de la sociedad; asimismo se argumenta que el poder también es constitutivo de la organización, como de cualquier interacción social y que tiene una “función” de mediación y de equilibrio social: al señalar que sólo es posible alcanzar objetivos particulares en relaciones de poder, también se está diciendo que sin una organización concreta y mantenida en el tiempo, no hay posibilidades lograr de fines colectivos.

Haciendo un intento por relacionar el argumento anterior con la propuesta teórica de Bourdieu, pareciera que el sentido práctico no es un problema para Crozier y Friedberg, por lo menos en la lógica de las organizaciones, el sentido práctico desde estos autores, forma parte de la dinámica social y de la forma en cómo las personas aprende y resuelven *los envites* que presentan las interacciones sociales dentro de una organización²⁵. Sin embargo es aquí cuando cabe precisar de qué se está hablando con el concepto de organización.

Sobre las organizaciones y sus agentes

En una primera aproximación se mencionó que la organización es el campo de acción social más visible, formalizado y consciente, cuyo fundamento son las relaciones de poder, y por tanto:

no puede analizarse como el conjunto transparente que muchos de sus dirigentes quisieran que fuera. Es el reino de las relaciones de poder, de influencia, de regateo y de cálculo; pero tampoco es el instrumento de opresión que sus detractores pretenden, pues estas relaciones conflictivas no se ordenan según un esquema lógico integrado; para muchos actores, son el medio de manifestarse y de pesar sobre el sistema y sus agremiados aunque sea de manera totalmente desigual. (Crozier y Friedberg, 1990: 38)

Efectivamente la idea de la organización como un campo de acción concreto y más formalizado lleva al sentido práctico a otro nivel, sin omitirlo, pero dándole un mayor sentido de racionalidad, sin llegar a la acepción de la teoría de la acción racional.

Para Crozier y Friedberg los actores también están influenciados por el ambiente externo –el sistema cultural pero lo utilizan de manera estratégica. La cultura, lo que para Bourdieu consiste en el habitus, no es un conjunto de valores y normas universales, intocables y encarnadas en los agentes, la cultura “es *instrumento* y es *capacidad* que adquieren, utilizan y transforman los individuos al tiempo que construyen y viven sus relaciones y sus intercambios con los otros [...] condicionan pero nunca determinan las estrategias individuales y colectivas.” (Crozier y Friedberg: 1990: 172) Ya que, señalará Bourdieu, el habitus “es todo aquello a través de lo cual la institución encuentra su plena realización: la virtud de la incorporación, que aprovecha la capacidad del cuerpo para tomar en serio la magia performativa de lo *social*.” (Bourdieu, 1991: 99-100).

²⁵ El envite “como un *medio* del que tienen necesidad varios actores para conseguir su estrategia particular y pro cuyo control siempre habrá competencia” (Crozier y Friedberg, 1990: 68, nota al pie 29) De manera equivalente, podemos entender el envite como el capital particular de un campo que se disputan los agentes porque todos aquellos que forman parte de dicho campo social, lo necesitan.

De una manera correspondiente al habitus como una matriz generadora de respuestas adaptadas, la cultura dota a los agentes de capacidades para actuar y organizarse pero estas capacidades están distribuidas de manera desigual entre los agentes. Entonces las posibilidades de organización están determinadas por tres elementos básicos: a) la posesión y distribución de los recursos o capitales (materiales y simbólicos) ; b) la pertinencia y eficacia de ellos en un campo de acción específico porque sólo algunos capitales funcionan, dependiendo del interés que se tenga sobre lo que está en juego y c) las limitaciones estructurales, que resultan de las relaciones de poder entre los agentes, producto también de las luchas por obtener o mantener el fin colectivo que da sentido a la organización.

Los agentes son al mismo tiempo racionales, arbitrarios y razonables en la lógica de la organización, ya que si ella está mediada por relaciones de poder como principio de interacción, a partir de las posiciones diferenciadas de los agentes y los cambios que estas puedan tener en el tiempo, siempre está presente una situación en donde se refleja la incertidumbre, la vaguedad y la espontaneidad de la situación. La incertidumbre permite que el juego organizativo tenga lugar, que haya un juego de negociaciones entre dominantes y dominados, entre líderes y miembros, o la posibilidad de cambiar la correlación de fuerzas y las posiciones de los agentes, al interior de la organización²⁶.

Y en coincidencia con Bourdieu, para Crozier y Friedberg los individuos, en el momento de la acción, no tienen una actitud pasiva frente a los valores recibidos e interiorizados, todo lo contrario, los individuos se previenen (se anticipan) para sortear las dificultades de la acción, constantemente aprenden porque tienen a su disposición instrumentos materiales y culturales “para resolver en caliente los problemas que se encuentran, en función de las restricciones y de las oportunidades que ofrezca la situación.” (Crozier y Friedberg, 1990: 169)

Lo anterior tiene una estrecha relación con lo que Bourdieu describe como el ajuste espontáneo entre las probabilidades objetivas (de las estructuras sociales, del sistema) y las esperanzas objetivas, es decir, las necesidades, los intereses de los agentes que los llevan a organizarse.

²⁶ En el capítulo 4 y 5, a través de las historias de las organizaciones de esta investigación (Los Dorados de Villa) veremos cómo opera el sentido práctico y el cálculo estratégico, de tal manera que en el transcurso de su historia, los habitus y capitales de los líderes, generan cambios en sus posiciones y por tanto, en el grado de incertidumbre de la organización. Para la otra organización, Mártires del 1° de Agosto, el liderazgo constituye un habitus lo suficientemente estable y fuerte que dota de menor incertidumbre a la organización.

Para los tres autores la acción humana, está influenciada por el sistema o la estructura, pero al mismo tiempo, es un proceso activo “No es una mera adaptación a las condiciones objetivas, es también una selección de oportunidades pero, sobre todo, una elección de experiencias que tienden a reforzarlo [*al habitus*] y ponerlo al abrigo de situaciones críticas.” (Velasco, 1998:46)

Existe un cálculo estratégico de los agentes, pero no en la lógica de la acción racional instrumental, consciente, libre, autónoma e individual. Las capacidades adquiridas, incorporadas por medio de la socialización y el aprendizaje, permiten observar lo que los individuos son capaces de hacer y cómo pueden organizar sus relaciones con base en sus oportunidades y en las restricciones, a partir de la relación de fuerzas del campo de acción (Crozier y Friedberg, 1990). En este sentido, la relación de fuerzas al interior de las organizaciones delimita las posiciones en el campo de juego, estas posiciones también están configuradas por lo que cada agente sabe hacer, a partir de su historia, de su *habitus*.

La idea de las capacidades que tiene cada agente, introduce la discusión sobre el concepto de capital en Bourdieu: como la suma de todos los recursos que cada individuo o grupo posee y que también establece las posibilidades de interacción entre los agentes –de hecho genera las luchas en un campo social determinando–. Es aquello que cada uno posee (intelectual, material y simbólicamente) pero que también busca obtener, mantener y acrecentar:

El capital es trabajo acumulado [...] Como *vis insita*, el capital es una fuerza inherente a las estructuras objetivas y subjetivas, pero es al mismo tiempo –como *ley insita*– un principio fundamental de las regularidades internas del mundo social. [...] La totalidad de fuerzas que le son inherentes, y mediante las cuales se determina el funcionamiento duradero de la realidad social y se deciden las oportunidades de éxito de las *prácticas*. (Bourdieu, 2001b: 131, 132-133)

En tanto trabajo acumulado, el capital corresponde al *habitus* y en tanto principio de acción, permite que las prácticas de los agentes sean acordes a cada situación. Asimismo define la distribución de las posiciones de ellos, como siempre desigual y, por tanto, divergente, dependiendo del volumen de capital que cada agente posee. De igual manera configura el interés que subyace a toda organización, sobre lo que está en juego en el campo de acción. A decir de Crozier y Friedberg:

Es más, como estas estructuras delimitan un marco restrictivo para la acción y la experiencia de los individuos haciéndolos participar en una especie de “capital relacional”, en modelos de relación ya instituidos, pueden analizarse en sí como capacidades propiamente colectivas. (Crozier y Friedberg, 1990: 176)

Si bien, la noción de campo se abordará a detalle en el apartado final, se considera necesario adelantar algunas de sus características para entender el papel que juega la organización en él.

El campo es el espacio en donde tienen lugar las prácticas –en tanto resultados de la vinculación de estructuras mentales y estructuras sociales- también es un campo de juego y de poder por el monopolio de una determinada especie de capital. En este campo de juego las prácticas concretas de los agentes dotados de habitus cobran sentido, tanto los agentes como la organización están condicionados por ese capital (incorporado y objetivado).²⁷

El interés de toda organización, que se entiende como el interés común a todos los agentes que forman parte de ella, es lo que uno invierte (como prácticas, como capacidades) para apostar por lo que está en juego en el campo. Para ello hay que estar dispuesto a jugar, los agentes deben reconocer las reglas del juego y aceptarlas; pero como ya se señaló, no en una relación de necesaria obediencia, sino aceptando, por lo menos que hay algo, un capital específico que está en pugna, que todos necesitan pero que sólo unos monopolizan.

Tomemos en cuenta el caso empírico: si se define a las organizaciones del campo del comercio en vía pública como subcampos condicionados a la lógica otros campos como el político (las relaciones entre el Estado, el sistema político, el gobierno con los ciudadanos), el campo burocrático el capital específico en pugna, por el que se apuesta es el espacio público, la calle, un recurso escaso que legal y legítimamente pertenece a todos, y no puede ser apropiado por un individuo o un grupo en particular. No obstante, la mayoría de los comerciantes en vía pública se han dedicado a esta actividad la mayor parte de sus vidas, provienen de familias que también se han dedicado a lo mismo, de alguna manera, poseen un habitus: ser comerciantes en vía pública.

Si eso es lo que saben hacer porque es lo que siempre han hecho, y de eso viven entonces vale la pena apostar por conservar una parte de ese espacio público, y más si la cotidianidad del comercio en vía pública se ha definido por la incertidumbre y la negociación con las autoridades de gobierno (quienes monopolizan el uso y distribución de la calle en colusión con los líderes de las organizaciones).

²⁷ Incorporado en el sentido de habitus como disposición duradera en el cuerpo del agente y objetivado, en tanto que es apropiado por el agente ya sea en forma de bienes materiales o simbólicos. (Bourdieu, 2001b)

De esta forma, los grupos, las organizaciones, tienen posibilidades de mantenerse más allá de la concentración ocasional, coyuntural. El habitus, cuando se comparte, es decir, cuando se hace evidente la homologación, reúne a la gente y la mantiene unida, no como la suma de opiniones individuales –cada una de ellas buscando y calculando la forma de obtener su propio beneficio– sino como fundamento del acuerdo mutuo, de que constituyen un cuerpo.

Podemos distinguir dos momentos en los que se objetiva el mantenimiento del acuerdo organizativo, del espíritu de cuerpo en la organización: el primero, cuando los agentes establecen mecanismos para la integración de estrategias comunes y de las diferentes orientaciones (siempre divergentes) de cada uno de los miembros, para regular y orientar las conductas y las interacciones. En segundo lugar, su capacidad colectiva propia se manifiesta cuando han aprendido a administrar y de alguna manera domesticar, las tensiones y los fenómenos de poder inseparables de la existencia de su acción en tanto grupos, en lugar de sofocar los conflictos (Crozier y Friedberg, 1990:176).

La domesticación de las tensiones y la comprensión sobre los fenómenos de poder, nos permite comprender mejor la lógica interna de las organizaciones. Siguiendo, la propuesta teórica de los tres autores seleccionados, hemos establecido que las posibilidades de la acción colectiva organizada dependen del interés o del capital que está en juego en cualquier organización inserta, a su vez, en un campo social determinado.

Desde la perspectiva de Bourdieu, el espíritu de cuerpo de un grupo, está vinculado a ese mismo capital, lo que hace que el colectivo no se reúna de manera coyuntural, sino que se mantenga en el tiempo, como se puede observar en las organizaciones de comerciantes en vía pública, desde Crozier y Friedberg, la existencia de un capital o un interés común en juego, no es condición suficiente para que la organización se mantengan de una manera relativamente estable, lo que hace falta, además, es domesticar las tensiones entre las diferentes posiciones del colectivo, pero, pensando en las relaciones cotidianas entre asociados o miembros de las organizaciones y los líderes ¿Cómo se *domestican* las tensiones?, ¿Cómo, se administran las racionalidades divergentes? O ¿cómo es posible la existencia relativamente coordinada entre dominantes y dominados, entre las desigualdades de los capitales que cada agente posee? Estas interrogantes se abordarán en el siguiente apartado.

Poder y complicidad entre líderes y miembros de las organizaciones: la lógica interna de las organizaciones

Para Bourdieu, la administración de las divergencias, o la domesticación de las tensiones (desde Crozier y Friedberg) se centraría en el *modo de producción de las decisiones* a través de la definición de los agentes movilizados, en primer lugar los líderes, ya que en la acción colectiva de los grupos que funcionan por medio de la delegación de la autoridad, la persona, el pequeño grupo o élite que funcione como la cabeza de la organización debe permitir, a través de la toma de decisiones, que el grupo exista como tal.

Las posibilidades de concertación y orquestación de las diferentes opiniones, o “el dominio de la anarquía de las estrategias individuales” (Bourdieu, 2001a:47) se ubicarían en el agente que moviliza: el líder debe percibirse como la expresión del grupo con un capital de autoridad delegado por éste. Poseer este capital implica a su vez “una concentración de capital simbólico [...] el delegado ‘banquero simbólico’, ostenta un poder simbólico sobre el grupo del que es, propiamente hablando, el *sustituto* y la encarnación.” (Bourdieu, 2001a: 47)²⁸

Pero cuando se habla de capital y poder simbólicos también se habla de ese poder que es invisible, que sólo se ejerce en tanto exista una complicidad (como ejercicio de cooperación) entre los agentes de la organización (entre el líder y los miembros de la organización) para no querer saber que se sufre o que se ejerce (Bourdieu, 2000a). Es un poder que domina y se reconoce, se acepta pero no como dominación.

Los agentes dominados aceptan la dominación o autoridad; quien domina –el líder– requiere estimular esa dominación cotidianamente a partir del reconocimiento que los agentes hacen de su poder, es decir, en un constante trabajo de legitimidad de su papel como representante del grupo. Es una regla que estructura el juego social: “al no estar asegurada por una delegación oficialmente declarada e institucionalmente garantizada, la autoridad personal no puede perpetuarse duraderamente si no es a través de acciones que la reafirmen por su conformidad a los valores que reconoce el grupo.” (Bourdieu, 1991: 218)²⁹

²⁸ En el siguiente párrafo de la misma obra, Bourdieu enfatizará: “La pregunta fundamental, casi metafísica, es saber lo que significa hablar para gente que no hablaría si alguien no hablara por ella” (Bourdieu, 2001a:47)

²⁹ En un trabajo anterior, sobre el análisis del liderazgo político en Weber, Dion (1968) describe esta característica: el ejercicio de legitimación del líder por los agremiados, no radica en el estilo de mando o la forma en establece los órdenes en el grupo, es precisamente la aceptación de las normas de la organización, o lo que para ésta es importante, lo que define su autoridad (Dion, 1968: 7).

El líder efectivamente aumenta su capital simbólico por estar en el juego de la organización, pero tiene que pagar un precio directamente proporcional para conservarlo o en todo caso acrecentarlo: es necesario el incremento de la conformidad del grupo porque este capital en particular funciona como un crédito (tiene que ser devuelto y con intereses).

Max Weber ya había expresado el significado de la dominación, el interés en que radica su consentimiento y, por supuesto los diferentes motivos que la generan:

Debe entenderse por “dominación”[...] la probabilidad de encontrar obediencia dentro de un grupo determinado, por mandatos específicos (o para toda clase de mandatos). [...] En el caso concreto, esta dominación (“autoridad”), en el sentido indicado, puede descansar en los más diversos motivos de sumisión: desde la habituación consciente hasta lo que son consideraciones puramente racionales con arreglo a fines. Un determinando mínimo de *voluntad* de obediencia, o sea de *interés* (externo o interno) en obedecer, es esencial en toda relación auténtica de autoridad. (Weber, 1996:170)

Asimismo, el capital simbólico del líder depende de la confianza que tengan los agremiados sobre las acciones que realiza y que obviamente están vinculadas a lo que ellos esperan que deba hacer, el líder se asume como tal cuando quienes dirigen “hacen lo que dice que harán (credibilidad) y se comportan de una manera predecible (consistencia) (Joseph y Winston, 2004: 8). No es suficiente con la administración de las tensiones, o hacer adecuadamente las cosas, el liderazgo requiere también hacer las cosas adecuadas³⁰ (Berry y Cartwright, 2000).

Para Crozier y Friedberg, la complicidad en la aceptación de la relación de poder también es parte del juego organizativo, que siempre es un juego de restricciones: el actor no puede ejercer poder sobre los otros más que dejándose manipular y dejando que los otros ejerzan poder sobre él. La cooperación, en la misma tónica de Weber, “en el sentido más neutro del término [...] implica simplemente aceptación temporal y provisional de cierta interdependencia” (Crozier y Friedberg, 1990: 89)

Pero para estos autores, la relación de poder como fundamento de la acción organizada implica también otras relaciones: una relación de *intercambio* y *negociación* del capital que está en juego y por el que la organización tiene sentido; una *relación instrumental* entre el líder y los miembros; una relación *no transitiva*, es decir, que sólo puede ejercerse en un campo de acción

³⁰ Sobre la dominación/autoridad carismática: “El modo como habría de valorarse “objetivamente” la cualidad en cuestión, sea desde un punto de vista ético, estético, u otro cualquiera es cosa del todo indiferente en lo que atañe a nuestro concepto, **pues lo que importa es cómo se valora “por los dominados” carismáticos, por los “adeptos”** (Weber, 1996:193). (Los subrayados son míos). Más adelante, en el capítulo 5, veremos cómo se expresa la dominación carismática en la práctica de las organizaciones de comerciantes en vía pública, a través de las opiniones que expresan los agremiados (“los adeptos”) sobre los líderes.

específico, con actores comprometidos en el juego. Una relación *recíproca pero desequilibrada*: el líder necesita de los miembros y ellos de él, no obstante que los recursos (los capitales) que poseen los agentes están distribuidos desigualmente.

Finalmente es una *relación de fuerza*: quien domina puede sacar más ventaja de los dominados y ellos estarán en una situación de pérdida frente a los que dominan: “La lógica fundamental de estos juegos es la del *monopolio bilateral*, es decir, de una estructura que limita desde un principio, en forma muy singular, el margen de maniobra de cada uno de los agremiados/adversarios.” (Crozier y Friedberg, 1990: 59)

Se puede concluir que tanto Bourdieu como Crozier y Friedberg coinciden en las posibilidades de existencia de un cálculo estratégico por parte de los agentes organizados. Bourdieu define a las estrategias como evaluaciones de las posiciones relativas de los agentes y grupos considerados en un campo, como resultados del sentido del juego que lleva a elegir el mejor partido posible dependiendo del juego del que se dispone. (1988b:71)

Crozier y Friedberg enfatizan que el razonamiento estratégico que construyen los agentes no define a la racionalidad como la lógica de medios, fines y consecuencias. Aunque sus comportamientos puedan parecer irracionales, adquieren sentido si vinculan con las oportunidades de pérdidas o de ganancias del juego que realmente querían jugar. (1990:190).

En resumen, *toda relación con el otro es estratégica y trae consigo un componente de poder, por más reprimida o sublime que ésta sea*. Dada su propia estructura, es una relación conflictiva que pone en movimiento mecanismos afectivos sumamente profundos y poderosos puesto que el envite es, en última instancia, la identidad de uno y de otro o, si se prefiere, la destrucción en tanto actor autónomo del uno por el otro. (Crozier y Friedberg, 1990:174)

1.3 Cerrando el círculo: líderes, organizaciones y campos de acción

Hasta este momento, el análisis se ha concentrado en la dimensión que más interesan en la investigación: con la descripción sobre cómo se conforma el habitus, y así las prácticas de los agentes, se vinculan las posiciones en una organización: entre los líderes y los asociados.

En este apartado el objetivo es tomar en cuenta la relación que tienen las organizaciones con su entorno, a través de la definición de los campos de acción, que en el comercio en vía pública son muy importantes para entender la estabilidad de su acción colectiva organizada y el contacto con otros campos sociales. De esta forma poder entender cómo es posible que las prácticas transiten entre el sentido práctico y el cálculo estratégico.

Pese a que Bourdieu desarrolla una crítica al cálculo estratégico a lo largo de toda su obra, pensar desde el sentido práctico, es decir, desde el habitus, no niega el cálculo estratégico, pero no lo coloca como preponderante en el agente, el sentido práctico es el fundamento de la acción colectiva, lo que permite a los agentes moverse, adaptarse.

Se puede afirmar que el cálculo estratégico que critica Bourdieu es aquel que se inscribe en la lógica del intercambio económico, porque en realidad, la vida es menos cálculo estratégico que sentido práctico: sólo cuando existe algún quiebre de las estructuras subjetivas y objetivas puede emerger la racionalidad.³¹ En este juego de sentido práctico y cálculo estratégico, adquiere sentido que el agente estructure su contexto social, al tiempo que este contexto lo estructura.

Bourdieu ha explicado que la forma en que los individuos adquieren capital para lograr sus intereses (no exclusivamente económicos) depende de las posiciones sociales, es decir, de la distribución de los diferentes capitales o recursos (económicos, culturales, sociales, políticos, simbólicos) entre los agentes. El espacio social en donde los agentes establecen relaciones sociales es considerado por Bourdieu como un campo de poder.

un campo de fuerzas cuya necesidad se impone a los agentes que se han adentrado en él, y como un campo de luchas dentro del cual los agentes se enfrentan, con medios y fines diferenciados, según su posición en la estructura del campo de fuerzas, contribuyendo de este modo a conservar o a transformar su estructura. (Bourdieu, 1999:49)

De lo anterior se sigue que todo campo implica relaciones de fuerza y por tanto, relaciones de conflicto, cooperación y negociación entre los agentes que lo componen. La fuerza, la lucha, depende de los diferentes capitales específicos, o por lo menos los más importantes de cada campo o del valor que se le otorga a dicho capital específico y de quien posea o monopolice ese capital. Para Bourdieu “Hablar de capital específico significa decir que el capital *vale en relación con* un campo determinado –por tanto, en los límites de ese campo- y que sólo es convertible en otra especie de capital en determinadas condiciones” (Bourdieu, 2000b: 114)

Es necesario poner el acento en los capitales más importantes de cada campo: las organizaciones están insertas en un campo específico con un capital específico, ese campo a su vez está inserto en el espacio social, y se comparte con otros campos en un contexto de autonomía relativa: campo político, campo económico, campo burocrático, campo cultural, etc. y

³¹ “Las líneas de acción sugeridas por el habitus bien pueden estar acompañadas por un cálculo estratégico de costos y beneficios...” (Bourdieu y Wacquant, 2005: 193) Y de aquellos agentes que puedan ejercerlo, es decir, sólo en ciertas condiciones cuando las prácticas sociales producto del habitus y del capital en juego *no funcionan* para incentivar la acción.

uno en particular que para Bourdieu engloba la idea de poder: el campo de lo propiamente estatal que le permite al Estado y sus instituciones, esgrimir un poder sobre los diferentes campos y sobre las diversas formas de capital que circulan entre ellos.

[...] Se sigue que la construcción del Estado va de la mano de la constitución del campo del poder entendido como el espacio de juego donde los poseedores de diversas formas de capital luchan *en particular* por el poder sobre el Estado, esto es, sobre el capital estatal que otorga poder sobre las diferentes especies de capital y sobre su reproducción... (Bourdieu y Wacquant, 2005:172)

Los campos compiten entre sí, pero también se complementan, se diferencian y son, al mismo tiempo, interdependientes y unidos por una verdadera solidaridad orgánica, en donde el poder se dispersa y se diferencia.

Dentro de la lógica de los campos, los agentes, los miembros de la organización efectúan un retorno reflexivo sobre su acción, generalmente cuando hay un “fracaso de los automatismos” que puede interpretarse como una falla en la lógica de las prácticas: cuando los sistemas de símbolos dejan de ser manejables o cómodos, pero sin alejarse en ningún momento de la comprensión práctica, porque el agente “implicado en la práctica conoce el mundo [...] no se instaure en una relación de exterioridad de una conciencia concedora [...] porque lo habita como si fuera un ámbito o un hábitat familiar. (Bourdieu, 1999:188)

A diferencia de la acción racional, Bourdieu plantea la importancia que tiene el peso de la estructura –podemos decir el peso que tiene el campo- en la forma en que los agentes construyen sus preferencias, eligen medios y calculan probabilidades. No se trata de un ser humano que enfrenta a un mundo en equilibrio y con la información necesaria desde su subjetividad, libre, autónoma; todo lo contrario, el campo social en donde las organizaciones se manifiestan es un lugar de conflictos y por tanto de incertidumbre.

En un sentido analítico, dentro del espacio social como un macrocosmos, coexisten diferentes campos, cada uno de ellos está constituido por habitus, uno que corresponde al campo, muchos que corresponden a los individuos con sus experiencias propias, sus trayectorias diferenciadas (y desiguales).

En una clara forma de ejercicio de oposiciones, en donde los agentes son tanto autómatas como espíritu (Bourdieu 1991:86) puede decirse que el campo (el espacio de juego de las organizaciones) es el espacio más “automatizado” en el esquema teórico de Bourdieu, y aquí se aleja definitivamente del cálculo estratégico, pero sin negar su existencia. Los agentes, aceptan las reglas del juego, más por una creencia (una fe práctica) que por un acto consciente de entrar al

juego, la pertenencia a un campo no es una elección basada en un cálculo, es *nativa*, es decir, se nace en él:

en el caso de los campos sociales [...] son juego en sí y no para sí, no se entra en el juego mediante un acto consciente, se nace en el juego, con el juego, y la relación de creencia, de *illusio*, de *inversión/inmersión [investissement]* es tanto más total, más incondicional cuanto que se ignora como tal. (1991:114)

Es pertinente recordar a Crozier y Friedberg en este punto: no es posible alcanzar fines propios más que en relaciones de poder y no se puede ejercer poder más que cuando se persiguen fines colectivos. Se nace en el juego del poder porque éste es constitutivo de las relaciones sociales.

Esta idea de entrada a un campo como una cuestión de nacimiento, como una vocación – señala Bourdieu- implica que los agentes que ingresan a él, conocen y reconocen las reglas del juego, que son específicas de cada campo: “basta con suspender la adhesión al juego que implica el sentido del juego para arrojar al absurdo el mundo y las acciones que en él se desarrollan [...]” (Bourdieu, 1991:114)

Ahora bien, el reconocimiento de las reglas de juego no excluye la voluntad, la parte de espíritu de los agentes: aceptar las reglas del juego dentro de un campo en el que *uno se hace para lo que fue hecho y que uno elige para lo que fue elegido*, no elude la forma como se estructuran los campos: como en todo juego, son sistemas estructurados de posiciones, de luchas entre los distintos agentes que ocupan las diversas posiciones para apropiarse del capital específico de cada campo o para redefinir ese capital.

En ese campo de posiciones diferenciadas se entiende el sentido de dominación de Bourdieu, las posiciones diferenciadas implican al mismo tiempo una desigualdad en la distribución del capital específico, y por tanto la existencia de dominantes y dominados.

Puede decirse que es a partir de esta relación de fuerzas, entre dominantes y dominados que el habitus adquiere sentido. Para que un campo funcione, para que el agente ingrese a él y dentro de éste, y para que una organización pueda construirse y mantenerse, se requiere el habitus específico de cada campo, es decir, las disposiciones para pensar, actuar, sentir conforme a las reglas del juego del campo.

Pero si recordamos que el campo es un espacio de lucha, de conflicto, de competencia por el monopolio y redefinición del capital específico, las prácticas permiten que los agentes (dominantes y dominados) se adapten y logren fines, *no siempre de manera calculada y*

estratégica, casi siempre desde el sentido práctico, pero que permite las articulaciones entre dominantes y dominados, entre miembros y líderes de las organizaciones porque “los dominados siempre pueden sacar provecho o beneficio de los conflictos entre los poderosos, que, con frecuencia necesitan de su colaboración para triunfar.” (Bourdieu, 1999:137)

Los agentes forman parte de los juegos sociales porque existe una relación de complicidad no necesariamente consciente y calculada, más bien porque se tiene la creencia de que el juego vale la pena jugarse, vale la pena competir por los intereses inmersos en el juego: “una especie de conciencia confusa de esta complicidad profunda entre los adversarios insertados en el mismo campo: discuten, pero están de acuerdo por lo menos sobre el objeto de desacuerdo.” (Bourdieu, 2007:143)

Entonces el problema de la cooperación se vuelve relativo, todos saben que tienen que jugar si quieren que el juego se mantenga, pero el conflicto aparece como algo inherente al campo y las posibilidades de cambiar esa estructura, esa regularidad (prácticamente la única) son casi inexistentes.

La lógica de la relación de poder y conflicto no cambia, pero pueden cambiar las posiciones, puede cambiar la distribución de los capitales; si no se contemplaran las posibilidades de cambio, estaríamos frente a una estructura de acción estática que no tendría nada que ver con un juego. En todo juego, a veces se gana y a veces se pierde, pero hay que seguir jugando.

Para Friedberg y Crozier el correlato del razonamiento estratégico que corresponde a la aceptación de las reglas del juego por parte de los jugadores, es el razonamiento sistémico, es decir, del campo que sólo puede desarrollarse en tanto se conozcan las formas de la interacción: “cuyas propiedades puedan orientar con firmeza a los actores limitando los objetivos que éstos puedan proponerse dentro de lo razonable. [...] Todo cambio propuesto... pasa por la transformación de estos sistemas.” (Crozier y Friedberg, 1990:194)

La lógica de lo razonable por la vía de la complicidad en el juego, puede implicar cierto cálculo estratégico, si es que entre dominantes y dominados existe un saber (aunque sea infraconsciente) sobre la necesidad de mantener la interdependencia y así el juego.

Paradójicamente, es la existencia de campos relativamente autónomos, funcionando según mecanismos rigurosos y capaces de imponer a los agentes su necesidad, lo que permite que los detentadores de los medios para dominar esos mecanismos y apropiarse de los beneficios materiales y simbólicos producidos por su funcionamiento, puedan *ahorrarse* unas estrategias orientadas expresa y directamente hacia la dominación de las personas. (Bourdieu, 1991: 220)

En síntesis, la forma en cómo está estructurado un campo es el resultado del estado de la relación de fuerzas entre los agentes que lo integran y de la forma en cómo se estructuran las organizaciones. Dentro de las organizaciones, el campo también está influenciado por la lógica interna de las relaciones entre líderes y miembros, y también de las instituciones –tanto del mismo campo, como de otros campos– con las que las organizaciones interactúan. Cada uno de los agentes en ese campo tiene algunos intereses compartidos que hacen que el campo tenga sentido, asimismo, cada uno de los agentes desde su habitus y desde el capital que posee, establece la jerarquía o el valor de sus objetivos dentro de la organización, con base en el valor que tiene el capital específico del campo. De esta manera, la organización y sus miembros actuarán en consecuencia, siempre en una situación de competencia y por tanto de enfrentamiento y conflicto por acceder a las posiciones más importantes o por mantenerse en ellas.

1.4 Habitus, sentido práctico, cálculo estratégico y campos de acción en las organizaciones de comerciantes en vía pública: definición de las categorías de análisis para el estudio de caso

La pregunta central que guía la presente investigación –y por la cual se eligió el marco teórico que se describe en este primer capítulo– interroga sobre cómo comprender la construcción y el desarrollo de las prácticas sociales entre agentes con posiciones diferentes de poder en un campo social específico, a través de acciones colectivas organizadas (organizaciones), que a su vez interactúan entre diferentes campos de acción.

Para el caso que nos ocupa, esto se traduce en *el estudio de lo que sucede dentro de un campo específico de relaciones de poder*: el comercio en vía pública de la Ciudad de México y sus organizaciones. Al interior del campo, se trata del análisis de organizaciones de tianguistas y de romerías en la delegación Iztapalapa consideradas como subcampos de acción.

El comercio en vía pública es un campo social con relativa autonomía frente a otros campos³², porque es un lugar de luchas, conflictos y negociaciones, cuyo capital es la vía pública. En tanto que posee un capital específico, su autonomía radica en que constituye un microcosmos “en el interior del macrocosmos social” (Bourdieu, 2001a), la complejidad y riqueza de esta

³² Bourdieu señala la realidad de la relativa autonomía de los campos: “De hecho creo que *no hay ninguna ley transhistórica de las relaciones entre los campos*, que debe investigarse cada caso histórico por separado. Obviamente en las sociedades capitalistas sería difícil sostener que el campo económico no ejerce determinaciones especialmente poderosas [...]” (Bourdieu y Wacquant, 2005: 165).

actividad económica y ocupación laboral, “tiene su propia ley, su propio *nomos*, que tiene en sí mismo el principio y la regla de su funcionamiento.” (Bourdieu, 2001^a: 10)

Para los comerciantes y los líderes de organizaciones, la calle, la vía pública es un capital específico porque, la vía pública, es un bien que pertenece a todos los ciudadanos y sólo el Estado –el campo estatal, en términos de Pierre Bourdieu– tiene el monopolio, y el reconocimiento jurídico, para su uso, distribución y administración porque controla los diferentes capitales que están en juego en otros campos. Ya que:

El Estado [...] sería el conjunto de los campos en los que tienen lugar las luchas en las cuales lo que está en juego es –para basarnos en la famosa formulación de Max Weber– el *monopolio de la violencia simbólica legítima*, es decir, el poder de constituir y de imponer como *universal y universalmente aplicable*, dentro de determinada “nación”, mejor dicho dentro de las fronteras de un territorio dado, un conjunto de normas coercitivas. (Bourdieu y Wacquant, 2005: 169)

En segundo lugar, la vía pública como capital del campo conforma el habitus de los comerciantes y de los líderes, define la supervivencia de esta actividad económica y mantiene el interés del juego: cuando los recursos económicos y el empleo son escasos o inexistentes, vale la pena jugar por el ingreso y la permanencia en la vía pública para comerciar y para dirigir a una organización, de ello depende que los comerciantes se realicen como tales y de ello depende, también, que los líderes cobren cuotas por “la plaza” o el espacio en la calle.

La lucha por el control de este recurso público, que se supone el Estado “regula” da sentido a la dimensión organizativa para mantener el control sobre éste. En la lucha emergen las posiciones de los agentes dentro de este campo: los líderes de las organizaciones, los comerciantes en vía pública y el vínculo con otros campos sociales y sus agentes:

1. ***El campo económico***: ya que el comercio en vía pública es una actividad económica y una ocupación laboral informal.
2. ***Con el campo político***: a través, de los profesionales de la política, principalmente, de los representantes políticos, los partidos políticos en los diferentes niveles de gobierno y los líderes de las organizaciones, quienes al buscar la legitimación de su reputación, no sólo se enfrentan, también negocian y “hacen política”.

El campo político, es uno de los menos autónomos y menos delimitado, representa el espacio de luchas y conflictos, (al igual que todos los campos) en donde se busca, como en el campo del Estado, imponer *ideas-fuerza*, es decir maneras de ver el mundo y, por tanto, establecer

los *buenos* principios de *visión y división del mundo social*³³ buscar el monopolio de la manipulación legítima de los bienes políticos, es decir, poder controlar al Estado (Bourdieu, 2001a: 19).

3. ***El campo burocrático:*** con los funcionarios encargados de “difundir” o aplicar el marco jurídico, en el sentido de imponer las ideas-fuerza o el capital simbólico del Estado y así, garantizar la existencia de los principios de visión y división del mundo social.

Lo anterior, implica buscar el control de la vía pública, a través del otorgamiento y administración de los permisos, los lugares, la vigilancia de las condiciones para la venta en la vía pública y la posibilidad de negociación con líderes y organizaciones.

4. ***El campo jurídico:*** con la administración y negociación de las leyes, reglamentos y normas para la operación de las diversas modalidades de venta callejera.

A partir de la definición del comercio en vía pública como campo, y de las formas en que éste se realiza en subcampos como los tianguis, las romerías, mercados sobre ruedas, concentraciones, etc. porque entre ellos se disputan el mismo capital (la calle), la propuesta de esta investigación busca profundizar en una parte de la problemática: el análisis de la vida interna de las organizaciones, que significa concentrar el estudio en las relaciones entre dos posiciones diferentes y también desiguales: los líderes, quienes concentran el poder sobre el capital específico y establecen las relaciones con los diferentes campos sociales; y los miembros de las organizaciones, quienes necesitan el capital específico para vender y del líder para mantenerse en la vía pública.

Líderes y miembros establecen una relación de poder y de complicidad, cada uno sabe que el otro lo necesita: el líder vive de las cuotas que pagan los comerciantes diariamente; éstos cuando son iniciados, requieren del permiso de líder para instalarse y, cuando ya forman parte de la organización, del capital político, social y económico de los líderes.

³³ En comparación con la propia definición de campo de Bourdieu y con el análisis empírico de otros campos como el religioso, científico y económico, el campo político refleja la dificultad real de definir los límites de un campo. El político comparte (y rivaliza) fundamentalmente con el estatal y, a su vez el estatal comparte con todos, los campos. Aquí podemos decir que, en realidad, esta dificultad para trazar los límites implica que si la política se define como un conjunto de relaciones de poder, en la misma tónica que Crozier y Friedberg, todo es política:

¿Por qué? Lo que hace que la política no sea la poesía, que el campo político no sea como el campo poético, es que las luchas simbólicas y políticas sobre el *nomos* [...] tiene por objeto mayor la enunciación y la imposición de los “buenos” principios de visión y división. [...] Dicho de otra forma, los principios de división no son en absoluto gratuitos. Son constitutivos de grupos y por consiguiente de fuerzas sociales. La política es una lucha por ideas pero un tipo de ideas totalmente particular, las ideas-fuerza.” (Bourdieu, 2001a: 18-19)

Relación entre teoría y realidad para la comprensión del comercio en vía pública

La observación sobre las relaciones internas constituye un ejercicio de delimitación de la compleja realidad social que se ubica en el análisis de una dimensión particular: la dimensión micro social, en donde es posible observar a agentes socialmente estructurados, en el desarrollo cotidiano de una actividad económica que reproduce la lógica del juego social: las relaciones de poder, las posiciones diferenciadas y desiguales, producto de las propias historias de vida y de la definición del habitus del comercio en vía pública.

Los campos sociales importan porque estructuran a las agentes y porque representan las formas en que se expresa el sentido práctico, pero también importa la forma en cómo, objetivamente están estructuradas las posiciones de los agentes dentro del campo, así como los habitus o sistemas de disposiciones que provienen de cómo han internalizado su condición social y económica. (Bourdieu y Wacquant, 2005:159-160)

Desde lo anterior, las organizaciones de comerciantes en vía pública expresan relaciones de poder entre agentes que, frecuentemente, se han dedicado durante mucho tiempo a esta actividad y provienen de familias de comerciantes; en otros casos, los comerciantes han pasado de actividades formales a la venta en la vía pública como estrategias de supervivencia, en donde la organización es una pieza fundamental, ya que en términos reales, las diversas organizaciones controlan el espacio.

De lado de los líderes, los fundadores de las organizaciones también expresan un habitus particular, en contextos políticos sociales en los que el Estado abrió las puertas para la organización. A partir de la década de los sesenta se convirtieron en agentes capaces de interactuar con otros campos y pugnar por el control del espacio público; las generaciones siguientes son los hijos, hijas o familiares cercanos a los líderes fundadores, de tal suerte que se ha definido un habitus de liderazgo en este campo.

Desde la pregunta central de la investigación que interroga por la comprensión sobre la construcción y el desarrollo de las prácticas sociales entre agentes con posiciones diferentes de poder en un campo social específico, a través de acciones colectivas organizadas (organizaciones), que a su vez interactúan entre diferentes campos de acción, entre ellos, el político, el económico, el burocrático, y el jurídico y que empíricamente se traduce en *¿Cómo se construyen y se desarrollan las relaciones entre los líderes y los miembros de las organizaciones de comerciantes en vía pública en la Ciudad de México, específicamente en la Delegación de*

Iztapalapa?, la relación entre teoría y realidad se abordará en tres momentos “necesariamente importantes e internamente conectados” (Bourdieu y Wacquant, 2005: 160) que son los siguientes:

Primer momento, el campo: el análisis de la posición del campo frente al campo de poder, o el campo estatal.

Segundo momento, las posiciones dentro del campo: la definición del “mapa de la estructura objetiva de las relaciones entre las posiciones ocupadas por los agentes o instituciones que compiten por la forma legítima de autoridad específica del campo.” (Bourdieu y Wacquant, 2005: 160)

Tercer momento los habitus de los agentes: “los diferentes sistemas de disposiciones que han adquirido al internalizar un determinado tipo de condición social y económica, condición que encuentra en su trayectoria dentro del campo oportunidades más o menos favorables de actualización. (Bourdieu y Wacquant, 2005: 160)

Esquemáticamente, durante la investigación, cada uno de estos momentos se abordará de la siguiente forma:

Esquema 1 Las relaciones entre líderes y miembros de organizaciones en el campo del comercio en vía pública de la delegación Iztapalapa

<i>Momento</i>	<i>Interrogantes</i>	<i>Capítulos</i>
El campo frente al campo de poder y frente a otros campos	<p>Relación con otros campos ¿Cómo se vincula, teórica y empíricamente, el CVP con la informalidad? ¿Cuál es el contexto histórico del comercio en vía pública (CVP) en la Ciudad de México? ¿Cuáles son las definiciones, expresiones y mediciones del CVP? ¿Cuál es el marco jurídico y por tanto, su relación con otros campos? ¿Cuáles son las relaciones (CVP) con actores políticos y sociales: funcionarios, representantes políticos, partidos políticos, niveles de gobierno? ¿Cómo se configura el CVP en términos de acción colectiva?</p>	<p><i>Segundo</i> La lógica de acción del comercio en vía pública en la Ciudad de México</p>
Las posiciones en el campo	<p>Definición de Iztapalapa como un espacio social: ¿Cuáles son las características culturales, sociales, políticas y económicas de la Delegación Iztapalapa? Constitución del habitus del CVP en Iztapalapa: ¿Cómo se han apropiado del espacio los habitantes de Iztapalapa?, ¿Cuáles son las características del CVP en Iztapalapa? Tipos de CVP, número de oferentes, organizaciones y liderazgos.</p>	<p><i>Tercero</i> La delegación Iztapalapa en el contexto del Distrito Federal</p>
Las posiciones en el campo y configuraciones de los	<p>Sobre las organizaciones, sus agentes y sus decisiones ¿Cuál es la relación de las organizaciones con su espacio social de acción? ¿Cómo se conforman las organizaciones de comerciantes en vía</p>	<p><i>Cuarto:</i> Organizaciones y lógicas de acción en el</p>

subcampos de acción	pública? ¿Cuál es la estructura de la organización? (Mecanismos de ingreso y permanencia en la organización, derechos y obligaciones, toma de decisiones, distribución del trabajo, resolución de conflictos) ¿Cuáles son los contenidos de las relaciones entre líderes y miembros de la organización? (identificación de conflictos, negociaciones, alianzas, solidaridades, etc.)	comercio en vía pública de Iztapalapa: el análisis de un tianguis y una romería
Los habitus de los agentes	<i>Sobre el liderazgo y su relación con la organización y el campo de acción del CVP</i> ¿Cuáles son los procesos de vida mediante los cuales las personas se convierten en líderes de organizaciones de comerciantes en vía pública? ¿Cuáles son las características y sentidos que las personas (líderes y asociados) otorgan a los liderazgos en el comercio en vía pública? ¿Cuáles son las percepciones de líderes y miembros de las organizaciones sobre al desarrollo cotidiano de la actividad, la organización y el liderazgo?	Cuarto y Quinto: Sentido práctico y cálculo estratégico de líderes y asociados en las organizaciones de estudio

Finalmente, la vinculación entre teoría y realidad, a través del análisis de dos organizaciones nos permitirá analizar a detalle, cómo es que los líderes y los miembros de las organizaciones, estructurados por sus relaciones en diferentes espacios sociales y con diferentes campos, en particular, el del comercio en vía pública configura las decisiones de sentido práctico y cálculo estratégico. Se trata de destacar que la complejidad de lo social, no se inclina por un tipo particular de acción (individual y colectiva), sino por formas sumamente heterogéneas, que dependen de cómo están formados los campos y, por tanto, las posiciones dentro de ellos.

El comercio en vía pública (CVP), es un ejemplo de esta complejidad social, como un campo relativamente autónomo, que al igual que el campo político, compete, lucha y negocia por el control sobre el Estado, a través del control sobre el capital específico que da sentido al juego del comercio en la vía pública.

De esta manera, se tomarán en cuenta las diferentes dimensiones de esta complejidad y los vínculos con los diferentes campos sociales, porque estos vínculos existen e importan, y también importa lo que sucede al interior de un microcosmos que refleja a agentes estructurados y que estructuran lo social. Dentro de este microcosmos del CVP, las relaciones de poder son importantes y particularmente aquellas que dan sentido a la lógica del CVP: las relaciones entre líderes y miembros de las organizaciones.

En el siguiente capítulo abordaremos el primer momento en el análisis de la realidad social: la posición del campo del comercio en vía pública frente a otros campos.

Capítulo 2 El campo del comercio en vía pública y sus lógicas de acción en la Ciudad de México: definiciones e interacciones con la estructura social

Debido a su ubicación en un espacio público, un mercado en la calle, no sólo es un sitio para realizar transacciones económicas privadas: es un lugar de socialización, para comer, ser visto y conversar con vecinos y amigos, y un sitio para ver lo que hay en existencia y lo que nos gusta.

John Cross, 1996

Nuestra función es llevar a cabo la supervisión para que los tianguis operen de acuerdo a las normas que establece la ley, en este caso nos regimos por los lineamientos para el funcionamiento de los tianguis y mercados sobre ruedas que además no están totalmente [lo dice entre risas] normados, hay un vacío en la ley impresionante, todo el comercio en vía pública se rige por el Reglamento de Mercados que data de 1951 y que en alguno de sus artículos hace ahí mención del comercio informal.

Una vez definido el marco teórico con el que esta investigación observa y analiza el juego entre sentido práctico y cálculo estratégico de las organizaciones y líderes, en un campo de acción específico, el siguiente paso es analizar la relación del campo del comercio en vía pública (CVP) frente a otros campos, de manera particular el Estado, el campo político, económico y jurídico. La posición del campo del CVP en la estructura social se aborda con la descripción de cómo se ha investigado el comercio en vía pública, sus principales definiciones, mediciones, así como los datos cuantitativos que muestran la vinculación que tiene esta actividad en los campos político y económico³⁴.

La descripción sobre la estructura social en donde se desarrolla el campo del CVP y sus subcampos, permite ubicar de una manera más clara y concreta la posición que ocupa la delegación Iztapalapa en el contexto del Distrito Federal y así entender la importancia de esta delegación, de su comercio callejero, sus organizaciones y sus líderes.

Para el desarrollo del capítulo, la introducción describe al CVP en la discusión sobre la informalidad con una síntesis de las principales perspectivas analíticas con las que se ha abordado el estudio de la informalidad para situar la discusión y relevancia del comercio en vía pública.

En el segundo apartado se analizan las principales definiciones y expresiones del comercio en vía pública, a través de los instrumentos oficiales de medición estadística en México,

³⁴ Aunque no se profundizará sobre este tema, la descripción del estado del arte del comercio en vía pública de la Ciudad de México, también vincula el problema de investigación con el campo académico, es decir, el estado que guarda frente a las ciencias sociales, de manera particular, la sociología y la ciencia política.

elaboradas por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI): los censos y conteos de población y vivienda, así como las encuestas nacionales de ocupación y empleo. Consecuentemente, se analiza el marco jurídico del CVP con el objetivo de resaltar el vacío legal y de políticas públicas en torno a su definición y regulación.

En el tercer apartado, se discute la estructura del campo del CVP respecto a las formas en cómo se ejerce, las organizaciones y los líderes que lo componen y que lo dotan de una dinámica compleja y particular.

Finalmente, en el cuarto apartado se analiza al comercio en vía pública en su relación con los campos estatal y político, a través de sus interacciones con el sistema político mexicano y el papel que ha jugado en la discusión sobre el clientelismo y el corporativismo para mostrar la posición que tiene en la estructura social y justificar de esta manera, que quienes se dedican a esta actividad son agentes sociales que construyen, se adaptan y transforman a las reglas del juego del comercio en un sentido estratégico.

2.1 El análisis del comercio en vía pública desde la informalidad

El comercio en vía pública es un fenómeno que se inscribe teórica y empíricamente, en el debate sobre la economía informal. Esta última ha sido ampliamente discutida y analizada desde diferentes perspectivas, pero las más predominantes se han enfocado a la definición, clasificación de las actividades económicas y ocupaciones que la conforman, así como su medición desde una perspectiva cuantitativa.

Esta tendencia cuantitativa se justifica por los debates en torno a la definición del concepto, por la heterogeneidad de las actividades que lo conforman, las formas en que éstas se practican y por las dificultades que existen para medirlas. La mayoría de ellas, se ejercen fuera de los marcos legales vigentes, constituyen actividades no registradas, y en otras ocasiones ilegales.

En este sentido, el comercio en vía pública, es sólo una parte de la problemática sobre la informalidad. La complejidad del tema, además de la multiplicidad de actores involucrados, se encuentra en que estas actividades económicas y ocupaciones se ubican entre lo formal y lo informal: no todas las que se realizan en la vía pública carecen del reconocimiento y la posibilidad para obtener un permiso; al mismo tiempo no todas las que pueden gozar de este reconocimiento y permiso están registradas y por tanto, no están controladas por el Estado.

Roubaud especifica tres ambigüedades a las que se enfrenta la definición sobre el sector informal: “1) la heterogeneidad del sector informal; 2) la imposibilidad de poner en relación unívoca empleos informales, actividades informales y empresas informales, y, 3) la falta de correspondencia entre el sector informal y cualquier temática económica.” (Roubaud, citado por Torres, 1998: 267).

Al respecto, el mismo autor muestra una lista “no exhaustiva” de por lo menos 26 términos empleados para designar a la economía informal³⁵, no estructurada o no organizada como se ha definido en México y que comprende todas aquellas actividades que, desde el punto de vista de las unidades económicas, se caracterizan por:

- Estar “*dedicadas a la producción de bienes o la prestación de servicios con la finalidad primordial de crear empleos y generar ingresos para las personas que participan en esa actividad.*” (INEGI, 2004: 13-14)
- Con una producción generalmente de pequeña escala, organizada de manera rudimentaria.
- Con una escasa distinción entre trabajo y capital como factores de producción.
- Y cuando existen relaciones laborales, ésta se basan en el trabajo ocasional, de parentesco o de relaciones personales y sociales, sin que existan contratos con garantías formales (jornada de trabajo, definición de labores y de salario, vacaciones, seguridad social, etc.).
- No están constituidas en sociedad y por tanto no están registradas (INEGI, 2004).

La economía informal, y principalmente el comercio en vía pública, han cobrado relevancia para los gobiernos por su constante crecimiento, ya que un gran número de personas, que frente a la precariedad de los empleos formales, y la escasez de fuentes de trabajo, han encontrado una fuente de ingresos en esta actividad.

Sin embargo, la supuesta preocupación de los gobiernos por la situación actual del comercio en vía pública reside en que se trata de una actividad fuera de la regulación de las instituciones públicas, que no garantiza condiciones laborales e ingresos mínimos, pero que se reconoce como un sistema de abasto para la población de bajos ingresos³⁶ sin tomar en cuenta que la informalidad es también una forma de establecer relaciones sociales que posibilitan, en términos de mercado, una mayor circulación de bienes y servicios. (Cross y Morales, 2007)

³⁵ No oficial, no registrada, no declarada, disimulada, sumergida, clandestina, paralela, alternativa, autónoma, gris, marginal, invisible, ilegal, no observada, escondida, submarina, secundaria, dual, oculta, negra, irregular, periférica, informal, de la sombra y contraeconomía (Roubaud, 1995:53).

³⁶ Es la concepción adoptada en el Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública del Distrito Federal, 1998. Citado por Torres (1998) y Castro et. al. (1998)

Desde otras perspectivas se ha demostrado también que las actividades informales no sólo son actividades de supervivencia. Por el contrario, principalmente para las clases medias y medias bajas, la informalidad constituye una oportunidad para emprender y hacerse dueño de su propio negocio (De Soto, 1987, Maloney, 2004). Desde la perspectiva liberal desarrolla por De Soto sobre el comercio informal en Lima, Perú, el hecho de que muchas personas adopten la informalidad como fuente de ingresos, es debido a la excesiva regulación impuesta por el Estado para abrir un negocio, al menos en los países de América Latina.

El debate en torno a cómo definir y explicar a la economía informal ha generado distintas propuestas teóricas: desde aquellas que buscan abarcar la gran heterogeneidad de las actividades económicas que salen del circuito de la economía regulada por el Estado, hasta las que consideran al término como carente de poder explicativo (Salas, 2005). En este debate podemos distinguir tres grandes líneas que se sintetizan a continuación:

a. Los orígenes. La informalidad como una nueva forma de definir a la marginalidad urbana.

La idea de trabajo segmentado entre formalidad e informalidad, fue utilizada por primera vez en los años setenta con la investigación de Keith Hart en Ghana³⁷. La autora utiliza la noción de *oportunidades de ingresos formales e informales*, para analizar la ocupación en los sectores de menores ingresos. Lo formal se refiere al empleo asalariado y lo informal al trabajo por cuenta propia o autoempleo, en donde se ubicaba a la mayor parte del empleo de la población marginal o tradicional (Portes, 1995).

Posteriormente la Organización Internacional del Trabajo (OIT) con base en un estudio sobre el empleo en Kenia³⁸, adopta el concepto para denotar la diferencia entre los sectores modernos y tradicionales de la economía (Portes, 1995; Salas, 2005). Así se caracterizaba al sector tradicional por: la facilidad de entrada, el apoyo en los recursos locales, la propiedad familiar de las empresas, una escala de operación pequeña, una tecnología adaptada e intensiva en fuerza de trabajo, con un conjunto de destrezas adquiridas en la experiencia de trabajo y

³⁷ El estudio al que se hace referencia es Hart, Keith (1973) "Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana" *The Journal of Modern African Studies*, Vol. 11, No. 1 marzo, pp. 61-89

³⁸ Organización Internacional del Trabajo (1972) *Employment, incomes and inequality. A strategy for increasing productive employment in Kenya*, Ginebra, OIT.

producción cotidianas, fuera del sistema educativo formal; mercados no regulados y poco competitivos, así como la ilegalidad³⁹.

El concepto de informalidad de la OIT toma en cuenta a las unidades económicas y a los individuos, así como el aspecto económico y regulatorio (PREALC, 1976). De esta forma, los trabajadores informales son los *ocupados en empresas pequeñas no modernas*, los *trabajadores independientes* o por cuenta propia. En esta distinción entre lo moderno y lo tradicional, paradójicamente se señala que el sector tradicional o informal está condenado a la extinción (Salas, 2006)

Es importante señalar que en la década de los setenta, cuando se comienza a discutir el papel de la informalidad en la economía, el sector informal urbano se encontraba en plena expansión. En ese momento proporcionaba ingresos económicos mayores que los que se obtenían en el sector agrícola, aunque menores que en el sector formal urbano. Y como señala Salas “Por lo demás, las actividades informales permitían el acceso de la población de menores ingresos, a una serie de bienes y servicios que el sector formal no les proporcionaba. (Salas, 2006: 193)

b. La informalidad como economía subterránea que responde a la excesiva intervención del Estado en la economía. El enfoque de Hernando de Soto.

En los años ochenta, Hernando de Soto con su obra *El Otro sendero. La revolución informal* (1987), construye una definición que se aleja del enfoque de la marginalidad urbana. El contexto del que parte De Soto para explicar la presencia de la informalidad, no es la dinámica del mercado laboral, sino la excesiva regulación del Estado en la economía. La informalidad es la respuesta a las barreras legales para el intercambio económico, ya que la excesiva regulación del Estado limita la expresión de las capacidades de las personas dedicadas a este sector económico.

En este sentido, las diversas alternativas para disminuir al sector informal se relacionan con aspectos económicos y regulatorios, dejando en manos del Estado sólo la función de regular las imperfecciones de los individuos en el mercado (De Soto, 1987: 304).

c. La economía no regulada. El enfoque de la escuela institucional estructuralista.

Este enfoque parte de un análisis y revisión, de las posturas y trabajos empíricos antes señalados y define a la informalidad como “aquellas actividades generadoras de ingreso que no están reguladas por el Estado, en un ambiente social donde actividades similares si están reguladas”

³⁹ Entendida como “el no cumplimiento de obligaciones fijadas a las actividades legítimas.” (OIT, 1972: 504)

(Portes, 1995:123). Lo que esta postura comparte y difiere con los otros dos enfoques es lo siguiente:

- Con el enfoque de la OIT-PREALC: porque considera que los orígenes de la economía informal se ubican en el exceso de oferta de mano de obra, pero “contrario a la propuesta de la OIT/PREALC, el sector informal no está desde esta perspectiva definido en términos dualistas como un conjunto de actividades marginales excluidas de la economía moderna, sino como parte integral de esta última.” (Portes, 1995: 123).
- Con la propuesta de De Soto: la economía informal se define por su relación con el papel que juega el Estado en la definición del marco jurídico para establecer actividades económicas. No obstante, “Contrario al argumento de De Soto, el sector informal no se ve como la irrupción de las verdaderas fuerzas del mercado en una economía precapitalista, sino más bien como parte de la operación normal del capitalismo.” (Portes, 1995: 123) en donde conviven la informalidad y la formalidad.

En este sentido, la existencia de la economía informal también obedece a *formas alternativas de utilización de la economía moderna*: “Muchos empresarios y trabajadores informales son parte integral de la economía moderna, pero no aparecen así en las estadísticas oficiales porque su forma de incorporación elude las regulaciones estatales.” (Portes, 1995: 125)

Para Salas, el concepto de informalidad resulta insuficiente para comprender el universo y dinámica de las actividades que forman parte de circuito de la economía capitalista, que escapan al control y categorización del Estado, que a veces son empresas o establecimientos, a veces individuos quienes juegan con la evasión de los marcos legales.

En el mismo tenor, Monnet en una investigación sobre el ambulante en la Ciudad de México señala:

la mayoría de los negocios incurren en una mezcla de informalidad (sin necesariamente estar en la ilegalidad) y formalidad gradual que se encuentra por ejemplo en el empleo sin sueldo a familiares y parientes, en la contratación sin papeles a empleados, en el trabajo de indocumentados, en la no declaración de todos los ingresos a Hacienda, o en la reubicación de una actividad en un país en donde no se respeta o no hay reglamentación social o fiscal (Monnet, 2005: 4)

Finalmente, el debate en torno a la informalidad permanece inconcluso y a decir de Escobar (1990) y Salas (2006) el concepto debería entrar en un análisis sobre su pertinencia o incluso su abandono, ya que engloban múltiples actividades, ocupaciones y realidades, que en muchos casos

son incompatibles y que por la misma evasión de los marcos legales, no existe información y medición precisa.⁴⁰

Sin embargo, sin pretender agotar la discusión sobre la informalidad y adoptar algunas de las definiciones ya señaladas, esta investigación adopta la definición de comercio en vía pública como una actividad económica y una ocupación individual, que no siempre está regulada y registrada por el Estado, en comparación con otras actividades y ocupaciones que si lo están, y que además está vinculado estrechamente con la economía formal (Portes, 1995).

Al mismo tiempo, el comercio en vía pública como parte de la informalidad, refleja una relación particular, conflictiva y muchas veces clientelar entre ciudadanos y sociedad civil, con el Estado (Escobar, 1990; Pradilla1993) y como veremos en el siguiente apartado, las diversas definiciones sobre comercio en vía pública, reflejan esta complejidad social.

2.2 Definiciones, expresiones y dimensión cuantitativa del comercio en vía pública

¿De qué se está hablando cuando se discute el tema del comercio en vía pública? como se señaló en la introducción, los espacios en donde se desarrolla esta actividad son sumamente heterogéneos: no es lo mismo hablar de los tianguis que ocurren un día a la semana, de las romerías con motivo de las fiestas cívicas o religiosas, de las concentraciones de comerciantes que ocupan un espacio permanente en la vía pública, o de los vendedores ambulantes. Si bien todas las personas desempeñan su actividad en la calle o en otros espacios públicos, los grados de “informalidad”, reconocimiento y tolerancia de las autoridades, así como de organización son también diferentes y desiguales.

El objetivo de esta apartado es mostrar la diversidad de formas y expresiones que tiene el comercio de productos y servicios que se realiza en los diferentes espacios públicos de la Ciudad

⁴⁰ “La cuestión fundamental es, entonces, si conviene abandonar el concepto por todos sus conocidos defectos y ambigüedades y por la falta de un consenso general en cuanto a su significado, y por lo tanto permitir que la discusión se torne exclusivamente política y pública, o si vale la pena reforzar o crear un diálogo entre los usuarios académicos del concepto y los demás interesados en el mismo...” (Escobar, 1990: 37). Años después Salas (2006) nuevamente pone el tema en la mesa: “A la fecha, nadie ha demostrado que la noción de informalidad pueda ser usada, efectivamente, como una especie de paraguas que cobija a infinidad de seres y fenómenos complejos sin relación aparente entre sí. En todo caso, se puede decir, que muchos de los intentos por definir el sector informal urbano, se reducen a una lista de atributos, sin conexión clara y siquiera aparente. Es por estas razones, se reitera la recomendación de que se abandone el término de sector informal.” (2006:214)

de México⁴¹ y particularmente desde la perspectiva de las políticas públicas elaboradas para su regulación.

A partir de este enfoque, las diversas expresiones reflejan la realidad de una actividad económica, de una ocupación, y también de una expresión de acción colectiva con capacidad para gestionar demandas, más allá de la propia dinámica del comercio en vía pública. Todo lo anterior hace más compleja la medición y el análisis.

El comercio en vía pública en los censos y conteos de población y vivienda

Como ocupación, el comercio en vía pública se ubica en los Censos y Conteos de Población y Vivienda elaborados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)⁴² en tres grupos de ocupación principal, de acuerdo a la Clasificación Mexicana de Ocupaciones (2000): Grupo 71 *comerciantes, empleados de comercio y agentes de ventas*; Grupo 72 *vendedores ambulantes y trabajadores ambulantes en servicios*; y el Grupo 81 *trabajadores en servicios personales*. A continuación se sintetizan sus características:

- ***Grupo 71 comerciantes, empleados de comercio y agentes de ventas***: se compone por aquellos trabajadores que realizan actividades de comercialización de bienes y servicios y que son propietarios de un establecimiento comercial, ya sea “locales o accesorias en plazas comerciales, mercados, centros de abasto, tianguis, mercados sobre ruedas, etc., y siendo atendido por ellos mismos o con la ayuda de empleados o familiares.” (CMO, 2000: 177). Asimismo incluye a aquellos trabajadores por comisión o ayudantes de ventas que representan a alguna empresa, aunque trabajen de casa en casa o repartan productos en la vía pública.
- ***Grupo 72 vendedores ambulantes y trabajadores ambulantes en servicios***: son todos aquellos trabajadores que realizan sus actividades de comercialización sin contar con un establecimiento fijo o puestos semifijos y por tanto, no representan a empresa alguna. Incluye a todas las personas que realizan actividades de comercialización, dan servicios y/o trabajan por una propina, en la vía pública y de manera ambulante (CMO, 2000, 2005) De esta

⁴¹ Pensemos también en otros espacios públicos, por ejemplo: plazas públicas, kioscos, jardines, el sistema de transporte público, como el Metro, todos aquellos espacios de acceso para todos los ciudadanos, en los que es posible vender y comprar productos y/o servicios.

⁴² Antes Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática.

ocupación se excluye a todas aquellas personas que comercian en la vía pública en puestos fijos o semifijos, como son los tianguis, mercados públicos y concentraciones.

- **Grupo 81 trabajadores en servicios personales:** son todas aquellas personas que prestan servicios al público en establecimientos comerciales, ya sea desde servicios de limpieza (excluyendo los servicios domésticos), cuidados personales, atención al cliente en restaurantes, cafeterías, puestos de comida, etc. Se excluye a todos aquellos que únicamente se dedican a preparar alimentos, a quienes los preparan y vende en vía pública, a los trabajadores ambulantes que venden alimentos no preparados y a quienes lo hacen como parte del servicio doméstico. (CMO, 2000:188)

Para los fines de la investigación, en los siguientes cuadros se muestran aquellos grupos de ocupación principal, subgrupos y grupos unitarios vinculados con el comercio en vía pública y particularmente con el trabajo en tianguis⁴³:

Cuadro 1 Grupo principal 71: Comerciantes, empleados de comercio y agentes de ventas⁴⁴.

Subgrupo	Grupo unitario	Características principales
Comerciantes en establecimientos	Comerciantes en establecimientos	Venta de productos en establecimientos ubicados en locales o accesorias en plazas comerciales, mercados, centros de abasto, <i>tianguis (incluye puestos semifijos)</i> , mercados sobre ruedas, etc. Se clasifican en: trabajadores por cuenta propia o patrones /propietarios del establecimiento, empleados del establecimiento y/o familiares.

Cuadro 2 Grupo principal 72: Vendedores ambulantes y trabajadores ambulantes en servicios

Subgrupo	Grupo unitario	Características principales
Vendedores ambulantes	<ul style="list-style-type: none"> • De periódicos y lotería • De artículos diversos • De ocupaciones afines 	<p>Actividades de comercialización pero no tienen un lugar fijo donde realizarlas, ni razón social de referencia, por tanto, no representan a empresa alguna.</p> <p>No incluye a los trabajadores con establecimientos fijos y puestos semifijos en tianguis, mercados y concentraciones.</p>

⁴³ Los siguientes cuadros se construyeron con base en la clasificación ocupacional de los censos de población y vivienda. Las características corresponden a la *Clasificación Mexicana de Ocupaciones*, 2000.

⁴⁴ Los otros subgrupos y grupos que comprenden el Grupo 71 son: a) Empleados de comercio en establecimientos: Encargados y responsables de comercio, Despachadores y dependientes; b) Demostradores y repartidores en establecimientos: demostradores y repartidores; c) Agentes y representantes de venta, corredores de valores, seguros, bienes raíces, subastadores y rematadores: Agentes, representantes, distribuidores y proveedores, agentes de bienes raíces y trabajadores en el servicio de arrendamiento de bienes inmuebles, agentes de acciones, bonos y valores, agentes de seguros, valuadores, subastadores y rematadores y otros trabajadores afines.

Trabajadores ambulantes en servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Vendedores y preparadores de alimentos en vía pública • Limpiadores de calzado • Lavadores y cuidadores de coches sin establecimiento • Payasos malabaristas y similares que se presenten en la vía pública 	<p>Realizan la preparación y venta de antojitos, comidas, y aguas en puestos ambulantes, aquellos que realizan servicios en las calles, como: limpiar zapatos, lavar parabrisas, cuidar coches, etc. y los trabajadores ambulantes que realizan malabarismo y tragafuego.</p> <p>Se excluye a quienes trabajan en tianguis y mercados públicos o quienes cuentan con un establecimiento</p>
Otros trabajadores con actividades afines	Otros trabajadores con actividades afines	

Cuadro 3 Grupo principal 81: Trabajadores en servicios personales⁴⁵

Subgrupo	Grupo unitario	Características principales
Fonderos, cantineros, meseros y azafatas	Fonderos (preparan y sirven alimentos) en establecimientos	<p>Preparan alimentos en establecimientos fijos, (torterías, taquerías, puestos de comida, loncherías, etc.) teniendo trato directo con el cliente.</p> <p>Se incluye a las personas que preparan y sirven los alimentos en casas particulares (en sus propias casas) atendiendo al público.</p>

De lo anterior podemos señalar una primera clasificación de las actividades de comercialización en vía pública del Distrito Federal: en primer lugar, aquellas que se realizan de manera itinerante o ambulante y sin un establecimiento fijo y/o semifijo; y en segundo lugar, aquellas que se desarrollan en establecimientos fijos o con un local, sin importar el tipo o características de éste, ya sea en establecimientos comerciales, puestos fijos y semifijos. En conclusión: *los tianguis, los mercados públicos y las concentraciones se consideran como actividades que tienen un local (fijo o semifijo) y en el cual existe un propietario o patrón.*

⁴⁵ Este grupo comprende los siguientes subgrupos: Fonderos, cantineros, meseros y azafatas, b) lavaderos, planchadores y otros trabajadores en la limpieza de ropa, c) porteros, conserjes, ascensoristas, mozos de hotel, trabajadores de limpieza, jardineros y cargadores, d) peluqueros, embellecedores y similares e) trabajadores en servicios de alquiler de bienes muebles, f) trabajadores de apoyo para la realización de espectáculos, turismo, deportes y en cuidados personales, g) trabajadores en servicios funerarios y en panteones, h) otros trabajadores que desempeñan una ocupación afín a las comprendidas en este grupo

El comercio en vía pública en las encuestas nacionales de ocupación y empleo

Por su parte, las Encuestas Nacionales de Empleo y Ocupación⁴⁶ del INEGI, definen al comercio en vía pública desde la unidad económica y la ocupación. Los grupos principales de ocupación corresponden a la Clasificación Mexicana de Ocupaciones de la misma forma que los Censos y Conteos de Población y Vivienda, por lo tanto, las ocupaciones referidas al comercio en vía pública son las mismas que se mencionaron en los párrafos anteriores⁴⁷.

Desde la unidad económica, una de las variables de la Encuesta Nacional de Empleo Urbano (ENEU) mide el empleo por el tipo de local, ya sea con o sin local, para realizar las actividades económicas independientemente de cuál fuera la ocupación o sector de actividad:

Cuadro 4 Variables de la Encuesta Nacional de Empleo Urbano vinculadas al comercio en vía pública **Tipos de locales o lugares donde se desempeña la actividad**

Con local	<ul style="list-style-type: none">• <i>Puesto fijo en la vía pública</i>• Local comercial• Taller de producción• Local de servicios: que no es parte de una cadena• Local de servicios: profesionales, técnicos especializados, personales, educativos, asistenciales, etc.• Establecimientos de medianas y grandes dimensiones de producción, construcción y extracción• Establecimientos de medianas y grandes dimensiones y oficinas y dependencias administrativas del Gobierno Federal, Estatal o Municipal.
Sin local	<ul style="list-style-type: none">• <i>Puesto semifijo en la vía pública o tianguis</i>• <i>Puesto improvisado en la vía pública o tianguis</i>• Ambulante de casa en casa o en la calle• En vehículo como bicicleta, triciclo, auto, etc. (excepto servicio de transporte)• En su propio domicilio

⁴⁶ En México los datos sobre empleo y ocupación se recababan con las Encuestas Nacionales de Empleo y de Empleo Urbano, sin embargo, para 2005 estos dos instrumentos fueron reemplazados por la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo.

⁴⁷ Cfr. *Glosario de la Encuesta Nacional de Empleo Urbano (ENEU)*, Aguascalientes, México, INEGI, URL: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/rutinas/glogen/default.aspx?t=EHNEU&s=est&c=10737> última consulta, octubre de 2009.

- En el domicilio del patrón o de los clientes
- En vehículos para el transporte de personas o mercancías como taxi, pesero, camión, etc.(sólo una unidad)

La Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) que sustituyó tanto a las Encuestas de Empleo, como a las de Empleo Urbano desde 2005, define a las ocupaciones del sector informal como aquellas que se realizan en unidades económicas no constituidas como sociedad y que operan desde los recursos de los hogares, sin llevar registros contables. (ENOE, 2005)

Algunas de las variables en donde podemos medir al comercio en vía pública son las siguientes: la posición en el trabajo, el lugar en donde se desempeña la actividad y el tamaño de la unidad económica.

Cuadro 5 Variables de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo vinculadas al comercio en vía pública

Posición en el trabajo		Lugar de desempeño de la actividad
Trabajador independiente	Empleador	• En el campo, a cielo abierto, bordo, poza o mar
		• Ambulante de casa en casa o en la calle
		• En puestos improvisados
	Por cuenta propia	• En vehículos
		• En su propio domicilio
		• En el domicilio o lugar en donde se encuentren los clientes
Trabajadores subordinados y remunerados	Asalariado o	• En puestos fijos o semifijos
		• En establecimientos o instalaciones de la empresa
		• Otros lugares Lugares y/o condiciones no especificadas
	Con percepciones no salariales	• En domicilios particulares
		• De manera itinerante, circulando, o sin limitarse a un solo espacio físico
		• En puestos fijos o semifijos
No remunerados		• En el lugar de la obra
		• En establecimientos o instalaciones controladas por la unidad económica para la que trabaja
		• En las instalaciones de otras empresas o instituciones donde se les envía
		• Lugares y/o condiciones no especificadas
		• Ocupados en actividades agropecuarias

Por su parte, la Encuesta Nacional de Micronegocios (ENAMIN) considera al comercio en vía pública dentro de la clasificación de comercios pequeños como son las tiendas de barrio o los puestos en mercados o en la calle.

Así mismo, desde el lugar donde se realizan las actividades clasifica a quienes no cuentan con local ya sea: *en puesto improvisado en la vía pública*; en un *puesto en tianguis o semifijo*; como ambulante de casa en casa o en la calle; en el domicilio de los clientes; en su domicilio con o sin instalaciones especiales; en vehículo de carga; en vehículo para transportar personas o en otro lugar. En la categoría de puesto en tianguis o semifijo “se registran las personas que declaran tener un puesto en un tianguis, aún y cuando se instalen en diferentes puntos de una ciudad, también entran en esta opción aquéllos que tienen puestos semifijos como los puestos de periódicos o de tacos.” (ENAMIN, 2008)⁴⁸

Como se puede observar, a partir de las variables que utiliza cada uno de los instrumentos del INEGI, resulta complicado medir las diversas expresiones de comercio en vía pública de manera exacta.

Los Censos y Conteos de Población la Clasificación Mexicana de Ocupaciones y en ella, se considera a quienes trabajan en puestos semifijos y a los tianguistas ya sea como propietarios o trabajadores de un establecimiento registrado, independientemente de los productos o servicios que ofrezcan y de las condiciones laborales del lugar.

Por su parte las Encuestas Nacionales de Empleo Urbano, anteriores a la de Ocupación y Empleo, así como la Encuesta Nacional de Micronegocios, establecían la distinción entre quienes tienen o no tienen un local para desarrollar su actividad. A diferencia de los Censos, estos instrumentos consideraban a *los trabajadores en puestos fijos, semifijos e improvisados en tianguis como trabajadores sin local*. Finalmente la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, no hace la distinción de quienes trabajan en tianguis. Además, estas encuestas no presentan la desagregación a nivel delegacional o municipal.

Por lo tanto, es necesario recurrir a la información que posee cada delegación sobre las organizaciones y número de comerciantes en vía pública que trabajan como tianguistas. Sin embargo, esta información, no necesariamente está actualizada y tampoco refleja el total de la

⁴⁸ Cfr. *Glosario de la Encuesta Nacional de Micronegocios*, Aguascalientes, México, INEGI. URL: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/rutinas/glogen/default.aspx?t=ESNAMIN&s=est&c=10649> última consulta, diciembre 2009

población en esta actividad, ya que algunas organizaciones, no están registradas, otras no llevan la información de sus agremiados al día o simplemente no la comparten con la Delegación.

El marco jurídico del comercio en vía pública en el Distrito Federal

Las regencias y jefaturas de gobierno del Distrito Federal han diseñado diversas políticas públicas, y marcos normativos (reglamentos, bandos y programas) para la organización y control del comercio en vía pública –particularmente desde la problemática del Centro Histórico de la Ciudad de México– todos estos intentos están inscritos en contextos sociales, políticos y económicos muy específicos y acordes a la forma de gobierno y de participación ciudadana de la ciudad.

Generalmente cada intento por administrar y controlar el uso y distribución del espacio público, ha implicado grados diferenciados de negociación entre actores sociales y políticos: los partidos políticos, las cámaras empresariales que defienden sus intereses, los comerciantes formales que cumplen con las normatividades vigentes y las propias organizaciones de comerciantes en vía pública.

Asimismo, podemos señalar que la distinción de este marco normativo radica en dos aspectos: el primero, que depende a su vez de varios elementos como su insuficiencia, ya que hasta ahora no existe una Ley específica sobre mercados y comercio en vía pública, los diversos ejercicios para controlar la actividad que han redundando en programas más de coyuntura y de corte político, el alto grado de sometimiento al juego político entre los gobernantes en turno y los actores sociales, políticos y económicos; y su ineficiencia, ya que desde 1951 con la publicación del Reglamento de Mercados, que sigue vigente, los programas y algunas reglamentaciones, el ejercicio de la actividad sigue sin control.

El segundo aspecto se vincula con la forma en cómo el gobierno define a los comerciantes en vía pública y cómo interactúa con ellos: históricamente, por lo menos desde mediados de la década de los cincuenta, los comerciantes en vía pública son actores sociales con capacidad de organización, presión y adaptación frente al gobierno en turno; también son clientes políticos y votantes, pero lo más importante es que son ciudadanos que ejercen estrategias de supervivencia frente a la pobreza, la precariedad laboral y el desempleo. Como veremos en este apartado, esto último no siempre ha sido el precepto que ha guiado la elaboración de las políticas públicas.

En ese sentido, la historia de los intentos por reordenar y regular al comercio en vía pública evidencia que cuando se aplican, los comerciantes “algunos de los cuales, al considerar afectados sus intereses, se alejan de la norma que supone debería ser el referente de su acción social y tornan a los Programas de Reordenación en acciones fallidas de gobierno” (Torres, 1998:269).

Por tanto, es fundamental hacer un breve repaso del marco jurídico que sustenta e intenta regular al comercio en vía pública y de los reglamentos y programas que se han elaborado para regular y contener su crecimiento. Ello nos permite observar cómo los comerciantes, sus organizaciones y los líderes se ubican en los campos estatal, económico y político, construyen estrategias, se adaptan a las reglas del juego, y varios casos las desafían, generando procesos de negociación para la elaboración de nuevas reglas que les permitan mantenerse en la calle, vender y sobrevivir.⁴⁹

Uno de los argumentos de esta investigación, parte del reconocimiento del comercio en vía pública por el Estado, como ocupación y actividad económica, en ese sentido, la Constitución Política de los Estados Mexicanos establece como garantía individual de todos los mexicanos en su Artículo 5o que “A ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos.” (CPEUM, 2010)⁵⁰

El Reglamento de Mercados de 1951 para el Distrito Federal

El 1 de junio de 1951, el gobierno del entonces presidente de México, Miguel Alemán Valdés (1946-1952) publicó en el Diario Oficial de la Federación el *Reglamento de Mercados para el Distrito Federal*.

Este Reglamento, vigente hasta la fecha, establece las reglas generales del juego para el uso del espacio público en el Distrito Federal, además de las formas de comercio reconocidas legalmente, las características de cada una de ellas, y las sanciones al incumplimiento del Reglamento, sin que exista en el documento una definición o diagnóstico sobre el tema.⁵¹

⁴⁹ Para un análisis más exhaustivo del marco normativo sobre comercio en vía pública en el Distrito Federal véase: Cross, 1996, 1997, 1998; Torres Jiménez, 1998; Castro, et. al, 1998, CESOP, 2005a, 2005b

⁵⁰ Acotando que “El ejercicio de esta libertad sólo podrá vedarse por determinación judicial, cuando se ataquen los derechos de tercero, o por resolución gubernativa, dictada en los términos que marque la ley, cuando se ofendan los derechos de la sociedad. Nadie puede ser privado del producto de su trabajo, sino por resolución judicial.” (CPEUM, 2010: Art. 5)

⁵¹ Las sanciones van desde el pago de multas, el retiro de los puestos, la cancelación definitiva de la cédula de empadronamiento y el arresto administrativo. (RMDF, 1951: Art. 97)

Las formas del ejercicio comercial reconocidas, son las siguientes:

- En locales o lugares fijos como los mercados públicos.
- En vía pública o en las calles como: comerciantes permanentes (para ejercer el comercio por tiempo indeterminado y en un lugar fijo), comerciantes temporales, (por tiempo determinado que no exceda más de seis meses, en un sitio fijo y adecuado), comerciantes ambulantes A, (con permiso, en lugar indeterminado, a domicilio o en vehículos), comerciantes ambulantes B (sin las características de los comerciantes A), zonas de mercados (las zonas adyacentes a los mercados públicos y con un espacio determinado), puestos permanentes o fijos, incluidas las accesorias al interior o exterior de mercados públicos; puestos temporales o semifijos que incluyen carpas, circos, aparatos mecánicos, juegos recreativos y juegos permitidos que funcionen en la vía pública o en predios del Departamento del Distrito Federal.

Además el Reglamento de Mercados restringe, relativamente, el espacio público en donde *los comerciantes no pueden instalarse*: el Primer Cuadro de la Ciudad y frente a edificios públicos, oficinas y establecimientos privados, templos religiosos, puertas de acceso de los mercados públicos y a menos de diez metros de “centros de vicio”, camellones, prados y parques públicos y esquinas. El resto del espacio público puede ser ocupado, en tanto no se limite el tránsito de vehículos y personas, no se ponga en riesgo la seguridad y la salud públicas, no se comercien productos o servicios ilícitos y no se atente contra “la moral y las buenas costumbres” (RMDF, 1951)

Respecto al registro, el Reglamento obliga a los comerciantes individuales, a empadronarse y sólo a quienes demuestren ser mexicanos por nacimiento, sin antecedentes penales, y que cuenten con licencia de funcionamiento y autorización sanitaria (Reglamento, 1951). Del mismo modo, ofrece la posibilidad de la organización a través de asociaciones –con un mínimo de 100 integrantes- legalmente constituidas y registradas. (RMDF, 1951: Arts.77-81)⁵²

⁵² “**Artículo 77.-** Los comerciantes a que se refiere este reglamento podrán organizarse en asociaciones. Estas asociaciones serán reconocidas por el Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal cuando el número de asociados sea de cien, como mínimo. **Artículo 78.-** En la Asamblea en que se acuerde la constitución de una asociación de comerciantes deberá intervenir un notario público del Distrito Federal, quien dará fe de que en dicha asamblea se ha respetado la voluntad mayoritaria de los comerciantes y, en general, observando las disposiciones legales relativas.” El Artículo 81, señala que las asociaciones, podrán conformar federaciones, con un mínimo de 20 asociaciones, y confederaciones en tanto estén legalmente constituidas. Más adelante, se establece que

Un elemento interesante de este Reglamento es la consideración de los comerciantes como trabajadores independientes, y por tanto aquellos que estén empadronados en puestos permanentes o temporales deben trabajar su puesto de manera personal o a través de familiares, pero no pueden contar con empleados. (RMDF, 1951: Art. 15)

Sin embargo, como señala Cross (1996) el Reglamento no se aplicó, ya que un año después, el regente Ernesto P. Uruchurtu prohibió la venta de mercancías en vía pública y ordenó el desalojo de más de 2 mil ambulantes del centro de la Ciudad. (1996:99). Con ello inició la política pública de construcción de mercados, concentraciones y plazas para la reubicación de comerciantes principalmente en el Centro Histórico de la Ciudad de México.⁵³

Es necesario señalar que esta política no tuvo como principio la negociación con los actores afectados, sino el desalojo y la represión de los comerciantes en vía pública. Uruchurtu, conocido como el “Regente de Hierro”, aplicó las medidas bajo el principio de que el ambulante causaba perjuicios a la Ciudad, entre ellos: el deterioro de la imagen urbana y la obstrucción de la vía pública, el contrabando, la insalubridad, la inseguridad e incluso la inflación: “echó mano de una serie de argumentos retóricos acerca de los “perjuicios” ocasionados por el ambulante para justificar el rigor de la acción contra ellos, frente a la legislación reciente [*el Reglamento de Mercados*] que básicamente legalizaba dicha actividad” (Cross, 1996: 101)

1993: Bando por el que se prohíbe el ejercicio del comercio en vía pública y de cualquier otro tipo en las calles comprendidas dentro del perímetro determinado por el Departamento del Distrito Federal.

El segundo momento clave en el marco normativo ocurre hasta 1993, en la regencia de Manuel Camacho Solís (1988-1994) con el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular y el *Bando por el que se prohíbe el ejercicio del comercio en vía pública y de cualquier otro tipo en las*

las asociaciones contarán con 6 meses a partir de la publicación del documento, para registrarse y ser reconocidas por el gobierno.

⁵³ En los periodos de 1953-1958 y 1959-1954 se construyeron 69 y 90 mercados respectivamente, lo que significó la ubicación de 50,090 vendedores. (Cross, 1996:101)

*calles comprendidas dentro del perímetro determinado por el Departamento del Distrito Federal de 1993, expedido por la I Asamblea Legislativa del DF (ALDF).*⁵⁴

El Bando nuevamente parte de la situación del comercio en vía pública del Centro Histórico de la Ciudad, a partir de su declaración, por parte del Ejecutivo Federal, en 1980, como Zona de Monumentos Históricos y en 1987 como Patrimonio Mundial de la Humanidad, por parte de la UNESCO.

Los argumentos centrales del Bando describen los problemas que esta actividad trae respecto a su falta de regulación y ordenación en temas como el uso del espacio público⁵⁵, la sanidad, la seguridad pública, las condiciones laborales de los trabajadores no asalariados, el tránsito peatonal y vehicular, la contribución fiscal y su inexistente vinculación con la regulación de establecimientos mercantiles, así como los problemas para la conservación del patrimonio histórico de la Ciudad de México. Es importante destacar que no se habla de vendedores o comerciantes ambulantes, sino de comerciantes en vía pública.

Frente a este diagnóstico, la propuesta era lograr la conciliación de los diversos intereses de la sociedad y los vendedores, buscando su incorporación a la formalidad con el objetivo de mejorar sus condiciones de trabajo y de vida, pero concretamente, recuperar el espacio público. Para ello se define la prohibición del ejercicio del comercio en vía pública, en puestos fijos, semifijos y de cualquier tipo, en el perímetro establecido en el Centro Histórico, en la que los comerciantes contarían con diez días, después de su publicación, para desalojar las áreas establecidas como prohibidas.

La alternativa al desalojo de los comerciantes, fue la reinstalación en 27 plazas comerciales como Parte del Programa de Mejoramiento. Este proceso significó la negociación con las organizaciones ya establecidas y “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” (Stamm, 2007: 87)

⁵⁴ Publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 12 de julio de 1993 y expedido por la Asamblea de Representantes del Distrito Federal, el primer órgano legislativo, elegido por voto directo de los habitantes del Distrito Federal en 1988 y que en 1993 se convertiría en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal.

⁵⁵ Retomando al Reglamento de Construcciones para el Distrito Federal, el Bando define a la vía pública como: “todo espacio de uso común que se encuentre destinado al libre tránsito y establece como característica propia de ésta, servir para la aeración, iluminación y asoleamiento de los edificios que la limiten, para dar acceso a los predios colindantes, o para alojar cualquier instalación de una obra pública o de un servicio público; [...]” (Bando, 1993)

El Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública del Distrito Federal (PRCVP) de 1998

Un tercer momento, lo constituye el *Acuerdo Número 11/98 mediante el cual se emite el Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública del Distrito Federal (PRCVP) de 1998*⁵⁶. El Programa parte de un diagnóstico en el que, a diferencia de los documentos anteriores, se señala el interés social del comercio en vía pública en todo el Distrito Federal y en cada una de sus delegaciones políticas.

También define como causas principales de su crecimiento: a) la situación económica y social del país y b) la ausencia de un marco normativo actualizado y claro, que como resultado, ha contribuido a mantener el clientelismo y corporativismo como las características de las relaciones entre autoridades y comerciantes.

Dentro de los objetivos se establece, mejorar el entorno urbano y la convivencia social en el Distrito Federal, ofrecer alternativas a la economía informal para que se transite de manera gradual a la formalidad, y en particular democratizar y transparentar las políticas y acciones de gobierno.

En este último objetivo las acciones pretenden terminar con la corrupción, la discrecionalidad y arbitrariedad generada por la falta de normatividad, así como democratizar las relaciones del gobierno con las organizaciones de comerciantes, reconociendo la libertad de asociación y la autonomía de las organizaciones.

El Programa de 1998 reconoce también que el comercio en vía pública es un problema generalizado en todo el Distrito Federal, además de la necesidad de construir diagnósticos y sistemas de información para generar un marco normativo que contemple la regulación de cada expresión del comercio en vía pública:

- Comerciantes instalados en calles y plazas públicas, como las concentraciones y los *tianguis*.
- Concentraciones temporales asociadas a festividades populares que se realizan en calles y plazas públicas como son las *romerías*.

La *romería* tiene como objetivo la comercialización de bienes y servicios relacionados con alguna festividad tradicional tales como las fiestas patrias, la celebración del Día de

⁵⁶ Su nombre completo: “Programa de reordenamiento del comercio en vía pública y los criterios para la aplicación de cuotas por concepto de aprovechamiento por el uso o explotación de vías y áreas públicas para realizar actividades mercantiles”, publicado en la Gaceta Oficial del Distrito Federal el 16 de febrero de 1998 y emitido por la primera jefatura de gobierno del Distrito Federal, electa por voto ciudadano para el periodo de 1997-2000.

Muertos, las fiestas navideñas y de reyes, por tanto se realizan durante días específicos, previa gestión del permiso ante las autoridades delegacionales y en espacios determinados tales como mercados públicos y zonas de mercado.

- Comerciantes ambulantes: “que se caracterizan por ejercer su actividad en formal comercial o eventual sobre las vía públicas” (PRCVP: 4) en zonas de alto flujo vehicular o peatonal.
- Comerciantes que ejercen su actividad en las áreas prohibidas y que utilizan puestos rudimentarios, portando su mercancía en bolsas o mochilas, y que reciben el apelativo de “toreros”. (PRCVP, 1998).

Finalmente, el Programa señala a la institución responsable de la aplicación jurídica:

Respecto de los tianguis, mercados sobre ruedas y concentraciones de comerciantes, será necesario expedir las normas que expresamente contemplen su regulación [...] se confiere a la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución la facultad de formular, supervisar y evaluar los proyectos de ubicación y funcionamiento de los mismos (PRCVP, 1998:5)

Aunque en este programa se percibe un discurso que busca el diálogo con las organizaciones, el problema del comercio en vía pública se mantendría en la misma línea de negociación discrecional y clientelar con ellas.

Reordenamiento y relaciones con las organizaciones después del Programa de 1998: hacia la definición de un marco legal.

El 13 de febrero de 2003, con Andrés Manuel López Obrador como jefe de gobierno del DF (2000-2006), se publica el *Acuerdo por el que se crea la Comisión de Reordenamiento y Regulación del Comercio en la vía pública del Centro Histórico del Distrito Federal*, para cumplir con lo establecido en el Bando de 1993 y el Programa de 1998.⁵⁷ Las funciones de esta Comisión serían coordinar y controlar el comercio en vía pública en dicha zona de la Ciudad.

En 2007, con la jefatura de gobierno de Marcelo Ebrard (2006-2012), se establece el *Programa de Apoyo para la reubicación del comercio popular en el Centro Histórico de la Ciudad de México*⁵⁸, este intento de aplicar el Bando de 1993, ha sido una de las acciones

⁵⁷ Gaceta Oficial del Distrito Federal, 13 de febrero de 2003.

⁵⁸ Gaceta Oficial del Distrito Federal, 16 de octubre de 2007.

“exitosas” y menos violentas de las diversas administraciones del Gobierno del DF: los comerciantes en vía pública fueron retirados del perímetro A del Centro Histórico.⁵⁹

Asimismo, dentro de los proyectos de dicha jefatura de gobierno, no sólo está el reordenamiento y reubicación del comercio ambulante en el Centro Histórico, también de tianguis, concentraciones y mercados sobre ruedas, principalmente aquellos considerados como los más conflictivos y como centros de venta de armas y drogas⁶⁰

En el periodo 2007-2010, después del desalojo de comerciantes ambulantes del Centro Histórico resurge el interés de las autoridades de gobierno, por normar el comercio en las calles de la ciudad. Aunado al programa de reordenamiento del centro Histórico, se han presentando diversos programas e iniciativas para regular otras formas de comercio callejero como los tianguis. En julio de 2010, la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO) comparece ante la Comisión de Abasto y Distribución de Alimentos de la V ALDF para presentar el *Programa de Regularización del Comercio en Tianguis del Distrito Federal*.⁶¹

Al mismo tiempo inicia el proceso para la definición, negociación y aprobación de la primera Ley de General de Sistemas de Abasto del Distrito Federal, presentada en el mes de febrero de 2011, como iniciativa de la SEDECO ante la Asamblea Legislativa del Distrito Federal con el argumento de definir, ahora sí, reglas claras para rescatar los sistemas de abasto tradicionales como los mercados públicos y los tianguis y, al mismo tiempo, regular y organizar a quienes se dedican al comercio en vía pública. A decir de la Secretaría de Desarrollo Económico:

La falta de un marco normativo y regulatorio adecuado y actualizado de los sistemas de abasto de la ciudad ha provocado el deterioro de la infraestructura de los mercados públicos, la proliferación del comercio ambulante, el crecimiento de oferentes en tianguis y una indiscriminada modificación del uso del suelo para la construcción de centros comerciales, en detrimento de 800 mil personas. [...] lo que se busca es actualizar los padrones de comerciantes en la vía pública, tianguis y mercados sobre ruedas, así como establecer sanciones para los locatarios de los 318 mercados

⁵⁹ “El 12 de octubre, bajo la mirada escéptica de quienes no imaginaban la salida de los comerciantes ambulantes del Centro Histórico, se presenció el desalojo silencioso de cerca de 25,000 comerciantes que trabajan de día en este lugar de la ciudad.” (Silva, 2010: 212)

⁶⁰ Pantoja, Sara, (2008) “El GDF planea reorganización de tianguis” *El Universal*, 10 de enero URL: <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad/88468.html>, última consulta, diciembre 2009.

⁶¹ Cfr. Mesa de Trabajo de la Comisión de Abasto y Distribución de Alimentos de la V Legislatura de la ALDF del 20 de julio de 2010. Versión estenográfica. URL: <http://www.aldf.gob.mx/archivo-312054550182d3e999cee61fb34fc18e.pdf> última consulta febrero 2011.

públicos en caso de invadir áreas comunes, los giros autorizados, no cumplir con los horarios de servicio o involucrarse en actos violentos.⁶²

Como una conclusión preliminar la historia de las políticas públicas para regular el comercio que se desarrolla en la vía pública, forma parte de un proceso sociopolítico que demuestra una gran limitación del gobierno para formular un marco jurídico que contemple la importancia de las diferentes manifestaciones de esta actividad económica, como veremos más adelante, el marco jurídico y las políticas públicas, están sujetas a la negociación política entre diferentes actores.

Esta afirmación puede resultar obvia en todo proceso de elaboración de políticas, pero en este caso particular, refleja el poder de accionar colectivamente de los comerciantes en vía pública y la necesidad de considerarlos tanto agentes sociales como agentes políticos. De parte de los comerciantes, es evidente su capacidad estratégica, no sólo para adaptarse a las reglas de los campos político y económico, también una capacidad para transformar las reglas de estos dos campos, ya que el juego organizativo es un juego de complicidades simbólicamente construidas: entre las autoridades de gobierno que reconocen la importancia políticamente estratégica de los comerciantes en vía pública organizados, y éstos, la importancia que tienen en tanto actores colectivos, pero con una necesidad de mantener la interlocución con quienes tiene el monopolio del uso y de la distribución del espacio público: los funcionarios, los partidos políticos y los líderes.

Los canales de abasto y comercialización de productos en la vía pública del DF: normar las tradiciones y controlar a las organizaciones.

La Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución (DGACD) de la Secretaría de Economía del Gobierno del Distrito Federal, es la encargada principal del diseño de las políticas públicas de abasto, comercialización y distribución de bienes de consumo generalizado y por tanto es la responsable del control y regulación de los diferentes canales de abasto del Distrito Federal.

El argumento principal de esta política pública, a diferencia de los acuerdos y programas de reordenamiento del comercio en vía pública, es el reconocimiento de que los mercados y los tianguis, forman parte de la cultura e historia, no sólo de la capital sino de todo el país.

⁶² Gómez, Laura (2011) “Busca Sedeco modernizar sistemas de abasto en el DF” *La Jornada*, 24 de febrero. URL: <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2011/02/24/busca-sedeco-modernizar-sistemas-de-abasto-en-el-df/?searchterm=None>

Asimismo, geográficamente, estos espacios de intercambio se ubican principalmente en zonas con grados de marginación, medios y altos y acercan productos de primera necesidad a los habitantes, independientemente de su calidad y procedencia (ilícita o no).

Para conocer y regular el crecimiento de estos canales de abasto y estar en contacto con las organizaciones y sus dirigentes, la DGACD se basa en el marco normativo que regula el comercio en el espacio público, es decir, el Reglamento de Mercados del Distrito Federal de 1951 y los bandos y programas de regulación de 1993, 1998 y 2007, pero además implementa proyectos y normas de operación específicos para cada uno de ellos.

Por esta razón, la lógica de la estructura y la regulación de estos canales de abasto responden también a las diversas coyunturas políticas de la ciudad y al grado alienación y fuerza que tienen las organizaciones de comerciantes. Sin embargo, podemos afirmar que los diversos canales de abasto que contempla la DGACD, tienen un menor grado de informalidad respecto al comercio ambulante, particularmente en relación a la problemática del Centro Histórico de la Ciudad de México. Estos canales de abasto, son reconocidos por las autoridades desde un enfoque que defiende las tradiciones y la identidad del DF, con la necesidad de fortalecerlos mediante el apego a la legalidad y el pago del derecho al uso de bienes públicos.

Desde lo anterior, el Gobierno del Distrito Federal reconoce dos tipos de canales de abasto popular: el primero que no se desarrolla en la vía pública, como son las tiendas de autoservicio⁶³, la Central de Abastos y los mercados públicos. El segundo son todos aquellos espacios comerciales ubicados en la vía pública como los mercados sobre ruedas, las concentraciones de pequeños comerciantes, los tianguis, y las romerías, ubicados en su mayoría en zonas marginadas (DGACD, 2006a). A continuación se definen los canales de abasto que operan en la vía pública:

El mercado sobre ruedas: es “la organización de comerciantes registrados ante la Secretaría de Economía de la Administración Pública Federal, que se instalan en diferentes puntos de la ciudad para ejercer el comercio en forma itinerante en las áreas asignadas y autorizadas, con ubicaciones diferentes cada día y en rutas propuestas (DGACD, 2006a).

La concentración de pequeños comerciantes: es el “canal de abasto donde un grupo de personas físicas realizan sus actividades comerciales permanentemente, establecidos en terrenos de propiedad privada, del Gobierno del Distrito Federal, Ejidal o en vía pública, en puestos

⁶³ Las tiendas de autoservicio en el DF comprenden las cadenas de: Grupo Cifra Walmart, Gigante, Comexa (Comercial Mexicana), Carrefour, Price-Costco, las tiendas del sector público (ISSSTE, UNAM, IMSS) y tiendas de convivencia como OXO y 7Eleven.

armados por los mismos comerciantes, careciendo de la infraestructura adecuada para la atención de su giro comercial”. (DGACD, 2006b).

Como se describió en la introducción, esta investigación se basó en el análisis de dos tipos de canales de abasto, el tianguis y la romería, por esta razón, se considera importante describir específicamente cuales son las reglas de operación de cada uno, tomando en cuenta el elemento de carácter organizativo.

El tianguis: se define como el canal de distribución y comercialización de productos principalmente de primera necesidad, que se instala un día a la semana en la vía pública, debidamente organizado, permissionado a una persona moral y autorizado en lo individual para su operación en puestos semifijos a oferentes (DGACD, 2004).

Por su parte, el *Proyecto de Normas para la Operación de Tianguis en el DF 2004*, es el instrumento normativo con el que opera este canal de abasto. En este documento se reconoce que desde la época prehispánica, los tianguis son formas tradicionales para satisfacer el abasto popular de la Ciudad, y en este sentido, forma parte de las manifestaciones culturales que dan identidad al DF. (DGACD, 2004)

Frente al crecimiento desordenado de los tianguis, las autoridades también han generado diversos procesos de actualización y reordenamiento, principalmente por la necesidad de conocer la situación real sobre el número y características de los oferentes y de sus organizaciones que se dedican a este tipo de canal de abasto.

Algunos de los problemas a los que se enfrentan las autoridades para la regulación y la reubicación se debe, entre otros elementos: al escaso cumplimiento de las normas de operación debido al poder que concentran algunas organizaciones, cuyos líderes distribuyen más espacios sin dar cuenta a la delegación política. En lo que se refiere al registro de las organizaciones y la actualización de padrones, el pago de cuotas y la transparencia en el quehacer cotidiano de las organizaciones, aunado a los problemas de higiene, el origen (contrabando, piratería, robo, etc.) y la calidad de los productos.

Por ejemplo, en el documento *Avances Normativos de 2007* se reconoce que la mayoría de los comerciantes omite el pago por uso de suelo ya que el Código Financiero del DF “contiene ambigüedades [...] incluyen en el precepto, a los comerciantes ambulantes y estableciendo dimensiones mínimas, distintas a las utilizadas en los puestos semifijos instalados por los comerciantes de tianguis.” (DGACD, 2007)

Respecto a cómo instalar un tianguis y obtener el permiso necesario, éste sólo es posible a través de una persona moral, lo que quiere decir que es necesaria una organización, generalmente registrada como asociación civil.

Cabe mencionar que el Reglamento de Mercados de 1951 abre la posibilidad y no la obligatoriedad, para el principio de la acción colectiva organizada, no obstante, el *Proyecto de Normas para la Operación de Tianguis de 2004*, distingue tres actores necesarios para su instalación: el primero es la existencia de una organización que cuente con un acta constitutiva, estatutos y los principios para la celebración de asambleas, el cambio de mesa directiva y así como el padrón de oferentes con nombre y giro; el segundo actor, son los oferentes, es decir los asociados, a quienes la delegación política se les otorga el permiso individual o cédula de empadronamiento para ejercer el comercio en un tianguis. El tercer actor son los vecinos de la zona donde se instalará el tianguis, quienes por escrito, deben manifestar su aceptación.⁶⁴

En teoría, o por lo menos lo que establecen las *Normas para la Operación de Tianguis en el DF*, son las autoridades de cada delegación política, a través de la Coordinación de Mercados y Vía Pública, quienes deben autorizar los permisos tanto de la organización como de los asociados; designar los espacios, no sólo de la ubicación geográfica del tianguis, sino la distribución de los puestos, vigilar el desempeño del tianguis, validar el cobro de cuotas por concepto de aprovechamiento por el uso o explotación de las vías y áreas públicas, así como sancionar en caso de incumplimiento de las normas. (DGACD, 2004)⁶⁵

Para las *romerías*: las *Normas para la realización de romerías en los mercados públicos de 2002*, definen que éstas tienen una denotación cultural, histórica y religiosa, y por tanto “es necesario organizar e impulsar la realización de festividades tradicionales que se realizan en las

⁶⁴ Ya que el tianguis se considera un canal de abasto de productos de primera necesidad, los vecinos de una colonia en particular pueden, ya sea apoyar la petición de una organización para conformar un tianguis, o solicitar ante la delegación política de pertenencia, la instalación de uno. Si bien el Proyecto de Normas de 2004 contempla la posibilidad de nuevos tianguis, en los hechos, no está permitido tanto la instalación de nuevos tianguis, como el aumento de oferentes en cada uno de ellos.

⁶⁵ Los tianguis, deben cumplir con principios básicos de convivencia y orden respecto a la seguridad y la salud públicas y la protección civil, por ejemplo: los puestos no pueden ser mayores a los cinco metros de largo, cada tianguis deben contar con basureros para los clientes, sanitarios móviles por cada 75 puestos, pasillos de circulación y salidas de emergencia; debe existir un espacio o persona encargada de la vigilancia y atención a usuarios, con una jornada de trabajo de las 7 a las 17 hrs. incluyendo la instalación y retiro del puesto.

Respecto a los giros, cada tianguis puede vender productos básicos (v.g. abarrotes, carnes, pescados y lácteos, frutas, verduras y legumbres); complementarios (v.g. telefonía celular, artesanías, artículos de uso personal, limpieza, electrónica, ropa, calzado, juguetes, discos compactos, chácharas, etc.), y alimentos preparados antes o en el lugar (tacos, pescados y mariscos, garnachas, aguas de fruta, etc.) con una distribución de máximo 70% de giros básicos y 30% de giros complementarios y de alimentos preparados. Además, dependiendo de los productos a vender, es necesario que los oferentes cuenten con el equipo necesario para la conservación y buen estado de los productos.

zonas de mercado conocidas como ‘romerías’, las cuales fomentan las tradiciones en el Distrito Federal” (DGACD, 2002) puede realizarse al interior de los mercados públicos o en el exterior en las zonas denominadas como de mercados “ocupando parte de las explanadas, estacionamientos y banquetas y/o de los arroyos vehiculares.” Los productos a comercializar en ellas, deben ser alusivos a las fiestas tradicionales como la celebración de la independencia nacional, (fiestas patrias) la festividad de los fieles difuntos, (día de muertos) la natividad (navidad y reyes). (DGACD, 2002).

Para la instalación de una romería se requiere el permiso individual por parte de la delegación política, quien es la responsable de asignar y distribuir los espacios, ya sea al interior o al exterior de los mercados públicos, además en las *Normas* no se especifica la necesidad de que el solicitante del permiso deba pertenecer a una organización. No obstante, como se analizará en los capítulos 3 y 4 de esta investigación, algunas romerías funcionan a través de organizaciones y son ellas quienes gestionan el permiso ante cada delegación.

A partir de lo anterior, podemos señalar que desde el Estado y el marco jurídico existen dos grandes tipos de comercio en vía pública: en primer lugar, el ambulante, y en segundo, los canales de abasto y comercialización. Cada uno de ellos comporta una forma específica de ocupar y vivir el espacio público para el comercio de productos y servicios; y también cada uno presenta una problemática particular, a partir de cómo el Estado lo define, lo reconoce e interactúa con ellos.

Asimismo, podemos decir que existen dos elementos en común en estos dos grandes tipos de CVP: el primero refiere al reconocimiento, la tolerancia y las reglas del juego (el marco jurídico) con las que opera la actividad desde el Estado; estos aspectos relativizan el concepto de informalidad, en tanto actividad no regulada por el Estado en situaciones en las que actividades similares si lo están (Portes, 1993).

Existe un marco jurídico que reconoce y define, aunque sea de manera general, el ejercicio del comercio en la vía pública, también contempla su importancia social, política y económica, pero lo más significativo es que, admite la necesidad de mantenerlo, con una regulación más específica y eficiente, que en todo caso no esté sujeta a las coyunturas de las fuerzas políticas en turno, sino que evidencia cierto grado de control del Estado sobre esta actividad económica.

El segundo elemento que vincula a los dos tipos de comercio es el grado de acción colectiva organizada: a través de las organizaciones es posible la articulación entre los comerciantes individuales con las autoridades de gobierno, particularmente con las administraciones de las delegaciones políticas y con la Asamblea Legislativa del Distrito Federal.

Dimensión cuantitativa del comercio en vía pública en México y en el Distrito Federal

Las definiciones anteriores muestran la dificultad para medir con exactitud el número de personas que se dedican al comercio en vía pública, por tal razón, en este apartado se tomarán los datos disponibles sobre el sector informal, desde los censos de población, las encuestas de empleo (ENE) y las encuestas de ocupación y empleo (ENOE) del INEGI, que nos permitan un acercamiento cuantitativo al problema de investigación.

Aún con las dificultades para su medición exacta, las diversas fuentes de información permiten observar y afirmar que las diversas formas de vender productos y servicios en la vía pública, día a día adquieren una mayor importancia como fuentes de empleo alternativas a las restricciones de la formalidad, y de más fácil acceso para un importante sector de la población, pese al grado de organización colectiva que existe, tanto en el comercio ambulante como en los diferentes canales de abasto popular.

Desde las Encuestas Nacionales de Empleo del INEGI que se realizaron hasta 2004 –y que fueron sustituidas por las Encuestas de Ocupación y Empleo– a nivel nacional, en el periodo de 1998 a 2004, específicamente para el comercio considerado como ambulante, el número de personas dedicadas al comercio ambulante aumentó en un 58 %, pasando de 1,197,136 a 1,889,592 (ENE, varios años)⁶⁶. En términos porcentuales para 1995, los vendedores ambulantes representaban el 12.4 % de la población ocupada del sector no estructurado y en 2003 aumentaron a 15.5 % (CESOP, 2005)⁶⁷.

Desde el lugar de trabajo en donde se desempeña la actividad económica, en este caso sin local, para el periodo de 1995-2003, las personas que trabajaban en puestos improvisados en la vía pública, representaron entre 3.9 y 4.6 % del total población ocupada. Mientras que aquellos que laboraron en un puesto semifijo, representaron entre el 3.1 y el 3 % respectivamente (CESOP, 2005).

⁶⁶ Con información correspondiente al último trimestre de cada año.

⁶⁷ Véase Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (2005), *Reporte Temático Núm. 2 Comercio ambulante*, México, Cámara de Diputados, LIX Legislatura.

El comercio en vía pública en el Distrito Federal

Para el Distrito Federal, durante el periodo de 1998 y 2004 los vendedores ambulantes representaron en promedio el 4.6 % de la población ocupada total, la mayoría de ellos dedicados a la venta de mercancías y objetos diversos.

Cuadro 6 Distribución porcentual de los vendedores ambulantes en el Distrito Federal, 1998-2004

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
% Ambulantes respecto al total de pob. Ocupada	4.33	4.40	3.93	4.82	5.13	5.30	4.4
Ambulantes por tipo de mercancía							
Vendedores ambulantes de mercancías y objetos diversos	60.9	72.3	63.5	53.2	56.6	55.9	61.6
Vendedores de periódicos, revistas y billetes de lotería	2.8	8.0	0.6	1.2	N.D.	0.8	N.D.
Vendedores y preparadores de alimentos en la vía pública	36.1	19.6	35.8	45.4	43.3	43.2	38.3

Fuente: Cálculos propios con datos correspondientes al último trimestre de cada año de las Encuestas Nacionales de Empleo, México, INEGI, varios años.

El estudio de CESOP, también muestra el crecimiento del ambulante y la distribución por delegaciones: “En 1997, existían 98,379 comerciantes callejeros en la Ciudad de México distribuidos en 79,851 puestos. [...] las delegaciones Cuauhtémoc, Gustavo A. Madero y Venustiano Carranza concentraban al 51% de los comerciantes en la calle (con 25,528, 12,763, y 12,030 puestos respectivamente).” (CESOP, 2005: 12)

Y para 2005, “en la zona metropolitana del Valle de México existen aproximadamente 201,570 vendedores ambulantes. Asimismo, las delegaciones donde se concentran son Gustavo A. Madero, Cuauhtémoc, Álvaro Obregón e Iztapalapa.” (CESOP, 2005: 12)

Ahora bien, desde los grupos de ocupación principal vinculados al comercio en vía pública y particularmente en puestos fijos, semifijos y tianguis, el Censo de Población de 2000 muestra los siguientes datos:

Cuadro 7A Población ocupada de 12 años y más por grupos de ocupación principal, vinculados al comercio en vía pública, 2000.

	Nacional	Distrito Federal	% /Nacional
Población ocupada total	33,730,210	3,582,781	10.6
G. 71 COMERCIANTES Y DEPENDIENTES	4,218,772	542,534	12.9
<i>Comerciantes en establecimientos</i>	1,704,969	221,003	13.0
<i>Dependientes de comercio en establecimientos</i>	1,914,119	217,045	11.3
<i>Demostradores y repartidores en establecimientos</i>	162,484	26,833	16.5
G. 72 VENDEDORES Y TRABAJADORES AMBULANTES	770,240	106,451	13.8
Vendedores ambulantes	332,534	51,627	15.5
Trabajadores ambulantes en servicios	415,552	48,550	11.7
Insuficientemente especificado de trabajadores ambulantes	22,154	6,274	28.3
G. 81 TRABAJADORES EN SERVICIOS PERSONALES	1,941,055	253,769	13.1
<i>Fonderos, cantineros, meseros y azafatas</i>	610,416	73,599	12.1

Fuente: XII Censo General de Población y Vivienda 2000, México, INEGI.

El cuadro muestra que de los tres grupos de ocupación principal, en donde se ubica al comercio en vía pública y en particular los tianguis, el grupo 71, de comerciantes y dependientes concentra el mayor número de personas ocupadas, con más de 4 millones de personas a nivel nacional y 542,534 en el D.F., lo que representa el 13 % del total de los ocupados en el país.

El siguiente grupo 72 de trabajadores en servicios personales tuvo casi dos millones de personas en el país, y 253,769 en el D.F. (13 % respecto a la población ocupada nacional). Finalmente el grupo 81 de vendedores y trabajadores ambulantes, que a nivel nacional representan 770, 240 personas y en el D.F. 106,451 (13.8 % respecto a las personas ocupadas en el país, en esta categoría.)

Los dos primeros grupos de ocupación concentran actividades mucho más diversas, sin que sea posible cuantificar a las personas que trabajan en puestos fijos, semifijos y en tianguis.

El cuadro siguiente presenta datos más recientes sobre los grupos de ocupación principal vinculados al comercio en vía pública. Como se puede observar, algunas de las ocupaciones no aparecen en la información del 2000 debido a que en el Censo de 2010, se modificó la clasificación nacional de ocupaciones.

Cuadro 7B Población ocupada de 12 años y más por grupos de ocupación principal, vinculados al comercio en vía pública, 2010.

	Nacional	Distrito Federal	% /Nac.
Población ocupada total	42,724,144	3,916,723	9.2
COMERCIANTES, EMPLEADOS EN VENTAS Y AGENTES DE VENTAS EN ESTABLECIMIENTO	6,202,912	640,189	10.3
<i>Comerciantes en establecimientos</i>	2,420,600	244,738	10.1
<i>Encargados y supervisores de ventas en establecimientos</i>	215,549	21,148	9.8
<i>Empleados de ventas, despachadores y dependientes en comercios</i>	2,279,410	213,354	9.4
VENDEDORES Y TRABAJADORES AMBULANTES	1,063,168	126,949	11.9
<i>Vendedores ambulantes de periódicos y lotería</i>	21,664	3,643	16.8
<i>Vendedores ambulantes de artículos diversos (excluyendo los de venta de alimentos)</i>	607,520	73,631	12.1
<i>Preparadores y vendedores ambulantes de alimentos</i>	433,984	49,675	11.4
TRABAJADORES EN SERVICIOS PERSONALES Y VIGILANCIA	3468,004	324,584	9.4
<i>Cocineros</i>	421,437	32,375	7.7
<i>Fonderos</i>	69,299	5,694	8.2
<i>Taqueros y preparadores de comida rápida (antojitos, pizzas, hot dogs, jugos, café, etcétera)</i>	248,461	21,147	8.5
<i>Cantineros</i>	39,475	2,129	5.4
<i>Meseros</i>	341,147	34,800	10.2

Fuente: XIII Censo General de Población y Vivienda 2010, México, INEGI. Con base en los datos de la muestra censal.

En el cuadro se observa, un crecimiento de la población ocupada total a nivel nacional y del Distrito Federal. Para el país, según los datos del censo de 2010, se incorporaron casi 9 millones de personas más respecto a 2000. De ellas el grupo de ocupaciones correspondientes a comerciantes, y personas dedicadas a las ventas en establecimientos aumentó en casi dos millones de personas. En la ocupación de comerciantes en establecimientos, en donde se ubican los tianguistas, se incorporaron 715,631 personas. Por su parte, los vendedores ambulantes crecieron en casi el 50% respecto a 2000, en este grupo vemos que para 2010, se determina el tipo de producto que comercian los ambulantes sin que se especifique el número de trabajadores ambulantes. De la misma forma en el grupo de trabajadores en servicios personales, el nuevo censo incluye a los ocupados en actividades de vigilancia y especifica cada una de las ocupaciones. En este grupo, de aquellos ocupados y vinculados al comercio en vía pública se registraron 739,197 personas.

Para el Distrito Federal, el aumento de población ocupada de 2000 a 2010 representa 333,942 personas. Para la ocupación de comerciantes en establecimientos se registró un crecimiento de casi 24 mil personas, mientras que los vendedores ambulantes crecieron en más de 100% con

75,322 personas más. Para el grupo de servicios personales y vigilancia, las ocupaciones vinculadas al comercio en vía pública, como los cocineros, fonderos y taqueros, representaron 110,466.

Respecto a las encuestas nacionales de ocupación y empleo, se tomaron en cuenta dos categorías vinculadas al comercio en vía pública: a) el lugar donde se realiza la actividad: ya sea de manera itinerante, circulando o sin limitarse a un solo espacio, así como puestos fijos y semifijos, que como se mencionó anteriormente, es donde podemos ubicar a los tianguis y b) la posición en el trabajo: como trabajadores independientes o como subordinados y remunerados.⁶⁸

Cuadro 8 Población ocupada en categorías seleccionadas. 2005-2010

Categoría	2005			2008			2010		
	Nacional	DF	(1)	Nacional	DF	(1)	Nacional	DF	(1)
Población ocupada (PO) total	41,435,979	3,825,673	9.2	43,625,738	3,929,885	9.0	44,480,562	3,985,184	9.0
Tipo de unidad económica									
Sector informal	11,608,194	1,144,962	9.9	11,834,725	1,011,187	8.5	12,444,872	1,068,891	8.6
Lugar de trabajo									
Itinerante, circulando, o sin limitarse a un solo espacio fijo	3,317,603	434,481	13.1	3,580,012	395,728	11.1	3,671,900	420,145	11.4
Puestos fijos y semifijos	672,500	127,683	19.0	764,240	153,889	20.1	771,129	99,418	12.9
Posición en el trabajo									
Trabajadores independientes	11,754,227	886,528	7.5	11,943,031	944,090	7.9	12,168,449	872,120	7.2
En puestos fijos y semifijos	396,629	86,943	21.9	454,705	100,036	22.0	459,143	72,489	15.8
Trabajadores subordinados y remunerados	29,681,752	2,939,145	9.9	31,682,707	2,985,795	9.4	32,312,113	3,113,064	9.6
En puestos fijos y semifijos	275,871	40,740	14.8	309,535	53,853	17.4	311,986	26,929	8.6

(1) Porcentaje respecto al total nacional en cada categoría. Periodo de la encuesta: 3er. trimestre.

Fuente: Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, varios años, México, INEGI.⁶⁹

⁶⁸ Para el análisis de los datos presentados en los cuadros, se describen los promedios respecto a 2005, 2008 y 2010, que es el periodo que cubre la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo del INEGI hasta el momento de la redacción de esta investigación.

⁶⁹ Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, (varios años) *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*, México. Extraído de: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/encuestas/hogares/enoe/bd/consulta2/po.asp?s=est&c=10826> (consultado en marzo de 2009)

El cuadro muestra que a nivel nacional, hubo un crecimiento de 836,678 personas en el sector informal, mientras que el DF -que representa, en promedio, el 9 % de la población nacional informal- hubo una disminución de 76,071 personas.

Referente a la población ocupada por lugar de trabajo, vemos que en el DF existe una mayor concentración en la categoría itinerante, circulando, o sin limitarse a un solo espacio, respecto a quienes trabajan en puestos fijos y semifijos. Para el periodo 2005-2010, el promedio porcentual de aquella población, representa el 10.6 % respecto al total de ocupados en el DF (3,825,673); por su parte quienes trabajan en puestos fijos y semifijos, representan en promedio el 3.2 %, siendo 2008, el año con mayor número de trabajadores registrados en esta categoría y 2010 el menor, con menos de 100 mil personas.

Desde la posición en el trabajo, los datos indican que en promedio, el 23 % son trabajadores independientes, mientras que el 77 % son subordinados y remunerados. No obstante, de quienes trabajan en puestos fijos y semifijos, existe la relación opuesta: en promedio el 68 % son trabajadores independientes, frente al 32 % que son subordinados y remunerados.

Asimismo, respecto a la participación por sexo (véase Cuadro 4), los datos señalan que el comercio en puestos fijos y semifijos se realiza mayoritariamente por hombres, aunque la diferencia en la participación es menor -casi paritaria- a nivel nacional que en el DF: en promedio 51.5 % de hombres y 48.5 de mujeres en todo el país, frente a 62.4 de hombres y 37.6 % de mujeres en el DF.

Cuadro 9 Trabajadores en puestos fijos y semifijos, según sexo. 2005-2010

	2005		2008		2010	
	Nacional	DF	Nacional	DF	Nacional	DF
Total	672,500	127,683	764,240	153,889	771,129	99,418
Hombres	330,998	70,413	418,778	101,932	390,277	65,396
%	49.2	55.1	54.8	66.2	50.6	65.8
Mujeres	341,502	57,270	345,462	51,957	380,852	34,022
%	50.8	44.9	45.2	33.8	49.4	34.2

Fuente: Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, varios años, México, INEGI. Periodo de la encuesta 3er. trimestre.

El siguiente cuadro ilustra la situación sobre los ingresos de los trabajadores que se desempeñan en puestos fijos y semifijos.

Cuadro 10 Salarios de la población ocupada en puestos fijos y semifijos, según sexo, 2005-2010

	2005				2008				2010			
	Nacional	%	DF	%	Nacional	%	DF	%	Nacional	%	DF	%
No recibe ingresos	131,602	19.6	15,187	11.9	133,967	17.5	14,450	9.4	135,172	17.5	7,986	8
Menos de 1 hasta 3 s.m.m	392,607	58.4	89,803	70.3	456,623	59.7	101,758	66.1	480,386	62.3	70,839	71
De 3 a 5 s.m.m	92,055	13.7	14,216	11.1	88,293	11.6	21,999	14.3	82,087	10.6	11,404	11
Más de 5 s.m.m	35,473	5.3	6,268	4.9	47,267	6.2	7,817	5.1	35,829	4.6	1,822	2
No especificado	20,763	3.1	2,209	1.7	38,090	5.0	7,865	5.1	37,655	4.9	7,367	7
Total	672,500	100	127,683	100	764,240	100	153,889	100	771,129	100	99,418	100

Fuente: Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, varios años, México, INEGI.

Como se observa, la situación de este grupo de trabajadores refleja un mayor grado de precariedad en el contexto del DF que en el país en su conjunto. Durante el periodo 2005-2010, se observa un crecimiento en la población ocupada que no recibe ingresos y que gana menos de 1 hasta 3 salarios mínimos mensuales tanto a nivel nacional como en el DF y una consecuente entre quienes ganan entre 3 y más de 5 salarios mínimos. El promedio porcentual de quienes trabajan en puestos fijos y semifijos y que ganan de menos de 1 hasta 3 salarios mínimos es de 69 % para el DF⁷⁰ y de 60 % para el país.

Los canales de abasto en el Distrito Federal

Desde la perspectiva de los canales de abasto popular de la Ciudad de México, los datos sobre tianguis, mercados públicos, mercados sobre ruedas y concentraciones, generalmente difiere con la información que poseen las delegaciones políticas (en esta caso se observará con la delegación Iztapalapa).

No obstante, se presenta la información que posee la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución (SEDECO-DF) porque es la información disponible e ilustra la tendencia en la distribución por delegación, de los canales de abasto en vía pública y resalta la importancia cuantitativa que tiene Iztapalapa:

⁷⁰ El salario mínimo mensual en el DF para los años 2005, 2008 y 2010 fue el siguiente: 1404.00, 1577.70 y 1723.80 respectivamente. Véase *Cuadro histórico de los salarios mínimos (1982-2010)* en http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/asistencia_contribuyente/informacion_frecuente/salarios_minimos/45_7369.html

Cuadro 11 Canales de abasto en vía pública en el Distrito Federal: mercados sobre ruedas y concentraciones⁷¹

Delegación	Mercados sobre Ruedas			Concentraciones		
	Número	%	Oferentes ⁷²	Número	%	Oferentes
Álvaro Obregón	5	9.3	646	11	5.3	539
Azcapotzalco	4	7.4	516	3	1.4	244
Benito Juárez	3	5.6	389	0	0.0	0
Coyoacán	5	9.3	841	8	3.9	557
Cuajimalpa	1	1.9	109	5	2.4	126
Cuauhtémoc	5	9.3	705	0	0.0	0
G. A. M.	11	20.4	2,013	22	10.6	1,760
Iztacalco	4	7.4	473	9	4.3	1,287
Iztapalapa	5	9.3	1,072	115	55.6	9,532
M. Contreras	2	3.7	340	0	0.0	0
Miguel Hidalgo	4	7.4	623	1	0.5	102
Milpa Alta	0	0.0	0	0	0.0	0
Tláhuac	2	3.7	128	3	1.4	244
Tlalpan	2	3.7	280	16	7.7	1,115
V. Carranza	1	1.9	88	0	0.0	0
Xochimilco	0	0.0	0	14	6.8	578
Total	54	100	8,223	207	100	16,084

El cuadro anterior permite observar que las delegaciones que concentran el mayor número de trabajadores en los mercados sobre ruedas y concentraciones, son: a) para los mercados sobre ruedas: Gustavo A. Madero, Iztapalapa y Álvaro Obregón y b) para las concentraciones: Iztapalapa, Gustavo A. Madero e Iztacalco. Asimismo, los tianguis son el canal de abasto más importante en el conjunto del Distrito Federal.

En particular, los tianguis en el Distrito Federal significan 75,983 personas u oferentes por semana, que durante los siete días a la semana representan un total de 529 ubicaciones o tianguis. Si tomamos en cuenta a la población ocupada en el Distrito Federal, según los datos de la ENOE para el último trimestre de 2009, vemos que representan el 7.1 % de 1,068,891 personas ocupadas en el DF. Asimismo, las delegaciones con mayor número de tianguis/ubicaciones por semana, son indudablemente Iztapalapa que reúne el 43.7 % de las ubicaciones y el 53 % de los oferentes en el DF con 231 y 40,174 oferentes, posteriormente Tlalpan (72 y 5,379 oferentes),

⁷¹ Fuentes: DGACD (2009) *Directorio de mercados sobre ruedas*, Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, Secretaría de Desarrollo Económico, Gobierno de la Ciudad de México; DGACD (2007) *Directorio de concentraciones de comerciantes*, Secretaría de Desarrollo Económico, Gobierno de la Ciudad de México

⁷² El número de oferentes hace referencia a las personas que se instalan durante toda la semana, a excepción de las concentraciones que trabajan de manera permanente en un espacio determinado y fijo.

Benito Juárez (58 y 5,795 oferentes), Coyoacán (54 y 6,848 oferentes) y Gustavo A. Madero (19 y 4,929 oferentes).

Cuadro 12 Distribución de los tianguis en el Distrito Federal, 2009

Delegación	Ubicaciones por semana	%	Oferentes por semana	%
Álvaro Obregón	13	2.5	1,349	1.8
Azcapotzalco	8	1.5	1,178	1.6
Benito Juárez	58	11.0	5,795	7.6
Coyoacán	54	10.2	6,848	9.0
Cuajimalpa	11	2.1	1,154	1.5
Cuauhtémoc	6	1.1	1,449	1.9
Gustavo A. Madero	19	3.6	4,929	6.5
Iztacalco	23	4.3	3,911	5.1
Iztapalapa	231	43.7	40,174	52.9
Magdalena Contreras	18	3.4	2,291	3.0
Miguel Hidalgo	8	1.5	781	1.0
Milpa Alta	0	0	0	0
Tláhuac	0	0	0	0
Tlalpan	72	13.6	5,379	7.1
Venustiano Carranza	6	1.1	687	0.9
Xochimilco	2	0.4	58	0.1
Total	529	100	75,983	100

Fuente: ver nota 73

2.3 Liderazgos y organizaciones del comercio en vía pública en tianguis del DF

En esta investigación se ha insistido que el comercio en vía pública es un campo de poder y por ello, representa relaciones de conflicto entre los diversos agentes sociales que, de alguna manera, están vinculados con él. El sentido de su autonomía relativa como campo y su propia lógica de

⁷³ Es importante aclarar que este directorio fue elaborado en 2006, y que la DGACD, no posee información más actualizada. Se realizaron diversas solicitudes de información pública, a través del sistema INFOMEX, para actualizar los datos respecto a los diversos canales de distribución y que hasta 2009 aparecían en su página de internet con información de 2006. Sin embargo, las respuestas refieren a los directorios elaborados en 2006 y supuestamente actualizados a 2009, además la DGACD recomendó que para datos más específicos se buscara información directamente con las diferentes coordinaciones de mercados y vía pública de las delegaciones políticas. Un ejemplo de esto, como se muestra en el cuadro (supra), es que la delegación Iztapalapa aparece con 40,174 oferentes por semana, mientras que los datos de la Coordinación de Mercados y Vía Pública de dicha delegación, señala que en febrero de 2010, Iztapalapa tenía un total de 73, 435 oferentes, es decir casi el doble de lo registrado por la DGACD-DF en 2009. Los datos sobre la situación de los tianguis en Iztapalapa se abordan en profundidad en el capítulo 2 de esta investigación. En el Directorio, 22 tianguis aparecen sin datos sobre número de oferentes y organizaciones. 2) Las delegaciones Milpa Alta y Tláhuac no registran tianguis en el directorio. El número de ubicaciones por semana hace referencia al total de espacios geográficos que ocupan los tianguis durante los 7 días de la semana. Los oferentes por semana, representan el total de puestos (personas) que se instalan durante los 7 días de la semana.

funcionamiento se evidencian por el poder que tienen las organizaciones y los líderes, frente a otros campos, particularmente el estatal y el político.⁷⁴

Para describir a las organizaciones de comerciantes en vía pública, particularmente de tianguistas, es necesario recordar lo que estipula el Reglamento de Mercados de 1951, que define, en primer lugar, la obligatoriedad para el empadronamiento de los comerciantes y la posibilidad de su organización, a través de asociaciones registradas y constituidas con un mínimo de 100 integrantes (RMDF, 1951: Arts.77-81). La forma organizativa que han adoptado mayoritariamente los trabajadores en el CVP, ha sido la de asociación civil. Según el Código Civil del Distrito Federal: “Cuando varios individuos convinieren en reunirse, de manera que no sea enteramente transitoria, para realizar un fin común que no esté prohibido por la ley y que no tenga carácter preponderantemente económico, constituyen una asociación” (CCDF, Art. 2670). Al respecto, cabe destacar algunas características sobre las organizaciones de comerciantes en vía pública y las formas que éstas pueden adquirir en la vida cotidiana.

En un estudio sobre comerciantes ambulantes en el Centro Histórico de la ciudad de México, que inició en 2004, con el objetivo de analizar las relación entre líderes de ambulantes y funcionarios de gobierno del Distrito Federal, Zaremborg construye una tipología de organizaciones que permite analizar las posiciones y prácticas de los agentes, y el funcionamiento de las organizaciones, a partir de dos variables⁷⁵: 1) el tipo de intercambio de beneficios ya sea económico-comerciales o socio-culturales; y 2) el tipo de sistema de reglas con que opera la organización, que puede ser complejo o simple. Con base en estas dos variables y sus combinaciones, Zaremborg encuentra 4 tipos de organizaciones, tres de ellas definidas como *tradicionales* y una considerada como el caso *atípico*. En el ambulante del centro de la Ciudad de México, los tipos tradicionales son los siguientes:

a) Proteccionista-maternal, caracterizado por un mayor número de liderazgos femeninos, fuertes, autoritarios y protectores frente a sus agremiados, además del otorgamiento de beneficios adicionales a la permanencia en la calle, tales como guarderías, programa de vivienda, asesoría jurídica, cursos de capacitación, etc. y con un sistema de reglas simple: la autoridad recae en el

⁷⁴ El caso más conocido y más ejemplar son los ambulantes del Centro Histórico de la Ciudad de México, basta revisar la amplia bibliografía que existe sobre este caso y que refleja el poder político y económico que tienen los líderes de las organizaciones de comerciantes. Cfr. Cross, 1997, 1998; Escobedo, 2006; Mendoza, 1994; Monnet, 2005; Pradilla, 1993; Silva, 2010, 2011; Solís, 1997; Stamm, 2007; Torres Jiménez, 1996, 1997, 1998; Zaremborg, 2005, 2010.

⁷⁵ Véase Temkin y Zaremborg, 2004; Zaremborg, 2005; 2007 y 2010

líder y no existen mecanismos reales de participación en la toma de decisiones, a excepción del círculo de personas cercanas al líder.

b) Ideológico-político: en su mayoría líderes hombres con experiencia en la lucha sindical y con un discurso ideológico marxista que defiende el comercio en la vía pública, pero no desde una racionalidad instrumental (espacio por cuota) y cuyo ámbito de acción colectiva se extiende hasta el ámbito legislativo. El sistema de reglas tiene cierto grado de complejidad ya que presupone una mayor participación de los agremiados en la definición no sólo de la tarea cotidiana del comercio en vía pública, sino de otras formas de acción colectiva que definen una agenda de demandas político-sociales y por tanto con una mayor vinculación con actores políticos, sociales y económicos.

c) Pragmático-instrumental, son aquellas organizaciones en donde la única finalidad del líder o lideresa es el cobro de la cuota por la garantía del espacio público. En este tipo Zaremborg encontró organizaciones “muy débiles, cuya lucha por la supervivencia las obligaba a centrarse en la defensa del espacio de venta.” (p. 156)

Finalmente, *el tipo no tradicional o atípico*: definido como progresista por la existencia de procesos de reemplazo de líderes mediante votación de los asociados, una mayor participación en la toma de decisiones a través de asambleas y un menor grado de monopolización del líder como agente intermediario frente a las autoridades u otros actores; en algunos casos, el liderazgo se distribuye en diferentes personas. De lo anterior resulta un sistema de reglas más complejo que busca desconcentrar el poder.

En este sentido, en una organización tradicional de comerciantes en vía pública en donde: “a) los líderes y lideresas se mantenían en sus puestos indefinidamente; y b) a pesar de los diferentes niveles de complejidad, para los miembros de la base organizacional era prácticamente imposible generar acciones de transparencia y/o auditoría” (Zaremborg, 2010: 157)⁷⁶, una buena plaza depende del papel que desempeña líder en la fundación de la organización y de los vínculos que mantenga con las autoridades y los partidos políticos.

Ya que esta tipología toma en cuenta a las organizaciones que nos interesan en esta investigación, la decisión para retomarla recae en la posibilidad de compararla con las organizaciones de la delegación Iztapalapa y, en particular, con los casos de estudio, con el

⁷⁶ Cfr. Zaremborg, Gisela (2010) “Hexágono versus árbol: casos atípicos en la organización del comercio informal en el Distrito Federal” en *Perfiles Latinoamericanos*, Núm. 36, julio-diciembre, pp. 143-180 URL: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=11515386006>

objetivo de mostrar, la complejidad organizativa del campo social del CVP en Iztapalapa. En el capítulo siguiente veremos cómo opera esta tipología.

A partir de los estudios sobre el comercio en vía pública se observa que la forma de acción colectiva organizada generalmente se da a través de líderes y asociados, ya sea en tianguis, mercados sobre ruedas, ambulantes, romerías, etc. En cada forma o subcampo del comercio callejero, encontramos especificidades, de acuerdo a las reglas del juego de cada subcampo, aunque el capital el disputa sigue siendo el mismo, el marco jurídico (el campo jurídico) define las condiciones de existencia de cada subcampo o el establecimiento del conflicto y la negociación con el campo estatal y político

Para el caso de las organizaciones de tianguistas, que como parte de los canales de abasto popular, tienen un mayor grado de “formalidad” y reconocimiento jurídico, éstas han trabajado a través de uno o varios líderes fundadores, quienes en muchos casos constituyeron a las organizaciones en las décadas de los sesenta y setenta. Los líderes se desempeñan como representantes legales de la organización o asociación civil y aparecen en los registros de las instituciones de gobierno encargadas del comercio en vía pública⁷⁷.

Dichos líderes no necesariamente son quienes trabajan o tienen presencia en los tianguis, generalmente quienes están en el trabajo cotidiano son los *delegados* en quienes los líderes, como su nombre lo indica, delegan las funciones de administración y supervisión del tianguis. Entre sus principales funciones destacan: el cobro de cuotas por derecho de piso o “plaza”, la distribución de los espacios, el mantenimiento del orden y la resolución de problemas durante la jornada laboral.

⁷⁷ Todas las organizaciones de comerciantes en vía pública deben estar registradas en el Sistema de Comercio en Vía Pública (SisCoVip), de la Dirección General de Programas Delegacionales y Reordenamiento de la Vía Pública, dependiente, a su vez de la Secretaría de Gobierno del DF. El SisCoVip se debe actualizar desde las 16 delegacionales del DF, a través de las Coordinaciones de Mercados y Vía Pública. La Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución de la Secretaría de Economía es la segunda dependencia encargada del registro y control de los canales de abasto popular (en su caso los tianguis y las romerías). Sin embargo, las funciones reales de registro, administración y seguimiento, están a cargo de las delegaciones: “En 1998 el Gobierno Del Distrito Federal emitió el Programa de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública, que tiene como objetivo la regulación y ordenamiento del dicha actividad. Para tal fin, se consideran tres directrices fundamentales:

a) La contención del comercio en vía pública; b) Conservar y rescatar el entorno urbano y la convivencia social en la Ciudad; y c) Coadyuvar en el tránsito de la formalidad de los comerciantes en la vía pública. [...]Para integrar dicho padrón de comerciantes, se crea el Sistema de Comercio en Vía Pública (SisCoVip), que tiene como finalidad sistematizar la información de los comerciantes que realizan su actividad comercial en la vía pública, integrando herramientas que permitan además de llevar el registro de éstos, la emisión de los gafetes de identificación y los recibos de pago correspondientes. Cabe destacar que el SisCoVip fue instalado en cada órgano Político-Administrativo.” Véase <http://www.dgpdyrvp.df.gob.mx/programas/siscovip.php> última consulta, 23 de enero de 2010

No obstante que el líder fundador puede estar presente en la actividad cotidiana del tianguis, cuando existe el delegado es quien tiene mayor presencia, y su papel es fundamental. El delegado es el responsable de distribuir el espacio entre los nuevos agremiados que aparecen todos los días, de mantener el orden cotidiano en el tianguis, de cobrar las cuotas por la plaza y de resolver los problemas que puedan presentarse, desde los operativos de las autoridades delegacionales hasta la seguridad. Una buena plaza requiere que un delegado cumpla con dichas funciones, y que también lo haga de manera cordial, respetuosa y sin conflictos.

En este tenor, si se toma en cuenta el registro de organizaciones en cada una de las 16 delegaciones políticas del Distrito Federal, se contabilizan 117 organizaciones que representan a los 75,983 oferentes en tianguis. No obstante, el número real de organizaciones es de 66 ya que algunas tienen presencia hasta en 6 delegaciones.⁷⁸ De estas, sólo cuatro cuentan con lideresas, el resto son lideradas por hombres.⁷⁹

En el cuadro siguiente podemos observar el número de organizaciones de tianguistas por delegación.

Cuadro 13 Organizaciones de comerciantes en vía pública en tianguis en el Distrito Federal, por delegación, 2009

Delegación	Núm de Orgs.	%
Álvaro Obregón	2	1.7
Azcapotzalco	3	2.6
Benito Juárez	14	12.0
Coyoacán	10	8.5
Cuajimalpa	2	1.7
Cuauhtémoc	4	3.4
Gustavo A. Madero	10	8.5
Iztacalco	9	7.7
Iztapalapa	34	29.1
Magdalena Contreras	5	4.3
Miguel Hidalgo	5	4.3
Milpa Alta	0	0
Tláhuac	0	0
Tlalpan	14	12.0

⁷⁸ Para observar el total de las 66 organizaciones por nombre, líderes, oferentes, ubicaciones y delegaciones en las que operan véase Anexo 2.

⁷⁹ Las organizaciones lideradas por mujeres son: Comerciantes Unidos en Tianguis para Compra y Venta de Objetos Varios Nacionales y de Importación de la República Mexicana, liderada por Clara Reyes Cerón (Iztapalapa, 1 ubicación y 107 oferentes), Movimiento Revolucionario de Comerciantes en Pequeño de la República Mexicana de Celia Torres Chavarría (Benito Juárez y Gustavo A. Madero, 8 ubicaciones y 597 oferentes), Unión de Comerciantes en Pequeño Benito Juárez, A.C., de María de Lourdes Vda. De Mendoza (Benito Juárez, 13 ubicaciones y 1358 oferentes), finalmente la Unión de Comerciantes y Tianguistas en Pequeño del D.F. "Gral. Emiliano Zapata" A.C., de Celedonia Flores de Hernández (Iztapalapa, 5 ubicaciones y 285 oferentes).

Venustiano Carranza	4	3.4
Xochimilco	1	0.9
Total	117	100

Fuente: DGACD (2009) *Directorio de tianguis*, Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, Secretaría de Desarrollo Económico, Gobierno de la Ciudad de México.

Del cuadro anterior, destaca el nivel organizativo de Iztapalapa con 34 organizaciones que representa el 29.1 % del total; le siguen Benito Juárez y Tlalpan con 14 organizaciones y el 12 %, respectivamente.

Asimismo, los datos de la DGACD de 2009 muestran que de las 66 organizaciones⁸⁰ existentes en las diferentes delegaciones, resalta un conjunto de 10 asociaciones, cada una de ellas con más de 2 mil miembros. Dicho conjunto concentra 42,866 oferentes (el 56.4 % del total), 36 % de las ubicaciones (193 de 529) y es representado por 12 líderes (de un total de 74). Dichas organizaciones tienen presencia en 12 delegaciones, sin contar a Cuajimalpa, Milpa Alta, Tláhuac y Xochimilco. La más importante por el número de oferentes que representa y el número de ubicaciones que controla es la Federación Nacional de Comerciantes e Industriales en Pequeño, A.C. con 15,716 oferentes (20.7 del total) y 31 ubicaciones sólo en la delegación de Iztapalapa.

Por su presencia en diversas delegaciones resaltan las siguientes organizaciones: la Unión de Comerciantes de los Días de Tianguis en el D.F. y Estados de la República Mexicana, A.C. con 4,357 oferentes y 21 ubicaciones distribuidas en 6 delegaciones, y la Unión de Comerciantes en Pequeño de Baratas Populares y Permanentes A.C., que representa a 2,292 oferentes en 18 ubicaciones, también en 6 delegaciones.

El siguiente cuadro muestra las organizaciones de tianguistas más importantes en el contexto del Distrito Federal. Su importancia radica en el número de miembros que agrupan, así como el número de ubicaciones/tianguis que controlan.

⁸⁰ Para la información sobre las 66 organizaciones, véase Anexo 2 Cuadro 1.

Cuadro 14 Organizaciones de tianguistas más importantes en el Distrito Federal, 2009

Organización	Líder	# Ubicaciones	# Oferentes	Delegaciones
Federación Nacional de Comerciantes e Industriales en Pequeño, A.C.	Felipe Serralde Xolalpa	31	15,716	Iztapalapa
Unión de Comerciantes de los días de Tianguis en el D.F. y Estados de la República Mexicana, A.C.	Octaviano Camela Coyotl y Arturo Camela Bardesi	21	4,357	A.Obregón, Cuauhtemoc, G. A. Madero, Iztapalapa, M. Hidalgo y V. Carranza
Comerciantes Tianguistas y Ambulantes de Abasto de la Ciudad de México, A.C.	Jorge Soriano Cuevas	30	4,213	Coyoacán
Unión de Comerciantes Semifijos "Lic. Adolfo López Mateos", A.C.	Juan Flores Flores	10	3,352	Iztapalapa
Unión de Comerciantes Ambulantes Tianguistas "Mártires del 1° de Agosto de 1924"	Fernando Sánchez Suárez y Guillermo Sánchez Gómez,	19	3,115	Iztapalapa, V. Carranza e Iztacalco
Unión de Comerciantes "Mártires de Río Blanco"	Félix Hernández Bautista	25	3,035	Iztapalapa, V. Carranza e Iztacalco
Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas del "5 de mayo" A.C.	Francisco Breña Reyes	15	2,642	Iztapalapa
Unión de Comerciantes en Pequeño de Baratas Populares y Permanentes A.C.	Francisco Montero Aguilar	18	,292	Azcapotzalco, B. Juárez, Coyoacán, Iztapalapa, M. Hidalgo y V. Carranza
Unión de Tianguistas, Comerciantes Ambulantes y Similares del Circuito Tlalpan, D.F., A.C.	José Dolores Pacheco Mendoza	15	2,129	M. Contreras y Tlalpan
Movimiento Revolucionario de Integración Nacional, A.C.	Fernando Sánchez Ramírez	9	2,015	G. A. Madero e Iztapalapa
Total	12	193	42,866	12

Lo anterior permite reflexionar en torno a las estrategias que los diversos actores del campo del comercio en vía pública, deben construir, en particular, los líderes de las organizaciones y las autoridades de gobierno: las relaciones están sujetas a la negociación de la acción colectiva, frente al marco jurídico que establece las reglas del campo.

2.4 El campo de acción del comercio en vía pública: corporativismo y clientelismo en la sociedad mexicana.

El objetivo de este apartado es establecer el vínculo entre la teoría de los campos de Pierre Bourdieu, retomando las definiciones sobre el campo estatal, político y económico, así como la definición de acción colectiva organizada de Crozier y Friedberg para “aterrizarlas” en las características de la cultura política mexicana y en las del sistema político mexicano y de esta forma, comprender la lógica de la acción colectiva organizada del comercio en vía pública en la ciudad de México.

El supuesto: para entender la dinámica interna de las organizaciones de comerciantes en vía pública de la Ciudad de México, es decir, la forma en que cómo se construye la acción colectiva organizada y los vínculos cotidianos entre líderes-asociados, asociados-asociados, es necesario hacer una reflexión sobre las formas de interacción de las organizaciones sociales, políticas, etc. con el sistema político mexicano, como una “forma particular” de hacer y vivir el espacio público-político en México y que tiene sus orígenes en la etapa posterior a la Revolución Mexicana con la conformación del sistema político mexicano.

La discusión se enfocará en las características de la relación Estado-Sociedad a partir de los conceptos de clientelismo y corporativismo y de las interacciones que las organizaciones y el Partido de la Revolución Institucionalizada (PRI), establecieron en un largo periodo histórico (1929-1988).

Si bien las relaciones Estado-Sociedad se han modificado con una mayor participación ciudadana en otros espacios fuera de la lógica electoral y el impacto de algunos movimientos sociales, así como de la llamada alternancia política en el año 2000, para esta investigación el corporativismo y el clientelismo como formas de interacción entre la sociedad y el Estado mexicano, permanecen y son utilizados como estrategias, no sólo por los partidos políticos, sino en general por las instituciones políticas y las organizaciones sociales.

Las organizaciones de comerciantes en vía pública son un ejemplo del mantenimiento de estas prácticas y es así que podemos entender la importancia que tienen los liderazgos y las asociaciones civiles, conformadas bajo el principio del Reglamento de Mercados de 1951, para ingresar y permanecer en la vía pública, y de igual manera, su relevancia como actores políticos y sociales.

Por lo anterior, el contexto en que las organizaciones sociales se han articulado con las instituciones políticas en México, forma parte de una cultura política que tiene sus orígenes en el sistema político que se conformó después de la Revolución Mexicana.

Dicha realidad se caracterizaba por crisis política y falta de instituciones, pues lo que prevalecía eran numerosos grupos locales de poder liderados por caudillos revolucionarios que buscaban acomodarse, la necesidad del regreso al orden social era imperante si se quería la reconstrucción y el desarrollo tanto económico como social del país. La tónica era la cultura del poder y la imposición de la fuerza para aglutinar a los diferentes grupos en donde las alianzas y las negociaciones se volvieron el eje fundamental para establecer el orden pero *dirigido desde “arriba”*, no por las masas.

La construcción del sistema político mexicano se basó en dos principales elementos: el clientelismo y el corporativismo, para establecer alianzas y lealtades con la conformación del del Partido Revolucionario Institucional (PRI), de esta forma fue posible organizar y aglutinar a las masas para mantenerlas relativamente controladas bajo la lógica de los castigos y las recompensas.

En este sentido, el clientelismo político se entiende como una red de relaciones entre las organizaciones y sus líderes quienes funcionan como intermediarios entre las primeras y las autoridades y/o los partidos políticos para el intercambio de recursos, básicamente políticos y económicos⁸¹.

Quien logra la institucionalización de este sistema clientelar y corporativo es Lázaro Cárdenas (1934-1940): él conformó a los diferentes grupos /clases sociales en grandes organizaciones (los trabajadores, los sectores populares, los campesinos y el ejército). Las masas se convirtieron en un elemento central, en el actor principal del motor de la revolución, pero a través de la intervención del Estado que funcionaba como el representante y garante funcional de sus demandas “del mejor modo que era posible imaginar: *organizándolas*, y *organizándolas* por algo que las tocaba de cerca: *sus demandas*.” (Córdova: 1974: 48) Es decir, en torno a sus intereses comunes.

⁸¹ “‘el clientelismo político’ ha sido definido como ‘la distribución de recursos (o la promesa de ello) por parte de los funcionarios y de los candidatos políticos como una forma de intercambio por apoyo político, principalmente –pero no exclusivamente- en la forma del voto.’ (Auyero, 2000: 57) Pero desde una perspectiva sociológica “El clientelismo debe ser analizado a través de su lado menos conocido y espectacular: las negociaciones cotidianas de los intermediarios políticos, las prácticas de los llamados clientes y el problema de la red de resolución de problemas que vincula a los ‘clientes’, los intermediarios y los patrones políticos” (Ibíd. : 58)

A través de la organización se había dotado de dirigencia a las masas, y con ella y su activa participación en la burocracia, la colaboración entre organizaciones e instituciones de gobierno se volvió una necesidad “sobre todo para los mismos dirigentes de los trabajadores.” (Córdova: 1974: 63)

El principio de crear organizaciones “desde arriba” desde las instituciones políticas, se reproduce en el comercio en vía pública, aunque no necesariamente ha implicado una lógica de obediencia. Si bien el clientelismo político refiere a una forma de interacción entre Estado y ciudadanos organizados, éstos exigen al Estado la satisfacción de demandas a cambio de apoyo y lealtad políticos, pero cuando esta lógica no se cumple, y además aumenta la competencia política, en el caso de la acción colectiva organizada, se buscan otras opciones (léase vínculos con otros partidos políticos) para la satisfacción de las demandas y el otorgamiento de las lealtades políticas; para el caso del Estado, para quien no ofrece cierta garantía de apoyo político deja de ser un agente primordial de interlocución.

Aquí hay un segundo elemento a considerar: el nivel de organización de los actores, así como el campo de acción de que se trate: en este caso el comercio en vía pública se mantiene vigente por el capital en disputa, el espacio público, la calle.

En tanto capital en disputa, los ciudadanos, los funcionarios, los partidos políticos y los gobernantes en turno buscan mantener el control sobre la calle. Desde el Estado se trata de mantener el monopolio sobre los bienes públicos, desde los ciudadanos, es formar parte del espacio que corresponde a todos y de buscar la satisfacción de necesidades básicas, y desde los líderes es la construcción de espacios de poder económico y político, que sin la organización no serían posibles.

Ahora bien, tomando en cuenta que el comercio en vía pública forma parte del debate en torno a la informalidad, en tanto concepto que define espacios de cierta marginalidad económica y política frente al Estado, y por tanto define una interlocución política particular, se considera pertinente retomar, en conjunto, los enfoques teóricos sobre ella para construir una visión que permita entender cómo quienes están involucrados en esta actividad, se convierten en actores capaces de construir estrategias que les permiten ingresar y permanecer en la calle y mantenerse en la escena política.

De hecho, la dinámica propia de esta actividad reúne características de todos ellos. Además, lo que es aún más importante es el reflejo de un entramado complejo de relaciones y de

actores sociales en un campo político como el mexicano, que ha funcionado desde una lógica clientelar y corporativa, es decir, una lógica racionalmente estratégica. No tomar en cuenta a estos actores y sus interrelaciones, vuelve muy difícil comprender por qué el comercio en vía pública es un tema tan importante para la política pública actual en México y por qué ha sido tan difícil generar alternativas para su existencia pero básicamente para su regulación.

Desde la perspectiva de la marginalidad urbana, el crecimiento de la población urbana a través de las migraciones rurales a partir la década de los sesenta, aceleró también el crecimiento del comercio en vía pública, como una opción para quienes no encontraron un lugar en el empleo formal. Pero esta situación ya no es exclusiva de la población marginada urbana. El comercio en vía pública se ha convertido en una alternativa para las clases medias que requieren de mayores ingresos, y también para un sector de la población que desde una visión empresarial y emprendedora, busca ser dueña de su propio negocio (Temkin y Zaremborg, 2004).

Lo anterior ha generado perspectivas de análisis sobre el comercio en vía pública como un fenómeno social en el que conviven estrategias de supervivencia frente a la precariedad económica, así como actitudes emprendedoras e iniciativas empresariales, no sólo en las clases medias, también en las clases populares que encuentran mayores beneficios en el comercio en vía pública que en otros trabajos considerados formales, a pesar de la inestabilidad, la inseguridad y la falta de prestaciones sociales.

Desde el enfoque estructuralista de Portes (1993), el comercio en vía pública está estrechamente vinculado a la economía formal. Asimismo, Pradilla Cobos (1993) explica las relaciones básicas que se establecen entre el primero y la segunda a partir de: 1. Los productos que se comercian, 2. Las relaciones con los productores, 3. La relación con la tributación y el gasto público, 4. Los clientes, 5. Los agentes sociales (los comerciantes, los líderes, las organizaciones, las autoridades) y la estructura de clases al interior del mismo comercio en vía pública.

Aunado a esta densa red de productores y distribuidores de mercancías, el aspecto de la ilegalidad, junto con la lucha por la distribución del espacio, integra nuevos actores: los líderes de las organizaciones, las autoridades y los gestores. Estos últimos, tienen un papel cada vez más importante. Los líderes funcionan como gestores: cobran cuotas a los comerciantes en vía pública por diversos conceptos tales como vigilancia, protección, uso del espacio y permisos de las autoridades.

Respecto a la estructura de clases, al interior del comercio en vía pública Pradilla Cobos (1993) clasifica a los actores en 3 grupos:

1. Vendedores independientes de subsistencia y asalariados: este grupo compuesto por la gran mayoría de comerciantes semifijos, y por los vendedores empleados por los dueños de varios puestos; se caracteriza por sus condiciones laborales precarias e ingresos inferiores a los salarios mínimos, sin prestaciones sociales y fuera de la legislación laboral.
2. La pequeña burguesía comercial: en donde se ubican los vendedores fijos acomodados que poseen un sitio estable y más o menos permanente, y que han logrado acumular ingresos que les permiten mantener los costos de las relaciones con los líderes y autoridades. Además, se ubican en este grupo los dueños de varios puestos en una misma ubicación o en diferentes lugares “para cuya atención utilizan a familiares, compadres o asalariados, a quienes emplean al margen de la legislación laboral. Remuneran por debajo de las condiciones normales y no otorgan prestaciones sociales de ley, [...]” (p. 196)
3. La élite de líderes, acaparadores de puestos, distribuidores e introductores a la actividad.

La realidad muestra que el comercio en vía pública es una fuente de subsistencia para muchas personas en México, que también refleja una compleja red de relaciones entre autoridades y líderes de comerciantes en vía pública y acciones extra legales que no han solucionado las diversas políticas gubernamentales, principalmente por la presencia de altos niveles de corrupción entre funcionarios públicos, empresarios establecidos y las redes de líderes y gestores.

el ambulante forma parte de los problemas estructurales de atraso económico-social y de la crisis, y su solución real sólo será viable cuando se superen las condiciones que lo determinan, y sea posible garantizar a toda la población fuentes de empleo estable, bien remunerado y con derecho a la seguridad social y demás prestaciones legales. Fuente de grandes ganancias, acumulación de capital y poder político de unos pocos, lo suficientemente fuertes para mantenerlo, la solución del problema debe enfrentarse también a barreras establecidas por intereses muy poderosos. (Pradilla Cobos, 1993: 199)

Esta forma clientelar y corporativa entre comerciantes en vía pública y autoridades en la Ciudad de México tiene su origen en 1951 con la reglamentación que “permitía a los vendedores ambulantes integrar asociaciones civiles voluntarias que representaran sus intereses y, con objeto de evitar que las autoridades de la ciudad los desconocieran exigieron que la Oficina de Mercados los reconociera siempre que congregaran por lo menos a 100 miembros.” (Cross, 1996: 104-105).

No sólo se estableció una organización obligatoria, también la adhesión al partido oficial (el PRI). Sólo los reconocidos, es decir los comerciantes en vía pública organizados tendrían derecho, en un principio, a vender en la calle y después a entrar a los mercados construidos por la regencia de Ernesto P. Uruchurtu que estuvo en el cargo de 1952 a 1966. Todos los no organizados sufrieron la represión de las autoridades.

Desde 1984 el gobierno del entonces Departamento del Distrito Federal había negado los permisos para instalar nuevos puestos a los vendedores en vía pública, esto marcó una historia de represión, corrupción y necesidad de organización, así como la conformación de una institución, la Coordinación de Abasto Popular (COABASTO) en 1985, posteriormente la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución de la Secretaría de Economía del Distrito Federal. No obstante, el comercio en vía pública se duplicó a partir de la década de los noventa.

Es posible afirmar que los intentos posteriores por regular el comercio en vía pública, no han funcionado, de hecho han perpetuado la relación clientelar entre autoridades y comerciantes en vía pública porque se basan en el reconocimiento de los líderes como agentes intermediarios, tales intentos mencionados anteriormente en el apartado sobre el marco jurídico fueron el Bando de 1993 aprobado por la Asamblea de Representantes del Distrito Federal que prohibía el comercio “en las calles comprendidas dentro del perímetro determinando por el Departamento del Distrito Federal” (Torres, 1998: 269)⁸² este bando daba paso a la discrecionalidad de las autoridades para determinar las áreas en donde se podía ejercer el comercio en vía pública. Asimismo formaba parte de la Primera Fase de Desarrollo del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular. (Torres, 1998; Castro, et. al. 1998)

En 1997 y frente a las primeras elecciones para el Jefe de Gobierno del Distrito Federal⁸³ se publica el *Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública*: “el programa reitera nuevamente la problemática del CVP, pero a diferencia del Bando, reconoce que articula ‘un

⁸² Citado por el autor del Diario Oficial, lunes 12 de junio de 1993.

⁸³ La Ciudad de México ha pasado por un largo proceso para construir su participación ciudadana y que sus habitantes puedan tomar decisiones en el espacio público. Hasta 1988 se crea la Asamblea de Representantes del Distrito Federal con un órgano de gobierno que administraba, aunque no necesariamente solucionaba, las diversas demandas ciudadanas y con la posibilidad de que los capitalinos pudieran elegir a quienes formaban parte de ella, posteriormente en 1994 esta Asamblea adquiere un carácter legislativo. En 1996, se define que al siguiente año los capitalinos podrán elegir, por primera vez, por voto directo, al Jefe de Gobierno y en el 2000 a los representantes de las 16 delegaciones políticas que conforman el territorio del Distrito Federal. Antes de 1988, las posibilidades de organización social, así como los vínculos con las autoridades de gobierno, se articulaban sólo a través del Partido Revolucionario Institucional. Véase (Espinosa, 2004, Zermeño, 2006)

importante sistema de abasto especialmente para la población de bajos recursos, así como una fuente de ocupación para miles de personas” (Torres, 1998: 270)

Al año siguiente se publica el *Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública* y los *Criterios para la aplicación de las Cuotas por Concepto de aprovechamientos para el Uso o Explotación de Vías y Áreas Públicas para Realizar Actividades Mercantiles*. Este programa se sitúa en la misma línea de conceptual sobre las funciones del comercio en vía pública, pero también al establecer las cuotas por “derecho de piso”, intentaba restarle poder a los líderes de las organizaciones, y al mismo tiempo, el pago de cuotas es un intento por “formalizar” a los comerciantes, ya que dentro de los objetivos del programa, se buscaba mejorar su situación y pasar del nivel de subsistencia de la actividad.

El trabajo de investigación de John Cross (1996, 1998) es uno de los trabajos que se ha enfocado al estudio de las relaciones entre las instituciones de gobierno y las organizaciones de comerciantes en vía pública en el Centro Histórico de la Ciudad de México. Señala que a pesar de la importancia que se reconoce a las organizaciones en la actividad, éstas no han sido estudiadas de manera sistemática. Para el caso de México explica que los resultados de los esfuerzos por regular al comercio en vía pública han sido contraproducentes: el fortalecimiento de las organizaciones de vendedores callejeros con fuertes vínculos con las instituciones políticas y administrativas, y una mayor capacidad para enfrentarse al Estado. (Cross, 1998: 230)

La pregunta que Cross intenta resolver es ¿en qué radica el poder de las organizaciones de comerciantes y principalmente de sus líderes? Desde su perspectiva, la respuesta se ubica en que los comerciantes en vía pública fueron obligados a organizarse y esto los constituyó en actores políticos con una capacidad para articular intereses comunes. Desde la teoría de la movilización de recursos utilizada por Cross, los vendedores callejeros tuvieron la oportunidad política para organizarse. El siguiente argumento sintetiza el sentido de la organización:

al exigir que los comerciantes de la vía pública fueran miembros de una asociación civil [...] las políticas de Uruchurtu dieron a los líderes de las asociaciones poder ilimitado sobre sus miembros, ya que les confirió [...] el poder último sobre la sobrevivencia del vendedor individual, quien no podía obtener un local o una ‘tolerancia’ sin la anuencia del líder. [...] no sólo incrustaron firmemente dentro del PRI a los vendedores que estaban en los mercados, también proporcionaron un modelo que las futuras asociaciones pudieron seguir: otorgar lealtad a un patrón político (por lo regular dentro del PRI, pero más tarde también dentro de otros partidos) a cambio de apoyo recíproco de su ‘derecho’ a ocupar un mercado o una calle. Los vendedores ambulantes aprendieron, antes que nada, que si resistían en una zona durante cierto

tiempo, la ciudad podía reconocer su ‘derecho’ a ella o bien –al menos- construir cerca un mercado para ellos.” (Cross, 1996:111)

La dinámica organizacional de la vía pública no sólo se ubica en el Centro Histórico, Sergio Peña (1999) en su investigación se enfoca al análisis de los líderes y las organizaciones, pero desde la dinámica interna, y también resalta la importancia de la organización y el liderazgo, a partir del estudio en organizaciones de Ciudad Nezahualcóyotl (Estado de México), el Centro Histórico, Tepito y comerciantes de diferentes lugares del Distrito Federal. Peña demuestra que las funciones principales de las organizaciones son: la resolución de problemas con las autoridades de gobierno en cuanto a los trámites burocráticos, los impuestos, la policía, las regulaciones, los permisos y la asignación de los espacios. Sobre el papel de los líderes señala:

El líder de la organización tiene un amplio margen de poder coercitivo y hace que los vendedores acepten lo que el establece como la base justa y correcta de las normas establecidas por la organización; en otras palabras, el líder usa su poder coercitivo para administrar la justicia entre los miembros de la organización. (Peña, 1999: 369)

Si bien, se ha definido al comercio en vía pública como un campo de acción porque compite con otros campos en su estructura y en su capital específica, se observa que su lógica de acción colectiva y el poder que han adquirido las organizaciones, muestra un enorme grado de autonomía, por lo menos frente a al campo político. En un juego de complicidades, a la manera de Crozier y Friedberg, en donde los miembros de las organizaciones necesitan del líder y éste de ellos; en que los partidos políticos y los funcionarios deben interactuar con los líderes y éstos con ellas, líderes y organizaciones tienen un amplio margen de control y negociación.

Un punto que demuestra el argumento anterior es la incapacidad que tienen algunos gobiernos delegacionales, como es el caso de Iztapalapa, para controlar y regular el espacio público que los comerciantes ocupan, sólo en algunos momentos de la historia de la ciudad de México, se ha aplicado escasa e inadecuada normatividad vigente.

Capítulo 3 Espacio social y comercio en vía pública en la Delegación Iztapalapa: la conformación de un habitus organizativo

O sea todos necesitamos una figura de identidad, una familia de identidad, somos de la familia Gómez o de la familia García; tenemos que tener identidad. No somos mexicanos, somos chilangos, somos vecinos, somos de la Delegación Iztapalapa, somos de la colonia Francisco Villa.

Alejandro Balderas, habitante de Iztapalapa y líder de organización

La estructura del espacio se manifiesta, en los contextos más diversos, en la forma de oposiciones espaciales, en las que el espacio habitado (o apropiado) funciona como una especie de de simbolización espontánea del espacio social. En una sociedad jerárquica, no hay espacio que no esté jerarquizado y no exprese las jerarquías y las distancias sociales, de un modo (más o menos) deformado y sobre todo enmascarado por el efecto de naturalización.

Pierre Bourdieu, *Efectos de lugar.*

Introducción

En el capítulo anterior se discutió al comercio en vía pública como un problema sociológico debido, particularmente, a la compleja red de agentes sociales que componen la lógica de acción de dicha actividad, entre ellos: las autoridades de gobierno, las organizaciones de comerciantes en vía pública, los líderes, las redes de abastecimiento de los productos y servicios que se comercian en vía pública, formales e informales; los comerciantes establecidos, los clientes, los habitantes de los espacios en donde se establecen los comerciantes en vía pública e incluso, los medios de comunicación.

La mirada sobre Iztapalapa, parte de una concepción, acorde con la teoría de Pierre Bourdieu, en donde la comprensión de por qué los agentes sociales son lo que son, no puede aprehenderse sin tomar en cuenta la relación-efecto (incluso condicionamiento) que existe con el espacio físico, en tanto espacio social.

Esta forma de acercarse analíticamente a la realidad permite observar la complejidad inherente de la realidad social y del papel que juega el campo del comercio en vía pública, pero también cómo esta complejidad está construida, influida por las características sociales, culturales, económicas y políticas de la delegación, de su historia. En este sentido, Iztapalapa es un espacio emblemático del Distrito Federal.

En el contexto del Distrito Federal, el campo del comercio en vía pública resulta muy interesante respecto a la forma en cómo están distribuidos los canales de abasto popular en la delegación: respecto a otros espacios delegacionales en donde existen otras formas de comercio callejero, la delegación agrupa el mayor número de tianguis⁸⁴ y de organizaciones de este tipo de comercio en vía pública. Asimismo, tiene el mayor número de concentraciones y ocupa el segundo lugar en el número de mercados sobre ruedas, antecedida por la delegación Gustavo A. Madero.

Además, es el cuarto lugar en superficie territorial⁸⁵, es el área más poblada de todo el país⁸⁶ con casi dos millones personas; con un porcentaje de analfabetismo mayor que el del Distrito Federal, y no obstante que a nivel nacional presenta un grado de marginación muy bajo, dentro del Distrito Federal ocupa el tercer lugar de marginación antecedida por las delegaciones de Milpa Alta y Xochimilco (COPLADET, 2003). Asimismo, la división política de Iztapalapa está conformada por 6 direcciones territoriales (Aculco, Cabeza de Juárez, Centro, Ermita Zaragoza, Paraje San Juan, San Lorenzo Tezonco y Santa Catarina); 186 unidades territoriales, que a su vez integran 235 colonias.

El presente capítulo tiene como objetivo describir la posición que ocupa la Delegación de Iztapalapa en el contexto del Distrito Federal y, de esta forma, conocer las condiciones y características del espacio en el que se desenvuelven los líderes y las organizaciones de comerciantes en vía pública estudiados en esta investigación.

Siguiendo a Pierre Bourdieu, la estructura del espacio social, se conforma por las historias de vida de sus habitantes que reflejan, manifiestan y representan, como “uno se hace” para lo que es hecho, porque se ha nacido en condiciones sociales específicas, en cierto campo social, con sus múltiples y muy diversas posiciones sociales; se ha convivido con ciertas personas que comparten

⁸⁴ Con datos más recientes para 2009, resultado de un diagnóstico elaborado por la Coordinación de Mercados y Vía Pública de la Delegación Iztapalapa, se señala la existencia de 317 tianguis con un total de 73,435 oferentes. Cabe recordar que la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución de la Secretaría de Desarrollo Económico del DF, también con datos del 2009, contabiliza 231 tianguis y 40,174 oferentes.

⁸⁵ Las delegaciones con mayor superficie en el DF son: Tlalpan, Milpa Alta, Xochimilco e Iztapalapa.

⁸⁶ De 2000 a 2010, Iztapalapa es la delegación /municipio más poblado del país. Para 2000, los municipios y delegaciones que siguen a Iztapalapa en número de habitantes con más de un millón de personas son: Guadalajara (Jalisco), Ecatepec (México), Puebla (Puebla), Gustavo A. Madero (DF), Nezahualcóyotl (México), Juárez (Chihuahua), Tijuana (Baja California), León (Guanajuato) y Zapopan (Jalisco). Para 2010, Ecatepec se convierte en el segundo municipio más poblado, seguido de Tijuana, Puebla, Guadalajara, León, Juárez, Zapopan, Gustavo A. Madero y finalmente Nezahualcóyotl. (INEGI, 2000; 2011).

(o no) historias, vivencias, gustos, intereses, conflictos y también cómo dichos agentes transforman su entorno y se adaptan a él.

Las prácticas de los agentes, es decir la construcción del habitus, está íntimamente vinculado con el efecto que produce el espacio social en ellos: una especie de *homología* de las posiciones sociales: una homogenización del habitus por la homogeneidad de las condiciones de vida (Velasco, 2000: 13).

Por más que se observe, casi por todas partes, una tendencia a la segregación del espacio, las personas próximas en el espacio social tienden a encontrarse próximas –por elección o por fuerza– en el espacio geográfico, las personas muy alejadas en el espacio social pueden encontrarse, entrar en interacción, por lo menos en forma breve e intermitente, en el espacio físico. (Bourdieu, 1988b :131)

Iztapalapa como espacio social tiene una posición marginada y desigual dentro del contexto del Distrito Federal. Iztapalapa es un lugar en donde conviven diferentes y desiguales posiciones sociales, que a su vez generan diferentes puntos de vista para cada uno de los agentes que están inmersos en ellas.

Al mismo tiempo, formar parte de un espacio considerado como marginado y pobre, define cómo los agentes se apropian y se desenvuelven en dicho espacio físico-social, de cómo, defienden y mantienen su identidad, su arraigo al lugar, de cómo gestionan, luchan y acceden a los servicios públicos y privados, de las ocupaciones laborales que realizan y de las condiciones en las que las ejercen, de cómo participan política y socialmente, de cómo se definen las políticas públicas desde los distintos niveles de gobierno, y de cómo los otros, los no nativos, conciben a Iztapalapa.

Al interior de dicho espacio, esos mismos elementos se reproducen. La distinción aplica desde la división administrativa de la delegación, desde las direcciones territoriales, las colonias, los originarios y los migrantes y en la distribución por *barrios* que define cómo se organizan las fiestas religiosas. Todo ello conforma el espacio delegacional.⁸⁷

Las posiciones de los agentes en el espacio social, siempre en lucha y conflicto, definen ciertas formas de ser e interactuar: ser un habitante (por gusto o no, por convicción o no, por decisión propia o no) de Iztapalapa define habitus particulares y distinciones (aunque no

⁸⁷ Las unidades territoriales con mayor marginación se concentran en el centro y la periferia de la delegación, en los límites con la Delegación Tláhuac y el Estado de México, mientras que la marginación se reduce en los límites con las Delegaciones de Coyoacán y Benito Juárez particularmente.

definitivas y determinantes) en contraste, por ejemplo, con los habitantes de las delegaciones de Benito Juárez, Coyoacán o Miguel Hidalgo que presentan los niveles de marginación más bajos del Distrito Federal y por tanto, en general, tienen un acceso más equitativo a los servicios públicos y mejores condiciones de vida.⁸⁸

Iztapalapa posee una diversidad de grupos y formas de acción sociales en las que conviven habitantes con sus tradiciones, valores y creencias, algunos de estos habitantes que se consideran a sí mismos como los originarios desde épocas prehispánicas y que históricamente han vivido las transformaciones del espacio público, producto de los procesos de transformación, pero buscando adaptarse a ellas. Junto a ellos, conviven los habitantes que llegaron en las décadas de los sesentas y setentas. Estos últimos habitantes han conformado sus espacios de vida, muchas veces desde la participación comunitaria y política, muchas veces en conflicto con las autoridades de gobierno por el acceso a la vivienda, los servicios públicos, el empleo y la participación en las decisiones de gobierno.

Desde lo anterior, el capítulo tiene como objetivo describir las principales características de la delegación Iztapalapa que es el contexto y espacio en el que se ubican las organizaciones, objeto de estudio de la investigación. Para ello, se exponen dos apartados: el primero describe las principales características culturales, económicas y políticas de la delegación y el segundo, se enfoca al análisis del comercio en vía pública en la Delegación, tomando en cuenta sus características sociodemográficas, los vínculos con la política, la administración y las organizaciones.

⁸⁸ “Para explicar mejor las diferencias de estilo de vida entre las distintas fracciones –particularmente en materia de cultura- habría que tener en cuenta su *distribución en un espacio socialmente jerarquizad.*” Y más adelante en la nota al pie número 30 señala “Sería preciso detallar todas las propiedades culturales que obtienen los individuos por el hecho de su posición en el espacio geográfico, y, entre otras cosas, por medio de la calidad de los contactos sociales (las “frecuentaciones) que favorece la proximidad espacial. Una de las que más marcan es, sin lugar a dudas, la pronunciación, que evidencia de la manera más infalible un origen más o menos estigmatizado o valorizado.” (Bourdieu, 1988a: 120-121)

3.1 Contexto, características sociodemográficas, participación política y social en Iztapalapa⁸⁹

Iztapalapa se ubica al oriente del Distrito Federal, tiene colindancia con 5 delegaciones y tres municipios del Estado de México⁹⁰. Territorialmente ocupa el 7.6 % del área total del Distrito Federal⁹¹.

Fundada en 1430, su nombre significa “en el agua o río de las lajas”, esto resulta paradójico ya que hoy en día uno de los problemas más graves en la delegación es el suministro de agua potable—por su estrecha relación con el Lago de Texcoco y que durante mucho tiempo, por lo menos hasta la segunda década del siglo XX, definió la vida y actividades de sus pobladores, dedicados, mayoritariamente, a la agricultura como *chinamperos*.⁹²

La colonización española inició el proceso de desecamiento que culminaría en la década de 1970, cuando se decreta la expropiación de la zona chinampera de Iztapalapa para la construcción de la Central de Abastos del Distrito Federal⁹³, considerada el mercado más grande de América Latina. Este hecho transformó las condiciones ambientales de la zona y, socialmente cambió la relación de los habitantes originarios de Iztapalapa así como de sus familias con su propio espacio⁹⁴. (Rodríguez, 1992).

“La territorialidad, que era la base a partir de la cual se establecían tales lazos [familiares y vecinales], se ve fuertemente amenazada en Iztapalapa. Las expropiaciones de tierra, el cruce de ejes viales y el surgimiento de asentamientos irregulares son algunos de los factores [...] (Rodríguez, 1991: 31)

Si bien su estructura social ha cambiado drásticamente, la delegación se caracteriza por ser uno de los espacios del Distrito Federal con un alto grado de organización y participación

⁸⁹ El lema de la delegación es *Iztapalapa, la cuna de la mexicanidad*. En los límites de la Delegación de Iztapalapa todavía se encuentran señalizaciones que de esa manera anuncian la entrada a la demarcación.

⁹⁰ Delegaciones: Iztacalco, Benito Juárez, Coyoacán, Xochimilco y Tláhuac. Municipios del Estado de México: Nezahualcóyotl, La Paz y Valle de Chalco Solidaridad.

⁹¹ Véase Anexo 5, Mapa 1.

⁹² Diccionario de la Lengua Española: (Del nahua *chinamitl*, seto o cerca de cañas). 1. f. Terreno de corta extensión en las lagunas vecinas a la ciudad de México, donde se cultivan flores y verduras. Antiguamente estos huertos eran flotantes. En http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=chinanpa Última consulta, enero 2010.

⁹³ La Central de Abasto de la Ciudad de México fue inaugurada en 1982, se considera el mercado mayorista más grande del mundo, tiene un área contruida de 304 hectáreas, comercializa el 30 por ciento de la producción hortofrutícola nacional proveniente de 24 estados de la República y genera 70 mil empleos directos. Véase Fideicomiso para la Construcción y Operación de la Central de Abasto de la Ciudad de México, URL <http://www.ficeda.com.mx/indicadoresbasicos.php> última consulta: diciembre, 2010.

⁹⁴ Con el decreto de expropiación se afectó a 1600 familias y, hasta la fecha, no todas han recibido la indemnización establecida en el decreto. (Rodríguez, 1992; Gomezcesar, 2005)

sociales que convierte a sus habitantes en verdaderos agentes sociales, quienes, por una parte, actúan desde el sentido práctico al conservar sus tradiciones, y por otra, desarrollan prácticas sociales estratégicas que les permiten adaptarse a las transformaciones del entorno, y aprovechar las oportunidades políticas. Desde esta perspectiva, conviven acciones colectivas organizadas que existen para la preservación de sus tradiciones, principalmente de sus fiestas religiosas⁹⁵ y, por otra, la organización para el acceso al espacio público con la vivienda, su regularización, y la lucha por el acceso a los servicios públicos, al trabajo y por mejores condiciones de vida. (Carrera, 2007)⁹⁶

En efecto, Iztapalapa —como el vecino Iztacalco— fue una comunidad rural hasta 1950, año a partir del cual fue absorbida física y funcionalmente por la metrópoli. Sin embargo, eso no logró borrar del todo los patrones rurales del pueblo, tales como el funcionamiento de su vieja organización religiosa y su respectivo conjunto de encargados. La transformación de su economía agrícola en otra, basada en actividades relacionadas con la industria, el comercio y los servicios se hizo a un ritmo tal que Iztapalapa no tuvo tiempo de abandonar su cultura campesina para adoptar la urbana. (García Mora, s/f: 2)

Respecto a la preservación de sus tradiciones y creencias religiosas, los representantes de los 8 barrios de los pueblos originarios de Iztapalapa⁹⁷ han establecido el Comité Organizador de la Semana Santa en Iztapalapa A. C., encargado de los vínculos con la Iglesia Católica y las autoridades de la delegación para obtener recursos económicos, -además de aquellos que reúne entre los habitantes- y mantener el orden durante la procesión. La importancia del Comité Organizador es justamente que, frente a la Iglesia Católica, mantiene el control de la festividad popular en los habitantes de Iztapalapa.

La otra parte de la organización y participación sociales en Iztapalapa, está asociada a los pobladores más recientes de la delegación; tiene una estrecha vinculación con la historia del

⁹⁵ “Iztapalapa es un pueblo muy tradicional, es un pueblo muy fiestero y parte de la organización de las fiestas estaba basada en la producción económica de las chinampas, no solamente porque era parte del mismo escenario de procesiones, sino que de ahí ellos obtenían lo que necesitaban, sobre todo para las grandes comidas que daban a la gente que asistía a las festividades, tan fértiles eran que aun cuando se fueron desecando poco a poco los lagos, todavía en el siglo XX, permanecieron muchas de estas chinampas. Eran muchos los productos que ahí se cultivaban, lechuga, zanahoria, rábanos, betabel, la alcachofa era algo que se producía mucho, y bueno también las flores.” Entrevista realizada por Comunicación Comunitaria, A.C. (2005) a Beatriz Ramírez, Cronista de Iztapalapa.

⁹⁶ “Hablar de capacidades en este contextos, nos lleva, pues a incluir una dimensión dinámica y a prever otro nivel, el de saber lo que los individuos *son capaces de hacer*, cómo *podrán* organizar sus relaciones, a qué tipo de oportunidades podrán asirse al respecto, en qué condiciones y qué circunstancias podrán adquirir y desarrollar nuevas capacidades que les permitan jugar otros juegos, resolver los problemas y sacar provecho de otras oportunidades.” (Crozier y Friedberg, 1990: 172)

⁹⁷ Los 8 barrios son: Barrio La Asunción, Barrio Santa Bárbara, Barrio san Ignacio, Barrio San Pedro, Barrio San Pablo, Barrio San José, Barrio San Lucas, Barrio San Miguel

Movimiento Urbano Popular desde la década de los setenta y ha permitido la creación de numerosas organizaciones de colonos a través de la invasión de terrenos públicos, la autoconstrucción de viviendas⁹⁸ y la demanda de servicios; así como las organizaciones de inquilinos y solicitantes de vivienda, en donde las mujeres han tenido un papel central⁹⁹ (Ramírez Saíz, 1984; 2005).

A decir de Ramírez Saíz (2005), las organizaciones de colonos en una primera etapa del movimiento, mantenían un repertorio de acción radicalizado, en contra del gobierno y de los partidos políticos. Esto contribuyó negativamente a los procesos de urbanización, no sólo de Iztapalapa, sino de la Ciudad de México¹⁰⁰.

Poco a poco y a partir de la coyuntura de los sismos de 1985, frente a la necesidad de una política pública de vivienda que solucionara las demandas de los damnificados, las organizaciones de inquilinos y solicitantes de vivienda, desarrollaron estrategias menos radicales con las que adquirieron terrenos y créditos para la construcción de viviendas dotadas de los servicios e infraestructura mínima necesaria. Estas acciones contribuyeron a que el crecimiento urbano fuera un poco más ordenado y planificado¹⁰¹.

No obstante, los escasos vínculos con las autoridades de gobierno y la ilegalidad de los terrenos, el proceso otorgamiento de títulos de propiedad, se logró mucho tiempo después, particularmente en el sexenio de Salinas de Gortari. Además la dotación de servicios públicos era muy lenta e implicaba una organización vecinal cotidiana así como arreglos directos con los trabajadores de la delegación, que no siempre pasaban por las gestiones en la administración pública.

⁹⁸ La estrategia de autoconstrucción de vivienda de dichas organizaciones generó una mayor densidad demográfica y viviendas en condiciones muy precarias.

⁹⁹ “Las mujeres han sido productoras del espacio habitable, toman parte de la épica de la urbanización popular periférica que abarcó la mitad de la superficie del Distrito Federal.” (Massolo, 1994: 166).

¹⁰⁰ En Iztapalapa, destacan la Unión de Colonos de San Miguel Teotongo de Iztapalapa. (Ramírez Saíz, 2005)

¹⁰¹ Un ejemplo muy importante en la historia de la lucha por la vivienda en Iztapalapa es la construcción de las unidades habitacionales en el predio El Molino. En éste se conjuntaron las acciones de cuatro organizaciones: 1) la Unión de Inquilinos y Solicitantes de Vivienda-Libertad (UCISV-Libertad) constituida en 1984 e integrada la Organización de Izquierda Revolucionaria-Línea de Masas (OIR-LM), que a su vez forma parte de la Unión Revolucionaria Emiliano Zapata (UPREZ) de donde surge Clara Brugada, la actual delegada de Iztapalapa. UCISV-Libertad dirigió uno de los proyectos más importantes de vivienda popular con la construcción de 1,086 viviendas en el predio El Molino. 2) La Unión de Solicitantes y Colonos por la Vivienda Popular Pueblo Unido (USCOVI) relacionada con la Central Unitaria de Trabajadores (CUT); 3) la Cooperativa Ayepatlalli, vinculada al Frente Popular Francisco Villa, y 4) la Cooperativa Cualli Otli dirigida por un grupo de mujeres y vinculada a la CUT. En 1984 esta organización desarrolló un fraccionamiento de 250 viviendas populares (Álvarez, 2004; Ramírez Saíz, 2005).

Así lo relatan algunos habitantes de la colonia Francisco Villa, una de las unidades territoriales con altos índices de marginación y en donde se ubican las organizaciones analizadas en esta investigación. Por ejemplo, el caso de Inés¹⁰², comerciante y ama de casa, cuenta cómo llegó a la colonia en 1975 y junto con su esposo inició el proceso de autoconstrucción de su casa que duró más de 20 años:

Empezamos a juntar dinero durante cuatro, cinco años, hicimos dos cuartos provisionales, así a la salida, estaban muy húmedos. Así llegamos y mis hijos siempre se enfermaban.

Entonces mi esposo y yo hicimos la casa, nosotros solitos, nos metimos de albañiles, nosotros solos, sábado y domingo nada más porque mi esposo trabajaba de lunes a viernes. Los sábados, a veces trabajaba tiempo extra, llegaba como a la una o dos de la tarde y órale nos poníamos a trabajar. Mis hijos estaban chiquillos todavía, me apuraba, les preparaba su comida, ya cuando llegaba mi esposo nos poníamos a trabajar, al otro día temprano a las seis de la mañana nuevamente comenzábamos. Luego cuando crecieron mis hijos ya nos ayudaban. Ya cuando mis hijos se casaron hicimos el segundo piso a la casa y ahorita todavía no acabamos de pintar. En todo ese tiempo pasaron muchas, recuerdo cuando nos dieron la carta de finiquito del terreno, el que nos vendió no quería firmar, ni el ingeniero que nos había fraccionado, tampoco quería.

Sobre la pavimentación de su calle relata:

A mí se me hizo muy bonito cuando pavimentaron, en ese momento estaba con mi vecina, los otros vecinos nos estaban presionando mucho pero también fue una alegría que nos hubieran pavimentado, duramos tantos años en lodo, que sería, hace 20 años llegamos aquí y tardaron como 14 años en pavimentarnos, pero sí luchamos, la verdad sí le luchamos.

En este sentido, la delegación de Iztapalapa representa un ejemplo de cómo la Ciudad de México ha crecido y de cómo sus habitantes han desarrollado estrategias para apropiarse del espacio público y mantener su forma de vida. Sin embargo en esta dinámica las formas de participación de sus habitantes ha sido, generalmente, por canales informales, muchas veces ilegales que han derivado en condiciones precarias de vida y en una distribución y acceso a los servicios públicos desigual.

Al mismo tiempo, esta forma de apropiación y mantenimiento del espacio social ha construido una identidad de organización local cotidiana que convive entre elementos de una vivencia rural y tradicional más marcada por los lazos familiares, vecinales y religiosos, así como

¹⁰² Entrevista realizada el 5 de octubre de 2009 a Inés Tavira, miembro de la Asociación de Comerciantes para la Romería del Día de Reyes, A.C. “Los Dorados de Villa” y parte de la mesa directiva de la agrupación.

la supervivencia en ocupaciones laborales urbanas y la gestión para el acceso y mantenimiento de los servicios públicos.

De la misma manera, sucede con quienes viven en el centro de Iztapalapa y forman parte de los barrios tradicionales encargados de la organización de las fiestas religiosas:

Su reproducción económica depende del trabajo como obreros, como pequeños comerciantes, o como subempleados. [...] En tales condiciones, el sentimiento de la relación vecinal tiende a disminuir y es ahí cuando el ritual religioso apunta hacia el reforzamiento de la unidad ideológico-territorial, que se concreta en [...] afirmaciones [como]: “Iztapalapa es pueblo, y como tal es conservador de tradiciones” aunque la estructura económica tienda a la diferenciación. (Rodríguez, 1991: 31)

En este contexto, la participación política de los habitantes de Iztapalapa, es parte de procesos de adaptación vinculados estrechamente a dos aspectos que definen la forma en cómo opera el sistema político mexicano: el primero, la apertura de oportunidades políticas y el segundo, la permanencia de las redes clientelares con las muy diversas organizaciones populares que existen no sólo en Iztapalapa, sino en el Distrito Federal.

Perfil sociodemográfico de Iztapalapa

Los estudios sobre la Ciudad de México coinciden en el hecho de que entre 1940 y 1970, se generaron procesos de reubicación poblacional (migraciones desde los estados de la República Mexicana y desde el Distrito Federal) hacia la periferia de la Ciudad, particularmente la zona oriente.

Entre 1940 y 1950, el crecimiento y concentración poblacional del Distrito Federal se da principalmente por dos procesos. El primero tiene que ver con las delegaciones en las que se asentó la industria como fueron Gustavo A. Madero y Azcapotzalco.

El segundo proceso de crecimiento poblacional se registró en las delegaciones de Iztacalco, Iztapalapa y Álvaro Obregón, debido, principalmente, a dos elementos:

uno de orden físico, determinado por la integración y absorción de sus poblados a la mancha urbana por su proximidad con el centro y las zonas industriales, y el otro de carácter socioeconómico que se caracterizó por el inicio de un proceso de proletarianización de sus habitantes. (Sánchez Mejorada, 2005:175).

En esta década, Iztapalapa ocupa el tercer lugar en crecimiento poblacional, pasando de una población de 25,400 a 76,600 habitantes, lo que significó un aumento de 202% (Sánchez Mejorada, 2005:46)¹⁰³. La mayoría de ellos formaron colonias populares.

Entre 1950 y 1970 la delegación mantiene su acelerado crecimiento poblacional, su geografía aún estaba compuesta por grandes terrenos baldíos que poco a poco fueron ocupados, muchos de ellos a través de asentamientos irregulares.

En el periodo de 1970 a 1980, la delegación registra su tasa de crecimiento más alta, ocupando, nuevamente, el tercer lugar, detrás de las delegaciones de Tlalpan y Cuajimalpa.

La década de los ochenta y noventa significó la consolidación del proceso de crecimiento urbano y, al mismo tiempo, la permanencia en los rezagos de la calidad de vida, de servicios públicos y de la ocupación irregular de la tierra: entre 1988 y 1994 el 50 % de los 300 mil predios irregulares del Distrito Federal se concentraban en 142 de las 225 colonias de Iztapalapa; el 30% de los iztapalapenses carecían de drenaje y el 40% de las vía públicas carecían de carpeta asfáltica. (Ortega, 2005:14)

Para los noventa Iztapalapa había “alojado el 83.7% del crecimiento del Distrito Federal, agotando prácticamente su reserva de suelo utilizable”¹⁰⁴. Desde ese momento, la tasa de crecimiento poblacional ha disminuido, pero a un ritmo menor que la del Distrito Federal. En 2000 la población crece 15.9 % con 1,773,343 habitantes en la delegación¹⁰⁵ y para 2010, registra un total de 1,815,786 habitantes, quienes representan el 20.51% del total de la población del Distrito Federal¹⁰⁶ siendo la tercera delegación más densamente poblada, después de Iztacalco y Cuauhtémoc, con 15,519.54 hab./km².¹⁰⁷

En el siguiente gráfico se observa la tasa de crecimiento de la delegación de 1950 a 2010, en comparación con el Distrito Federal:

¹⁰³ Por su parte, la Delegación Gustavo A. Madero pasa de casi 42 mil habitantes a 205 mil; Iztacalco de casi 4 mil a 34 mil habitantes (Sánchez Mejorada, 2005: 46).

¹⁰⁴ <http://www.iztapalapa.df.gob.mx> (Última consulta octubre de 2005).

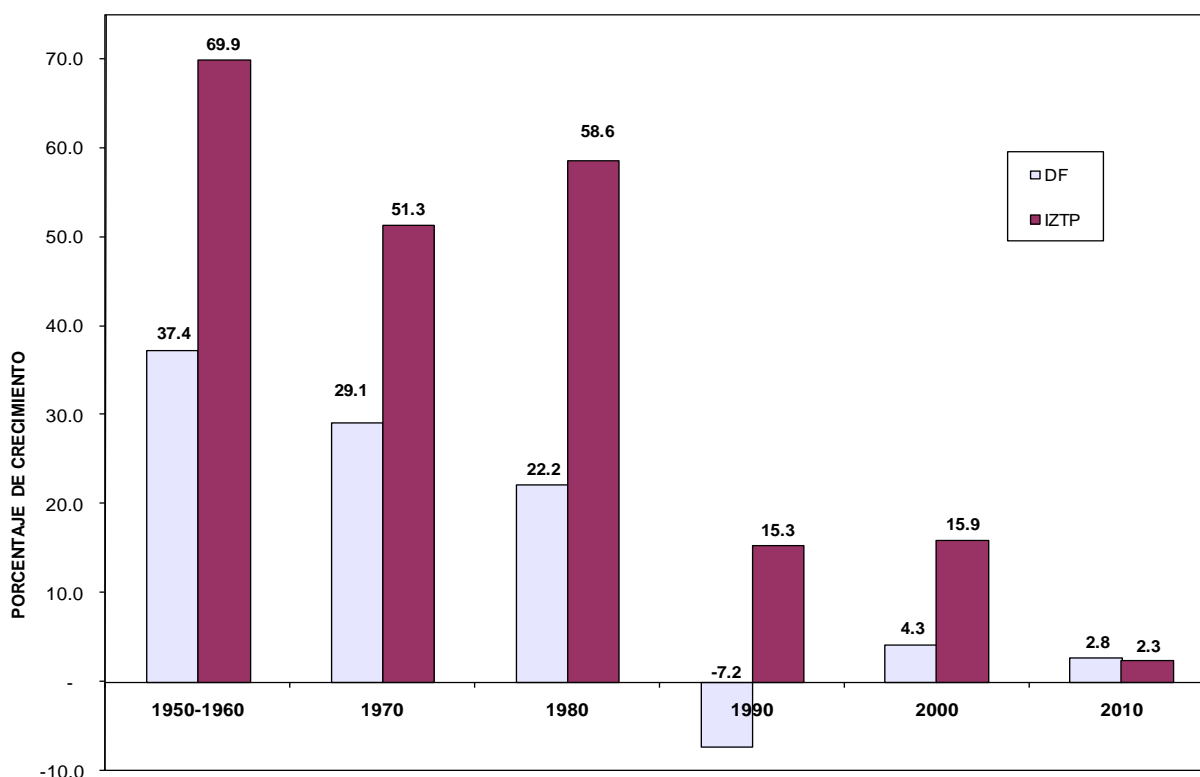
¹⁰⁵ El Censo de Población y Vivienda de 2005 reportó 1,820,888 personas (INEGI, 2005).

¹⁰⁶ La población del Distrito Federal es de 8,851,080 (INEGI, 2011)

¹⁰⁷ La Delegación Iztacalco tiene 16,494.68 hab./km² y Cuauhtémoc 16,414.54 hab./km².

Fuente: INEGI, *Censo de Población y Vivienda 2010*, México. URL: http://www3.inegi.org.mx/sistemas/iter/entidad_indicador.aspx?ev=5 última consulta, marzo 2011.

Gráfico 1 Crecimiento poblacional en el Distrito Federal e Iztapalapa, 1950-2010



Fuentes: *Breviario 2000 Iztapalapa*, Gobierno de la Ciudad de México; Censo General de Población y Vivienda, 1990 y 2000; Censo de Población y Vivienda 2010.

Como resultado de los procesos migratorios desde algunas entidades federativas y de la misma Ciudad de México, los Censos de Población de 1990 y 2000, muestran que el 26 y 23% de su población, respectivamente, no es originaria de Iztapalapa¹⁰⁸. Asimismo, en 1990 el 19% de la población no nacida en el Distrito Federal, se concentró en Iztapalapa, en 2000 este porcentaje llegó al 22%, y en 2010 a 23%¹⁰⁹. Estos porcentajes son los más altos de todos el Distrito Federal y muestran que en promedio, el 21 % de la población de Iztapalapa no es originaria de la demarcación.¹¹⁰

Tomando en cuenta los grupos de edad, en el periodo de 1980 a 2010, la mayor parte de la población se ha concentrado en el grupo de edad de 15 a 59 años; en 1980 este grupo representaba el 54.9%, en 2000 el 65.4% y para 2010, se registra una disminución al pasar a

¹⁰⁸ Tomando en cuenta la suma de la población nacida en otras entidades de México y fuera del país.

¹⁰⁹ Fuente: Elaboración propia con datos de los Breviario 2000 Iztapalapa y Breviario 2000 Distrito Federal; Censo de Población y Vivienda 2010.

¹¹⁰ Lo anterior significa que para 2010 de un total de 1815,786 iztapalapenses, 385,853 (21.2% de su población) no son nativos. (INEGI, 2011). De dicha población no nativa destacan la procedencia de los estados de México, Puebla, Oaxaca y Michoacán e Hidalgo.

64.8%. El segundo grupo de importancia es el de 0 a 14 años que ha disminuido su representación en el mismo periodo, pasando de 42.6% a 29.6% y para el 2010, nuevamente un descenso, con un porcentaje de 24.9%. (INEGI, 2011)

La distribución y concentración de la población, pese a la disminución en el porcentaje del grupo de edad de 0 a 14 años, muestra que los habitantes de Iztapalapa requieren una alta demanda de vivienda y de servicios públicos, principalmente de espacios educativos y culturales, fuentes de empleo y servicios de salud. Pero como veremos, el crecimiento poblacional no ha estado de acuerdo con el crecimiento de la infraestructura necesaria para satisfacer las necesidades de la población, haciendo que, en el contexto del Distrito Federal, Iztapalapa mantenga altos niveles de marginación.

Los datos del Consejo Nacional de Población (CONAPO) señalan que en el 2000¹¹¹ el Distrito Federal en su conjunto, presenta grados de marginación muy bajos, sin embargo a su interior, Iztapalapa ocupaba el tercer lugar de marginación, precedida por las Delegaciones de Milpa Alta y Xochimilco (COPLADET, 2003).

A partir de algunas variables con las que se construye el índice de marginación, el cuadro siguiente permite comparar a Iztapalapa con el Distrito Federal, la delegación Milpa Alta (mayor grado de marginación) y la delegación Benito Juárez (menor grado de marginación).

Cuadro 15 Grado de marginación en delegaciones seleccionadas del Distrito Federal, 2000¹¹²

	Milpa Alta	Iztapalapa	Benito Juárez	DF
Población total	96,773	1,773,343	360,478	8,605,239
% Pob. analfabeta de 15 años o más	5.58	3.61	1.07	2.91
% Pob. sin primaria completa de 15 años o más	18.53	14.73	5.28	12.16
% Ocup. en viviendas sin agua entubada	6.43	1.22	0.25	1.47
% Viviendas con algún nivel de hacinamiento	54.84	41.80	13.86	34.82
% Pob. ocupada con ingreso de hasta 2 salarios mínimos	57.63	50.29	23.25	42.43

Fuente: CONAPO, 2000

¹¹¹ Véase Anexo B *Índices de marginación por municipio, 2000*

URL: <http://www.conapo.gob.mx/publicaciones/indices/pdfs/005b.pdf> (Última consulta febrero 2008)

¹¹² Dado aún no se dispone de los datos de algunas variables para 2010, se optó por ilustrar el grado de marginación con los datos de 2000.

En relación a los grados de marginación en la geografía de Iztapalapa, de las 186 unidades territoriales, más de la tercera parte tiene un grado de marginación muy alto lo que representa al 42.9% de su población total y sólo el 4% tiene un grado de marginación muy bajo. (Ver Anexo Mapa 2)

Cuadro 16 Grados de marginación de las unidades territoriales

Grado de marginación	Unidades territoriales	Población	%
Muy Alta	65	761, 332	42.9
Alta	45	388, 813	21.9
Media	46	444, 089	25.1
Baja	15	107, 638	6.1
Muy Baja	15	71, 471	4.0
Total	186	1,773,343	100.0

Fuente: COPLADET, 2003. Con datos del Censo General de Población y Vivienda 2000, INEGI.¹¹³

Respecto a la educación y los niveles de escolaridad, en el contexto del Distrito Federal, en 2000 Iztapalapa tenía un mayor porcentaje de analfabetismo (3.6% frente al 2.9% en el DF) en 2010, esta diferencia disminuye considerablemente y prácticamente tienen el mismo porcentaje respecto a su población (2 % en el DF y 2.1 % en Iztapalapa). Sin embargo para el 2010, concentra el mayor número de analfabetas de todas las delegaciones con una población de 37,306 personas¹¹⁴ que representan el 26.6 % de la población analfabeta en el DF. Destaca el alto porcentaje de mujeres analfabetas en comparación con los hombres, en todos los casos, los porcentajes son mayores al 70 %, no obstante en Iztapalapa, el porcentaje de mujeres es levemente menor que en el DF. En el cuadro siguiente se ilustra la condición de analfabetismo en el DF e Iztapalapa en los últimos dos censos de población y vivienda.

¹¹³ No hay datos más actualizados a nivel unidad territorial. Cfr. 2003. Atlas socioeconómico y de marginación de las unidades territoriales del Distrito Federal, México, Coordinación de Planeación del Desarrollo Territorial (COPLADET). En <http://www.siege.df.gob.mx/copladet/index.html> La información del Atlas se construyó a partir del análisis del Censo de Población y Vivienda de 2000 incorporando los elementos de la Cartografía Urbana Censal tales como: traza urbana, nombres de calles, límites y nombres de colonias, equipamiento urbano e infraestructura social relevante; así como las líneas y estaciones del metro y tren ligero generadas por la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda del Distrito Federal. Para la construcción del índice se tomaron en cuenta cuatro dimensiones: educación, ingreso, bienes patrimoniales del hogar y vivienda, en 6 indicadores: población de 15 años y más sin secundaria completa; población ocupada que recibe hasta dos salarios mínimos mensuales de ingreso por trabajo; viviendas particulares que no disponen de teléfono; viviendas particulares con piso sin recubrimiento; viviendas particulares sin agua entubada dentro de la vivienda; y promedio de ocupantes por cuarto dormitorio para el cálculo del hacinamiento. (Copladet, 2003)

¹¹⁴ La delegación que le sigue en número de analfabetas es Gustavo A. Madero con 19,630 analfabetas

Cuadro 17 Población analfabeta en el DF e Iztapalapa. 2000 y 2010

	2000				2010			
	DF	%	Iztapalapa	%	DF	%	Iztapalapa	%
Hombres	47,981	26.5	12,300	27.7	40,340	28.8	11,069	29.7
Mujeres	132,920	73.5	32,040	72.3	99,859	71.2	26,237	70.3
Total	180,901	100.0	44,340	100.0	140,199	100	37,306	100

Fuente: Elaboración propia con datos de los Censos de Población y Vivienda, 2000 y 2010.

En cuanto a los niveles de escolaridad, la mayor parte de la población, particularmente, se concentra en los niveles más bajos: primaria y secundaria. Esto genera un menor capital cultural y por tanto mayores posibilidades para mantenerse en una condición de marginación: en 2000 más de la tercera parte de los iztapalapenses (35.6%) sólo tienen primaria, el 26.1% secundaria, 13% preparatoria y sólo 9.4% tiene estudios profesionales o equivalentes a licenciatura¹¹⁵.

No obstante, que para 2010, los datos reflejan una situación más alentadora con un aumento del número de personas en el nivel básico y particularmente en los niveles medio superior (17.3%) y el superior (11.6%), estos dos últimos porcentajes incluso superiores a los del DF, el 27.5 y el 24.4 % de la población tienen primaria y secundaria respectivamente¹¹⁶.

La situación anterior es más marcada para las mujeres que habitan Iztapalapa: un mayor número de mujeres que de hombres en la educación básica (28.1 % frente a 26.9 %) y con menor representación progresiva en los niveles medio superior (16.1% y 18.6%, respectivamente) y superior (13.2 % y 10.1%).¹¹⁷

¹¹⁵ Como veremos en el tercer capítulo, el acceso a los estudios profesionales establece una distinción, y en el caso de una de las organizaciones de comerciantes analizadas en Iztapalapa, los estudios legitiman a los líderes frente a su comunidad, frente a sus agremiados; permiten establecer vínculos diferentes con los agremiados, frente a los que establecen los líderes que cuentan con educación básica. Sin embargo, tener una licenciatura, haber pasado por la universidad o incluso tener un posgrado, no es condición suficiente para la estabilidad del grupo y para el mantenimiento del liderazgo.

¹¹⁶ El aumento de la participación de habitantes en los niveles medio superior y superior, puede explicarse parcialmente, por la creación de oportunidades educativas en el espacio delegacional, particularmente las construcción de 3 preparatorias del Instituto de Educación Media Superior del DF, la primera de ellas inició sus actividades en 1999 y para 2001, dos los planteles, en San Lorenzo Tezonco y Casa Libertad de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (Cadena, 2011).

¹¹⁷ Para los datos comparativos de hombres y mujeres tanto en el DF como en Iztapalapa, véase Anexo 3, Cuadro1 y 2.

Cuadro 18 Población según nivel escolar: DF e Iztapalapa, 2010

	DF	Iztapalapa
Escolaridad	Total	Total
Ninguna	4.0	5.1
Preescolar	4.5	4.6
Primaria	23.8	27.5
Secundaria	21.7	24.4
Preparatoria o bachillerato	16.9	17.3
Normal básica	0.3	0.2
Estudios técnicos o comerciales con primaria terminada	0.8	0.6
Estudios técnicos o comerciales con secundaria terminada	3.6	3.6
Estudios técnicos o comerciales con preparatoria terminada	2.3	2.1
Normal de licenciatura	1.7	1.6
Licenciatura o profesional	17.1	11.6
Maestría	1.9	0.7
Doctorado	0.4	0.1
No especificado	0.9	0.6
Total	100	100

Fuente: Elaboración propia con base en: INEGI, XIII Censo General de Población y Vivienda, 2010, Muestra Censal, México, 2011.

En relación con el tema de la vivienda, es uno de los problemas de la delegación que junto con la demanda de abastecimiento de agua potable, ha posibilitado un alto grado de organización y participación sociales. Según los datos del Censo General de Población y Vivienda de 2000 más de lo 90% de las viviendas contaban con todos los servicios y los materiales adecuados. Sin embargo, el *Programa de Desarrollo Urbano de Iztapalapa 2008*, señala que la vivienda en la delegación es un problema que impacta directamente las condiciones de vida de sus habitantes¹¹⁸:

Iztapalapa, se identifica en su aspecto habitacional por contener amplias áreas con unidades habitacionales y vivienda media popular severamente deterioradas física y socialmente. Algunas de estas se ubican en zonas vulnerables y de alto riesgo (por ejemplo, la unidad habitacional La Magueyera, ubicada frente a una mina vigente). Otras áreas consideradas de mayor deterioro de la imagen urbana son las que se identifican como puntos críticos, de transición y saturación humana y vehicular colindantes con el Estado de México. En estas zonas predomina el desorden urbano propiciado por los conflictos viales y la desorganización del transporte interurbano (microbuses y taxis principalmente) y foráneo en estaciones improvisadas en baldíos; el espacio público invadido por los puestos de comercio informal y de comida, carentes de medidas de higiene y salubridad. (GDF, 2008: 34)

¹¹⁸ Lo mismo sucede con el agua potable el Programa de Desarrollo Urbano señala que el abastecimiento beneficia al 60% de la población de Iztapalapa, mientras que para el resto de la población la distribución del servicio se da generalmente una vez por semana, mediante la red hidráulica, por tandeo o por pipas. (GDF, 2008).

Actividades económicas y ocupaciones

En el 2000, Población Económicamente Activa de Iztapalapa (PEA) era del 54.9% de ella el 1% fueron desempleados. La Población Económicamente Inactiva (PEI) representa el 44.9%, de ella 43.8% se dedica a los quehaceres del hogar y el 32% es estudiante (INEGI, 2000). En comparación con el Distrito Federal, los porcentajes no difieren considerablemente: en el DF la PEA fue de 54.6 %, la PEI de 44.2%, de ella, casi el 40 % se dedica a los quehaceres del hogar y el 31.6% es estudiante. (INEGI, 2000).

Los resultados del Censo de 2010 muestran un aumento en la PEA de 56.0 %, de esta población, el 2.7 % estaba desocupado. La PEI representó el 43.7 % del total de la población, de ésta, el 45.3 % se dedica a los quehaceres del hogar y el 37.7 % es estudiante. En este sentido, respecto a 2000, vemos de igual manera un mayor número de mujeres que se dedican al hogar¹¹⁹, pero también un mayor número de personas que declararon estar estudiando. (INEGI, 2011). Por su parte el DF reportó una PEA de 56.6 % y una PEI de 43.7%, de ella, el 42.1 se dedica al hogar y el 36.4 % son estudiantes.

En referencia a la población ocupada por sector de actividad, la mayor parte de la población se ubica en el sector terciario: entre 2000 y 2010, hay un crecimiento significativo en este sector de actividad, pasando de 70% al 78.1 % lo que refleja un mayor número de personas relacionadas con el comercio y los servicios (GDF, 2000; INEGI, 2011).

El sector secundario pierde importancia y pasa del 26.4% en 2000 a representar un 20.03 % de la población ocupada. Finalmente el sector primario o agropecuario, que históricamente fue la base productiva de Iztapalapa, pasó de 0.2 % a 0.14 % en el mismo periodo.

Cuadro 19 Iztapalapa: Población ocupada según sector de actividad económica por sexo, 2010

(Valores absolutos y relativos)

Sector de Actividad	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Sector Primario	980	112	1,092	0.21	0.04	0.14
Sector Secundario	113,370	40,148	153,518	24.31	13.37	20.03
Sector Terciario	346,314	254,722	601,036	74.27	84.84	78.41
Sector de Actividad No Especificado	5,599	5,242	10,841	1.20	1.75	1.41
Total	466,263	300,224	766,487	100	100	100

Fuente: Elaboración propia con base en: INEGI, XIII Censo General de Población y Vivienda, 2010, Muestra Censal, México, 2011.

¹¹⁹ Del total en la delegación que señalaron dedicarse a los quehaceres del hogar (285,544 personas) el 97 % son mujeres. (INEGI, 2011)

Respecto a los salarios de la población ocupada en la delegación, para el 2010, el 1.6% de la población declaró no recibir ingresos, y el 34.4 % recibe entre menos de un salario y hasta 2 salarios mínimos mensuales. Sin embargo, existe un porcentaje importante de la población que se ubica entre 3 y hasta 5 salarios mínimos (35.2 %) ¹²⁰ Si bien, la tendencia es la misma en el Distrito Federal, con una mayor concentración en las categorías salariales más bajas, en términos proporcionales, Iztapalapa tiene un mayor nivel de pobreza que el DF en su conjunto ¹²¹: se observa que el total del DF participa con porcentajes más bajos en las categorías salariales más precarias, mientras que hay un porcentaje más elevado de personas que ganan más de 10 salarios mínimos, es decir, la condición salarial del Distrito Federal es relativamente mejor que en Iztapalapa.

Características de las ocupaciones¹²²

En este apartado se analizarán algunas características de los grupos de ocupación principal –en la que se ubican los vendedores ambulantes y los trabajadores de servicios personales- tales como sexo, escolaridad y salarios con base en los datos del Censo de Población de 2000.

Se tomará en cuenta a los vendedores ambulantes ¹²³ ya que realizan su trabajo en la vía pública pero como se mencionó en el Capítulo 1, la Clasificación Mexicana de Ocupaciones excluye de esta ocupación a quienes realizan su trabajo en tianguis, ya que se considera que los puestos fijos o semifijos son establecimientos, aunque se instalen y se quiten todos los días, no obstante que las actividades se realicen en la vía pública.

Dicha clasificación ubica a los tianguistas como comerciantes en establecimientos, ya sea como trabajadores por cuenta propia o patrones y trabajadores en la ocupación de servicios personales. Con estas clasificaciones resulta muy difícil conocer a través del Censo, cuántas personas trabajan como tianguistas.

¹²⁰ Tomando en cuenta el salario mínimo mensual en 2010 fue de 1,781.26 pesos aproximadamente. Fuente: http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/asistencia_contribuyente/informacion_frecuente/salarios_minimos/45_17119.html última consulta, diciembre 2010.

¹²¹ Para la información completa del DF e Iztapalapa, véase Anexo 3 Cuadros 2 y 3.

¹²² Los datos se actualizarán al 2010, pero en este momento se están armonizando las ocupaciones ya que los Censos de 2000 y 2010, tienen una clasificación diferente de las ocupaciones. El Censo de 2010, considera nuevas ocupaciones que no están reportadas en la Clasificación Mexicana de Ocupaciones, 2000.

¹²³ Cabe recordar los vendedores ambulantes incluyen a los trabajadores ambulantes en servicios y se definen como aquellos que “no cuentan con un establecimiento fijo donde realizar sus actividades o razón social de referencia, por lo cual, no representan a empresa alguna.” (CMO, 2000) y que en esta ocupación se excluyen a los tianguis y mercados sobre ruedas y que las encuestas de empleo no desagregan información por municipio o delegación.

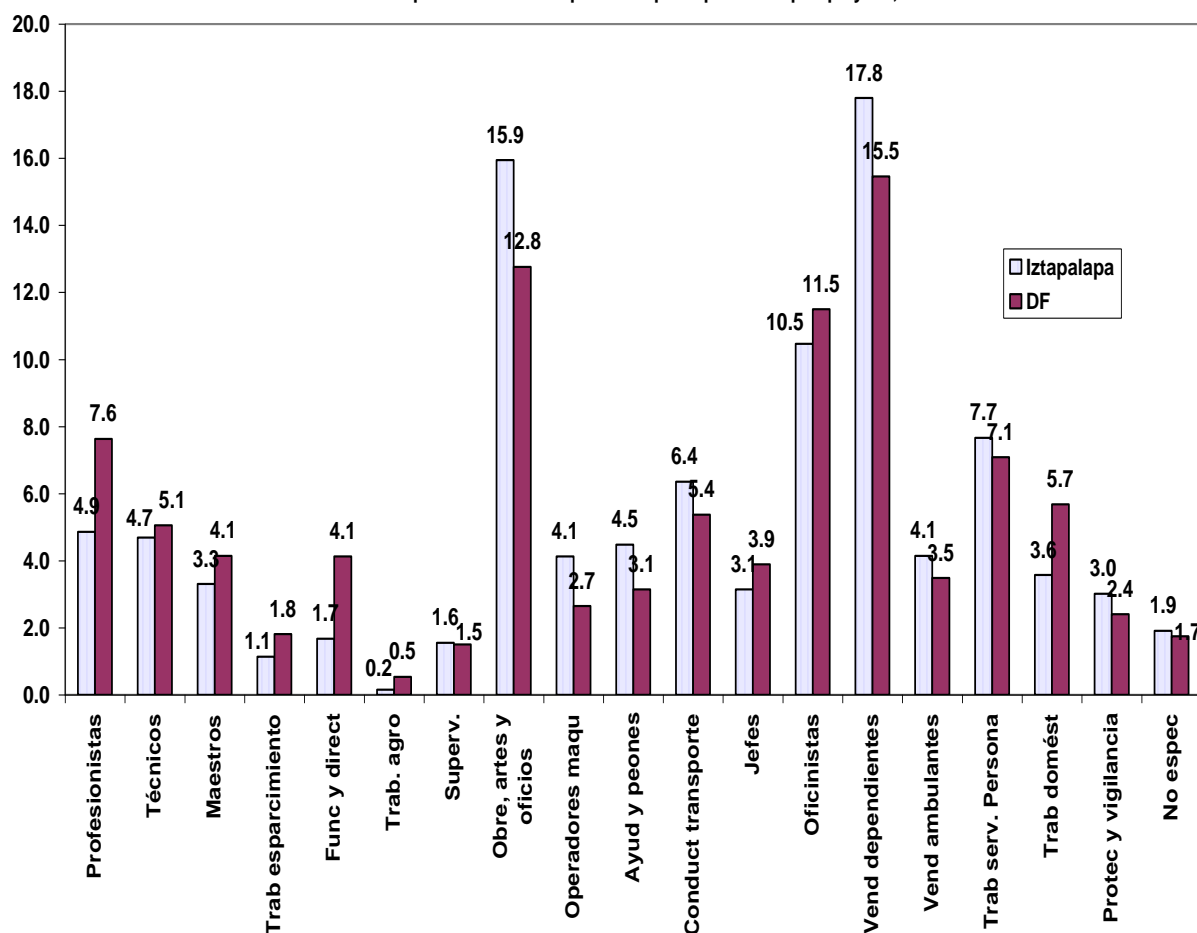
Con base en el Censo General de Población y Vivienda de 2000, los datos sobre las ocupaciones principales nos permiten observar que existe una distribución relativamente equitativa entre ellas (Ver Gráfico 2), pero en términos absolutos y porcentuales, las ocupaciones más representativas son: vendedores dependientes; obreros, artesanos y oficios varios; oficinistas y *trabajadores en servicios personales (que incluye a los tianguistas)*. La ocupación de vendedores ambulantes ocupa el noveno lugar en el contexto delegacional.

Si se compara con el Distrito Federal vemos que la distribución es prácticamente igual, no obstante, en las ocupaciones de obreros, artesanos y oficios varios, así como de vendedores dependientes y de trabajadores en servicios personales, los porcentajes son mayores en Iztapalapa que en el Distrito Federal. Aquí los trabajadores en servicios personales ocupan el quinto lugar y el comercio ambulante el decimosegundo.

También se observa que la representación de ocupaciones con una expectativa salarial más alta, tales como profesionistas, funcionarios y directivos, tienen diferencias porcentuales más altas en el DF que en Iztapalapa: 4.1% y 1.7% respectivamente. La representación del comercio ambulante es mayor en la delegación que a nivel DF, pero en los dos casos no representa más del 4.5% de la población ocupada. En el siguiente gráfico se observa la distribución porcentual de las ocupaciones más representativas en el D.F. e Iztapalapa.

Gráfico 2

Distribución porcentual de ocupaciones principales. Iztapalapa y DF, 2000



Fuente: Censo General de Población y Vivienda, 2000

Acerca de los ingresos los datos señalan que casi la mitad de las personas ocupadas ganan *menos de 1 y hasta 2 salarios mínimos mensuales*. Sólo el 8.4% se ubica en la categoría salarial más alta (*más de 10 salarios mínimos*) entre las que destaca la ocupación de funcionarios y directivos¹²⁴. En la categoría de *no recibe ingresos* son los vendedores dependientes, ambulantes y trabajadores del agro quienes tienen los porcentajes más altos. Por su parte, en la categoría de *menos de 1 salario mínimo hasta 2*, son los trabajadores domésticos (84.1 de ellos son mujeres), así como los ayudantes y peones quienes tienen la representación más alta (80.5 y 79.5% respectivamente).

¹²⁴ El salario mínimo mensual de 2000 en el Distrito Federal equivale aproximadamente a 1,174.90 pesos mexicanos (37.90 pesos mexicanos diarios). Véase Sistema de Administración Tributaria en URL: http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/asistencia_contribuyente/informacion_frecuente/salarios_minimos/45_782.html (Última consulta 10 de noviembre de 2009)

Finalmente, las ocupaciones vinculadas al comercio en vía pública: vendedores dependientes, ambulantes y de servicios personales, en su mayoría reciben ingresos menores a 1 y hasta 2 salarios mínimos y en segundo lugar hasta 4 salarios mínimos.

Cuadro 20 Distribución porcentual por ocupaciones principales según ingresos mínimos mensuales en Iztapalapa, 2000

	No recibe ingresos	Menos de 1 y hasta 2 s.m.m.	De 2 hasta 4 s.m.m.	Más de 4 y hasta 10 s.m.m.	Más de 10 s.m.m.	Total
Profesionistas	1.2	7.2	22.8	51.5	17.4	100
Técnicos	1.4	26.0	48.6	19.7	4.3	100
Maestros	0.8	18.2	41.5	33.2	6.2	100
Trabajadores en el esparcimiento	1.7	29.7	38.1	24.8	5.6	100
Funcionarios y directivos	1.6	5.0	16.0	37.3	40.2	100
Trabajadores del agro	6.5	57.0	11.0	3.9	21.7	100
Supervisores	1.1	23.5	34.6	21.4	19.5	100
Obreros, artesanos y oficios varios	1.8	57.6	26.6	5.9	8.0	100
Operadores de maquinaria	0.6	68.7	22.0	2.3	6.4	100
Ayudantes y peones	5.0	79.5	10.1	0.8	4.7	100
Conductores de transporte	1.2	45.5	39.5	10.1	3.6	100
Jefes	0.9	14.0	41.7	33.9	9.5	100
Oficinistas	1.1	36.9	48.2	11.3	2.5	100
Vendedores dependientes	7.3	55.6	22.7	8.2	6.2	100
Vendedores ambulantes	6.6	65.0	17.0	4.5	6.9	100
Trabajadores en servicios personales	2.2	68.3	21.1	4.1	4.2	100
Trabajadores domésticos	1.6	80.5	7.9	1.1	8.8	100
Protección y vigilancia	0.2	28.5	49.4	9.9	12.0	100
No Especificado	4.1	19.8	10.7	5.3	60.1	100
Total	2.9	47.8	28.8	12.1	8.4	100

Fuente: Elaboración propia con datos del Censo General de Población y Vivienda, 2000

En síntesis, los salarios de las personas ocupadas en Iztapalapa se concentran en las categorías salariales más bajas, principalmente entre menos de 1 y hasta 2 salarios mínimos mensuales. Asimismo, las ocupaciones más precarias, en cuanto a ingresos, son aquellas relacionados con el comercio, los servicios y las actividades manuales, que en conjunto representan a la mayoría de las personas ocupadas en Iztapalapa. Si bien no es posible determinar el número de personas que se dedican al comercio en vía pública, la información disponible permite inferir, que quienes se dedican a esta actividad en Iztapalapa, responden a una lógica de supervivencia para obtener mayores ingresos económicos o incluso mejores que en otras ocupaciones.

En último lugar, en el nivel educativo, con los datos de 2000, tomando en cuenta que la mayoría de los habitantes de la delegación se ubica en los niveles de primaria y secundaria, las personas ocupadas mantienen esta tendencia pero con porcentajes relativamente más bajos: 26.6% para primaria y 29.7% para secundaria.

La relación entre capital cultural, ocupación e ingresos se observa perfectamente en Iztapalapa, las ocupaciones vinculadas con actividades manuales en la industria, el comercio y los servicios se ubican en los niveles de primaria y secundaria, principalmente los trabajadores domésticos (57.8%), trabajadores agrícolas (45.6%) y vendedores ambulantes (43.1%).

Las personas con secundaria están en las ocupaciones de protección y vigilancia (44.1%), operadores de máquinas (44%) y conductores de transporte (42.4%).

Por su parte en preparatoria destacan las oficinistas (30%) técnicos (26.1%) y los jefes (23.5%). En relación a los vendedores dependientes, ambulantes y trabajadores en servicios personales la representación no es mayor al 20%. En el nivel de carrera técnica y comercial en primer lugar se ubican los técnicos (31.2%), seguidos de las oficinistas (25.5%) y los trabajadores del esparcimiento (11.8%).

En el nivel profesional obviamente destacan los profesionistas (87.5%), seguidos de los funcionarios y directivos (62.1%) y los maestros (65.4%). En el nivel de maestría y doctorado los profesionistas, maestros, así como funcionarios y directivos son los más representativos. Los vendedores dependientes, ambulantes y los trabajadores en servicios personales no registran casos en este nivel.

El campo político en Iztapalapa: elecciones, partidos y ciudadanos

Se considera necesario hacer algunas reflexiones en torno al marco teórico de esta investigación: si bien el análisis de las organizaciones de estudio parte de un enfoque que se concentra en el nivel micro, al tomar en cuenta las relaciones entre líderes y organizaciones, no obstante, la descripción del contexto en el que se desenvuelven éstos y aquellos, no puede eludir las relaciones con el sistema político y cómo éste abre o no —o el grado de apertura— de las oportunidades políticas.

El sistema político se entiende como la forma en que se estructura el Estado, y por tanto, el conjunto de instituciones, partidos políticos y actores que conforman a un gobierno. En esta estructura, ubicamos la distribución del poder político en las diferentes esferas gubernamentales y

entre los diferentes actores políticos; de ahí los vínculos con la sociedad, léase la sociedad civil y los representados, es decir, los gobernados.¹²⁵

Por lo anterior, es pertinente describir, de manera breve, la distribución del poder en la delegación, durante el periodo de estudio, ya que uno de los factores que hacen de Iztapalapa una delegación específica es, justamente, la forma en cómo sus habitantes participan, se organizan, eligen a sus gobernantes y mantienen las relaciones con ellos. En el periodo de estudio de esta investigación (1998-2008) cruzan algunas coyunturas fundamentales para la historia de la participación ciudadana en el Distrito Federal y en el marco del espacio delegacional.

El primer órgano de representación del Distrito Federal surge en 1987 con la Asamblea de Representantes del DF (ARDF), ya como órgano de gobierno con facultades legislativas, ve la luz hasta 1993 y con el nombre de Asamblea Legislativa (ALDF) en 1996. Posteriormente en 1997, se elige al Jefe de Gobierno del Distrito Federal; tres años más tarde, en el 2000, sucedería la elección de jefes delegacionales. La competencia política en el DF, se hacía mucho más compleja e Iztapalapa, adquiriría una mayor importancia por la concentración poblacional y el antecedente del Movimiento Urbano Popular, ya no se trataba solamente de convencer a los ciudadanos para la elección de los representantes en el DF y en el nivel federal, se trataba de ganar el poder de la propia delegación para gobernarla.

Los resultados de las elecciones para la Asamblea del Distrito Federal, evidencian una clara tendencia que poco a poco ha favorecido al Partido de la Revolución Democrática (PRD), el partido considerado de izquierda en el espectro político-electoral del país. Entre 1988 –el primer año de elección de los representantes a la asamblea– y 2010 han pasado 8 procesos electorales. En ese periodo, el PRI fue perdiendo fuerza no sólo en el DF, sino en el país. Como comenta Valdés (2005): “En 1988 los partidos de oposición dejaron en minoría al PRI con el 27.61% de la votación para Presidente de la República y ganaron dos senadurías, 17 de las 40 diputaciones federales y 32 de los puestos en la ARDF” (2005: 238). La segunda fuerza en las diputaciones federales la obtiene el Partido Acción Nacional, ya que el Frente Democrático Nacional que postula a Cuauhtémoc Cárdenas, no logró acuerdos para lanzar candidaturas comunes.

¹²⁵ Al respecto Favela señala: “En primer lugar, la distribución del poder entre las ramas del gobierno determina el ambiente en el que ocurren los movimientos sociales, al definir los derechos de los individuos y los ciudadanos y establecer los procedimientos formales y el alcance de la participación y representación políticas. La estructura del Estado decide la repercusión que tendrá cada institución en el proceso de gobierno y los procedimientos adecuados para que la gente influya en la toma de decisiones. De esta manera, las estructuras institucionales sientan las bases para la acción colectiva que busca tener injerencia en las decisiones políticas.” (Favela, 2002: 95)

Asimismo, en las elecciones locales de 1991 el PRD se ubica como cuarta fuerza electoral frente a al Partido Verde Ecologista Mexicano, el Partido Acción Nacional y el Partido Revolucionario Institucional, pero en 1994, se coloca como tercera fuerza frente al PAN y el PRI. A partir de ese momento el PRD se ubica como primera fuerza, a excepción de las elecciones de 2000, en las que el PAN obtiene un porcentaje relativamente superior, que se explica por el proceso electoral federal y la fuerza que Vicente Fox obtuvo y que lo llevó a ganar la presidencia de la República Mexicana.

En el cuadro siguiente se observan los resultados para la Asamblea de Representantes tanto en el DF como en Iztapalapa, en el periodo 1997-2009 y el rápido crecimiento que adquiere el PRD en detrimento del PRI.

Deben destacarse el papel que han jugado los partidos políticos pequeños, particularmente el Partido del Trabajo (PT) que ha apoyado a Andrés Manuel López Obrador. Para 2009 el PT en el DF obtuvo una votación equivalente al 10.32 % y en Iztapalapa de 20.74%. En ese proceso electoral el PT y otros partidos fueron en alianza con el PRD, si bien los votos obtenidos favorecieron al PRD, por si solos muestran la fuerza política de AMLO en contra de Nueva Izquierda, la corriente que domina al PRD. Otro elemento importante es los habitantes de Iztapalapa, en relación con el DF, tienden a votar más por el PRD con resultados que van entre los dos y hasta diez puntos porcentuales de diferencia.

Cuadro 21 Resultados de las elecciones para la Asamblea del Distrito Federal, 1991-2009

	PAN		PRI-OTROS		PRD-OTROS		OTROS*	
	DF	IZT	DF	IZT	DF	IZT	DF	IZT
1991	19.66	15.92	45.66	46.73	12.04	13.09	22.64	23.46
1994	27.01	24.36	40.54	42.23	21.15	22.33	11.29	11.08
1997	18.06	12.93	23.58	25.21	45.22	49.47	13.14	12.4
2000	35.02	29.62	22.51	23.03	31.43	36.32	10.24	10.72
2003	25.04	18.51	11.5	10.29	43.28	50.10	20.18	21.1
2006	24.98	18.37	12.76	11.76	49.92	57.06	10.59	10.88
2009	19.74	11.86	15.99	13.37	25.65	25.22	27.93	39.72

Fuente: 1997-2003 (Valdés, 2005) y para 2006-2009, elaboración propia con datos del Instituto Electoral del DF.

Respecto a las elecciones para Jefe de Gobierno, en el mismo sentido que las elecciones de representantes a la Asamblea, en los tres procesos electorales el PRD ha ganado con un amplio margen, a excepción del 2000, año en donde el PAN logró posicionarse como segunda fuerza en el Distrito Federal.

Cuadro 22 Resultados de las elecciones para Jefe de Gobierno en el Distrito Federal, 1997-2006

	PAN		PRI-OTROS		PRD-OTROS		OTROS	
	DF	IZT	DF	IZT	DF	IZT	DF	IZT
1997	15.58	11.65	25.59	26.51	48.11	51.48	0	0
2000	33.42	28.56	22.83	23.05	38.32	42.73	3.65	3.56
2006	27.56	23.67	21.59	19.07	46.37	52.12	3.34	3.49

Fuente: 1997-2003 (Valdés, 2005) y para 2006-2009, elaboración propia con datos del Instituto Electoral del DF.

A partir de 1997, Iztapalapa ha sido administrada y gobernada por militantes del PRD. De 1997 a 2000 se sucedieron, las administraciones delegacionales de Elio Villaseñor (1997-1999) y Ramón Sosamontes (1999-2000). Elio Villaseñor, es el primer delegado de la demarcación, en el primer gobierno del PRD del DF y a decir de Granados Chapa, definiría la correlación de fuerzas en la delegación:

La presencia de fuerzas que configurarían el PRD después de 1989 se hizo notoria en colonias de Iztapalapa como San Miguel Teotongo, un enclave donde en los años setenta se generó el movimiento urbano popular. No fue por eso casual que el primer delegado de un Gobierno perredista, el del ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas, fuera Elio Villaseñor, representante típico de aquel movimiento (a través del Equipo Pueblo). (Granados, 2009)

El segundo delegado, Ramón Sosamontes, fue uno de los fundadores del PRD, quien sustituyó en el cargo a Villaseñor, debido las acusaciones que éste recibió por uso indebido de recursos públicos. La denuncia en contra de Villaseñor, fortaleció a la corriente de Nueva Izquierda (NI)¹²⁶ que gobernó a la delegación de 2000 a 2009, a través del grupo de René Arce Islas.

En 2000, los habitantes del Distrito Federal obtuvieron el derecho de elegir a los jefes delegacionales por voto directo y en cuyo cargo duran 3 años. René Arce¹²⁷ (2000-2003), fue

¹²⁶ En la actualidad, (septiembre 2011) NI tiene el poder del partido y controla la mayor parte de los puestos de elección popular del PRD en el DF y en el país. El presidente nacional, Jesús Zambrano forma parte de este grupo, el anterior presidente fue Jesús Ortega, líder principal de esta corriente, de ahí que se les conozca como “Los Chuchos”. Esta corriente, es opositora a Andrés Manuel López Obrador (AMLO) y a Marcelo Ebrard (ME), actual jefe de gobierno del DF, miembro de la corriente Izquierda Social, liderada por Martí Batres, quien fungió, hasta finales de octubre de 2011, como Secretario de Desarrollo Social del DF (<http://www.izquierdasocial.org>).

El lema de NI señala: “Sólo a partir de la vida en democracia y de la institucionalización de la misma es posible garantizar la construcción de una sociedad de derechos. La democracia, desde este punto de vista, va mucho más allá de la mera elección de gobernantes.” (<http://www.nuevaizquierda.org.mx/>, 2010).

Nueva Izquierda se ha caracterizado por promover las alianzas entre partidos, como la estrategia política para obtener puestos de elección popular, particularmente con el Partido Acción Nacional (de derecha, en el esquema de partidos en México).

¹²⁷ Su nombre verdadero es Oscar Nahúm Círiga Vázquez. El cambio de nombre tiene dos versiones: la primera por su participación como guerrillero en los años setenta y haber logrado una amnistía del gobierno mexicano y la

secretario general del PRD en el DF en 1996 e inaugura esta etapa en Iztapalapa. Algunos analistas políticos y periodistas consideran a este político como el verdadero líder del PRD particularmente en el DF, así como de Nueva Izquierda, además es la fuerza opositora más fuerte de Andrés Manuel López Obrador y Marcelo Ebrard (Riva Palacio, 2007; Granados Chapa, 2009). Arce fue miembro de la Liga 23 de Septiembre, grupo guerrillero en México de la década de los setenta, y se le ha vinculado como dirigente del Ejército Popular Revolucionario (EPR), grupo armado del estado de Guerrero y Michoacán, que sale a la luz pública en 1996. (Hernández, 2007).

Posteriormente el segundo jefe delegacional sería el hermano de René Arce, Víctor Hugo Círigo (2003-2005), también con experiencia guerrillera, y quien fuera presidente del PRD en el DF y en Iztapalapa. A finales de 2005 solicita una licencia para dejar el cargo y contender por una diputación local en el proceso electoral de 2006; en sustitución queda Ricardo Evia Ramírez (2005-2006) quien se desempeñaba como Director General Jurídico y de Gobierno. (Notimex, 2006; Romero y Llanos, 2006).¹²⁸

De 2006 a 2009, Horacio Martínez Meza es el Jefe Delegacional, pero igualmente no concluye el cargo por contender para una diputación local en el proceso electoral de 2009 y en sustitución queda Longinos García Ríos (Torres, 2009). Actualmente la delegada política de Iztapalapa es Clara Brugada, quien pertenece a la corriente de Izquierda Unida.

La llegada de Clara Brugada¹²⁹ a la jefatura delegacional fue parte de un proceso político en el que se conjugaron las distintas fuerzas políticas del PRD que actúan en Iztapalapa. El proceso para la elección de candidatos electorales a la delegación en marzo de 2009, le dio el triunfo frente a su contrincante, Silvia Oliva Fragoso, ex esposa de René Arce y por tanto, miembro de Nueva Izquierda, con una diferencia de 5,330 votos.

Brugada contaba con sus propios aliados en las organizaciones sociales de la delegación y el apoyo de AMLO y Ebrard. Oliva impugnó el proceso electoral ante las instancias locales pero no logró revertir el resultado, fue el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, quien

segunda, por su presunta participación en un fraude al Sindicato de Trabajadores de Aeroméxico del que era miembro. (Hernández, 2007)

¹²⁸ Cabe destacar que René Arce y Víctor Hugo Círigo renuncian al PRD en diciembre de 2009. Actualmente René Arce es senador por el Distrito Federal, cargo que concluye en 2012, pero aún aparece como miembro de la bancada del PRD. Por su parte Víctor Hugo Círigo es diputado por el Distrito Federal del Partido Convergencia.

¹²⁹ Su carrera política inicia en Iztapalapa, de donde es originaria participando en el Movimiento Urbano Popular, del que fue coordinadora nacional, y junto con Villaseñor, formó parte de la organización Equipo Pueblo, A.C.

le otorgó el triunfo. Lo anterior generó uno de los procesos más singulares en las elecciones del Distrito Federal (TEPJF): la resolución llegó muy tarde y las boletas ya estaba impresas.

En una rápida negociación con el Partido del Trabajo (PT), articulada por AMLO, se decide que el PT acepte a Clara Brugada como candidata, cuando su candidato oficial e impreso en las boletas era Rafael Acosta, mejor conocido como “Juanito”. Una vez culminado el proceso electoral y con el triunfo de ella, “Juanito” renunciaría y dejaría el puesto. A partir de las boletas electorales, para la ciudadanía iztapalapense, el proceso significa que votar por el PRD y Brugada era votar por Oliva, mientras que votar por el PT y “Juanito” sería un voto por aquella.

Lo obvio era que en la confusión, los ciudadanos votarían el 5 de julio por el personaje que aparecía en la boleta, sin embargo, el PRD obtiene 127, 846 votos o el 22.1 %, un porcentaje incluso menor que en el DF y que respecto a las elecciones de 2006 significó un retroceso casi del 40 %.

Mientras tanto, el PT obtuvo 180,387 (31.2 %), un crecimiento sin precedentes que sólo puede entenderse por la acción colectiva organizada que AMLO y los grupos de apoyo a Brugada realizaron desde el 19 de junio, ya que anteriormente a 2009, el PT había obtenido una votación no mayor al 5 %.

Cuadro 23 Resultados de las elecciones para jefes delegacionales, 2000-2009

	PAN		PRI-OTROS		PRD-OTROS		PT*		OTROS	
	DF	IZT	DF	IZT	DF	IZT	DF	IZT	DF	IZT
2000	33.15	27.15	23.28	23.49	37.61	45.1	1.71	4.20	4.22	4.27
2003	24.69	17.37	11.21	9.35	46.87	55.79	1.31	1.29	13.60	17.56
2006	26.15	18.2	12.80	11.49	52.00	60.54	0	0	7.39	7.87
2009	20.70	11.29	15.34	12.69	29.52	22.10	11.23	31.18	13.14	13.30

Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Electoral del Distrito Federal. *PT en 2006 fue en alianza con el PRD y Convergencia.

Finalmente, casi 6 meses después de las elecciones, el 12 de diciembre de 2009, Brugada llega a la jefatura delegacional, pero nuevamente a través de la negociación, de AMLO, la Asamblea Legislativa y Marcelo Ebrard ya que Juanito no tenía intención de renunciar a su puesto como jefe delegacional de Iztapalapa¹³⁰. (Pantoja, 2009)

¹³⁰ “Y mientras ella agradecía al mandatario local, quien dijo ‘se ganó el corazón de los iztapalapenses’, la gente comenzó a gritar “Obrador, Obrador”. Ella pasó saliva y tuvo que decir: “Sí, aquí hay dos estrellas, dos gigantes que nos acompañan en esta lucha: Andrés Manuel López Obrador y Marcelo Ebrard”. (Pantoja, 2009) En referencia al acto de toma de protesta como jefa delegacional de Iztapalapa, el 15 de diciembre de 2009, en donde estuvieron también: funcionarios cercanos a Ebrard como Martí Batres, Secretario de Desarrollo Social, Manuel Oropeza, presidente del PRD y Jesús Valencia, secretario general del partido, ambos en el DF.

En todo este proceso, uno de los grupos de mayor apoyo a Brugada y a AMLO han sido las organizaciones de comerciantes en vía pública. Vale la pena mencionar aquí que sólo el apoyo de las organizaciones de tianguistas y de sus miembros en la delegación, representan más de 70 mil oferentes¹³¹. Uno de los temas de la agenda de gobierno de Iztapalapa, además de la participación ciudadana y el presupuesto participativo es la política pública destinada al mejoramiento de las condiciones de trabajo de las diferentes modalidades de comercio en vía pública: tianguis, concentraciones y mercados sobre ruedas, así mismo, la prohibición para instalar tiendas de conveniencia o mini supers cercanos a los tianguis y el compromiso para construir un centro de estudios sobre el comercio en vía pública.

3.2. El comercio en vía pública de Iztapalapa: características, administración, organizaciones y liderazgos.

Una vez descritas las principales características sociodemográficas, económicas y políticas de la delegación, el siguiente paso es analizar el estado de la acción colectiva organizada del comercio en vía pública de Iztapalapa.

Se ha señalado que Iztapalapa tiene un alto grado de organización social y política, esta organización se entiende como un proceso de interacción entre los campos político y económico: los ciudadanos que articulan demandas, entorno a problemas comunes, tales como: la vivienda, el desabasto de agua, la inseguridad y el uso y distribución del espacio público.

En este sentido, las características socioeconómicas y políticas de la delegación han propiciado las posibilidades de un *habitus* organizativo que, como se señaló en el apartado teórico, implica comprender que la lógica de la práctica de los agentes, se basa en un aprendizaje cotidiano. Este aprendizaje puede traducirse en esta experiencia de vida en gestionar servicios públicos y luchar por mantenerse en la vía pública. En tanto *habitus*, el comercio en vía pública y la constante organización para gestionar las demandas de los iztapalapenses, reflejan historias de vida que, a su vez, expresan el juego la estructura del espacio social, de sus condiciones específicas, es decir, las prácticas, los grupos, las organizaciones, los campos sociales.

La acción colectiva construye el juego entre racionalidad, restricción y contingencia que se establece entre quienes concentran el poder y quienes no lo tienen, pero desean alcanzarlo: los funcionarios delegacionales que jurídicamente tienen el monopolio del espacio público, los

¹³¹ Con datos proporcionados por la Coordinación de Mercados y Vía Pública de Iztapalapa, actualizados a 2010.

líderes de las organizaciones como intermediarios entre funcionarios y ciudadanos y los ciudadanos, como vecinos, como comerciantes en vía pública que requieren un lugar en el espacio público, y para ellos recurren al líder, aunque este reconoce que su papel depende del poder que ejerce sobre los miembros de su organización y también del poder para negociar con los funcionarios.

Dimensión cuantitativa del comercio en vía pública: tianguis, oferentes y ubicaciones

En cuanto a las formas de comercio en vía pública que existen en Iztapalapa, la delegación se caracteriza no por el número de ambulantes, sino por la concentración de canales de abasto y distribución de artículos de primera necesidad, en primer lugar los tianguis, seguidos de las concentraciones, mercados públicos y mercados sobre ruedas. Los tianguis en Iztapalapa son los canales de abasto con mayor nivel de organización y poder para la acción colectiva organizada en la delegación.

Con los datos del directorio elaborado en 2006 y publicado en 2007, por la Dirección General de Abasto Comercio y Distribución (DGACD), Iztapalapa concentraba un total de 186 ubicaciones /tianguis por semana, que significaban 39,502 oferentes o personas por puestos y 34 organizaciones. En 2009, la DGACD, actualizó los datos de 2007 y registró 231 ubicaciones y 40,174 oferentes, con el mismo universo de organizaciones, casi todas bajo la figura de asociación civil.

En ese mismo año, recién inaugurada la administración de Clara Brugada, se puso como tema prioritario de su agenda de gobierno, el fortalecimiento de los canales de abasto popular, así como el mejoramiento y dignificación de las condiciones de trabajo de todos aquellos dedicados a algún tipo de comercio en vía pública. Para ello, la Coordinación de Mercados y Vía Pública (CMVP) de la propia delegación, a través de la Jefatura de Tianguis y Mercados elaboraron un nuevo censo que para febrero 2010, mostró la existencia de 317 tianguis y 6 mercados sobre ruedas¹³², haciendo un total de 323 ubicaciones y 73,435 oferentes.

¹³² Cabe recordar que el *mercado sobre ruedas* se define como una organización de comerciantes registrados ante la Secretaría de Economía y que se instalan en varios puntos de la ciudad para ejercer el comercio en forma itinerante en las áreas asignadas y autorizadas, con ubicaciones diferentes cada día y en rutas propuestas (DGACD, 2006a) de tal manera que funcionan como tianguis.

Gráfico 3 Número de tianguis en Iztapalapa, 2006-2010

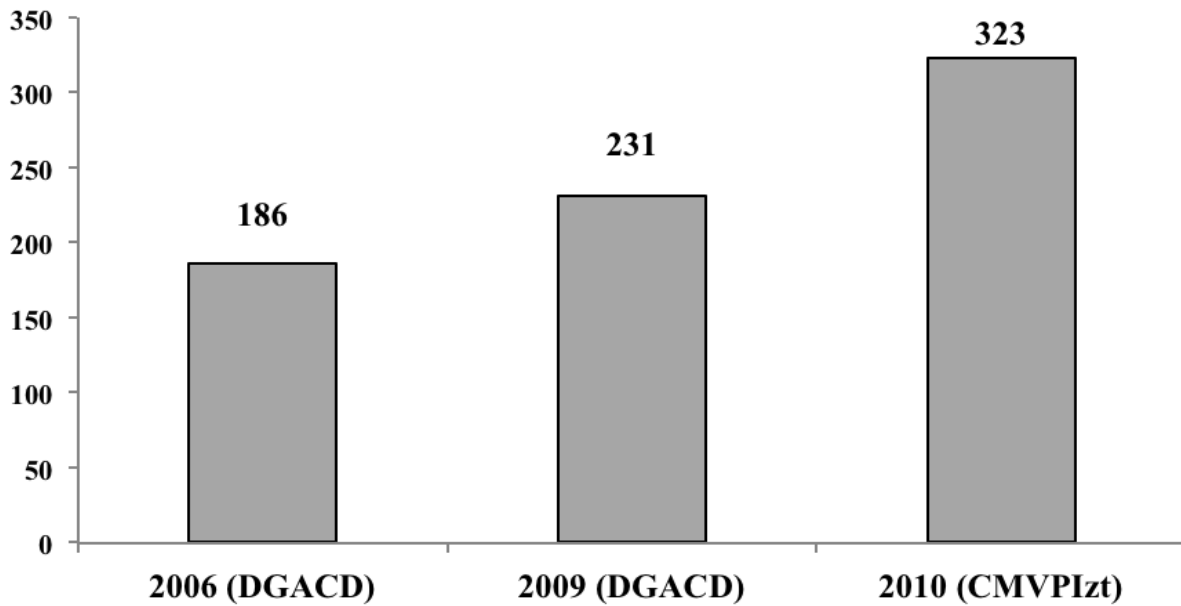
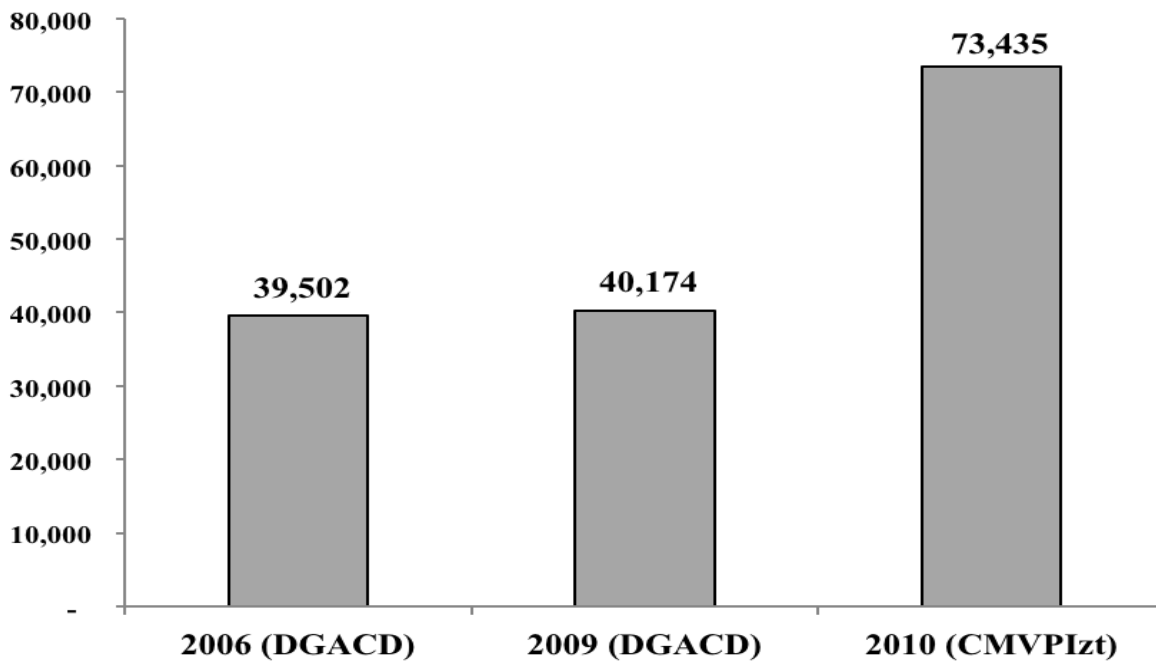


Gráfico 4 Número de oferentes en tianguis en Iztapalapa, 2006-2010



La discrepancia en los datos puede explicarse, entre otros factores, a la forma en cómo se levanta la información, la relación con los líderes para reportar o no el crecimiento de los

agremiados en cada organización¹³³, los periodos de actualización de datos, por parte de cada organización, pero también a las prioridades de la agenda de gobierno central (DF) y local (delegacional).

En comunicaciones verbales con un ex funcionario de la Dirección General de Abasto Comercio y Distribución, en el periodo de 1997 a 2006, comentaba que la política pública para los canales de abasto del DF, fue una prioridad para el gobierno del DF, especialmente entre los gobiernos de Cuauhtémoc Cárdenas (1997-2000) y Andrés Manuel López Obrador (2000-2006), ya que los comerciantes representaban una importante clientela política, tanto a nivel DF como en el espacio delegacional (Comunicaciones verbales con ex funcionario de la DGACD, agosto-noviembre 2008)

Sin embargo, después de la jefatura de gobierno de Andrés Manuel López Obrador, las prioridades de la agenda cambiaron¹³⁴ y particularmente porque la jefatura de gobierno de Marcelo Ebrard (2006-2012) se propuso y logra, la reubicación de los comerciantes ambulantes del perímetro A, del Centro Histórico de la Ciudad de México. Además interviene la elección de jefes delegacionales en 2000 y con ella la desconcentración de algunas funciones de la DGACD, se encomendaron a las administraciones de las delegaciones, por lo tanto, la información de la DGACD se actualiza a partir de la información que reciben de las delegaciones, que a su vez se concentra en el Sistema de Comercio en Vía Pública (SisCoVip)¹³⁵ de la Subsecretaría de Programas Delegacionales y Reordenamiento de Vía Pública de la Secretaría de Gobierno del DF.

¹³³ La forma en cómo los funcionarios levantan la información, se hace con base en los datos que reportan los líderes de las organizaciones, a quienes constantemente se les pide la actualización de sus agremiados, así como en visitas a campo en donde los funcionarios, cuentan puesto por puesto y preguntan a los dueños o encargados de cada uno de éstos. (Con información de comunicaciones verbales con un ex funcionario de la DGACD, entre agosto y noviembre de 2008 y en entrevista a María Magdalena García González, JUD de Mercados y Tianguis de la delegación de Iztapalapa, 18 de mayo de 2010)

¹³⁴ Sólo para recordar que en 2007, el jefe de gobierno Marcelo Ebrard Casaubón, (2006-2012), presenta otro Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública en julio de 2007 y el Acuerdo mediante el cual se da a conocer el Programa de Apoyo para la Reubicación del Comercio Popular del Centro Histórico de la ciudad de México. (Ramírez, Bertha, 2007; *Gaceta Oficial*, 16 de octubre de 2007; Subsecretaría de Programas Delegacionales y Reordenamiento de Vía Pública, 2007).

¹³⁵ En la página electrónica se define como: la herramienta informática utilizada por los Órganos Político-Administrativos, para que las autoridades delegacionales consignen el padrón de comerciantes autorizados en cada demarcación, así como la información sobre las condiciones de operación permitidas y el registro del cumplimiento de sus obligaciones fiscales. Véase <http://www.dgpdyrvp.df.gob.mx/prog/sisco.php>. Sin embargo la información de este sistema no es accesible al público y el ciudadano debe solicitarla directamente a la delegación política.

Para el caso específico de Iztapalapa, la JUD de Mercados y Tianguis de la delegación explicaba cómo se levantó la información de los tianguistas, con el conteo puesto por puesto con el dueño o el encargado. Para el análisis se tomó en cuenta la información previamente registrada, que cada organización de comerciantes debe llevar a la delegación, con el objetivo de comparar el número de ubicaciones y oferentes autorizados con la realidad:

Periódicamente tenemos nosotros la obligación de tener actualizados todos los padrones de tianguis y en algunos casos, la información que tenemos, nos la proporcionan los propios líderes. Constantemente estamos enviando oficios para tener actualizados los padrones de oferentes de los tianguis que ellos manejan, y además el trabajo de campo que nosotros hacemos.

Hacemos supervisiones y vamos contando físicamente, no nos detenemos en el asunto del nombre del oferente, los metros; en algunas ocasiones si podemos ir checando el metraje, pero es muy difícil porque cuando haces ese trabajo es el día que está funcionando el tianguis, entonces entre la cantidad de gente que va a comprar y la forma en cómo se instalan los tianguis es difícil, entonces nada más hacemos el conteo físico y nos detenemos cuando ya es muy evidente que el puesto que estamos chocando pues está sobredimensionado. ((Entrevista a JUD de Mercados y Tianguis, 18 de mayo de 2010)

De lo anterior, por ejemplo, resultó que de los 323 tianguis, sólo el 31% (100 tianguis) contaban con permiso para instalarse, todos los demás, forman parte de la realidad cotidiana de Iztapalapa, sin que la delegación cuente con los medios necesarios (infraestructura y de recursos humanos) para regular o sancionar a las organizaciones que generan el crecimiento de los comerciantes en vía pública.

Cuadro 24 Ubicaciones de tianguistas con permiso y sin permiso en Iztapalapa, 2010

Día	Núm. de puntos de venta /ubicaciones	Con permiso	Sin permiso
Lunes	36	7	29
Martes	47	10	37
Miércoles	48	13	35
Jueves	48	19	29
Viernes	35	14	21
Sábado	52	19	33
Domingo	57	18	39
Total	323	100	223

Fuente: Coordinación de Mercados y Vía Pública, Delegación Iztapalapa, febrero, 2010.

Lo anterior nos muestra un alto grado de ineficiencia para la aplicación del marco jurídico del comercio en vía pública y de manera especial, respecto a los canales de abasto que, como

señalamos en el primer capítulo, son la parte más formalizada del ejercicio del comercio en las calles de la ciudad.

Al respecto la JUD de Mercados y Tianguis de la delegación compara su experiencia como subdirectora de gobierno en la delegación Venustiano Carranza, que a su vez se encargaba de la jefatura de vía pública, mercados y giros mercantiles y explica que a diferencia de Iztapalapa, en Venustiano Carranza el problema del comercio en vía pública era el ambulante, no obstante la ubicación de los ambulantes estaba muy focalizada, por tanto era más fácil atender los conflictos y las relaciones con los líderes. Mientras que en Iztapalapa, la ausencia de la aplicación del marco jurídico que ha generado un crecimiento sin control de los tianguis, hace que se desborde el trabajo con los líderes y que “todo se convierta en un problema”. Asimismo,

En Venustiano Carranza el nivel es distinto en cuanto a la organización, en cuanto a los liderazgos, allá están más acostumbrados a estar en orden con la autoridad, lo que no sucede aquí en Iztapalapa, aquí en Iztapalapa para que respeten a la autoridad tienes que entrar con mano dura, implementar operativos fuertes para que sepan que va en serio el asunto. (Entrevista a JUD de Mercados y Tianguis, 18 de mayo de 2010)

El rasgo distintivo de la administración y organización de los tianguis, es justamente la acción colectiva organizada que, como veremos en el siguiente apartado, dota de un enorme poder de negociación y, por tanto, de independencia a los líderes, frente a los funcionarios encargados de su regulación, el poder del número, dota a los líderes de un alto grado de monopolio en el uso y distribución del espacio público, los convierte en intermediarios y a sus agremiados en agentes políticos, que ningún gobierno, central y delegacional puede desestimar.

Además a los agremiados de las organizaciones les brinda una relativa estabilidad en su ocupación, pero también la facilidad de entrada y salida del grupo y particularmente las características sociopolíticas de Iztapalapa, hacen que las oportunidades políticas sean mayores para los líderes y las organizaciones.

Líderes y organizaciones de comerciantes en vía pública en Iztapalapa

Una de las premisas de esta investigación afirma que la disputa por el espacio público tiene múltiples actores que transitan entre los campos político y económico: los funcionarios y representantes de gobierno del DF y de Iztapalapa, como los responsables de que el marco jurídico se realice, los partidos políticos quienes se disputan, tanto el espacio físico como los

agentes que lo componen para obtener, conservar y en su caso acrecentar el poder político de la delegación, los tianguistas, sus organizaciones y sus líderes.

La lógica de acción de las organizaciones, a través de las interacciones entre líderes y miembros es un juego en el que las estrategias de los agentes, no necesariamente están calculadas, y tampoco necesariamente se construyen al calor de la situación, la mayoría de las veces hay una serie de disposiciones para pensar, actuar producto del aprendizaje que han adquirido a lo largo de sus vidas para comprender y adaptarse al campo de juego del comercio en los tianguis.

En el caso de Iztapalapa, esta situación resulta evidente por el número de organizaciones que existen y el número de oferentes que componen el universo de tianguistas, quienes en su mayoría se han dedicado durante toda su vida a esta ocupación. Los agentes, tanto los líderes de organizaciones como sus agremiados buscan adaptarse a las condiciones estructurales –entre ellas a las condiciones políticas– con los capitales que cada agente posee: el líder y su experiencia sobre las condiciones de la actividad, el monopolio que ejerce sobre el uso y distribución del espacio (público) y su relación (de negociación y conflicto) con los actores políticos.

Por otra parte, los comerciantes –en primer lugar los nuevos que buscan trabajar en la calle y, en segundo, los “viejos”– deben cumplir con ciertas reglas dentro de las organizaciones, si quieren permanecer en la actividad.

La actuación del líder es fundamental: tanto la estabilidad de la organización como la permanencia en la vía pública dependen en buena medida, de sus relaciones con los agentes que conforman el campo político y el campo económico. En este contexto se establecen prácticas sociales entre agentes con diferentes posiciones de poder: los líderes y las autoridades de gobierno, los líderes y los asociados, así como las interacciones entre diversas organizaciones con sus líderes.

Desde el vínculo entre líderes y asociados, los segundos, funcionan como agentes legitimadores de las decisiones y acciones del líder, en tanto él demuestre su eficacia en el logro de los objetivos de la organización: la permanencia en el espacio público y la ausencia de conflictos, entre los propios comerciantes y con los demás agentes.

Sin embargo, la autoridad, la legitimidad y la eficacia del líder, no necesariamente implican la obediencia de los asociados, sino una capacidad estratégica de éstos para interpretar las acciones y comportamientos del líder y así adaptarse a la lógica de funcionamiento del

comercio en vía pública: líderes y asociados son agentes capaces de interpretar la realidad en la que viven, adaptarse a ella y transformarla en su propio beneficio:

De las 34 organizaciones que registra el Directorio de Tianguis del Gobierno del Distrito Federal (2009) sólo una de ellas, la Federación Nacional de Comerciantes e Industriales en Pequeño, A.C. controla el 39.8 % del total de oferentes que trabajan en toda la semana, además esta organización trabaja sólo en la delegación de Iztapalapa. En conjunto, cuatro organizaciones controlan el 61.6% de los oferentes: la Federación Nacional de Comerciantes e Industriales en Pequeño, A.C, la Unión de Comerciantes Semifijos "Lic. Adolfo López Mateos, A.C.", la Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas del "5 de Mayo", A.C. y la Unión de Comerciantes "Mártires de Río Blanco", A.C.

En relación con las ubicaciones, que implican el control del espacio público, también cuatro organizaciones tienen más de 10 ubicaciones y representan el 42.5% del total de ellas: la Federación Nacional de Comerciantes e Industriales en Pequeño, A.C., la Unión de Comerciantes "Mártires de Río Blanco", A.C., la Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas del "5 de Mayo", A.C. y la Unión Progresista de Trabajadores Desplazados o Incapacitados de México, A.C.

Cuadro 25 Organizaciones y representantes de tianguistas con presencia en Iztapalapa, 2009

Organización	Líder	Ub.	Of.
Federación Nacional de Comerciantes e Industriales en Pequeño, A.C.	Felipe Serralde Xolalpa	31	15,716
Unión de Comerciantes Semifijos "Lic. Adolfo López Mateos", A.C.	Juan Flores Flores	10	3,352
Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas del "5 de mayo" A.C.	Francisco Breña Reyes	15	2,642
Unión de Comerciantes "Mártires de Río Blanco"	Félix Hernández Bautista	23	2,608
Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas "Mártires del 1° de Agosto de 1924"	Fernando Sánchez Suárez /Guillermo Sánchez Gómez /Marcos Rodríguez García	16	2,548
Unión de Comerciantes Ambulantes del Valle de Anáhuac, A.C.	Manuel Alquicira George	13	1,655
Unión de Tianguistas Locatarios de la Explanada del Mercado de San Lorenzo Tezonco	Cipriano Abundez Luquin	14	1,329
Movimiento Revolucionario de Integración Nacional, A.C.	Fernando Sánchez Ramírez/ Enrique Martínez Villafranca	6	1,323
Unión de Comerciantes Móviles de Tianguis Populares, A.C.	Luis Álvarez Robles	4	1,126
Unión General de Comerciantes "Niños Héroes de Chapultepec"	Alberto Gómez Duperau/ Remedios Valenzuela	7	778

Unión de Comerciantes de los días de Tianguis en el D.F. y Estados de la República Mexicana, A.C.	Octaviano Camela Coyotl	2	764
Unión de Comerciantes Semifijos de la Colonia Escuadrón 201	Tránsito Ramírez Robledo	7	595
Asociación de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas de Iztapalapa, A.C.	Juan González Urrea	4	548
Unión de Comerciantes de Objetos Varios, Nuevos, Usados y Saldos, A.C.	Salvador León Campos	1	528
Unión General de Comerciantes de los Tianguis, A.C., S.C.	Crescencio Pineda Robles	7	499
Unión de Tianguistas en el Área Metropolitana del D.F. y Estados de la República, A.C.	Juan Luna Morales	7	419
Unión de Comerciantes No Asalariados Don Mele, A.C.	Melecio Ortega Aguilar	5	389
Unión de Comerciantes de la Zona Oriente del D.F., A.C.	Juan Alvarado Cruz	2	380
Unión de Comerciantes en Mercados Populares de la República Mexicana "Lázaro Cárdenas" A.C.	Zeferino Valle Puebla	5	362
Unión de Comerciantes organizados del Centro de Iztapalapa	Rodolfo Ortiz Durán	7	360
Unión de Comerciantes en Pequeño de Baratas Populares y Permanentes A.C.	Francisco Montero Aguilar	4	341
Unión de Comerciantes y Tianguistas en Pequeño del D.F. "Gral. Emiliano Zapata" A.C.	Celedonia Flores de Hernández	5	285
Unión de Comerciantes y Tianguistas No Asalariados en el DF	Néstor García Rivera	2	256
Unión Mexicana de Tianguistas, Semifijos, A.C.	Abel Berriozabal Urquiza	4	244
Unión de Comerciantes y Tianguistas Ambulantes de "Puente Blanco"	José Andrade Arriaga	6	238
Unión Nacional de Comerciantes Abaratadores de Productos Básicos, A.C.	Juan José Huerta Gasca	2	210
Tianguis Dominical del Mercado de Tulyehualco	Martín Nieto García	1	168
Asociación de Comerciantes del Sureste del Distrito Federal, A.C.	Reyes Hernández García	2	122
Unión de Comerciantes Dominicales San Juan Xalpa, A.C.	Luis Mondragón González	2	120
Unión de Comerciantes en Tianguis Populares "Circuito 14B"	Daniel Franco González	1	112
Comerciantes Unidos en Tianguis para Compra y Venta de Objetos Varios Nacionales y de Importación de la República Mexicana	Clara Reyes Cerón	1	107
Unión de Tianguistas y Objetos Varios San José Aculco de México, A.C.	Leónides Hernández Betanzo	1	50
Unión Progresista de Trabajadores Desplazados e Incapacitados de México, A.C.	Cándido Zarco González	14	0
34 organizaciones	38 líderes	231	40,174

Algunas de las organizaciones de tianguistas tienen presencia en otras delegaciones del Distrito Federal. De las 34 organizaciones registradas en Iztapalapa, 10 de ellas operan en 10 delegaciones: Álvaro Obregón, Azcapotzalco, Benito Juárez, Coyoacán, Cuauhtémoc, Gustavo A. Madero, Iztacalco, Miguel Hidalgo, Tlalpan y Venustiano Carranza.

En el cuadro siguiente se muestran dichas organizaciones con el número total de tianguis y oferentes.

Cuadro 26 Organizaciones de tianguistas en Iztapalapa con presencia en otras delegaciones, 2009

Organización	Líder	#L	#U	#O	Delegaciones
Movimiento Revolucionario de Integración Nacional, A.C.	Fernando Sánchez Ramírez	1	9	2,015	G. A. Madero e Iztapalapa
Unión de Comerciantes "Mártires de Río Blanco"	Félix Hernández Bautista	1	25	3,035	Iztapalapa, V. Carranza, Iztacalco
Unión de Comerciantes Ambulantes Tianguistas "Mártires del 1° de Agosto de 1924"	Fernando Sánchez Suárez, Guillermo Sánchez Gómez, Marcos Rodríguez García.	2	19	3,115	Iztapalapa, V. Carranza, Iztacalco
Unión de Comerciantes de los días de Tianguis en el D.F. y Estados de la República Mexicana, A.C.	Octaviano Camela Coyotl, Arturo Camela Bardesi	2	21	4,357	A. Obregón, Cuauhtémoc, G. A. Madero, Iztapalapa, M. Hidalgo, V. Carranza
Unión de Comerciantes en Mercados Populares de la República Mexicana "Lázaro Cárdenas" A.C.	José Luis Martínez Lugo, Zeferino Valle Puebla	2	29	1,982	B. Juárez, Coyoacán, Iztapalapa, Tlalpan
Unión de Comerciantes en Pequeño de Baratas Populares y Permanentes A.C.	Francisco Montero Aguilar	1	18	2,292	Azcapotzalco, B. Juárez, Coyoacán, Iztapalapa, M. Hidalgo, V. Carranza
Unión de Comerciantes y Tianguistas No Asalariados en el D.F.	Néstor García Rivera	1	9	931	Iztacalco, Iztapalapa, Tlalpan, B. Juárez
Unión Mexicana de Tianguistas, Semifijos, A.C.	Abel Berriozabal Urquiza	1	9	1,168	B. Juárez, Iztacalco, Iztapalapa
Unión Progresista de Trabajadores Desplazados e Incapacitados de México, A.C.	Jesús León Chavarría, Cándido Zarco González	2	27	1,341	B. Juárez, Iztacalco, Iztapalapa, M. Hidalgo, Tlalpan
10 organizaciones	Líderes	13	166	20,236	10 delegaciones

Fuente: DGACD (2009) *Directorio de tianguis*. #L= Número de líderes, #U= Número de ubicaciones, #O= Número de Oferentes.

El cuadro anterior nos indica que, si bien, las 10 organizaciones con presencia en otras delegaciones no son las más grandes numéricamente de Iztapalapa, entre ellas concentran el 21.5% de los oferentes en la delegación (8,487 oferentes). Las ubicaciones y oferentes que están en las otras delegaciones significan 11,749 oferentes más, principalmente en Benito Juárez y Gustavo A. Madero. Entre ellos y los que se ubican en Iztapalapa, existen un total de 50,109 oferentes operando los siete días de la semana en 11 delegaciones del Distrito Federal.

Tomando en cuenta que en la actualidad, la delegación Iztapalapa registra un total de 73,345 oferentes, es decir, 54.7% más oferentes que lo registrado en 2009 por la DGACD, la

actual administración ha establecido un proceso de negociación y mesas de diálogo con las organizaciones consideradas como las más representativas, es decir “los más problemáticos” definidos así por el número de oferentes y ubicaciones que controlan, y los “más rijosos” en cuanto al poder político que tienen y la autonomía con la que trabajan.

La JUD de Mercados y Tianguis de Iztapalapa explica cómo distinguen a los líderes y las organizaciones: desde el aspecto cuantitativo “tenemos, problemáticos, de mediano problema, o sea los que están empezando a crecer y es a los que acudimos para detener el crecimiento antes de que se nos desborden; y pues lo que no tienen problema alguno que no implican riesgos.” (Entrevista a JUD de Mercados y Tianguis, 18 de mayo de 2010)

Y desde la perspectiva de los liderazgos existen dos grandes categorías: la primera *los más fuertes* por el número de tianguis que controlan y obviamente del número de oferentes, “ahí tenemos a Felipe Serralde Xolalpa, que es el que controla el tianguis de El Salado y Santa Cruz Meyehualco”¹³⁶ La segunda categoría es la de *los problemáticos* “porque son los que no respetan a la autoridad, ahí tenemos a Francisco Breña, el tiene sus tianguis no son muy grandes en cuanto al número de oferentes, están ubicados en colonias de mediana capacidad económica, la gente que vive en ellos son de más o menos de clase media, pero es de los rijosos [...]”

A partir de esta información, en el siguiente cuadro se muestra a las organizaciones “más representativas” comparando el número de oferentes en 2009 (DGACD) y 2010 (CMVP)

Cuadro 27 Líderes y organizaciones más representativos en Iztapalapa, 2009-2010

Organización	Líder	Oferentes	
		2009	2010
Federación Nacional de Comerciantes e Industriales en Pequeño, A.C.	Felipe Serralde Xolalpa	15,176	18,000
Unión de comerciantes de Fierros Viejos y Objetos Varios de San Lorenzo Tezonco	Jorge Gutiérrez Guzmán	S/D	5,650
Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas "Mártires del 1° de Agosto de 1924"	Marcos Rodríguez García	2,548	5,234
Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas del "5 de Mayo" A.C.	Francisco Breña Reyes	2,642	5,200
Unión de Comerciantes "Mártires de Río Blanco"	Felipe Hernández Bautista	2,608	4,100
Movimiento revolucionario de Integración Nacional. Miembros Fundadores de la C.C.O.P.	Jacinto Mendoza Hernández	S/D	1,371

¹³⁶ Felipe Serralde controla actualmente a un total de 18 mil oferentes, sólo en la delegación de Iztapalapa. Los tianguis de El Salado y Santa Cruz Meyehualco fueron el segundo objetivo de la política de regularización del comercio en vía pública del gobierno de Marcelo Ebrard, ya que se consideran de los más importantes por el tipo de mercancía que manejan (robada, piratería) y son centros de narcomenudeo. (Servín, 2008)

Movimiento Revolucionario de Integración Nacional, A.C.	Enrique Martínez Villafranca	1,323	1,200
Unión de Comerciantes Ambulantes del Valle de Anáhuac, A.C.	Manuel Alquicira George	1,655	1,050
Asociación de Comerciantes en Pequeño, A.C.	Luis Silva Villanueva	S/D	1,000
Unión General de Comerciantes "Niños Héroe de Chapultepec"	Remedios Valenzuela	778	800
Total		28,739	45,615

Fuente: DGACD (2009) *Directorio de tianguis* e información de la Coordinación de Mercados y Vía Pública de Iztapalapa, 2010.

La lógica de la acción colectiva organizada de los tianguistas en Iztapalapa

Sobre la dinámica propia de las organizaciones, los entrevistados y entrevistadas señalan que, un tianguista puede trabajar en diferentes organizaciones. El criterio no es la adhesión a una organización en particular, sino la ubicación geográfica y la propia importancia que pueda tener el tianguis como punto de venta “si la plaza es buena o no”. Esto genera que un comerciante pueda trabajar hasta en siete organizaciones diferentes, es decir, una por cada día de la semana o, en todo caso, formar parte de cierto número de organizaciones y realizar sus actividades en las diferentes ubicaciones de cada una de ellas.

En sentido estricto, la elección para ocupar una plaza, en un tianguis vinculado a una organización en particular, no se basa exclusivamente en los principios u objetivos de las organizaciones, sino en otros criterios, por parte del comerciante, que van desde la cercanía con el domicilio, los contactos que se tienen para ingresar, ya sea con el líder o con otro comerciante, los espacios disponibles en el tianguis, el costo diario de la plaza o la cuota y una evaluación de la clientela que asiste a cada tianguis, por ello, los días más importantes para la venta, generalmente son los sábados y domingos.

Lo que se considera como el líder de la organización es generalmente el fundador de ella, quien registró a la organización como asociación civil y que funciona como representante legal. Debido al número de ubicaciones geográficas de la mayoría de las organizaciones, cada una de ellas funciona a través de la figura de delegados y en algunos casos de subdelegados, quienes se dedican a apoyar a los primeros en el cobro de la cuota o en los problemas cotidianos de la actividad, y en algunos casos, funcionan como acompañantes de los líderes.

El delegado es el que cobra la plaza y el que da los lugares, el que está al frente del tianguis. El es que se encarga de dejar los lugares por la mañana y empezar a cobrar la cuota y si surge algún problema con los vecinos, él está al frente, arriba de él está el líder y el subdelegado lo acompaña como su guarura. El líder no hace nada, ni

siquiera vende, ni siquiera son comerciantes, fueron en algún momento comerciantes pero ya no tienen necesidad. (Juan, tianguista y líder de “Los Dorados”)¹³⁷

Algunos delegados siguen siendo comerciantes como es el caso de Daniel, comerciante y parte del equipo de trabajo de “Los Dorados” quien trabaja como tianguista en la Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas “Mártires del 1° de Agosto de 1924” y es delegado de la organización los lunes. Pero Marcos delegado e hijo del líder de Mártires sólo se dedica a la administración de los tianguis. Entre las funciones de los delegados y subdelegados destacan las siguientes:

Establecer los horarios para la instalación de los puestos

Cada uno de los oferentes debe instalar su puesto a más tardar entre las 9 y las 10 de la mañana. Después de este horario, el delegado y/o subdelegado puede dar el lugar a otra persona que no trabaja regularmente en el tianguis o que no “posee” el puesto.

Una de las dinámicas cotidianas de los tianguis tiene que ver con la distribución de los lugares, aquí se perciben diferencias sociales entre quienes “poseen” o tienen ya una ubicación fija y quienes todos los días deben estar al pendiente de los puestos que no se ocupan por diferentes razones, ya sea por suspensiones ante el incumplimiento de las reglas del tianguis, por llegar tarde, no pagar la cuota diaria o por inasistencia.

El delegado llega generalmente a la hora en que todos los comerciantes ya deben estar instalados, en ese momento, varias personas se reúnen a su alrededor y comienzan a caminar con él, mientras hace el recorrido, en ese momento, el delegado asigna los lugares vacíos.

Quienes poseen el puesto, es decir, tienen una ubicación fija en el día de tianguis, es porque generalmente han comprado el puesto a otros comerciantes. El costo de un puesto también es muy variado, sin que existan datos precisos al respecto. En las entrevistas con algunos comerciantes que trabajan en diversas organizaciones de Iztapalapa, se han mencionado costos que van desde los 2 mil pesos por metro hasta los 30 mil por puesto o incluso más.

todo depende del espacio y del dinero que se mueva en cada tianguis “aquí se mueve dinero, [sobre el tianguis de los viernes en la Colonia Francisco Villa] principalmente por los pescaderos y los que venden pollo y carne, pero no tanto como en otros lugares, por ejemplo en otras colonias el puesto cuesta hasta 30 mil pesos” yo le comento también de los precios que he escuchado del Centro Histórico, es así, es que

¹³⁷ El hecho de que el líder ya no sea comerciante, sucede en la mayoría de las organizaciones aunque en algunas, por ejemplo la Organización Ciudadana Independiente A.C. de la colonia Escuadrón 201, en Iztapalapa, la lideresa no trabaja directamente en el tianguis pero sus hijos venden discos compactos de música.

se mueve muchísimo dinero y por eso cuestan. (Onésimo, tianguista en 4 organizaciones y miembro de “Los Dorados”)

Los otros comerciantes que no tienen una ubicación fija en el tianguis llegan todos los días a esperar un lugar. Los criterios de asignación de los lugares tienen que ver con la antigüedad, es decir, con el tiempo en que han trabajado en ese tianguis, con la constancia y el pago puntual de cuotas, los últimos en recibir un lugar son aquellos que aparecen de vez en cuando y algunos no alcanzarán lugar ese día.

Este punto es muy importante para entender el grado de membresía a las organizaciones, en la mayoría de los casos, el ingreso a un tianguis no está en función del conocimiento que se tiene sobre la organización o sobre los líderes o en todo caso sobre las “prestaciones que puedan recibir”. El ingreso a una organización depende más del propio tianguis, de trabajar en las ubicaciones en las que exista espacio y que el líder lo distribuya, muchas veces los comerciantes no saben cómo se llama la organización, algunos nunca han visto al representante legal, pero sí conocen a los delegados y/o subdelegados.

Cobrar las cuotas por concepto de uso de suelo o “la plaza” que generalmente se cobran por día y en temporada son más altas

Las cuotas son sumamente variadas y están en función del producto o giro que se comercie en el tianguis, de la ubicación geográfica y de la propia organización: los puestos de comida que se preparan en el lugar y que requieren del uso de gas, son los que pagan la cuota más cara, junto con los que venden productos cárnicos y perecederos (pollo, pescado, carne), el monto de la cuota a decir de los delegados y entrevistados puede ir de los 25 a los 60 pesos por día.

Después siguen los que venden frutas, verduras y legumbres y alimentos ya preparados que no requieren del uso de gas, para ellos, las cuotas varía de los 20 a 30 pesos por día. Además para los comerciantes que venden productos perecederos la cuota varía dependiendo del tamaño del puesto.

Quienes venden productos varios tales como películas, música, juegos de video, ropa y accesorios, productos de belleza, electrónicos (teléfonos, pilas, discos compactos, películas etc.), los vendedores de artículos usados (libros, ropa, muebles, etc.) pagan cuotas que van de los 8 ó 10 a 15 pesos.

Revisar que se cumpla con el reglamento de tianguis que establece la delegación y la Dirección de Protección Civil¹³⁸

Los delegados deben supervisar que los tianguistas cumplan con el reglamento de la delegación para operar los tianguis. “son los que están al frente del tianguis, que dan los lugares, ven la cuestión de la organización, la disciplina, etcétera” (Juan, comerciante y líder de organización)

Entre las medidas se establecen los horarios de trabajo (aproximadamente de 7 a 17 hrs.), los materiales del puesto que deben ser de estructuras metálicas que puedan quitarse y ponerse todos los días, tener una lona que cubra el puesto y que generalmente es de un solo color para identificar a la organización a la que pertenece el tianguis.

Los comerciantes de alimentos preparados y para preparar en la vía pública deben observar medidas de higiene, usar bata y cofia, tener cestos de basura adecuados a su actividad, así como vitrinas para la exposición de productos (cárnicos, pescados y mariscos, etc.) Quienes preparan alimentos pueden utilizar un tanque de gas no mayor a 10 kilos y siempre acompañado de un extintor.

Los oferentes no pueden obstruir entradas de casas particulares, escuelas, hospitales, mercados y edificios públicos y además en todo el tianguis deben existir espacios o pasillo para que las personas circulen.

No está permitido que los oferentes tengan aparatos de música con fuentes de poder, amplificadores, bocinas, etc. sin embargo en la práctica cotidiana es muy común que los puestos de música y películas tengan equipos de sonido para mostrar sus productos.

Ningún oferente puede causar daños en inmuebles particulares de la vía pública, áreas verdes, obstruir las vialidades y deben evitar amarrarse de árboles, casas o cualquier otro objeto que no sea del puesto. Asimismo está prohibido colgarse de los postes de luz, de requerir el servicio, debe solicitarse a la dependencia correspondiente. El reglamento también comprende la prohibición para vender artículos de piratería.

En estos dos últimos aspectos, la actuación del delegado y/o subdelegados generalmente son más flexibles, por ejemplo, para el servicio de luz, no necesariamente se promueve que los comerciantes “se cuelguen” de los postes para tener luz en el puesto, se busca conciliar con los vecinos para que les presten el servicio a cambio de una cantidad de dinero.

¹³⁸ Fuentes: *Indicaciones básicas para la operación de tianguis. Iztapalapa: un gobierno de continuidad y resultados* (2006). México, Delegación Iztapalapa, Dirección General de Jurídica y de Gobierno, Dirección de Gobierno, Coordinación de Mercados y Vía Pública. Entrevistas realizadas a Juan líder de

Respecto a los artículos de piratería, a decir de algunos entrevistados, no existe una prohibición real por parte de los delegados, lo que sucede cotidianamente es que en caso de un operativo, los delegados no defienden a los comerciantes que venden dichos productos y permiten que la delegación actúe en su contra. Pero a decir de Juan, comerciante en 5 organizaciones y líder de “Los Dorados” esto es un acuerdo que se establece entre los comerciantes y los delegados. O en todo caso como mencionan los delegados de “Mártires del 1° de Agosto” y la Unión de Comerciantes y Tanguistas del “5 de Mayo”, A.C. se trata de cumplir con la norma, para no tener problemas con la delegación.

Resolver los problemas cotidianos y mantener las relaciones con los vecinos, los clientes y entre los propios tianguistas.

Los delegados también resuelven los problemas propios de la dinámica cotidiana de los tianguis, porque son ellos los que están presentes todos los días, es al que conocen y finalmente es quien soluciona los problemas. Por ejemplo que los comerciantes respeten sus espacios asignados. Es muy común que algunos utilicen más espacio del que tienen para sus puestos y es algo que genera mucha molestia entre los demás.

Los delegados generalmente llaman a los comerciantes a respetar el espacio: “muévete compañero” “respetar el espacio” “recórrete tantito” “no ves que estás tapando al compañero” “ya sabes que te tocan tus dos metros”. Frente a esta queja cotidiana, también está la limpieza del puesto, la seguridad en el tianguis.

La convivencia cotidiana, principalmente entre varones y las fiestas son elementos importantes que mantienen la cohesión en las organizaciones y a decir de algunos entrevistados eso hace a los líderes o delegados más cercanos a los comerciantes. Por lo regular las organizaciones realizan una fiesta al año para celebrar el aniversario de la organización.

Esta fiesta se hace en grandes salones, en donde se contrata a orquestas para bailar, la fiesta corre a cargo de la organización y ya sea que se les pide a los comerciantes la compra del boleto para asistir o se les invita gratuitamente. Además el festejo de aniversario incluye una peregrinación, casi siempre a La Villa.

La convivencia cotidiana también incluye partidos de fútbol, después de la jornada o los domingos en algún campo de la delegación, juego de cartas (aunque está prohibido por el

reglamento de la delegación) y por ejemplo en Mártires del 1° de Agosto, el juego de cartas se sustituyó por el ajedrez.

Sin embargo, la dinámica cotidiana rebasa la capacidad de supervisión y actuación de los líderes, delegados y subdelegados, provocando que la aplicación del marco jurídico sea, en la realidad, generalmente mucho más flexible por lo que las autoridades delegacionales aparecen y aplican operativos para que se cumpla con las reglas del comercio en vía pública. A decir de la JUD de mercados y tianguis:

Nosotros tenemos la responsabilidad de garantizar que la operación en el caso de los mercados y de los tianguis, sea apegado a lo que establecen las normas. La principal demanda que tenemos de los ciudadanos casi a diario, es el horario en que llegan los tianguistas, tiene un horario para poder trabajar que es de 8 de la mañana a 5 de la tarde y pues no, el tianguista no respeta eso y llegan en algunos caso, desde las 5 de la mañana y los vecinos se quejan en ese sentido, ya no tienen tranquilidad.

El otro es la enorme cantidad de basura que se produce en los tianguis es impresionante y a veces son 11, 12 de la noche y todavía no terminan de limpiar las zonas, hay un asunto de falta de cultura y el comerciante en vez de acumular su basura en una bolsita ahí junto al puesto pues no, tiran la basura en el espacio donde están trabajando y al final de la jornada cuando levantan la mercancía y el puesto, quedan los cerros de basura en los lugares donde estuvieron trabajando, y esto pues ocasiona muchos problemas con la gente que vive en los puntos donde ellos se instalan. (Entrevista a JUD de Mercados y Tianguis, 18 de mayo de 2010)

En estos aspectos, así como en la venta de algunos productos, como la piratería, bebidas alcohólicas y el comportamiento de los comerciantes, radica una buena parte de la negociación con las autoridades. La otra parte se centra en el crecimiento del número de comerciantes y por tanto del aumento en el uso del espacio público, ante ello, la estrategia es la negociación con las autoridades delegacionales cada vez que se presenta un operativo o en proporcionar información no actualizada de los agremiados.

Iztapalapa tiene un lugar central en la dinámica política, social y organizativa del Distrito Federal. El análisis de su historia y de cómo se ha estructurado socio-demográficamente, permiten entender la relación que existe entre la delegación y las organizaciones de comerciantes en vía pública, en específico, los tianguis y las concentraciones.

De manera prioritaria, estos dos tipos de canales de abasto, responden a las adaptaciones y relaciones entre diversos campos sociales, es decir, el político, el económico y el del comercio en vía pública, que entre ellos el capital en juego ha sido el espacio público y lo que se deriva de su control: capitales económico, social y político, por mencionar sólo los más relevantes. Lo que representa Iztapalapa, permite entender por qué la mayoría de los líderes de tianguistas han

formado y mantenido un poder que, hasta la fecha, ningún funcionario delegacional puede ignorar, como sucede de manera paralela con los ambulantes del Centro Histórico de la ciudad de México.

Podemos afirmar que en Iztapalapa, los tianguis son estratégicamente relevantes porque suplieron una ausencia para un gran número de colonias marginadas que emergieron en la década de los sesentas y setentas, no sólo como canales de abasto de mercancías de primera necesidad, también como oportunidades de empleo para muchos de los recién llegados a la ciudad de México y a las periferias de la ciudad, como en su momento representó Iztapalapa.

Pese al grado de urbanización, la delegación conserva sus características periféricas: la marginación, la desigualdad en cuanto a la distribución de los servicios, la ausencia de políticas públicas adecuadas a las condiciones y necesidades de la población, la discrecionalidad en la aplicación del marco legal y un alto grado de conflicto político por controlar a sus habitantes y sus organizaciones, estas características han dado poder a muchos líderes, algunos de ellos, los más importantes cuantitativamente hablando, funcionan, no sólo en el control del calle, sino en la definición de políticas públicas para regular el espacio y el comercio en vía pública.

Capítulo 4 Organizaciones y lógicas de acción en el campo del comercio en vía pública en Iztapalapa: la Unión de Comerciantes, Ambulantes y Tianguistas “Mártires del 1° de Agosto de 1924” y la Asociación de Comerciantes para la Romería del Día de Reyes, A.C. “Los Dorados de Villa”

Como dicen una organización ya está organizada, para que no haya personas que no sepan los problemas que pueden ocasionar o que puedan afectar. Uno como dirigente ya sabe cómo debe trabajar, siempre debe haber alguien, uno como dirigente tiene que llevar la batuta, como quien dice: para que estén las cosas bien, para que se trabajen las cosas como debe de ser, como un reloj, en el que cada pieza debe ir en su lugar.

Delegado de la Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas del "5 de Mayo", A.C.)

Teóricamente el habitus genera prácticas o respuestas adaptadas, como resultado del aprendizaje de la cultura y los diferentes campos sociales en los cuales cada uno de los agentes está inmerso. El contacto con la cultura también dota de capacidades y habilidades a los agentes para actuar y organizarse colectivamente, es decir formar grupos, de manera coyuntural o de manera más integrada y permanente y con el objetivo, ya sea de permanecer o incluso competir por el monopolio de los capitales específicos de cada campo. Sin embargo, la forma en cómo cada agente se apropia de los capitales se basa en sus respectivas experiencias y en las distinciones que estas experiencias generan: no todos poseen los mismos capitales, no todos tienen las mismas capacidades ni nacen en las mismas condiciones, cada agente posee habitus diferentes y generalmente desiguales que se construyen a partir de la posición que cada uno ocupa en el campo social.

[...]las probabilidades que un *grupo* puede tener de apropiarse una clase cualquiera de bienes singulares (y que miden las esperanzas matemáticas de acceso) dependen, de una parte, de sus capacidades de apropiación específica, definidas por el capital económico, cultural y social que pueden utilizar para apropiarse material y simbólicamente de los bienes considerados, es decir, de su posición en el espacio social, y de otra parte de la relación entre su distribución en el espacio geográfico y la distribución de bienes singulares en ese espacio[...] (Bourdieu, 1988a: 120)

De esta manera, las posibilidades que tienen los grupos de generar prácticas sociales para organizarse y también movilizarse dependen, por lo menos, de tres elementos básicos: 1) la posesión y distribución de los recursos o capitales, tanto de cada agente como del grupo; 2) la pertinencia de estos capitales en un campo de acción específico, ya que sólo algunos funcionan, dependiendo de qué es lo que está en juego, y 3) las limitaciones estructurales, producto de las

relaciones de poder entre los agentes, y a su vez, también de las luchas por obtener o mantener el fin colectivo que da sentido a la organización, dentro de los diferentes campos sociales.

En el comercio en vía pública los tres elementos anteriores y por tanto, la pugna por el monopolio, mantenimiento y crecimiento del capital específico es una situación evidente. La actividad del comercio callejero genera un habitus particular en donde la calle, en tanto espacio público, es el capital específico en disputa; la posición de los agentes en su uso y distribución establece las jerarquías y distinciones: las autoridades, los líderes, los delegados y los propios comerciantes. Las formas que adquieren los vínculos entre estos agentes definen el tipo de organización y las formas de la acción colectiva, y lo que se considerará como una buena plaza o una buena ubicación en tianguis.

Para observar las posibilidades de la acción colectiva organizada, las relaciones entre líderes y asociados, y de esta forma tratar de responder a las interrogantes planteadas en la introducción y en el primer capítulo: a) ¿cuál es la relación de las organizaciones con su espacio social de acción?, b) ¿cómo se conforman las organizaciones de comerciantes en vía pública?, c) ¿cuál es la estructura de la organización?, d) ¿cuáles son los contenidos de las relaciones entre líderes y miembros de la organización? se ha propuesto el análisis de dos organizaciones de comerciantes en vía pública.

La primera, la Unión de Comerciantes, Ambulantes y Tianguistas “Mártires del 1° de Agosto de 1924” A.C. que es una organización de tianguistas, considerada como la cuarta más representativa en la delegación Iztapalapa y que actualmente cuenta con 3,115 asociados distribuidos en 3 delegaciones del DF. La segunda organización es la Asociación de Comerciantes para la Romería del Día de Reyes, A.C. “Los Dorados de Villa”¹³⁹ que, como su nombre lo indica, trabajan como romería una vez al año durante la noche del 5 al 6 de enero y realizan reuniones bimestrales para tratar asuntos vinculados con la romería y problemas vecinales; en la actualidad cuenta con 450 asociados aproximadamente, la mayoría de ellos son comerciantes en tianguis de la delegación y algunos forman parte de Mártires del 1° de Agosto de 1924¹⁴⁰.

¹³⁹ Nota aclaratoria: aunque más adelante se desarrollará la historia de las organizaciones, es necesario mencionar que el trabajo de campo, que inició en 2008, coincidió con una coyuntura importante en la historia de “Los Dorados de Villa”, que culminó con el registro de la organización como asociación civil con el nombre actual de la organización: Consejo Integral para el Bienestar Social, Los Dorados de Villa, los más leales del General Francisco Villa, A.C.

¹⁴⁰ En adelante, Mártires del 1° de Agosto y Los Dorados.

Para el análisis del desarrollo de las organizaciones, el trabajo de campo consistió en una primera parte en entrevistas a comerciantes tianguistas que trabajaran, en alguna de las dos organizaciones, aunque en la mayoría de los casos, las y los entrevistados estaban relacionados con las dos organizaciones. Una segunda parte fue la realización de entrevistas en profundidad para reconstruir la historia de vida de tres líderes de Los Dorados de Villa: Juan, Alejandro y Daniel. Para el caso del líder de “Mártires del 1° de Agosto”, Marcos Rodríguez, se recurrió a diversas visitas, observaciones y pláticas informales ya que nunca estuvo dispuesto a una entrevista formal.

Para comprender la relación entre el campo del comercio en vía pública, sus organizaciones y el espacio social en donde se desarrollan, es decir, la delegación Iztapalapa y en concreto la colonia Francisco Villa (en donde coinciden las dos organizaciones) se realizaron entrevistas con habitantes fundadores de la colonia, que formaron parte de acciones colectivas para el desarrollo urbano entre 1970 y 1990. Al respecto se entrevistaron, a dos de los líderes de una organización llamada Comité de Colonias Populares de Anáhuac, que en la década de los setentas estuvo involucrada en la gestión de los títulos de propiedad de los terrenos que habían comprado los habitantes, tanto de la colonia Francisco Villa como de otras colonias cercanas. Además formaron parte de la gestión de algunos de los servicios públicos como: drenaje, pavimentación de calles y la construcción de la plaza cívica de la colonia. También se entrevistó a uno de los primeros habitantes de la colonia que participó en el grupo fundador del Frente Popular Francisco Villa.

Uno de los aspectos relevantes que se evidenció en el trabajo de campo, es que varios de los entrevistados que se dedican al comercio en vía pública así como los líderes, tuvieron experiencias anteriores de participación social, política y ciudadana, principalmente los hombres, contaban con experiencias en organizaciones del Movimiento Urbano Popular, en partidos políticos como el Partido de la Revolución Democrática (PRD) y particularmente en las primeras elecciones de comités vecinales realizadas en 1999 (varios de ellos también participaron en la elección de comités ciudadanos de 2010).

Lo anterior ejemplifica una vinculación entre el espacio social en donde se vive y también en donde se trabaja, porque para muchos de los miembros de las dos organizaciones, el espacio es el mismo y por tanto existe un claro efecto de lugar en donde:

Los agentes sociales que se constituyen como tales en y por la relación con un espacio social (o, mejor con determinados campos) y también por las cosas en tanto

los agentes se apropian de ellas, y por ende las constituyen como propiedades, están situados en un lugar del espacio social que puede caracterizarse por su posición relativa con respecto a los otros lugares [...] y por la distancia que los separa de ellos. (Bourdieu, 1999: 120)

Como observaremos en el caso de estudio, las distancias que separan a los agentes en sus diferentes espacios sociales, son extremadamente reducidas. Aunque no es posible generalizar, en el comercio en vía pública es frecuente encontrar esta característica: el espacio delegacional, el espacio barrial, el hogar y el lugar de trabajo se encuentran en las organizaciones de tianguistas de Iztapalapa. En sus agentes hay una mezcla de historias de vida y de luchas colectivas por la apropiación del espacio para vivir, trabajar y participar política y socialmente.¹⁴¹

La selección de los dos casos tuvo como objetivo el análisis de dos proyectos de acción colectiva organizada que, además de que algunos de sus asociados trabajan en las dos organizaciones, comparten las siguientes características:

- a) El espacio social en donde desarrollan sus actividades: la delegación Iztapalapa y la colonia Francisco Villa, espacios que como señalamos anteriormente, también son espacios de vida cotidiana.
- b) En términos de campo, las dos organizaciones forman parte del comercio en vía pública, representando dos tipos de subcampos: el de tianguistas y el de romerías.

Las formas en cómo cada subcampo se vincula tanto con el comercio en vía pública como con el campo político, difieren, sin que se alteren las reglas básicas para ingresar y permanecer en la vía pública.

- c) Un relativo espíritu de cuerpo organizativo, que va más allá de una acción colectiva que sólo agrega estrategias y actos individuales (Bourdieu, 2001a) ya que las organizaciones se mantienen estables en el tiempo, aunque pueden reactivarse o coordinarse coyunturalmente para acciones colectivas concretas. Para el caso de Mártires hay una historia de 25 años y para Los Dorados, 14 años de existencia.
- d) La estructura básica del grupo conformada por un liderazgo y un conjunto de asociados o miembros: para el caso de Mártires de más de 3 mil personas y, para el caso de Los Dorados de 450 integrantes, en donde la mayoría de los agremiados evidencia un habitus de comercio,

¹⁴¹ Son los casos de entrevistados como Juan Saavedra, Eduardo Tlalpan, Leopoldo Colín y Alejandro Balderas, Inés Tavira, han tenido prácticas sociales vinculadas al mejoramiento de sus colonias, algunos actualmente son líderes de organizaciones, otros han tenido experiencias de participación social en el Movimiento Urbano Popular y de participación ciudadana; Inés, por ejemplo logró la pavimentación de su calle, a través de la organización espontánea con sus vecinas y casi todos, se dedican al comercio en vía pública como actividad principal.

porque se han dedicado a ello durante muchos años, algunos durante toda su vida. En esta estructura, el líder y/o los delegados tienen la función de garantizar la existencia del grupo y, por tanto la permanencia en la vía pública para ejercer el comercio. Para ello, los líderes deben ser percibidos como:

la expresión del grupo; por consiguiente, poseer un capital de autoridad delegado por el grupo lo cual supone una circulación circular del capital simbólico: en calidad de depositario de todo el capital de todo el grupo, el delegado, “banquero simbólico”, ostenta un poder simbólico sobre el grupo del que es, propiamente hablando, el *sustituto* y la encarnación. (Bourdieu, 2001a: 47)

- e) La experiencia previa de los líderes como comerciantes en vía pública y el aprendizaje del trabajo en la calle para las reglas del juego de los campos estatal, político y económico. Lo anterior expresa, por una parte, un *habitus* de comerciante, formado a la largo de su vida y, generalmente, producto de la experiencia de los padres como comerciantes y como líderes de organizaciones, como es el caso de Mártires del 1° de Agosto.

Por otra parte, el *habitus* del comercio callejero, se fortalece no sólo por el sentido práctico que permite resolver las cosas en el momento, es decir, por el hecho de vivir de manera cotidiana en y para dicha actividad económica. También por los vínculos que, de manera estratégica, se construyen frente a las necesidades de una actividad en constante conflicto con otros campos sociales.

Como veremos en el desarrollo del capítulo, si bien en las dos organizaciones persiste la estructura básica vertical, en donde la autoridad recae en el o los líderes; los mecanismos de participación, la toma de decisiones, así como el grado de legitimación de la autoridad frente a los asociados son desiguales y, a su vez, reflejan grados distintos de cohesión del grupo.

Frente a estas similitudes, también existen diferencias sustanciales en las organizaciones, entre las más importantes:

- a) El efecto de lugar que genera en líderes y asociados el hecho de ser y vivir en Iztapalapa y la colonia Francisco Villa.
- b) En los objetivos en común y, por tanto, en los proyectos de organización: no sólo por constituir dos tipos de comercio callejero, sino por la concepción de lo que debe ser una organización. Aquí es posible encontrar diferencias en cuanto a la “identidad” frente a la organización, un mayor grado de identidad con el grupo, en el caso de “Los Dorados”, mientras un sentido más racional e instrumental de los asociados y el líder, en “Mártires del 1° de Agosto”.

Aunado a estas diferencias, “Mártires del 1° de Agosto” está dirigida al mantenimiento y estabilidad del espacio público para desarrollar el comercio callejero. En cambio, la organización “Los Dorados de Villa” se ubica como una opción para obtener ingresos del comercio y también para la construcción de un proyecto comunitario en donde sus asociados tienen un arraigo con la historia del espacio social (Iztapalapa y la Colonia Francisco Villa) del cual han formado parte y lo han transformado.

c) En la estructura y aplicación de las reglas del juego: que expresan formas diferentes de interrelación entre líderes y asociados Mártires del 1° de Agosto representa una organización consolidada en el tiempo, con objetivos estratégicamente definidos y que se relacionan directamente con el campo del comercio en vía pública.

Por su parte, Los Dorados de Villa que también presentan cierta estabilidad temporal, tienen objetivos diversos que van más allá del campo del comercio en vía pública, pero esta característica, no les ha permitido su consolidación como grupo, así como la construcción de vínculos fuertes con otros campos.

Si tomamos en cuenta la tipología elaborada por Zarembeg¹⁴² para los comerciantes ambulantes del Centro Histórico de la Ciudad de México, podemos decir que en las organizaciones de esta investigación hay una mezcla de características, por ejemplo Mártires del 1° de Agosto es una organización tradicional, en donde, si bien el líder y los delegados son hombres, existe una combinación de características primordialmente pragmático-instrumentales y, en segundo lugar, proteccionista-paternal¹⁴³

Por su parte, Los Dorados de Villa, se colocaría como una organización con una tendencia más atípica por tener una estructura de liderazgo un poco “más democrática” y por un proyecto organizativo más progresista, que busca extenderse más allá de la cotidianidad del comercio callejero y que, al mismo tiempo, combina características proteccionista-paternal e ideológico-políticas.

d) En las percepciones sobre el significado de una organización y su vivencia cotidiana, tanto de los asociados como de los líderes.

e) Finalmente, las historias de vida de los agentes responsables de la organización y su conformación como líderes ejemplifica decisiones que van desde el sentido práctico al

¹⁴² Cfr. Capítulo 2, Apartado 2.3

¹⁴³ Zarembeg (2010) define a este tipo de organizaciones como proteccionistas-maternal porque en el Centro Histórico, las organizaciones más importantes están lideradas por mujeres. En nuestro caso, los líderes son hombres.

cálculo estratégico, en donde este, por lo menos en los casos de estudio, ha resultado más exitoso.

Para dar respuesta a las interrogantes expuestas anteriormente, este capítulo se estructura en cuatro apartados, el primero describe la posición sociodemográfica de los espacios de acción en donde se desenvuelven las organizaciones. Esta descripción inicia en las unidades territoriales o colonias de Mártires del 1° de Agosto y después de Los Dorados, con la colonia en donde coinciden los dos colectivos. Al respecto nos detenemos con una breve síntesis sobre cómo se formó la colonia Francisco Villa, porque en ello va también un claro efecto de lugar en los agentes organizados.

El segundo apartado abordan los rasgos históricos de Mártires y Los Dorados, en el tercero, la lógica de acción de las organizaciones, señalando sus relaciones con otros campos de acción, pero enfocando el análisis en la dinámica cotidiana que comprende: la estructura, la división de las posiciones al interior, los problemas que enfrentan y la manera de solucionarnos, así como las implicaciones de la jornada de trabajo en cada una de las organizaciones. El análisis de este apartado es resultado de la observación participante que se realizó en el trabajo de campo, así como de las opiniones de miembros de las organizaciones.

Finalmente, en el cuarto se reflexiona en torno a la lógica interna de las organizaciones buscando comparar a Mártires y Los Dorados. En síntesis, se analiza las posiciones al interior del campo y las configuraciones que adquieren dos subcampos en particular: un tianguis con Mártires del 1° de Agosto y una romería con Los Dorados de Villa.

4.1 Los espacios de acción de las organizaciones estudiadas en Iztapalapa

En la misma lógica que se describieron las principales características sociodemográficas y económicas de Iztapalapa, en este apartado se muestran algunas de las características más importantes de las colonias en las que operan las dos organizaciones seleccionadas, con base en la información del Censo de Población y Vivienda de 2000¹⁴⁴. El objetivo es analizar “las relaciones entre las estructuras del espacio social y las del espacio físico” (Bourdieu, 1999: 119) ya que como veremos, los habitantes de muchas colonias de Iztapalapa, entre ellas la colonia Francisco Villa, tuvieron formas muy particulares de apropiación del espacio, en donde la

¹⁴⁴ Los datos censales que se retoman son del Censo General de Población y Vivienda de 2000, ya que hasta el momento la información disponible no está desagregada por colonias.

característica más importante fue la acción colectiva organizada para conseguir un espacio donde habitar y después los servicios públicos básicos (agua, luz, drenaje, etc.)

Asimismo, el capítulo inicia con la descripción de las colonias en donde se ubican los Mártires del 1º de Agosto y Los Dorados, con énfasis en la colonia Francisco Villa en donde coinciden las dos organizaciones.

A partir de la coincidencia espacial se retoma información sobre la historia de la colonia Francisco Villa con los testimonios de algunos de sus habitantes: entrevistados que trabajan en las dos organizaciones de estudio y que han habitado la colonia desde su fundación, así como de dos miembros del Comité de Colonias Proletarias de Anáhuac (CCPCA), organización que se formó en la década de los noventa, con la participación de los vecinos para pugnar por la regularización y obtención de los títulos de propiedad de los terrenos, además de la dotación de los servicios de infraestructura urbana como pavimentación, teléfono, alumbrado y agua.

La importancia de retomar la información que proporcionaron los miembros de la CCPCA fue por el conocimiento que tienen de la historia de la colonia, de sus problemas y de las acciones colectivas que han desarrollado, y también por su cercanía con los líderes de Los Dorados de Villa, con quienes compartieron la experiencia de participación ciudadana en los Comités Vecinales de 1999 y en ocasiones apoyaron en la organización de la romería del Día de Reyes.

En síntesis, la colonia Francisco Villa como espacio social, representa una especie de imbricación histórica de diversos agentes, demandas y formas de acción colectiva para ocupar el espacio público para la vivienda, la participación política y social, y finalmente para el trabajo en el comercio en vía pública, y por ello refleja la complejidad de lo social.

Todo lo anterior dota a la colonia y de una gran riqueza como estudio de caso y para entender la propia historia de Los Dorados de Villa.

Características sociodemográficas de las unidades territoriales y las colonias en donde se ubican las organizaciones

En la introducción de esta investigación, así como en el segundo capítulo se resaltó la importancia cultural de los tianguis, y del comercio callejero en la ciudad de México, que es una actividad que data de tiempos prehispánicos, pero el crecimiento de estos canales de abasto en las zonas periféricas de la ciudad y en los nuevos asentamientos que se formaron en la década de los

sesentas, son producto de una demanda ciudadana, que además de servicios públicos, requería de otro tipo de infraestructura urbana, y del acceso a diferentes tipos de mercancías.

Una de las imágenes que evocan los fundadores de estas colonias es precisamente la escasez de todo tipo de servicios y de las dificultades para comprar productos básicos para el consumo: no existían lugares cercanos en donde comprar productos básicos, y los tianguis suplieron esa escasez. Actualmente podemos encontrar tianguis en todas las colonias de la ciudad de México, todos los días de la semana, pero en los años setenta las condiciones eran diferentes.

Los tianguis nacen a partir de la propia demanda de sus habitantes, ya que no contaban con los canales de abasto y comercialización que existían en otros espacios del Distrito Federal. En este sentido la condición de periferia y marginación, se reproduce también en las formas de abasto, en las estrategias de consumo de los habitantes y en el crecimiento de las organizaciones de tianguistas fomentado por los funcionarios. Así lo explica la JUD de mercados y tianguis de Iztapalapa:¹⁴⁵

En el periodo donde el PRI todavía estaba al frente de la administración, se les ofertaban los espacios a los líderes, les decían “oye mira en tal colonia no hay mercado y la gente necesita surtir su despensa o tener un lugar a donde hacer sus compras” y entonces les entregaban los permisos de operación. Ellos, a veces, no tenían gente con qué implementar el tianguis y muchos de los comerciantes que trabajan en Iztapalapa vienen de otras delegaciones. Sobre todo, por ejemplo, los tianguis y los mercados sobre ruedas, surgieron principalmente en delegaciones como Benito Juárez, en zonas cercanas a Iztapalapa, a muchos de los comerciantes se les invitó a la delegación, así la gente de Iztapalapa fue conociendo qué era un tianguis, qué era un mercado sobre ruedas y dijeron: “pues de que vengan otros a hacer esta actividad, a que seamos nosotros que lo necesitamos”. Así empezaron los vecinos a organizarse en las colonias y vender a las calles, ya después comenzó la organización y control de los líderes. (Entrevista a JUD de Mercados y Tianguis, 18 de mayo de 2010)

Respecto a la organización de Mártires del 1° de Agosto, ésta tiene ubicaciones en tres delegaciones del DF: Iztacalco, Venustiano Carranza e Iztapalapa, en las dos primeras delegaciones las unidades territoriales en donde se ubican los tianguis de esta organización, tienen un grado de marginación medio (COPLADET, 2003).

¹⁴⁵ En la actualidad, y particularmente en Iztapalapa el crecimiento de las llamadas tiendas de conveniencia, de los supermercados administrados por cadenas transnacionales como Cifra-Walmart, Chedraui, Soriana, etc. han afectado relativamente a los tianguis. Más adelante, aunque no es un tema de esta investigación se mencionan algunas acciones que ha realizado Clara Brugada, jefa delegacional del Iztapalapa para el periodo 2009-2012 para frenar el crecimiento de estos supermercados, específicamente el crecimiento de las llamadas *Bodegas Aurrerá Express* y fortalecer a los tianguis, concentraciones y mercados públicos.

En Iztapalapa, Mártires tiene presencia en 14 colonias, que comprenden un total de 203,153 personas (11.5 % de la población total de Iztapalapa), de ellas la mitad tiene un grado de marginación muy alto, tres colonias, alto y el resto, medio.

En el siguiente cuadro se sintetizan algunas características que muestran la situación demográfica y socioeconómica de dichas colonias.

Cuadro 28 Algunas características sociodemográficas y económicas de las colonias en donde opera Mártires del 1° de Agosto, 2000¹⁴⁶

Colonia	Grado de Marginación	Pob.	Población de 18 años y más sin instrucción media superior	% (1)	P.O.	% (1)	P.O. en sector terciario	% (2)	P.O. ingresos hasta 2 s.m.m por trabajo	% (2)
Lomas de la Estancia	Muy alto	16,568	7,589	45.8	6,214	37.5	3,983	64.1	3,917	63.0
San Miguel Teotongo	Muy alto	14,601	7,041	48.2	5,375	36.8	3,187	59.3	3,410	63.4
Ixtlahuacan	Muy alto	14,457	6,618	45.8	5,206	36.0	3,362	64.6	3,240	62.2
Pueblo Sta. Martha Acatitla	Muy alto	12,660	4,901	38.7	4,188	33.1	2,723	65.0	2,450	58.5
Pblo. Sta. Cruz Meyehualco	Muy alto	12,504	5,450	43.6	4,676	37.4	3,174	67.9	2,536	54.2
Santiago Acahualtepec	Muy alto	11,068	4,942	44.7	4,131	37.3	2,631	63.7	2,506	60.7
Francisco Villa	Muy alto	9,926	4,009	40.4	3,859	38.9	2,664	69.0	1,980	51.3
U. H. Ejército Constitucionalista	Alto	19,999	8,212	41.1	7,960	39.8	5,925	74.4	3,570	44.8
Reforma Política	Alto	14,077	5,672	40.3	5,523	39.2	3,980	72.1	2,760	50.0
Las Peñas	Alto	11,510	4,489	39.0	4,594	39.9	3,242	70.6	2,275	49.5
Ejército de Oriente	Medio	21,446	8,931	41.6	8,509	39.7	6,317	74.2	3,872	45.5
Juan Escutia	Medio	20,285	7,465	36.8	8,486	41.8	6,732	79.3	3,667	43.2
Los Ángeles	Medio	14,821	5,787	39.0	6,128	41.3	4,303	70.2	2,719	44.4
Jacarandas	Medio	9,231	3,293	35.7	3,549	38.4	2,573	72.5	1,283	36.2
Total		203,153	84,399		78,398		54,796		40,185	

Fuente: COPLADET (2003) con base en el *Censo de Población y Vivienda 2000*, México, INEGI. (1) Porcentaje respecto a la población total de cada colonia; (2) Porcentaje respecto a la población ocupada total en cada colonia.

Los datos anteriores permiten observar el grado de marginación de las colonias de Iztapalapa en donde operan los tianguis de Mártires del 1° de Agosto. En promedio el 41 % de la

¹⁴⁶ Hasta el momento, los datos del *Censo de Población y Vivienda 2010*, no están disponibles a nivel de colonia, es por esta razón no se presentan los datos actualizados.

población de 18 años y más de las 14 colonias, no tiene educación media superior, el 38 % de su población está ocupada y de ésta, el 69 % se ubica en el sector terciario (comercio y servicios); así mismo, el 52 % de la población ocupada gana hasta dos salarios mínimos mensuales.

La colonia Francisco Villa, espacio de acción de Mártires del 1° de Agosto y Los Dorados de Villa

Como se ha descrito en la introducción, una de las inquietudes de la investigación fue el análisis de los vínculos y sus contenidos no sólo al interior de la organización, también con la estructura social, específicamente el espacio en donde trabajan y habitan los agentes, tomando en cuenta que quienes se dedican al comercio en vía pública pasan la mayor parte del día en esta actividad y muchos de ellos, son habitantes de las colonias en donde se ubican los tianguis, y las romerías, etc.

En el caso de Iztapalapa, y concretamente de una colonia como la Francisco Villa, desde la posición de los comerciantes, el vínculo con la calle no sólo representa la supervivencia cotidiana y el medio para obtener recursos económicos, también es un espacio en donde se construyen las historias de vida de los agentes y, por tanto, se configuran hábitos, es decir, disposiciones y prácticas sociales por el hecho de estar en la vía pública: en la jornada de trabajo, los tianguistas establecen y mantienen redes sociales de familia, de amistad, de pareja, de compadrazgo, o de conflicto político, además, muchos de ellos viven en la delegación y buscan ubicarse en tianguis cercanos a sus hogares, ya que esto les facilita el desempeño de su actividad. De esta forma, se crea un lazo muy estrecho entre el espacio de trabajo y el espacio de la vivienda –el del hogar y el de la familia– y al mismo tiempo las posibilidades para la acción colectiva organizada¹⁴⁷. La cercanía de los espacios vitales y su larga duración, permite un ajuste espontáneo entre el hábito (ser comerciantes y ser de Iztapalapa) y las condiciones sociales (como la inestabilidad y precariedad del comercio callejero).

En todo campo social, como lo plantea teóricamente Pierre Bourdieu, existe una “homogeneización objetiva de los hábitos de grupo o de clase que resulta de la homogeneidad de

¹⁴⁷ En una investigación anterior, sobre las redes sociales de los comerciantes en vía pública se encontró que las y los entrevistados coincidían en definir al comercio en vía pública como “su segunda casa” “su hogar”, “su familia” por el tiempo que pasan en la calle y las relaciones cotidianas que se establecen con los compañeros de trabajo. Cfr. Gómez, 2006.

las condiciones de existencia”¹⁴⁸ (Bourdieu, 1991: 101). Estas condiciones nos refieren a diferentes habitus y posiciones que los agentes sociales juegan, por lo menos en relación a los siguientes elementos y sus combinaciones: 1) ser habitante de Iztapalapa y de la Francisco Villa, 2) formar parte del comercio en vía pública y de los tianguis, 3) la posición que se ocupa dentro del tianguis, ya sea como comerciante, líder, delegado o incluso subdelegado y 4) el sentido y grado de pertenencia a una organización de comerciantes en vía pública.

Los elementos anteriores definen la construcción de un campo social¹⁴⁹ donde un conjunto de agentes, *los tianguistas que trabajan en Iztapalapa y en particular en la colonia Francisco Villa*, generan prácticas, producto de la aplicación de esquemas idénticos, que a su vez simbolizan un estilo de vida (Bourdieu, 1988a: 478). Las posibilidades de existencia de esta homogeneización se genera en el conocimiento sobre la historia y las características del espacio y de sus habitantes que comparten las dos organizaciones: la colonia Francisco Villa.

Con base en el cuadro 28, las características sociodemográficas de la colonia Francisco Villa se ubican cercanamente al promedio de las 14 colonias en donde opera Mártires del 1° de Agosto. Según el Censo General de Población y Vivienda de 2000 la colonia tenía un total de 9,926 habitantes, el 0.6 % de la población de Iztapalapa, con un grado de marginación muy alto.

En términos de capital cultural, de la población de 15 años y más que representa casi el 70 % de la población total (6,914 personas), sólo el 18.5 % tenía primaria completa y el 21.9 % secundaria completa. De las personas con 18 años y más (6,392 personas) el 24.5 % reportó tener educación media superior y el 12.3% estudios superiores. Asimismo, el 53.5 % de la población, no es derechohabiente a servicios de salud (COPLADET, 2003).

Asimismo, el 38.9 % de la población total en la colonia estaba ocupada. De ella, el 69 % trabajaba en comercio y servicios y el 27.1% en el sector secundario. Desde la posición en el trabajo, el 71.6 % eran empleados y obreros, mientras que el 22.3 % trabajaba por cuenta propia. Tomando en consideración la distribución porcentual de los ingresos mínimos mensuales de la población ocupada: el 71.8 % recibía hasta tres salarios, el 14.1 % ganaba de tres a cinco salarios,

¹⁴⁸ Homogéneo: 1. adj. Perteneciente o relativo a un mismo género, poseedor de iguales caracteres. 2. adj. Dicho de una sustancia o de una mezcla de varias: De composición y estructura uniformes. 3. adj. Dicho de un conjunto: Formado por elementos iguales. Diccionario de la Lengua Española, en http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=homogeneo.

¹⁴⁹ Con mayor precisión, el subcampo de los tianguistas como parte del campo del comercio en vía pública. La homogeneización no significa que los agentes “hayan tenido *las mismas experiencias y en el mismo orden*, es cierto sin embargo, que todos los miembros de una misma clase tienen mayor número de probabilidades que cualquier miembro de otra de enfrentarse a las situaciones más frecuentes para los miembros de esa clase [...]” (Bourdieu, 1991:103)

el 6.5% más de cinco y hasta diez y sólo el 1.9% recibía más de diez salarios mínimos¹⁵⁰ (COPLADET, 2003).

El origen de la colonia: apropiaciones individuales y colectivas del espacio social

Pierre Bourdieu define la lucha colectiva por el espacio como aquella en donde los agentes organizados e identificados colectivamente con un fin común, para luchar por la asignación de vivienda y el equipamiento público, enfrentan al Estado quien “posee un inmenso poder sobre el espacio gracias a su capacidad de manejar el mercado del suelo, la vivienda y también, en gran medida, el trabajo y la escuela.” (Bourdieu, 1999: 124)

Lo anterior tiene su explicación, a decir de Safa, en que la construcción y representación de lo barrial o lo vecinal se convierte en una arena política de negociación y conflicto en donde se ponen en juego los intereses de diversos actores que buscan controlar el suelo y el espacio construido de la ciudad (Safa, 1998: 55). Este enfrentamiento define el carácter político de negociación y conflicto sobre la construcción y apropiación del espacio de la ciudad. La historia de la organización colectiva en la colonia Francisco Villa es uno de los tantos ejemplos de las luchas que establecen los vecinos de las ciudades, y en particular de la ciudad de México, para apropiarse, preservar y mejorar el espacio que habitan.

Como muchas colonias de Iztapalapa, que aparecieron entre los años sesenta y setenta la colonia Francisco Villa surge como un asentamiento irregular que se pobló por los procesos de migración de otros estados y de los movimientos de población del centro del Distrito Federal hacia la periferia y los límites con el Estado de México.

La colonia se fundó en la década de los setentas, forma parte del Paraje San Juan¹⁵¹ y se ubica en la parte sur-centro de la delegación colindando con 9 colonias¹⁵². En un inicio, la colonia se conformó por terrenos de siembra que poco a poco fueron fraccionados y vendidos, muchos de

¹⁵⁰ Con base en el salario mínimo de 2000 que era de 37.90 pesos diarios. En 2010 fue de 57.46. Véase http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/asistencia_contribuyente/informacion_frecuente/salarios_minimos/45_17119.html

¹⁵¹ La territorial Paraje San Juan es una poligonal cuyos límites se ubican aproximadamente al poniente con la Av. San Lorenzo Tezonco y la calle de Iztaccihuatl, al sur con la calle López Portillo, al oriente con Santa Cruz Meyehualco y Las Torres y al norte con la Calz. Ermita Iztapalapa y comprende 11 colonias: Los Ángeles Apanoaya, La Era I y II, Paraje San Juan y 2da. Sección, Presidentes de México, Insurgentes, Las Peñas, Desarrollo Urbano Quetzalcóatl, Carlos Hank González y La Noria.

¹⁵² Las nueve colonias son: Ángeles, Ángeles Apanoaya, La Era I y II, Paraje San Juan, U.H. San Lorenzo Tezonco, Casa Blanca, Presidentes de México, Insurgentes y Las Peñas. Véase Anexo 5.

ellos de manera informal e irregular, por personas vinculadas al Partido Revolucionario Institucional (PRI).

Los terrenos fueron vendidos sin escrituras que avalaran la propiedad de dueños originales y los recién llegados a la colonia, lo único que recibieron fueron contratos de compra-venta. Leopoldo Colín, quien llegó a la colonia en 1972 explica cómo fue este proceso:

Lo importante en ese momento era tener un espacio. En toda esta zona, [se refiere al Paraje San Juan] se decía que había varios dueños pero no aparecían, algunos no aparecían físicamente, simplemente se mencionaba que había dueños y entonces había que aportar algún dinero para que en el momento que apareciera el dueño se le pudiera pagar pero nunca sucedió eso. En un inicio se tomó posesión de todo esto con contratos de compra-venta que mucha gente pudo pagar otra gente no pudo pagar, pero de todos modos se tuvo la posesión de la tierra y así se desarrolló esta colonia. (Leopoldo Colín, 7 de febrero de 2010)

Por lo anterior, dichos espacios no contaban con ningún tipo de servicio público, éstos se consiguieron aproximadamente 20 y 30 años después.

Casi todos los entrevistados refieren que llegaron a la colonia en la década de los sesenta y setenta. Entre los motivos que los llevaron a vivir en Iztapalapa, junto con sus familias, destacan que Iztapalapa representaba la oportunidad de adquirir un terreno y de construir una vivienda propia, situación que en otros espacios, ya sea en sus estados de origen o en el centro de la ciudad de México, era prácticamente imposible por las escasas oportunidades de trabajo y el alto costo de las rentas.

De los doce entrevistados y entrevistadas, cuatro de ellos: Onésimo Chávez, Leopoldo y Filemón Colín, así como Juan Saavedra, emigraron en su infancia, de los estados de Oaxaca, Michoacán y Guanajuato, respectivamente. Alejandro Balderas, líder de Los Dorados, fue el primer miembro de su familia en nacer en el Distrito Federal al poco tiempo de que su familia llega al DF, proveniente del estado de Querétaro. Para el resto de los entrevistados, como Inés Tavira, la residencia en Iztapalapa es producto de traslados desde otros espacios de la ciudad de México (principalmente el centro de la ciudad) y los menos, siempre han vivido en la demarcación¹⁵³.

¹⁵³ Aquí es importante señalar algunas distinciones en cuanto a las generaciones que componen a las familias de los entrevistados. Tomando en cuenta sus historias de vida, se tienen dos generaciones: la primera, en casi todos los casos está compuesta por los padres de los entrevistados, una generación que cuando llega a Iztapalapa y a la colonia Francisco Villa en la década de los setentas, tiene 25 años o más, ha formado una familia propia y a veces, está acompañado de otros familiares como los abuelos, tíos, primos, etc. cuenta con hijos pequeños o adolescentes menores de 18 años; la segunda generación está compuesta por los propios entrevistados quienes, acompañados de sus papás, llegan a la colonia en su infancia o adolescencia, y tienen entre 25 y 45 años.

Eduardo Tlalpan uno de los fundadores del Comité de Colonias Proletarias de Anáhuac, organización que surge en los ochenta, con el objetivo de obtener los títulos de propiedad de los vecinos y la implementación de los servicios públicos, describe los motivos que llevaron a su familia a migrar del centro de la ciudad de México a Iztapalapa, en la década de los setenta, su testimonio es compartido por otros entrevistados.

Cuando llegamos aquí a la colonia fue en el setenta y dos, yo tenía 15 años, todavía esto eran campos, sembradíos. Lo que pasó es que el abuelo vende sus propiedades en el centro, en la delegación Iztacalco, entonces vivíamos con ellos, se vende porque no tenían escrituras y deciden comprar terrenos aquí en Iztapalapa. En ese año comenzamos a construir unos cuartos, pues existían las condiciones naturales de un lugar donde no hay urbanización, no hay servicios de nada, con una casita por allá, otra casita por acá, es un fenómeno que trataba de descentralizar los centros de población ¿por qué? porque no es redituable la vivienda en el centro de la ciudad, la plusvalía del suelo se incrementó y entonces toda la gente que rentaba –es cuando surge la renta congelada– corre hacia los cinturones de miseria, a las periferias porque estaba regalado el costo del terreno. (Eduardo Tlalpan, 24 de enero de 2010)

Inés Tavira comerciante en la romería de Los Dorados y miembro del comité de vigilancia de la organización también menciona que su llegada a la colonia, a finales de 1975, fue una oportunidad para tener un espacio propio y dejar de rentar con sus familiares:

Antes vivíamos con una tía de mi esposo, en Pantitlán pero sus niños y los míos se peleaban mucho, a mi hijo mayor lo agredían mucho y yo no decía nada para no tener problemas, pagamos nuestra renta porque no en cualquier lado nos aceptan con niños. Platiqué con mi esposo y le pregunté “¿qué no piensas, que no aspiras a tener un terreno?” y me decía “pus sí, pero están muy caros” y le contesté “bueno pues aquí no te va a llegar, búscale” y gracias a un primo encontramos este terreno y luego con dinero del papá de mi esposo que vendió todos sus animalitos y un poco que teníamos, completamos para el terreno y como en cuatro o cinco años hicimos dos cuartos provisionales. (Inés Tavira, 5 de octubre de 2005)

De manera coincidente, la imagen que los entrevistados reconstruyen sobre la llegada al “lugar donde vendían los terrenos”, es un poco desoladora, algunos de ellos repiten una escena que evoca grandes extensiones de terrenos en donde “se veía una casita por aquí, otra casita por allá”, con algunos cuartos que en su mayoría eran de lámina, pero que en pocos años tuvo un gran crecimiento poblacional que no fue paralelo al desarrollo de los servicios públicos. Así lo comenta Alejandro Balderas, uno de los líderes de Los Dorados de Villa:

Al principio fue una situación difícil, aquí conocí lo que se llama la casa a “flor de tierra”, no teníamos piso ni de cemento. Ya ahorita la colonia está urbanizada, las casas son de varios pisos, pero en aquella época eran chozas con láminas de cartón,

Cfr. Cuadro I Datos de los entrevistados en la introducción de la investigación.

los más ricos tenían láminas de asbesto, pero en general no había agua, no había luz (Alejandro Balderas, 21 de noviembre de 2008)

Por su parte, Leopoldo Colín describe que ante la escasa población de los primeros años y la inexistencia de pavimentación y servicios, las calles siempre estaban cubiertas de polvo y en época de secas había tolveneras, mientras que en la época de lluvias sólo había lodazales y encharcamientos, “y así nos desarrollamos en esta parte de la ciudad de México”. (Leopoldo Colín, 7 de febrero de 2010)

La realidad del contexto anterior refleja cómo algunos espacios sociales son abandonados por el Estado, con una *ausencia* de políticas públicas y servicios estatales (Bourdieu, 1999:119), con una fuerte *presencia* de la manipulación política y el poder que ejerció, en este caso, el Partido Revolucionario Institucional sobre los ciudadanos. Esta situación se reproduce en prácticamente todas las colonias de Iztapalapa que surgieron en ese periodo¹⁵⁴.

Sin embargo, para los entrevistados que llegaron a la colonia sin poseer prácticamente nada, la compra de un terreno en un espacio deshabitado, aislado y ausente de la presencia del Estado, significaba la posibilidad de obtener una *ganancia de localización*, a través de la movilidad espacial, con el logro de la posesión de un terreno, que antes de la llegada a Iztapalapa, no se tenía. Esta posesión representaba el éxito en la lucha por la apropiación individual del espacio y considerarse como el principio en la formación de los diferentes habitus que nos interesan: ser de Iztapalapa, ser de la colonia Francisco Villa, ser comerciante en vía pública.

Ante estas carencias, tenemos la presencia de una acción colectiva que transitó entre el sentido práctico y el cálculo estratégico para resolver problemas inmediatos y urgentes. Desde el sentido práctico, los habitantes de la colonia Francisco Villa estaban acostumbrados a las carencias, pero la experiencia pasada en la que no se tenía nada o se buscaba algo mejor, los llevó a actuar al calor de la acción: juntarse para obtener lo mínimo indispensable para vivir. Desde el cálculo estratégico, muchos de los habitantes se dieron cuenta que sin el grupo, no lograrían nada y que la opción más racional era formar parte de la organización.

En la Francisco Villa la acción colectiva de los vecinos, a través del Comité de Colonias Proletarias de Anáhuac, organización que surgió a finales de los años ochenta, tuvo como resultado la obtención de las escrituras públicas, el acceso a los servicios públicos, no sólo de equipamiento urbano, sino de escuelas, servicio médico y canales de abasto (como los tianguis y

¹⁵⁴ Y en general en todos los espacios urbanos de reciente creación (Safa, 1998).

mercados públicos) y la construcción de la plaza cívica. Además, este proceso permitió la construcción de algo fundamental: la definición de la identidad de la comunidad que, para el caso que nos ocupa, está vinculada estrechamente al comercio en vía pública.

Sin embargo, en la opinión de uno de los protagonistas, Eduardo Tlalpan, el proceso para la regularización del espacio estuvo vinculado con la manera de hacer política en México y la competencia con los campos estatal y político por el control del espacio y de los propios ciudadanos. La intervención de los funcionarios de la delegación pertenecientes al Partido Revolucionario Institucional (PRI) dificultó la participación ciudadana y la inclusión de todos los ciudadanos afectados¹⁵⁵.

El repertorio de acción que siguió el Comité se dio a través de la vinculación con otras colonias que tenían la misma demanda y la conformación de grupos de base para generar una mayor coordinación y presión ante las autoridades¹⁵⁶.

La obtención de los servicios públicos y la construcción de la Plaza Cívica serían el segundo momento en la movilización del Comité, si bien el drenaje comienza su construcción hasta 1980, es decir, 13 años después de la fundación de la colonia¹⁵⁷, el ritmo era sumamente lento comparado con las crecientes necesidades, además de la falta de pavimentación, guarniciones y centros de salud. Al respecto Leopoldo Colín describe las formas en que los vecinos se abastecían de agua y de luz:

Para tomar o cocinar teníamos que ir hasta Ermita Iztapalapa por el agua, íbamos con botes, con lo que podíamos, pasaban en aquel entonces carritos de burritos con tambos vendiendo agua, ni siquiera pipas había en aquel entonces. Nos abastecíamos también mediante pozos artesanales, se escarbaba hasta encontrar agua, había bastante en aquel entonces, escarbabas metro y medio y ya y para bañarse pues de pozo o como podías. Y la luz, igual, tenías que jalarla con cables desde allá, era un

¹⁵⁵ Vale la pena recordar que en esa época los delegados no eran elegidos por voto ciudadano, sino impuestos por el regente quien era el responsable de la administración de la ciudad y, a su vez, era impuesto por el Presidente de la República. En esa momento los canales de participación ciudadana, ya sea colectiva o individual eran escasos y se traducían inmediatamente en acciones colectivas que enfrentaban a los ciudadanos con el Estado, un ejemplo evidente es la historia del Movimiento Urbano Popular.

¹⁵⁶ Como parte de la estrategia, en 1988 Eduardo Tlalpan se lanza como candidato para presidente de la Asociación de Residentes de la colonia Francisco Villa, de igual manera, vecinos de otras colonias deciden participar en la representación vecinal para ocupar espacios y convertirse en interlocutores obligados para las autoridades delegacionales. En ese momento, la demanda se transforma en la solicitud de expropiación del predio Paraje San Juan al entonces regente de la ciudad de México, Manuel Camacho Solís, quien expropia dichos terrenos en julio de 1989 y comienza la entrega de escrituras en diferentes puntos de la ciudad. A los dos años siguientes (1990-1991) el entonces presidente de la República, Carlos Salinas de Gortari promete hacer realidad la pavimentación de todas las calles de la colonia, como parte de las tareas de su administración y gracias a la participación y organización de la gente (Gobierno Federal 1991).

¹⁵⁷ También en 1980, se construye la primera escuela.

cablerío de los mil demonios con los conflictos normales que se dan en esas situaciones pero esa fue la vida aquí, así nos desarrollamos en esta parte de la ciudad de México (Leopoldo Colín, 7 de febrero de 2010)

Finalmente, el proceso de apropiación del espacio en la colonia se consolida en un periodo de casi 30 años, aunque como se sabe, el rezago de las colonias de Iztapalapa y particularmente el abasto de agua, y el mantenimiento de los servicios públicos, es un problema que persiste y que requiere de una constante participación de los ciudadanos.

En lo referente a los canales de abasto popular, éstos también fueron solicitados por los propios ciudadanos. Como se señaló en el capítulo 2, una de las explicaciones al crecimiento anárquico de los tianguis en Iztapalapa fue, precisamente, la necesidad de abastecimiento de los propios ciudadanos, que no contaban con mercados o comercios para comprar mercancías; la colonia Francisco Villa no fue la excepción. Si bien, desde 1970 contaba con un pequeño mercado de puestos semifijos, no era suficiente para las necesidades de la colonia y algunas personas comienzan a ocupar la Plaza Cívica junto al mercado público:

Los puestos que comienzan a establecerse en la plaza cívica funcionan como complementos del mercado público, además eran colonos y miembros activos del Comité, nos apoyaban con el volanteo y por eso se les permite que trabajen en ese lugar y ellos hacen tareas de mejora del espacio y por esa misma razón nunca se les ha podido mover, siempre estuvieron amparados por el Comité. (Eduardo Tlalpan 24 de enero de 2010)¹⁵⁸

Actualmente la colonia cuenta con un mercado público, ubicado en la Plaza Cívica y un tianguis que se realiza el día viernes y es administrado por Mártires del 1 ° de Agosto. El resto de la semana, los habitantes acuden a los tianguis de las colonias aledañas¹⁵⁹.

La forma de apropiación del espacio se refleja también en el tipo de vivienda que prevalece en la colonia, al igual que en el conjunto de la delegación. Para el 2000, casi todas las viviendas son particulares y del total de éstas (2,195), el 68.7% eran propias, mientras que el 77.2% son casas independientes¹⁶⁰. Referente a los servicios públicos e infraestructura urbana, el 99.5% de las viviendas particulares habitadas cuenta con drenaje, no obstante sólo el 58.9% tiene agua entubada en la vivienda y el 40.3% cuenta con aguada entubada en sus predios (COPLADET, 2003).

¹⁵⁸ Y como veremos, también han estado apoyados por los comités vecinales y ciudadanos.

¹⁵⁹ En las 9 colonias existen un total de 19 tianguis, 7 de ellos se concentran en San Lorenzo Tezonco, le siguen Los Ángeles con 4, Presidentes de México y Las Peñas con 2 y el resto cuenta con un tianguis, a excepción de la colonia Ángeles Apanoaya que no tiene tianguis (CMVP, 2010).

¹⁶⁰ En contraste, el 13.1% son casas en vecindad y el 6.2 son departamentos en edificio (COPLADET, 2003).

En la actualidad, la colonia cuenta con todos los servicios públicos, no obstante, la participación de los vecinos en el acceso y mejoramiento ha sido fundamental, y de manera específica, a través de los diferentes canales institucionalizados, como los comités vecinales elegidos en 1999 y los recientes comités ciudadanos de 2010¹⁶¹.

Este primer apartado nos lleva a una reflexión sobre la constitución de diferentes habitus, el primero se vincula con la vivencia y experiencia en un espacio social determinado, que a su vez se conforma por lo que representa Iztapalapa y, a su interior, por lo que representa ser de Iztapalapa pero de sus colonias periféricas o de más reciente fundación, en comparación con los pueblos originarios de la demarcación.

Las condiciones en las que llegan los primeros habitantes de colonias como la Francisco Villa, no permiten hablar de una cierta homología u homogeneidad: la gran mayoría de quienes llegaron, enfrentaron las mismas condiciones de precariedad e inseguridad que representan llegar a un espacio en donde no hay nada. Los recién llegados se enfrentaron también a la incertidumbre de la propiedad sobre el espacio, independientemente de las diferencias individuales o de familias que pudieron existir, es posible afirmar una vinculación entre los habitus de clase de los recién llegados con el habitus individual de cada uno de ellos (Velasco, 2000).

Aunado a las condiciones de precariedad e incertidumbre de los primeros años, existe otro nivel de homologación que se relaciona con la necesidad, no necesariamente consciente, de encontrar la lógica de la práctica: el acceso real a la vivienda y a los servicios dependía de la colectividad y no de los esfuerzos individuales y aislados.

Puede resultar difícil la configuración de un habitus en donde los agentes, por lo menos los fundadores parecen sumamente heterogéneos, con un origen de diferentes estados de la República y condiciones socioeconómicas relativamente diversas. Sin embargo, como señala Bourdieu, la homología muestra que quienes están dotados de los mismos habitus, poseen una

¹⁶¹ La figura de comités vecinales se establece en la segunda Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal, 1998 con base “en los barrios, las colonias, los pueblos y las grandes unidades habitacionales [reconociendo] que los referentes de la participación ciudadana debían ser, en la medida de lo posible, unidades de tradición e identidad [...]” (Zermeño, 2006: 154). En promedio, los comités se conformaban por cada 5 mil o 10 mil habitantes. En la Tercera Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal, 2005, la figura de los comités vecinales se sustituye por la de comités ciudadanos. Estos comités se conforman por cada Unidad Territorial. (Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal, 2005, Título IV). El objetivo de estos Comités era promover la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones de cada Delegación, así como la vigilancia en el uso y distribución de los presupuestos, no obstante, las decisiones que cada Comité pudiera tomar, no tenían facultades vinculantes, las autoridades delegaciones no estaban obligadas a acatar las decisiones de los Comités. (Tejera Gaona, 2003)

“clase de condiciones de existencia y condicionamientos idénticos o semejantes.” (Bourdieu, 1991: 103)

Justamente son estas condiciones de existencia semejantes, que nos permiten hablar no sólo de un habitus “de vivencia periférica” sino también, de una forma particular de resolver las cosas y formar grupos y acciones colectivas:

El habitus no es más que una ley inmanente, *ley insita* inscrita en los cuerpos por idénticas historias, que es la condición no sólo de la concertación de las prácticas, sino además, de las prácticas de concertación. En efecto, las rectificaciones y ajustes conscientemente efectuados por los mismos agentes, suponen el dominio de un código común, y las empresas de movilización colectiva no pueden tener éxito sin un mínimo de concordancia entre los habitus de los agentes movilizadores. (Bourdieu, 1991: 102)

4.2 La conformación de las organizaciones: entre el cálculo estratégico y el sentido práctico de la acción colectiva organizada

Este apartado tiene como objetivo describir cómo surgieron y se han desarrollado las organizaciones de estudio, tomando en cuenta los vínculos que tienen con el espacio de ubicación y con otros campos. La vinculación con el espacio delegacional y de la colonia, dota de sentido a las organizaciones y las posiciona frente al campo del comercio en vía pública. Esto es muy evidente si comparamos la trayectoria de “Mártires del 1º de Agosto” con “Los Dorados de Villa”, dos tipos de organizaciones que reflejan la heterogeneidad tanto de comercio en vía pública como de las formas de acción colectiva organizada.

Por su parte, es indiscutible que en la lógica de las organizaciones, no puede omitirse la vinculación con otros campos, como son el estatal, el político, el económico y el jurídico ya que contribuyen a la comprensión de las reglas del juego del CVP. Como mencionamos en el capítulo 2, una de las características y problemas del CVP es, precisamente, la vinculación clientelar con el Estado y el gobierno y de esta manera un uso discrecional pero estratégico, del marco jurídico. Esto es evidente en Iztapalapa, recordemos que la delegación tiene el mayor número de tianguis y concentraciones, no así de ambulantes como en otros espacios.

Desde lo anterior, podemos señalar que la historia y, por tanto, la permanencia y posición de las organizaciones en el CVP, se juega entre varios elementos:

a) la estructura social a través del espacio social en donde se ubican. Desde la perspectiva del efecto que genera el lugar en las prácticas sociales de los agentes, es diferente. Si bien para una organización tradicional de comerciantes en vía pública como Mártires del 1º de Agosto, el

efecto de lugar tiende a ser más débil, en comparación con el caso de Los Dorados de Villa, donde hay un vínculo más estrecho ya que varios de sus líderes y miembros son fundadores de la colonia y participaron en su construcción y consolidación.

b) los vínculos entre diferentes campos sociales y las oportunidades que las coyunturas políticas ofrecen. La vinculación con otros campos sociales, se entiende en la relación de la organización con otros agentes que se disputan el capital del comercio en vía pública. En este sentido, las organizaciones de tianguistas a través de sus principales movilizadores, los líderes, mantienen una constante negociación con funcionarios, con partidos políticos y con representantes políticos.

En la delegación Iztapalapa, la vinculación político-institucional de las organizaciones se da con la Coordinación de Mercados y Vía Pública y en particular, con la Jefatura Departamental de tianguis y mercados. Con los partidos políticos, los vínculos son más complejos y evidencia el juego del cálculo estratégico de los líderes para negociar con el partido que gobierna la delegación (en este caso el Partido de la Revolución Democrática) y con los otros partidos que se disputan el capital político de la delegación, principalmente el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Acción Nacional (PAN).

Sin embargo, podemos decir que existe una estabilidad del campo político de Iztapalapa, a cargo del PRD quien pese a su extrema división interna, ha mantenido una relación de tolerancia e incluso de permisividad con las organizaciones de comerciantes en vía pública. La lógica estratégica de las organizaciones se centra en mantener las relaciones con los funcionarios en turno y jugar con los candidatos a los puestos de representación popular, cada vez que se presenta un periodo electoral.

c) la estructura interna de las organizaciones, es decir, las relaciones entre los agentes que la componen, básicamente, los líderes y asociados. Respecto a la estructura interna de las organizaciones, que es la dimensión en la que se enfoca esta investigación, la relación entre líderes y asociados muestra la complicidad de los agentes en el juego social, y a la organización como un problema de poder, de cooperación e interdependencia que, a su vez implica un juego permanente de restricciones y negociaciones en donde la posición de cada agente depende de las reglas: “La organización *regulariza el desenvolvimiento de las relaciones de poder*. Dado su organigrama y sus reglamentos internos, restringe la libertad de acción de los individuos y de los

grupos que reúne, con lo cual condiciona profundamente la orientación y el contenido de sus estrategias.” (Crozier y Friedberg, 1990:66)

En este sentido, en las organizaciones no existe una racionalidad única, sino una diversidad de acomodos ante diversas situaciones que suceden día a día y que combina también una pluralidad de estrategias. De ello, las historias de las organizaciones nos permiten reconstruir esta diversidad.

Mártires del 1° de Agosto de 1924: el cálculo estratégico en la organización

Para la reconstrucción de la historia de Mártires del 1° de Agosto, se recurrió a conversaciones informales con Marcos Rodríguez, uno de los líderes y delegados más representativos de la organización en la delegación de Iztapalapa¹⁶² además de los testimonios de algunos de los comerciantes que trabajan en la organización.

La historia de esta organización es un ejemplo claro de un colectivo exitoso, cuyos fines son bastante limitados (al ejercicio del comercio en la calle) y que demuestra una comprensión de las reglas del juego del comercio en vía pública en la Ciudad de México, con una capacidad para calcular estratégicamente. No es gratuito que sean la tercera organización de tianguistas más importante de Iztapalapa.

La observación sobre Mártires nos muestra que ésta también comprende que el poder es el fundamento de la acción organizada, una relación instrumental de intercambio y negociación, recíproca pero desequilibrada –en donde el líder posee más capitales que los agremiados, pero que al mismo tiempo, el líder depende de los agremiados para subsistir– (Crozier y Friedberg, 1990).

La Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas “Mártires del 1° de Agosto de 1924, A.C.”, comienza como asociación civil en la década de los setenta, atendiendo a la normatividad establecida para la operación de tianguis en el Distrito Federal. La normatividad tiene su origen en el *Reglamento de Mercados de 1951* y posteriormente, en diversas disposiciones que se han creado con el objetivo de regularizar, controlar y cuantificar a los comerciantes que trabajan en los tianguis de la Ciudad de México. Tanto el reglamento, como la normatividad vigente sobre

¹⁶² Las conversaciones se realizaron informalmente ya que nunca accedió a una entrevista formal, y mucho menos a que lo grabara, por lo tanto se optó por la asistencia y observación del tianguis de la colonia Las Peñas en donde platicábamos mientras desayunaba, comía o jugaba ajedrez con otros comerciantes.

tianguis¹⁶³, establecen que la obtención del permiso de la Delegación para instalar un tianguis, requiere constituir una asociación civil ante notario público con un mínimo de 100 asociados¹⁶⁴.

Marcos inicia su participación en la organización como comerciante, al igual que toda su familia, ya que es hijo del líder fundador de Mártires¹⁶⁵, posteriormente y por encomienda de su padre, comienza a trabajar como delegado, es decir, como encargado y responsable de las actividades cotidianas en cada una de las ubicaciones/día de los tianguis que administra la organización. Poco a poco y por la edad, su padre se retira de las actividades diarias en la organización y deja en manos de sus hijos el control, coordinación y cobro de cuotas. Sin embargo sigue siendo el principal responsable de acudir a las mesas de trabajo, reuniones y foros convocados por los funcionarios de la delegación o del Distrito Federal.

Al mismo tiempo, relata que su padre, líder fundador de Mártires del 1° de Agosto se vincula, por primera vez al comercio en vía pública, no como comerciante, sino “acarreando” mercancías de otros comerciantes, es decir, transportando los productos que los comerciantes vendían a los lugares en donde se instalaban. Posteriormente comienza a vender en la vía pública, a mediados de los años cincuenta, por una de las principales razones que lleva a las personas a tomar la decisión de ocupar la calle: falta de recursos económicos. En esa época vende juguetes, medias, jitomates y como tenía un automóvil, cobraba por el servicio de transporte a otros comerciantes.

Según relata Marcos, en la experiencia de su padre como comerciante, existe un antes y un después en el comercio en vía pública: el pasado generalmente era mejor, ya que la normatividad no se aplicaba pese a la existencia del Reglamento de Mercados. Para el padre y para Marcos, a quien le toca vivir la experiencia del comercio en vía pública en su infancia, la facilidad para ocupar el espacio público radicaba, básicamente en la incertidumbre y la inestabilidad ya que desde su punto de vista, no era complicado estar al pendiente de la llegada de la autoridad: “Mi padre me contaba que uno se podía poner en la calle ‘cazando a ver a qué hora llegaba la camioneta’, o sea la policía, porque en cualquier momento llegaba a levantar a los comerciantes y llevarse sus mercancías y uno perdía todo lo de ese día.”

¹⁶³ Cfr. Capítulo 1, los apartados sobre Definiciones y expresiones sobre el comercio en vía pública y El marco jurídico del comercio en vía pública, de esta investigación.

¹⁶⁴ Toda asociación civil cuenta con un representante legal que se encarga de cumplir con las funciones de “representar” los intereses de los asociados establecidos en el acta constitutiva, vigilar el cumplimiento de la normatividad de tianguis y mantener los trámites con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

¹⁶⁵ Se buscó entrevistar al padre de Marcos, pero desafortunadamente no hubo respuesta a las diversas peticiones que se hicieron.

Ahora, es distinto. Marcos requiere de una negociación permanente con las autoridades delegacionales, para usar la normatividad de manera discrecional. El regateo constante con los funcionarios delegacionales le permite mantener el número de agremiados, sin ser sancionado, ya que como observaremos, no todos sus asociados cuentan con registro para trabajar en su tianguis y, al mismo tiempo, el no cuenta con el permiso para otorgar más espacios.

Para mantener el contacto con la delegación, Marcos requiere acudir a las mesas de trabajo, cumplir con el reglamento de protección civil y mantener el orden en la organización. Asimismo debe estar al pendiente de los operativos y visitas de los funcionarios encargados de vía pública y en algunas ocasiones, aceptar las violaciones a las normas, lo que afecta directamente a sus agremiados.

A mediados de los cincuenta, la publicación del Reglamento de Mercados era muy reciente y desconocida para muchos comerciantes, por eso cuenta Marcos que en esa época, al no existir otros reglamentos sobre el comercio en vía pública, la idea de crear a la organización, en sus palabras “no fue tan idea, era completamente necesaria” para adaptarse al crecimiento y las dificultades. Entre el padre de Marcos y un compadre deciden formar la organización en los años sesenta, para crear fuentes de empleo y tener el capital social y político suficiente para evitar que las autoridades los retiraran.

Este último aspecto resulta sugerente ya que como se mencionó, Marcos afirma que la situación pasada era mejor e incluso más fácil para evadir la aplicación del marco legal, que básicamente consistía en el retiro de los comerciantes por la fuerza y en la enajenación de sus mercancías. Podemos imaginar que esta situación fue tolerable por un tiempo, pero debemos recordar que durante el periodo de la regencia del DF de Ernesto P. Uruchurtu (1952-1966), hubo una escalada represiva contra de los comerciantes en vía pública que se distinguía por un uso de la fuerza pública, con golpes, robo y destrucción de mercancías, así como encarcelamiento. Finalmente la política de Uruchurtu buscaba organizar a los comerciantes para usarlos en su propio beneficio y así, contar con una clientela política relativamente segura. Quienes no estuvieran con él, serían reprimidos, quienes estuvieran dispuestos a organizarse y registrarse, tendrían el permiso para ocupar la vía pública.

Por tanto, la necesidad de la organización se volvió fundamental para sobrevivir en la calle y establecer los vínculos con las autoridades de gobierno, ya que es un hecho que el comercio en vía pública es indispensable para muchos habitantes de la Ciudad y, a decir de

algunos líderes, como Marcos Rodríguez, el comercio en vía pública es la solución a los problemas económicos del país: “Bendito comercio, si seguimos creciendo vamos a llegar al trueque”

Aunque no hay una lógica estratégica detrás de la elección de la forma organizativa, ya que esta era un requisito de la normatividad, si la hubo en la decisión de “formalizar” la acción colectiva, mantener y fortalecer la estabilidad en la organización, ya que a decir de Marcos, la organización permite mantener el orden, dar mayor seguridad a los comerciantes y establecer una relación menos conflictiva con las autoridades. Por eso reitera que la organización no sólo es una buena idea, es una necesidad para permanecer en la vía pública. Pero otro elemento importante, es que el requisito organizativo dota de sentido a la existencia de los liderazgos como mediadores entre los comerciantes y los funcionarios.

A lo largo de la historia de Mártires del 1º de Agosto, las relaciones con los funcionarios han sido relativamente amables. El líder y sus delegados han tenido constantes vínculos con los funcionarios, en el sentido de mantener el respeto a las normas para la operación de tianguis y el reglamento de protección civil. La solidez de la organización frente a sus agremiados, se ha basado en la estabilidad que el líder ha sostenido en la ocupación del espacio público. Esto se refleja, tanto en el crecimiento del número de oferentes, como en las escasas incursiones de la autoridad, pese a que el 70 por ciento de las ubicaciones/día de Mártires, no cuentan con el permiso legalmente establecido de la delegación, pero si con su tolerancia. Lo anterior, a final de cuentas permite la existencia del grupo.

La tolerancia de las autoridades de la delegación, y el “hacerse de la vista gorda” ante el aumento de los tianguistas, legitima a los líderes de Mártires ya que los convierte en una organización que dota de espacios para trabajar y aunque cobra cuotas es flexible ante quienes, por diversas razones, no pueden pagar.

Una de las estrategias que ha mantenido a Mártires del 1ª de Agosto como una organización fuerte y con capacidad para negociar con el campo político, a través de las relaciones con los funcionarios delegacionales ha sido la aceptación de los operativos esporádicos y, en algunas ocasiones, la confiscación de mercancías, con el consecuente castigo para los comerciantes que incumplen con el marco jurídico. Con la intervención esporádica de la legalidad, la organización crea una imagen de un colectivo que trata de cumplir con las normas, y que busca tener todo en orden.

Otra estrategia fundamental en la relación con la Delegación es el objetivo de la organización y de los líderes. En el caso de Mártires del 1° de Agosto, sus actividades se han limitado al comercio en vía pública y a la participación de la organización en los foros y mesas de trabajo que establece la delegación para tratar las condiciones de los trabajadores del comercio popular. Estos espacios permiten la negociación y organización del espacio público, en donde la delegación generalmente pide a los líderes que respeten las normas y que ya no crezcan más. Por otra parte, está la vinculación de la organización con los partidos políticos, a través del apoyo a ciertos candidatos o representantes populares, lo que les permite estar en contacto con el gobierno, mantener el capital político, económico y social, con lo que tendrán mayores posibilidades de garantizar su permanencia en la vía pública, en las condiciones que los líderes requieren.

En síntesis, la conformación y desarrollo de una organización como Mártires del 1° de Agosto, puede ubicarse en una organización de comerciantes en vía pública de tipo tradicional, los líderes siempre han sido los mismos, o en su caso el poder se trasmite a los hijos, casi no realizan asambleas, porque “no son necesarias, porque siempre estamos bien con la autoridad” (Entrevista a Marcos, líder de Mártires del 1° de Agosto, 2009).

El objetivo de creación de Mártires del 1° de Agosto se cumple: el espacio en la vía pública se mantiene y los agremiados pueden trabajar, con escasas incursiones de la legalidad, y cuando éstas se realizan, los líderes ya están avisados por las autoridades.

Retomando los hallazgos de Zaremborg (2010) sobre las organizaciones de ambulantes en el centro Histórico, vemos también que en Mártires del 1° de Agosto:

Si bien [...] se repite esa desconfianza para con el líder o lideresa, se tiene plena conciencia de que ésta/e es la/el único/a que puede establecer contactos productivos restringidos o amplios. [Con los funcionarios, otras organizaciones, vecinos y los viejos y nuevos agremiados] Cuanto más amplio es el resultado de esos contactos mayor posibilidad de adhesión a dicha organización por parte de los miembros. Por supuesto, en esta amplitud, el beneficio de la garantía de venta en el espacio público (lo que nuestros entrevistados llaman “mantener la fuente de trabajo”) resulta prioritario. (Zaremborg, 2010: 160)

Aunque lo veremos, más adelante en las historias de vida de los líderes, el habitus organizativo del comercio en vía pública de Mártires se expresa, precisamente, en que la experiencia pasada (de represión e incertidumbre) generó las condiciones y disposiciones para el juego de la acción colectiva organizada, es decir, configuró una serie de experiencias acumuladas como sistemas de esquemas de percepción, apreciación y acción, en donde el habitus ha

funcionado como conocimiento práctico que, a su vez, ha generado estrategias que cambian constantemente “dentro de los límites de las imposiciones estructurales de las son producto y que los definen (Bourdieu, 1999a: 183). El cambio/adequación de las estrategias, ha fortalecido a Mártires del 1° de Agosto, en tanto que ha comprendido el juego del comercio en vía pública¹⁶⁶.

La historia de Los Dorados de Villa: una organización de comerciantes sin consolidación.

La historia de la Asociación de Comerciantes para la Romería del Día de Reyes, A.C. “Los Dorados de Villa” se reconstruyó a través de las entrevistas que se tuvieron con Juan, Alejandro, Daniel (líderes de la organización) y algunos comerciantes que participan en la organización.

La complejidad de esta organización radica en que sus protagonistas están vinculados a la historia de la colonia. En los mismos términos que Zaremborg (2010) propone para clasificar a las organizaciones, Los Dorados se acerca más a un colectivo atípico de comerciantes en vía pública por su horizontalidad en la jerarquía y en la toma de decisiones, además de su vinculación con las necesidades de la colonia en donde se desempeñan como comerciantes.

Aunque la mayoría de las personas que trabajan en la romería se dedican al comercio en vía pública en tianguis, como parte de Los Dorados, sólo ejercen el comercio una vez al año. No obstante, algunos de sus integrantes, los más cercanos a la organización, colaboran en otras actividades que contemplan Los Dorados y que se extienden más allá del comercio. El objetivo de estas actividades ha buscado la integración de un colectivo con capacidad de gestión comunitaria y política, aunque como veremos en los siguientes apartados, las buenas intenciones y la participación no se han transformado en realidades concretas.

La Romería del Día de Reyes se ubica en la Colonia Francisco Villa a lo largo de la calle de Felipe Ángeles entre la Avenida 5 de Mayo y Avenida Benito Juárez, ocupando en promedio 11 calles, aunque cada año crecen tanto el número de oferentes como la extensión de la romería.

El nombre de Los Dorados tiene un claro efecto de lugar sobre la organización. Los Dorados era el nombre de quienes formaban parte del ejército de Francisco Villa en el periodo de la Revolución Mexicana. Ser un “Dorado de Villa” es formar parte de un contexto socio-espacial, la colonia en la que han habitado, los miembros del comité de esta organización. Alejandro Balderas, uno de los líderes de Los Dorados señala:

¹⁶⁶ En tanto que el juego es “el instrumento que elaboran los hombres para reglamentar su cooperación; es el instrumento esencial de la acción organizada. El juego concilia la libertad con la restricción.” (Crozier y Friedberg, 1990: 95)

todos necesitamos una figura de identidad, una familia de identidad, somos de la familia Gómez, de la familia García, o sea tenemos que tener identidad ¿no? somos mexicanos, somos chilangos, somos vecinos, somos de la Delegación Iztapalapa, somos de la Colonia Francisco Villa. Precisamente Pancho Villa fue una persona, que fue héroe o villano, pero es parte de la historia [...] hay quienes pueden ver a Pancho Villa como un homicida hay quienes pueden ver a Villa como el único hombre que invadió la tierra norteamericana hasta Columbus y les cortó las orejas... eso son agallas eso es valor y eso es lo que queremos reflejar con Los Dorados, somos habitantes de la Francisco Villa, entonces somos su ejército. (Alejandro Balderas, 21 de noviembre de 2008)

Como grupo de comerciantes en vía pública inician sus actividades en 1995, pero a partir de 2001 y apoyados por el Comité Vecinal de la colonia elegido en 1999, se conforman como “Los Dorados de Villa”, nombre que busca identificarse con el lugar en el que se instalan: la Plaza Cívica de la colonia Francisco Villa.

Hasta la fecha, como grupo trabajan “por la libre”, no tienen permiso de la delegación para instalar la romería que opera desde las 10 de la mañana del 5 de enero hasta las 3 ó 4 de la mañana del 6 enero. Además, pese a los 16 años de existencia y que desde 2001 han buscado la consolidación del grupo como asociación civil, el registro sólo fue posible hasta 2010.

Entre 1995 y 1999, los comerciantes se organizaban en torno a un líder que controlaba los puestos que estaban sobre la Plaza Cívica. Con la llegada del Comité Vecinal en 1999, una parte de éste, dirigidos por Juan Saavedra, toma el control de los comerciantes y desplaza al líder. A partir de ese momento, los comerciantes que, posteriormente, se convertirían en Los Dorados de Villa, dejan de pagar cuotas por el espacio que ocupan y los miembros del Comité Vecinal serían los responsables de la realización de la romería bajo el argumento de que nadie debía pagar cuotas y que la vía pública para vender, debía estar abierta al que necesitara.

De esta manera, el nacimiento de Los Dorados está estrechamente vinculado con la participación ciudadana de la colonia y la forma que adquiere el liderazgo, reproduce la estructura del comité vecinal. Por lo tanto, Los Dorados han buscado la horizontalidad en la toma de decisiones, no sólo del grupo que compone el comité, sino de los propios comerciantes, a quienes se les convoca, aproximadamente, cada dos meses. Desde 2001 el comité de “Los Dorados” lo forman tres figuras visibles, en orden de importancia cronológica: Juan, Alejandro y Daniel¹⁶⁷.

¹⁶⁷ La reconstrucción de sus historias de vida y de su papel como líderes de organización se abordará a detalle en el capítulo 5.

Los Dorados son producto de la amistad de Juan Saavedra con Don Manuel, los dos vecinos de la Colonia Francisco Villa. Don Manuel era tianguista y compañero de Juan en la Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas del "5 de Mayo", A.C., una de las organizaciones más importantes de Iztapalapa junto con Mártires del 1° de Agosto. Él tenía una afiliación marcadamente perredista y, según relata Juan Saavedra era “fanático de Cuauhtémoc Cárdenas”. Lo que distinguió a Don Manuel fue su oposición al pago de cuotas y a la existencia de líderes en las organizaciones comerciantes en vía pública.

En esta oposición frente a las reglas del juego del comercio en vía pública, Juan y Don Manuel, intentan organizar a los comerciantes de 5 de Mayo para dejar de pagar las cuotas, sin embargo la cooperación no fue posible y, en ese momento la delegación tampoco quiso intervenir.

A raíz de ese hecho y la imposibilidad de cambiar las reglas de la organización, persiste la inquietud de Don Manuel y Juan para buscar otras formas de acción colectiva para los comerciantes, que implicaba un beneficio para ellos mismos. Entonces voltean la mirada a una romería, o tianguis del juguete, como algunos entrevistados la conocían, que se ponía cada año en el espacio de la Plaza Cívica de la colonia. Este grupo de comerciantes, estaba compuesto sólo por colonos. El líder de este grupo “de alguna manera coordinaba, pero en concordancia con los de la camioneta o de la delegación y ellos con el líder, pasaban a cobrar antes, pasaban a cobrar pues para ellos, sin darnos recibo ni nada”. (Juan Saavedra, 14 de noviembre de 2008).

Don Manuel reparte “volantitos así chiquitos” (Juan Saavedra, 14 de noviembre de 2008) en donde explicaba a la gente que ningún comerciante debía pagar cuotas y que en todo caso, si venían de la delegación, debían entregar un recibo. Poco a poco la gente dejó de pagarle al líder y éste dejó de cobrar. El triunfo de esta acción se dio por el apoyo que tuvieron del Comité Vecinal al que Juan y Don Manuel pertenecían:

este señor y dejó de cobrar, más cuando vio que nos asumimos como comité vecinal, el señor estaba ahí al pendiente, pero no cobraba nada. Estuvimos trabajando así como dos o tres años, pero éramos pocos, puros vecinos y no pasaba la camioneta, ni nadie. Don Manuel se movía, cada año sacaba sus volantitos con el acuerdo de todos, ya después llevaba el membrete del comité vecinal y pues eso se respetaba de alguna forma; entonces Don Manuel deja el espacio y después yo lo asumo. Cuando dejamos de ser comité vecinal, yo continúo con Alejandro y entre los dos empezamos a manejarlo. (Juan Saavedra, 14 de noviembre de 2008)¹⁶⁸

¹⁶⁸ Es importante destacar que si bien el comité vecinal se desintegra por problemas internos, Juan mantiene el vínculo con los vecinos y sigue gestionando demandas de infraestructura urbana ante la delegación.

Desde la perspectiva de Juan, esta etapa de la romería, era más sencilla porque había pocos comerciantes y todos vecinos de la colonia. Igualmente el Comité Vecinal contribuía a la legitimidad del grupo de comerciantes.

Al respecto Juan reitera que cuando Don Manuel fallece, lo que le permite tener el control de la romería, es su posición como miembro del comité, y en segundo, su experiencia como comerciante en vía pública, de otra manera, se intuye, no hubiera tomado el control de la romería:

Yo estaba cobijado por los compañeros del comité que me dijeron “bueno, tu eres comerciante, hazlo tu de la mejor manera que lo puedas hacer” y con mi credencial del comité me presentaba con los compañeros y les decía “miren soy vecino de acá y queremos que las cosas se hagan de esta forma, para que no se de la anarquía” y es así cuando empiezo pero desde mi posición como integrante del comité. (Juan Saavedra, 14 de noviembre de 2008)

La integración de Alejandro Balderas a la romería en 2003, le da otro giro a la organización. Juan invita a Alejandro por que se conocían de muchos años, y participaba como comerciante en la romería pero el incentivo clave fue la formación académica de Alejandro y experiencia de comercio de su familia¹⁶⁹.

A iniciativa de Alejandro, se define el nombre de Los Dorados de Villa y desde ese año, se buscará el registro como asociación civil con el objetivo de establecer un colectivo que más allá de las tareas del comercio, fuera una organización con carácter comunitario y político, con capacidad para gestionar las necesidades de la colonia y con influencia en el campo político, a través de los vínculos con la delegación, como los diputados locales en la Asamblea Legislativa del DF. En síntesis, el proyecto de Alejandro se identificaba con las tareas que realizaba el comité vecinal.

Desde este momento comienzan los conflictos por el control, el liderazgo y la definición del proyecto de Los Dorados: al interior, sin que se interrumpa la realización de la romería se debate si Los Dorados debe permanecer como una romería y una opción para quienes quieran trabajar y obtener recursos económicos, (el proyecto de Juan Saavedra) o hacer de Los Dorados, un grupo reconocido legalmente como asociación civil y que participe política y ciudadanamente (el proyecto de Alejandro Balderas).

¹⁶⁹ La familia de Alejandro administra el puesto permanente de frutas ubicado en la Plaza Cívica, a un costado del busto de Francisco Villa.

Al exterior, y frente a los vecinos, las autoridades y, particularmente, los diputados locales, con quienes Juan Saavedra tiene vínculos cercanos¹⁷⁰, el crecimiento de la romería es visto como una oportunidad para construir proyectos políticos y tener una clientela en una colonia que, por lo menos en los años ochenta y noventa, se caracterizó por un alto grado de acción colectiva y participación ciudadana.

Aquí aparece en la escena Ana¹⁷¹ quien tendrá el papel de antagonista de Los Dorados de Villa. Ana, habitante fundadora de la colonia Francisco Villa, forma parte de la historia del Comité Vecinal de 1999¹⁷² en donde se desempeñó como coordinadora. Asimismo, ha sido funcionaria en la delegación, precandidata a diputada local en las elecciones de 2009, como parte de la fórmula opositora a Clara Brugada¹⁷³ y miembro de la fórmula ganadora de la colonia Francisco Villa que contendió en las pasadas elecciones para Comités Ciudadanos de 2010. Es militante del PRD, vinculada a la corriente de Nueva Izquierda, liderada por Jesús Ortega y conocida como “Los Chuchos”.

La importancia de Ana en Los Dorados de Villa, se debe a su constante amenaza, a veces violenta, por tratar de apropiarse de la organización y cambiar las reglas del juego, a través del cobro de cuotas. Además cada año introduce a nuevos comerciantes en la romería a quienes no se les cobra cuotas para evitar conflictos.

Asimismo, la importancia que tiene Los Dorados para Ana es que a través de este colectivo ella podría capitalizar clientela política, recursos económicos y poder. Ella carece de una organización, no es comerciante en vía pública y su vínculo con Los Dorados inicia en el Comité Vecinal y desde éste buscó el control del grupo. Posteriormente, ya que el Comité Vecinal desapareció, buscó utilizar sus contactos en la delegación para apropiarse, hasta ahora sin éxito.

¹⁷⁰ Los vínculos de Juan Saavedra son con la corriente Izquierda Democrática Unida del Partido de la Revolución Democrática en donde está quien, a partir de 2009, sería delegada de Iztapalapa, Clara Brugada y la diputada local, Aleida Alavez, identificadas, a su vez, con Andrés Manuel López Obrador.

Es pertinente hacer la primera mención al hecho de que es Juan Saavedra y no Alejandro Balderas, quien posee los vínculos más cercanos con el campo político y en especial con la corriente del PRD, que gobernó la delegación a partir de 1997 y que forma parte del grupo de apoyo de Andrés Manuel López Obrador.

¹⁷¹ El nombre real de la persona ha sido cambiado.

¹⁷² Para un análisis detallado de las actividades que realizó este Comité Vecinal, consúltese la tesina de Amparo Torres Cano (2006) *Respuestas vecinales a la inseguridad pública en la ciudad de México. El caso de Iztapalapa*, México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, tesina para obtener el grado de licenciada en sociología.

¹⁷³ En 2009, fue candidata a diputada local en la fórmula que postuló a Silvia Oliva como candidata a jefa delegacional de Iztapalapa, en contra de Clara Brugada. Fue precisamente Oliva, quien impugnó las elecciones internas del PRD, realizadas en marzo, para elegir a los candidatos del proceso electoral de ese mismo año.

Haciendo una síntesis de esta parte de la historia, el conflicto con Los Dorados tuvo su origen en 1999 con el Comité Vecinal, el cual estuvo dividido desde su origen en dos grupos: el de Ana y el de Juan, cada uno perteneciente también a corrientes antagónicas en el PRD. La corriente de Ana, vinculada con René Arce quien tuvo el control de la delegación hasta las elecciones de 2009 y con el ex secretario general del PRD, Jesús Ortega “El Chucho”. La corriente de Juan, que apoya directamente a Andrés Manuel López Obrador y actualmente tiene el control de la delegación con Clara Brugada como jefa delegacional y Aleida Alavez como diputada en la Asamblea Legislativa del DF.

Cuando Juan asume el control de los comerciantes, el Comité ya estaba dividido y trabajan en áreas diferentes. Ana buscará apoderarse de Los Dorados, con el capital político que posee en la delegación y los vínculos con René Arce y su esposa, Silvia Oliva. Sin embargo, hasta el momento, no lo ha logrado.

Su primer intento de apoderarse de la organización fue en 2003 cuando el Comité de Los Dorados, a iniciativa de Alejandro Balderas, entrega un acta a la delegación solicitando el permiso para instalar la romería¹⁷⁴, el acta se acompañaba de una copia de la lista de los empadronados. Ana obtiene la copia de dichos documentos y, a través de sus contactos en la delegación inicia los trámites para gestionar el permiso, atribuyéndose el control de la organización. El trámite queda inconcluso y Ana no gana el espacio.

Filemón Colín, secretario de actas del Comité Vecinal de 1999 y comerciante en la romería comenta como fue el proceso de organización en esta etapa:

Juan empieza porque la ex coordinadora del comité vecinal pretendía adueñarse como líder de estos comerciantes o tianguistas entonces ella dijo: “yo hago los trámites para que les otorguen el permiso, entonces únicamente vayan y paguen sus derechos y ya se pueden establecer y vender sus juguetes. Cuando los ex integrantes del comité vemos eso, decimos “oye qué te pasa tu quien eres, aquí no queremos líderes, no queremos partidos políticos, simplemente déjanos trabajar” y entonces también entra Alejandro. *Lo que nos obligó a conformarnos fue la participación de esta persona que no participaba en el tianguis, no vendía, entonces ¿por qué nos quiere mover? ¿por qué nos quiere organizar?*¹⁷⁵

Esta afirmación es fundamental: desde la perspectiva de Filemón Colín, la intervención de Ana, dota de sentido a la necesidad de crear una organización que si bien ya existía, no tenía una

¹⁷⁴ En todo el tiempo que ha operado la romería, antes y después de Los Dorados, nunca ha tenido permiso de la delegación y tampoco han tratado de quitarlos. En los dos años que participé como observadora, se presentaron algunos funcionarios de vía pública de la delegación, observaron, preguntaron si todo estaba en orden y ofrecieron sus servicios si se requería.

¹⁷⁵ Las cursivas son de la autora.

identidad propia. Era necesario que la lógica de acción se acomodara a una nueva situación de incertidumbre y, así, definir la posición de poder de Los Dorados frente a su entorno, en este caso frente a los habitantes de la colonia y los grupos de poder que en ella existían, como es el caso de Ana.

A decir de Crozier y Friedberg, toda organización debe delimitar sus fuentes de poder, una de ellas, son las *relaciones entre la organización y su medio*:

“los ambientes pertinentes” de una organización, es decir, los segmentos de la sociedad con los que lleva esta relación constituyen para ella, siempre y necesariamente, una fuente de perturbación potencial de su funcionamiento interno, y por lo tanto, una zona de incertidumbre mayor e ineluctable. [...] los individuos y los grupos que, por sus múltiples dependencias o por su capital de relaciones en tal o cual segmento del medio, puedan controlar, por lo menos en parte, esa zona de incertidumbre y amoldarla en beneficio de la organización, dispondrán en forma natural de un considerable poder dentro de ésta. (Crozier y Friedberg, 1990: 72)

De 2003 a 2008, el control lo mantienen Juan, y Alejandro, mientras que Ana buscará la manera de participar en las asambleas y amenazar con llamar a las autoridades para no permitir la instalación. También, buscará la forma de cooptar a los comerciantes, ofreciendo permisos de la delegación, a cambio de una cuota por el espacio y la administración de Ana. Juan y Alejandro expresan el conflicto de la siguiente manera.

Esta señora, que fue parte del comité vecinal, quiere meterse a la fuerza con nosotros y antes de la romería empieza a poner letreros “los vecinos que quieran trabajar el 5 de enero en el tianguis de juguetes acudan a mi domicilio, yo tramito”. Las autoridades le dan facilidades y algunas personas, no muchas, serán como alrededor de 10 de como 300, se han ido con ella y les da sus permisos y los demás trabajamos sin permisos. El caso es que siempre tenemos el conflicto con esa señora y se puede decir que tenemos en contra a la autoridad, pero así hemos trabajado. (Juan Saavedra, 14 de noviembre de 2008)

Por su parte Alejandro señala:

Hay algo interesante, hay una señora de nombre Ana, como siempre los hay, son *los esbirros* de la delegación, curiosamente cuando yo llego hace varios años a gestionar los permisos en vía pública, y me dicen que en esos momentos nada, curiosamente la señora entra por la puerta de atrás y ella si puede gestionarlos. Finalmente a mi me ha respaldado la gente, para ellos esas maniobras son sucias, no han apostado de ese lado y siguen con nosotros. (Alejandro Balderas, 21 de noviembre 2008)

La asamblea de 2008: el éxito en la apropiación del espacio y el reconocimiento del liderazgo en Los Dorados de Villa

La pugna con Ana no había afectado la estabilidad de la organización, pero en diciembre de 2008 el conflicto se presenta en una de las asambleas cercanas a la celebración de la romería y, de manera pública, se decide el liderazgo de la organización. Aquí es importante mencionar que el conflicto entre Ana y Los Dorados se canaliza a través de Alejandro, Juan mantenía una relación respetuosa y distante con ella producto del comité vecinal del cual formaban parte. Sin embargo Alejandro, por su personalidad, mucho más abierta, violenta y expresiva, ha tenido encuentros directos con ella, se enfrenta y busca las oportunidades para demostrarle su liderazgo y control sobre Los Dorados.

El conflicto de 2008, comienza unos días antes de la asamblea de diciembre para la organización de la romería, Ana reparte permisos de vía pública entre los miembros de la organización, apoyada por algunos vecinos afines e instala una planta de luz en la Plaza. Ya en la asamblea, a la que sólo asiste Alejandro, como líder de Los Dorados, Ana toma la palabra y explica que nadie tenía permiso de la delegación para instalar la romería, y que si querían el permiso ella se los daría, pero que deberían pagar la cuota por la plaza, la basura y la planta de luz. Incluso, ella amenazó con llamar a seguridad pública y a los funcionarios de vía pública de la delegación para que impidieran la realización de la asamblea. Alejandro revive ese momento:

El año pasado ya se los iba a llevar, siempre hay maniobras sucias, un poquito antes de diciembre, llegó y empezó a darles permiso, a darles uno por uno, dividiendo a la gente diciéndoles que ya estaban los permisos y a nosotros ni nos querían abrir la puerta, y ella ya tenía los permisos en la mano.

La señora trajo una planta de luz de la delegación porque es uno de los requisitos para el comercio en la vía pública, tener su propia planta, entonces, habría sido el veintisiete por ahí, por esas fechas, ya estaba cerca el día de reyes, empezó a llegar la gente ella traía como cuarenta personas que los iba a infiltrar yo lo único que les dije: “señores ahora pus la gente que está conmigo no paga planta, lo único que les pido es que como siempre ha sucedido hay que tener una cooperación voluntaria de la luz para las personas de la colonia para que les demos un poquito y que vean que podemos trabajar sin planta y trabajar muy bien”.

Cuando esto sucedió les dije: los que son mi gente nada mas le voy a decir –yo ya traía mi registro, mis folios– entonces folio número tal, tiene usted dos metros, folio número tal tiene usted cuatro, folio número tal tiene seis metros, folio número tal tiene cuatro, folio número tal fulanito tiene [...] no pus alguno decía es el mío, así pues muchas personas “no yo tengo seis metros y los permisos que ella nos quiere dar son de dos”.

Les dije “vénganse vamos a platicar” me subí en ese estrado [señala la parte alta de la Plaza Cívica que está junto al Libro Club y que ocupa más o menos una cuarta parte del total de la Plaza] no había luz pero toda la gente estaba reunida y entonces si eran no sé setenta, cien gentes, llega la señora y quería hablar y lo primero que digo vamos a deliberar señores y lo primero que vamos hacer es preguntar: dentro de todos los que están aquí ¿hay alguno que haya delegado su derecho laboral a esta señora? un silencio, nadie. Continuo, “vamos a hacerlo democrático porque ella es política, vamos a levantar la mano aquellos que la eligieron para representarlos ante la delegación”, y hubo dos o tres personas que si la levantaron, dos o tres, después les pregunté ¿quién eligió al comité del que yo formo parte, del que forma parte Ignacio, del que forma parte Daniel? que levante la mano, no pues tumultuario. Comencé a hablar: señores, la señora quiere papeles, no le den papeles, si ella quiere y viene de buena fe mañana, pasamos todos juntos con ella para recoger los papeles y si no nadie de papeles. Al día siguiente venimos a las diez, no se presentó, se presentó hasta la noche con una bolsa de mandado, andaba comprando, simple y sencillamente no vamos a tolerarla. (Alejandro Balderas, 21 de noviembre de 2008)

En este conflicto, Juan estuvo ausente y quien asume la responsabilidad es Alejandro. Como veremos más adelante, esto define una nueva etapa en Los Dorados, en donde Alejandro adquiere una posición más importante y con mayor control sobre Los Dorados. Los miembros que estuvieron presentes en esa asamblea lo reconocieron como la persona que defendió el espacio y no permitió la participación de personas ajenas a la organización. A partir de esta Asamblea las posiciones del liderazgo en Los Dorados ubicarían a Alejandro, en primer lugar y a Juan en segundo.

El relato de Inés Tavira, miembro de Los Dorados ilustra la forma en cómo Alejandro ejerció su papel como líder:

Van a hacer dos años que nos querían sacar, mi vecina, la de la esquina, quería sacarnos y meter otros nuevos y Alejandro no se dejó, Alejandro se aferró, inclusive nos quisieron apantallar con que iba a venir la patrulla y nos iba a llevar, ¿usted cree? yo creo que éramos más de 300. Estuvo fuerte la discusión esa vez y Alejandro nos dijo “me apoyan o la apoyan a ella” ahh pues no, aunque ella no nos iba a cobrar mucho, pero como el nos dijo, no hay permisos en la delegación y si estuvo fuerte y la gente que se iba con ella pues era muy poca y la gente que se iba con Alejandro pues era muchísima gente. (7 de octubre de 2009)

Actualmente Los Dorados se encuentran en una tercera etapa como organización, que se logra con la asamblea del 26 de septiembre de 2009, casi un año después del conflicto con Ana. En esta Asamblea se define la necesidad de formalizar la organización y convertirla en una asociación civil. Alejandro lleva nuevamente la dirección de la asamblea y Juan asume su segunda posición, de apoyo y respaldo a Alejandro pero no de compromiso con el nuevo proyecto.

Como parte del orden del día se organiza la mesa directiva, se define un nuevo proyecto liderado por Alejandro: se constituyen como asociación civil con el nombre de Asociación para el Bienestar Social *Los Dorados*, los más leales del General Francisco Villa. A.C. con el objetivo de ser una asociación con fines sociales, entre ellos:

1. Elaborar proyectos de integración, desarrollo y bienestar social para: vivienda, auto empleo en comercio, capacitación para talleres, atención a la salud, orientación psicosocial y legal, atención a grupos sociales y “promoción de todo tipo de actividades jurídicas, administrativas, laborales y gubernamentales que la ley permita”. (Acta Constitutiva, 2009: 1)
2. Adquisición de bienes inmuebles y muebles, enseres, materiales, herramientas, maquinaria y productos de abasto de primera necesidad que se requieran para el logro del objeto social.
3. Promoción, mantenimiento, preservación y vigilancia de las propiedades adquiridas para la construcción de vivienda.
4. Realización de trámites ante las autoridades de los proyectos que los socios y la organización lleven a cabo.
5. Defensa y representación de los derechos de los asociados “cuando se vean afectados en cualquier forma, por toda clase de entidades, autoridades, personas, públicas y privadas, procurando siempre el beneficio colectivo de la asociación en general y de los comerciantes de la plaza cívica, así como de la romería del día de reyes de la misma colonia” (Acta Constitutiva, 2009: 1-2)
6. Establecer relaciones con otros colectivos afines y fomentar actividades encaminadas al fortalecimiento psicosocial, familiar y, en lo posible, económico de sus socios.

Este proyecto no tiene como prioridad la actividad del comercio en vía pública, sino establecer un colectivo que intervenga en las necesidades de sus socios, hasta el momento, todos habitantes de la colonia Francisco Villa. Detrás de este proyecto está el deseo de Alejandro de comprar unos terrenos ubicados a un costado de la Plaza Cívica para la construcción de vivienda popular y cambiar las reglas del juego: para ello, Alejandro será el presidente, Juan el secretario y la hermana de Alejandro, tesorera.

Desde la perspectiva de los otros líderes como Daniel y Juan, hay reticencias para llevar a cabo este proyecto que desvirtúa la propuesta original de la romería y se presenta como una apuesta sumamente arriesgada para un grupo, que si bien tiene un capital basado en la experiencia política y de participación ciudadana de Juan, está muy lejos de ser un grupo fuerte y

consolidado. La mayoría de quienes participan en la romería, no asisten más que a las últimas asambleas próximas al 5 de enero, el resto del año, las asambleas son poco numerosas y siempre asisten las mismas personas que son más cercanas a Alejandro. Sin embargo, Juan sigue acompañando a Alejandro en las actividades de Los Dorados, aunque con menor frecuencia, y busca concentrarse en la organización de la romería del día de reyes.

Ana, el personaje antagónico de Los Dorados, ha encontrado un espacio en donde acrecentar su capital político: actualmente forma parte del Comité Ciudadano de la colonia que se eligió en octubre de 2010.

4.3 Lógicas de acción y estrategias de reproducción de las organizaciones

En este apartado se analizan las características de las organizaciones y como se desarrollan cotidianamente, entendiéndolo por ello, cuántas personas las conforman, cómo están distribuidas las posiciones en su interior, cómo se toman las decisiones y quiénes las toman, la división del trabajo, la reglas de ingreso y permanencia, cómo funcionan cotidianamente y la manera en que solucionan los problemas es decir, cómo operan las fuentes de poder dentro de las organizaciones, en el sentido que desarrollan Crozier y Friedberg (1990).

Para Crozier y Friedberg el poder es el fundamento de la acción organizada. Asimismo Bourdieu comparte este razonamiento al señalar que todo campo social (en donde están insertas las organizaciones) está estructurado por relaciones de poder, ya que en ellos, los agentes tienen posiciones diferentes y, generalmente, desiguales. Estas posiciones son producto de las condiciones sociales en las que han vivido y de los capitales que cada uno posee. Al interior de una organización, las posiciones definen la estructura, la división del trabajo y cómo se toman las decisiones. En el caso que nos ocupa, el campo del comercio en vía pública y en éste dentro de las organizaciones observamos estas diferencias entre los líderes y los asociados.

Al respecto Crozier y Friedberg explican que el análisis de las organizaciones, se enfrenta a una enorme diversidad de formas y contenidos organizativos. No obstante, la esencia en la comprensión de las organizaciones radica en comparar:

el desenvolvimiento de las relaciones de poder dentro de una organización con las limitaciones estructurales propias de ésta en tanto campo de acción relativamente autónomo, pues del fondo de estas limitaciones, en torno al organigrama y a las reglas oficiales, es donde genera la organización sus propias fuentes de poder, [...] (Crozier y Friedberg, 1990: 69)

Aunque estos dos autores considera a las organizaciones como campos, en el sentido de que ellas mismas funcionan a través de juegos establecidos por los agentes, y por su parte Bourdieu, señala que dentro de los campos operan las organizaciones, tenemos el elemento común entre ellos que dota de significado a la acción colectiva: el poder.

Al respecto Crozier y Friedberg, propone algunos elementos básicos para comprender la lógica interna de las organizaciones: a) el control de las competencias y las especialización funcionales de los agentes, b) Las relaciones internas y las relaciones con el entorno; c) el control de los agentes organizados sobre la comunicación y la información y, d) las reglas de la organización.

De manera complementaria a los presupuestos de los dos autores citados, Bourdieu, explica que las estrategias de reproducción de las organizaciones dependen a) del volumen y de la estructura del capital que cada organización debe reproducir, ya sea económico, político, social y cultural que poseen los agentes del grupo y el grupo en sí mismo y, b) la condición que guardan los instrumentos de reproducción ya sean institucionalizados o no, es decir, la posición de la organización frente a otros campos y frente al estado de la relación de fuerzas entre las clases (Bourdieu, 1988a: 122 y 128).

Desde los tres autores vemos que para un acercamiento a la comprensión de la lógica organizativa en el comercio en vía pública, en particular los tianguis y las romerías es necesario tomar en cuenta:

- a) La posición del colectivo frente a su entorno u otros campos, como vimos en los capítulos dos y tres,
- b) la posición de los agentes en la organización. Esta posición dependerá de los capitales que cada agente posea y de la pericia para controlarlos y manejarlos,
- c) la comunicación e información entre líderes y asociados y entre los líderes con otros campos, por ejemplo con los funcionarios delegacionales. Esto también nos lleva a reflexionar en torno a quién, cada cuándo y cómo se toman las decisiones y
- d) cuáles son las reglas del juego y cómo éstas operan cotidianamente. En estos tres puntos, es importante tomar en cuenta lo que analizamos en las historias de las organizaciones, particularmente los proyectos que están detrás de éstas.

En esta actividad, las relaciones que los comerciantes mantienen entre sí y, a través de la intermediación de los líderes, con las autoridades de gobierno de la Ciudad de México, generan

aprendizajes. El más importante es la comprensión de que la manera más “eficaz” para mantenerse en la vía pública, es pertenecer a una organización y mantener una relación de tipo clientelar con los gobernantes y los partidos políticos en turno¹⁷⁶.

Esto hace que las relaciones entre líderes y asociados y, entre líderes y autoridades centrales o delegacionales sean, sí de poder pero no de aquel en donde se perciba claramente la sumisión entre las posiciones desiguales. Por el contrario: “la conducta de un individuo frente a sus superiores jerárquicos dentro de una organización, de ninguna manera corresponde a un simple modelo de obediencia y conformismo [...] Ésta es resultado de una negociación y es un acto de negociación a la vez.” (Crozier y Friedberg, 1990:37)

Los agentes no pueden ejercer poder sobre los otros más que dejándose manipular y dejando que los otros ejerzan poder sobre él, bajo el velo de la ignorancia de no entender que lo que está en juego, es un ejercicio de dominación en una situación de incertidumbre. Es precisamente el control sobre la incertidumbre lo que dota al líder de su poder.

Los agentes, líderes de organizaciones y comerciantes en vía pública buscan adaptarse a las condiciones estructurales con los capitales que cada uno posee. El líder se adapta a las reglas de juego ya que posee el conocimiento (la pericia) sobre las condiciones de la actividad. Dentro de la organización tiene la posición “más privilegiada” que le permite tener el monopolio sobre el uso y distribución del espacio público frente a los asociados, y con los demás actores políticos. Frente a estos últimos juega a cumplir con los reglamentos establecidos sobre la vía pública, este juego a veces es de resistencia, de negociación o de conflicto, sabiendo que las organizaciones son una clientela política y también económica. Por su parte, los comerciantes saben que jugar las reglas del juego de la organización les permite mantenerse en la vía pública y evitar los conflictos con las autoridades, ya que éstos son tarea del líder.

Para analizar los planteamientos anteriores en Mártires del 1º de Agosto y Los Dorados, este apartado se desarrolla de la siguiente manera: en primer lugar, se describen los datos cuantitativos sobre el número de oferentes y asociados que tiene cada organización. En el caso de Mártires se presenta información sobre su presencia en otras delegaciones y que se recompiló de diversas fuentes, a saber, de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución de la

¹⁷⁶ El aprendizaje radica también en el hecho de que no hay espacio público disponible para el ejercicio del comercio en vía pública, prácticamente la calle está monopolizada por el conjunto de organizaciones de comerciantes en vía pública en sus diferentes modalidades: el ingreso al comercio en vía pública depende de la anuencia del líder o del delegado.

Secretaría de Economía del DF, y de la Coordinación de Mercados y Vía Pública de la delegación Iztapalapa. Para Los Dorados de Villa, los datos provienen de censos levantados por los mismos líderes y en el trabajo de campo que realicé en dos romerías (2009 y 2010).

En la segunda y tercera parte, retomamos los elementos propuestos por Crozier, Friedberg y Bourdieu para explicar cómo se estructuran las organizaciones y cuáles son sus estrategias de reproducción de Mártires del 1° de Agosto y de Los Dorados de Villa.

Oferentes y asociados en las organizaciones

Mártires del 1° de Agosto tiene presencia en tres delegaciones del Distrito Federal¹⁷⁷ con un total de 5,801 oferentes: en Iztacalco cuenta con dos ubicaciones y 500 oferentes, mientras que en Venustiano Carranza, una ubicación y 67 comerciantes registrados. En Iztapalapa, para el año 2010, según el directorio de la Coordinación de Mercados y Vía Pública de la delegación, la organización contaba con 17 tianguis/ubicaciones distribuidos en 14 colonias y el total de oferentes que controlaba era de 5,234.

De este universo, la organización sólo cuenta con permiso otorgado por la delegación, para operar en 6 ubicaciones con un registro de 1,423 oferentes, es decir, Mártires del 1° de Agosto sólo tiene registrados al 27.2 % de los oferentes con los que realmente trabaja cotidianamente.

Cuadro 29 Tianguis operados por Mártires del 1° de agosto de 1924 en el Distrito Federal

Líder/delegado	Colonia	Oferentes
Fernando Sánchez Suárez	<i>Iztacalco (2 ubicaciones)</i>	
	Agrícola Oriental	282
	Pantitlán	218
Fernando Sánchez Suárez	<i>Venustiano Carranza (1 ubicación)</i>	
	Jardín Balbuena	67
Marcos Rodríguez García Guillermo Sánchez Rojas	<i>Iztapalapa (17 ubicaciones)</i>	
	Total	5,234
Total de oferentes en las tres delegaciones		5,801

Fuente: Coordinación de Mercados y Vía Pública, Delegación Iztapalapa, 2010

¹⁷⁷ El Directorio de Tianguis de la DGACD, 2009 reporta un total de 3,615 oferentes en tres delegaciones. En Iztapalapa, 16 ubicaciones en 11 colonias con un total de 2,158 oferentes, el tianguis que opera los domingos en la colonia Las Peñas, no aparece en el directorio.

En el siguiente cuadro se destaca cada una de las ubicaciones con el número de oferentes, con permiso y reales, de Mártires del 1° de Agosto, así como los delegados responsables en cada ubicación. Resalta la existencia de tres delegados, el más importante, Marcos Rodríguez, hijo del líder de la organización que está a cargo de 16 ubicaciones en Iztapalapa. En segundo lugar, cabe destacar la discrepancia entre el número de oferentes registrados y con permiso ante la delegación y, el número de oferentes que trabajan en vía pública con la autorización de los líderes y delegados de la organización.

Cuadro 30 Líderes, ubicaciones y oferentes de Mártires del 1° de Agosto de 1924 en Iztapalapa

Líder/ Delegado	Ubicación	Colonia	Permiso operación	Oferentes	
				Con permiso	Actualmente
Marcos Rodríguez	Av. Central y Constitución de Apatzingán	Ejército Constitucionalista			325
Marcos Rodríguez	Luis Cabrera entre Samuel Gompers y Manlio Fabio Altamirano	Jacarandas			458
Marcos Rodríguez	Av. Del Rosal entre Hortensia y Clavelina	Los Ángeles			303
Guillermo Sánchez	Av. De las Torres entre Av. Pozos y Av. De las Minas	Reforma Política	M-2-19	75	250
Marcos Rodríguez	Satélite y Av. La Cañada	Lomas de la Estancia			320
Marcos Rodríguez	Brigada Carbajal, Brigada Álvarez y José N. Prieto, Peñón	Ejército de Oriente			271
Marcos Rodríguez	Juan C. Doria y Benito Z.	Juan Escutia	J-4-12	259	540
Marcos Rodríguez	5 de Mayo entre Benito Juárez y Maurilio Mejía	Santa Cruz Meyehualco			403
Marcos Rodríguez	Calle Nayarit entre Prol. Nayarit y Sonora	Ixtlahuacan			67
Marcos Rodríguez	Cerrada de Cuauhtémoc entre Av. Cuauhtémoc y Av. Las Torres	Santiago Acahualtepec			180
Marcos Rodríguez	Av. 4 y Calle 17	Santa Cruz Meyehualco	V-5-13	362	450
Marcos Rodríguez	Felipe Ángeles entre Centauro del Norte y Siete Leguas	Francisco Villa	V-5-14	279	350
Marcos Rodríguez	Av. México Puebla entre Cayetano Andrade y Francisco Sarabia, Pueblo	Santa Martha Acatitla	S-6-11	373	385
Marcos Rodríguez	Satélite y Av. La Cañada	Lomas de la Estancia			340
Guillermo Sánchez	Av. De las Torres entre Av. Pozos y Av. De las Minas	Reforma Política	D-7-19	75	350

Marcos Rodríguez	Morelos entre Priv. Morelos y Av. El Vergel	Las Peñas			242
Marcos Rodríguez	Carril y Gastón Santos	San Miguel Teotongo			0
Total	17 ubicaciones	14 colonias	6 con permiso	1,423	5,234

Fuente: Coordinación de Mercados y Vía Pública, Delegación Iztapalapa, 2010

Por su parte, Los Dorados de Villa, han utilizado el espacio que ocupa Mártires del 1° de Agosto en el tianguis de los viernes, ubicado enfrente de la Plaza Cívica de la delegación, sobre la calle de Felipe Ángeles. Como romería se han instalado por 14 años, pero como proyecto de organización con el nombre Los Dorados de Villa, han funcionado desde 2003. El número de oferentes que se instala crece año con año, el primer censo que se levantó fue en 2006, con un total de 267 personas y fue hasta 2009, que deciden levantar un nuevo censo.

En los dos años que participé, tanto en las asambleas previas para organizar la romería, como en la jornada de trabajo, se contaron los oferentes puesto por puesto. Sin embargo, el tiempo y las condiciones del espacio para ello resultaron insuficientes y poco adecuados para captar otros datos sociodemográficos¹⁷⁸. Estas dificultades se generan porque es el momento para cobrar la cuota por concepto de servicio de basura, que es lo único que se pide a los oferentes, ya que al final de la jornada se contrata un servicio para levantar la basura.

En el primer año (2009) en que participé en el censo, se registró a los oferentes y el tamaño del puesto asignado, en algunos casos, cuando fue posible, se registró el giro o tipo de producto que se vendía. No obstante, en muchos puestos se venden diversos tipos de productos lo que hace inclasificable el giro.

En el segundo año (2010), se levantó un nuevo censo, con el objetivo de contrastar los datos con el año anterior, pero además para comenzar la construcción de una base de datos que permita una mayor organización y control sobre los comerciantes que participan en la romería, por lo que en ese año, se registró el giro y también se tomaron fotografías de la mayoría de los oferentes.

¹⁷⁸ Aunque se profundizará en la descripción y el análisis de este proceso, vale la pena adelantar que el levantamiento del censo se hace en el momento de mayor afluencia de clientes ya que cuando todos los puestos “autorizados” están instalados (aproximadamente a las 8 o 9 de la tarde) y al mismo tiempo, que se contabiliza a los comerciantes, se cobra la cuota de basura, por lo que se requiere de un equipo de 5 ó 6 personas: las que pasan a cobrar y las que preguntan por el nombre del titular del puesto y los metros asignados, esta segunda tarea se realizó, en las dos ocasiones, por la investigadora y uno de los líderes de Los Dorados, el proceso dura aproximadamente 4 horas ya que también se convierte en el momento para recibir quejas, observaciones, sugerencias y resolver problemas, por lo regular, sobre el número de metros, la ubicación asignada a cada comerciante y la “aparición” de nuevos oferentes.

Vale la pena mencionar, que en el caso de Los Dorados, el número de los oferentes que participan en la romería rebasa al número de asociados registrados con Los Dorados. Como se explicará más adelante en el apartado sobre la jornada de trabajo, existen oferentes que se instalan afuera de sus casas, y no siempre se consideran como parte de la organización, a menos que así lo manifiesten o que paguen la cuota de basura. También existen otros comerciantes que forman parte de un grupo antagónico a Los Dorados y quienes generalmente no cooperan, pero se les permite instalarse para evitar conflictos. Al mismo tiempo algunos de estos comerciantes se instalan en el espacio correspondiente a las entradas de sus casas y, por tal razón, no se les restringe su participación.

El cuadro siguiente muestra a los oferentes de Los Dorados de Villa que participaron en 2006, 2009 y 2010:

Cuadro 31 Oferentes de la romería de Los Dorados de Villa

Año	Oferentes					Metros ocupados
	Total	Hombres	%	Mujeres	%	
2006	267	106	39.7	161	60.3	731
2009	370	164	44.3	206	55.7	1,035
2010	409	189	46.2	220	53.8	1,160

Fuente: 2006 *Censo elaborado por miembros de Los Dorados de Villa.* 2009 y 2010 *Elaboración propia con la cooperación de los líderes de Los Dorados.*

Los metros ocupados indican la extensión total de la romería, distribuida en tres pasillos a lo largo de la calle Felipe Ángeles, que es una de las calles principales por su ubicación frente a la Plaza Cívica y cercana al mercado público de la colonia.

Respecto a la composición de los oferentes, se observa que hay una mayor participación de mujeres, dato interesante ya que como mencionaron algunas de las entrevistadas, la romería funciona como una estrategia para obtener recursos adicionales en los meses de diciembre y enero, que tradicionalmente significan mayores gastos por las fiestas decembrinas y la compra de regalos para familiares e hijos.

De igual manera, las facilidades para instalarse en la romería permiten que muchas mujeres aprovechen el espacio para vender, ya que uno de los principios de Los Dorados, es “darle el espacio a quien lo solicita”, particularmente a mujeres y adultos mayores y, para ello, a ningún oferente se le cobra el uso del espacio o la plaza, la única cuota que se cobra es la de basura, pero los adultos mayores y personas con discapacidad, están exentas. En realidad no

existe un mecanismo o castigo que obligue a las personas a pagar alguna cuota, pero la mayoría de los oferentes lo hacen.

Las posiciones y disposiciones de los agentes en Mártires del 1º de Agosto y Los Dorados de Villa

Cuando hablamos de las posiciones y disposiciones, lo que se busca es explicar cómo están ordenadas las dos organizaciones en torno a su jerarquía o la división de la autoridad, las competencias y especializaciones que cada agente posee, asimismo qué decisiones están en juego y los mecanismos por los cuales se toman las decisiones.

Para Crozier y Friedberg, la especialización es una fuente de poder. El experto, aquí se representan con los líderes de las organizaciones de comerciantes, “es el único que sabe cómo hacer las cosas, que dispone de los conocimientos y de la experiencia del contexto, lo cual le permite resolver algunos problemas cruciales para la organización.” (Crozier y Friedberg, 1990: 71). Son expertos porque “tienen un monopolio de hecho porque es muy difícil y costoso reemplazarlas, dado que, en general, han logrado, mediante una organización de grupo, volver o mantener esotéricos o inaccesibles los conocimientos y las experiencias particulares que posee.” (Crozier y Friedberg, 1990: 71)

Del otro lado, quien posee el menor grado de pericia, puede aprovecharla para negociar, aquí pensemos en los asociados, su especialización, podemos decir, su habitus, se define por la experiencia en el comercio en vía pública, en tanto que son comerciantes, pero no necesariamente tienen el suficiente volumen de capital social, cultural, político e incluso económico para mantener la cohesión del grupo.

La organización en Mártires del 1º de agosto de 1924

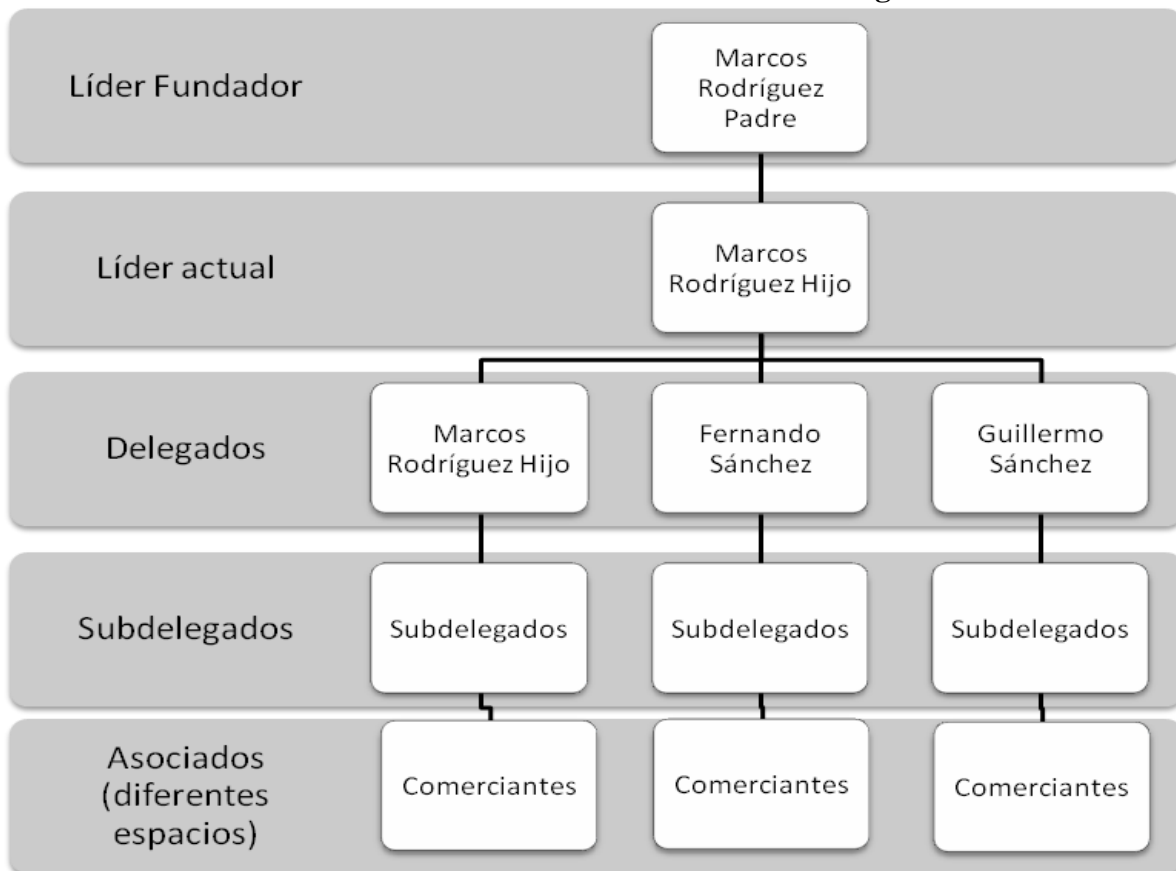
En el caso de Mártires del 1º de Agosto, al igual que de otras organizaciones de tianguistas tradicionales, en el sentido de Zaremborg (2010), las posiciones al interior se definen de la siguiente manera, en la parte dirigente están los líderes, los delegados y cuando existen, los subdelegados, quienes garantizan la ocupación del espacio. En la base tenemos a los asociados, comerciantes en vía pública, cuyo objetivo es obtener ingresos económicos del comercio.

La estructura de Mártires del 1º de Agosto, se ha mantenido estable desde su fundación, el líder fundador es Marcos Rodríguez padre del líder actual, quien todavía funge como representante legal, aunque ya no asiste a los tianguis por su edad, pero a veces acude a las

reuniones de trabajo con los funcionarios delegacionales. Marcos Rodríguez hijo, es el líder actual y desarrolla una mayor presencia en los tianguis, los supervisa, cobra cuotas y soluciona problemas y es quien mantiene los contactos con la delegación.

La ausencia del líder en la vida cotidiana de los tianguis, es un aspecto que comentado por varios comerciantes, y en diversas investigaciones. No obstante, en el caso de Mártires del 1° de Agosto, si bien se sabe que el líder fundador es el padre de Marcos, éste último es reconocido como líder.¹⁷⁹ En el cuadro siguiente se observa la distribución de las posiciones en la organización:

Cuadro 32 Estructura de Mártires del 1° de Agosto



La función básica del líder en Mártires del 1° de Agosto es mantener la estabilidad en la ocupación del espacio público. Para ello, funciona como el representante legal de la organización,

¹⁷⁹ En un trabajo anterior, algunos comerciantes que se ubican en el metro Copilco, señalaban la ausencia del líder, y que éste sólo se aparecía para solucionar problemas con la delegación (Gómez, 2006), no obstante, también hubo evidencia de la presencia cotidiana del líder en organizaciones que trabajan como concentraciones. Asimismo, en el trabajo de campo de esta investigación, algunos entrevistados que trabajan con diferentes organizaciones comentan que la ausencia de los líderes es algo normal y que los responsables cotidianos son los delegados.

en nombre de su padre, asiste a las mesas de trabajo que mensualmente convoca la Coordinación de Mercados y Vía Pública de cada una de las delegaciones en las que tienen presencia (Venustiano Carranza, Iztacalco e Iztapalapa), y debe mantener actualizado el padrón de oferentes.

El cuadro 32 muestra algunos elementos interesantes: en la realidad, por los testimonios de los comerciantes que trabajan en la organización, Marcos Rodríguez hijo es el líder de la organización, ya que como mencionamos su padre no asiste a los tianguis, pero al mismo tiempo funciona como delegado en algunas de las ubicaciones. Es evidente que el poder de Mártires requiere de un mayor número de personas encargadas del cobro de cuotas y la administración del espacio. Finalmente, Marcos es quien cumple las funciones de representante legal, se encarga de las negociaciones con la delegación y cobra la plaza en algunas de las ubicaciones.

Aquí muy importante mencionar el papel que juegan los líderes en la venta de los espacios de la vía pública, entre los propios comerciantes. Aunque legalmente ninguna persona particular puede ser dueño de un puesto en la calle, al interior de las organizaciones, el espacio tiene un valor económico muy alto. En esto también interviene el líder o el delegado. Onésimo, comerciante que llega a Mártires del 1° de Agosto gracias a la compra de un espacio a una señora que dejó su puesto, describe este proceso: en algunos tianguis, los lugares se compran, no es el líder quien los vende pero debe estar de acuerdo e informado de la compra- venta del espacio, ya que como agente que monopoliza el uso de la calle, de manera informal, obtiene una ganancia: “Aquí por ejemplo, yo soy dueño, la señora que estaba aquí antes me lo vendió, yo le dije “oiga pues cuánto cuesta” y ella me dijo “pues dame 2 mil por metro” y era 4 metros”. (Onésimo, 20 de noviembre de 2009)

Onésimo le comentó a un vecino que si quería compartir el espacio, la idea eran dos metros para cada quien y el vecino aceptó. Onésimo tiene dos metros y vende cinturones, su vecino, en los otros dos metros vende joyería de plata. Después de esta descripción me comenta: “no es que se le pida permiso al líder para vender pero hay que avisarle porque se le tiene que dar una parte por la venta. Yo pagué dos metros y la señora le dio 300 pesos a Marcos. Ellos siempre se llevan algo, entonces aquí soy dueño, bueno dueño se puede decir porque estamos en la vía pública, pero aquí yo tuve que comprar el lugar” (Onésimo, 20 de noviembre de 2009).

El líder como agente movilizador de la organización, como experto en el juego del comercio en vía pública y quien debe garantizar el espacio por la vía de la monopolización, también obtiene ganancias.

Por su parte, los delegados¹⁸⁰, son los responsables principales de la realización cotidiana de los tianguis en cada una de las ubicaciones/día y que, en la medida de lo posible –bajo la incertidumbre de la llegada de algún operativo delegacional– debe observar el cumplimiento de las *normas vigentes para la operación de tianguis*, y las reglas de protección civil. Esto implica estar presente antes de la instalación del tianguis y en el momento en que se desinstala.

En el día a día, el delegado se encarga de cobrar “la plaza” por uso de suelo, de vigilar que cada comerciante respete el horario de instalación y retiro de los puestos, los metros que se le otorgan, y que todos cumplan con el reglamento de Protección Civil. Asimismo, por reglamento, los tianguis deben contar con una planta de luz y no pueden utilizar o “colgarse” de los postes de luz¹⁸¹.

Para otros giros como la venta de ropa, discos, películas, joyería y otras mercancías no perecederas, el delegado debe vigilar la procedencia de las mercancías y, en teoría, no permitir la venta de piratería o de bebidas alcohólicas¹⁸². Debe garantizar la seguridad tanto de los comerciantes como de los clientes que asisten al tianguis, para ello puede gestionar protección con las autoridades delegacionales.

Finalmente otra de sus tareas es la resolución de los conflictos entre asociados por cuestiones de espacio, las mercancías que venden y las condiciones del puesto. Aquellos que se presenten con los vecinos cuando los comerciantes no respetan los pasillos o los horarios de instalación y retiro de los puestos o incluso la convivencia, y también con las autoridades cuando éstas llegan a realizar inspecciones. Sin embargo, a decir de los entrevistados que pertenecen a

¹⁸⁰ Para las funciones de los líderes y delegados, cfr. capítulo 2, apartado 2.3.

¹⁸¹ Uno puede observar en los tianguis que en raras ocasiones cuentan con planta de luz, lo que generalmente hacen es “colgarse” de los postes o pedir a algún vecino que les permita conectarse, en todo caso, el delegado vigila que exista un acuerdo entre vecinos y comerciantes para no afectar las relaciones con la comunidad, quien finalmente son los clientes principales de los tianguis. Sobre este particular, cuando la delegación envía un operativo, tiene la obligación de exigir a los comerciantes que no se cuelguen y de multarlos, sin embargo en raras ocasiones sucede. El papel del delegado es ser el intermediario en estos conflictos y “matizar” los conflictos entre los comerciantes que no cumplen y las autoridades, evitando que se le cancelen los permisos a los comerciantes.

¹⁸² La venta de piratería y de bebidas alcohólicas es una cuestión cotidiana, si bien el delegado y el líder no deberían permitir la venta de estas mercancías, la realidad es que, tanto las autoridades como los líderes, lo permiten. El único incentivo selectivo para “tratar de controlar y mitigar esta situación” o para mostrar que se aplica la ley es, nuevamente, la incursión esporádica de la legalidad con algunos operativos en donde se incauta la mercancía y el delegado castiga al líder, aunque al poco tiempo, el comerciante regresa y vende los mismos productos.

esta organización, las funciones de Marcos como delegado, se prestan a una gran flexibilidad: cumplir más o menos, en tanto las autoridades no supervisen.

Las funciones de los subdelegados, cuando existen, como es el caso de Mártires son las de acompañamiento y ayuda al delegado en el cobro de cuotas, sustituirlo en esta tarea cuando el delegado no asiste al tianguis y apoyarlo en la resolución de problemas.

El papel de los asociados en Mártires se limita al pago de las cuotas por la plaza y a cumplir con los reglamentos de vía pública y protección civil.

Como una asociación civil, Mártires tiene la obligación de convocar a asambleas en donde los asociados tienen el derecho a participar. Sin embargo, las asambleas se realizan en contadas ocasiones, de hecho, algunos entrevistados comentan que las que ha realizado Mártires del 1° de Agosto, nunca han sido abiertas a todos los asociados, sólo las personas más allegadas al líder¹⁸³, entre ellos los subdelegados, delegados y algunos comerciantes con vínculos fuertes con Marcos, son los que asisten. Juan Saavedra, líder en Los Dorados y comerciante en Mártires comenta cómo se eligió a Marcos Rodríguez como delegado:

Como que no les interesa mucho a los líderes hacerlas, o si las hacen nada más son entre 3 o entre sus grupos, entre la cúpula, porque no las promueven. De hecho, cuando nombran a Marcos, al hijo de Marcos Rodríguez, como delegado, se hizo una asamblea, pero nada más fueron los más allegados, hacen su acta y todo y él resulta electo como delegado. De hecho nunca me han invitado a una asamblea, hay mucho hermetismo, me imagino que si hacen una asamblea abierta donde inviten a todos, se les va a dificultar su situación porque ya empieza a hablar uno y otro, empiezan a despertar inquietudes y él quiere que las cosas se mantengan como están ahora, teniendo el control absoluto. (Juan Saavedra, 11 de noviembre de 2008)

Los temas que se discuten en las asambleas, a decir de algunos entrevistados, tiene que ver con los problemas cotidianos de la organización y como comenta Juan con la designación de delegados y subdelegados, el problema es que los asociados, en general, no tienen acceso a estas reuniones y por tanto, no participan de las decisiones.

A partir de lo anterior, observamos que Mártires del 1° de Agosto se caracteriza por una estructura vertical en la que toda la autoridad recae, en primer lugar en el líder como representante legal y reconocido por los asociados, porque tiene una presencia constante en las diferentes ubicaciones que controla la organización. En segundo lugar, la autoridad también recae

¹⁸³ Durante el trabajo de campo y las posteriores visitas a dos de las ubicaciones de Mártires del 1° de Agosto, no se tenía información de alguna asamblea. Uno de los argumentos que Marcos Rodríguez comentó en una ocasión fue que no se habían realizado asambleas “porque no se habían necesitado”.

en los delegados quienes están vinculados por lazos familiares fuertes, o lazos de compadrazgo o amistad.

Marcos funciona como el experto de la organización porque posee la pericia para mantener, la cohesión del grupo, gracias a las competencias que tiene y que se derivan de la posesión sobre ciertos capitales, muchos de ellos heredados por su padre. Al mismo tiempo estos capitales le garantizan el control sobre uno en particular: la vía pública.

Por su parte, los asociados tienen escasa o nula participación en las decisiones, a excepción del grupo de personas allegadas al líder. De esta manera la figura de asociación civil es solamente el requisito impuesto por el Reglamento de Mercados de 1951 para ocupar el espacio, sin que funcione como tal en la realidad.

Siguiendo la tipología propuesta por Zaremborg (2010) Mártires presenta características propias de dos tipos: el proteccionista y el pragmático instrumental. Desde este punto de vista, Mártires del 1° de Agosto aparece como una organización tradicional y proteccionista (pero con liderazgo masculino), con un sistema de reglas muy simple: acatar la autoridad del líder, quien posee el monopolio en la distribución del espacio y el líder cumplirá con su función de mantener la estabilidad del espacio. No obstante que existen ciertos rasgos protectores frente a los asociados cuando incursiona la autoridad en el tianguis, no existe el otorgamiento de beneficios adicionales a la garantía del espacio para el comercio en vía pública¹⁸⁴.

Mártires también comparte rasgos pragmático-instrumentales, sin ser una organización débil y mucho menos pequeña, porque su única finalidad es el cobro de la cuota por la garantía del espacio público.

En síntesis las estrategias de reproducción de Mártires del 1° de Agosto, se sustentan en la participación del líder como la máxima autoridad. El líder tiene el monopolio sobre la organización, toma decisiones, a veces respaldadas por reducido número de agentes de confianza. El papel que juegan los asociados en la toma de decisiones de la organización es prácticamente inexistente, de hecho, podemos afirmar que no existe porque no hay mecanismos para que los socios puedan participar.

Es evidente que los socios tienen necesidades, inquietudes y quejas, más cuando se trata de la dinámica cotidiana del tianguis, pero estas inquietudes serán resueltas por el líder o el

¹⁸⁴ Como sucede en organizaciones de comerciantes ambulantes en el Centro Histórico de la Ciudad de México, principalmente aquellas lideradas por mujeres, quienes otorgan beneficios como guarderías, programa de vivienda y aquellos relacionados con los programas sociales del Distrito Federal. Véase Zaremborg, 2007; 2010.

delegado (en este caso Marcos Rodríguez tiene las dos funciones). Para otras ubicaciones en donde Marcos no se presenta regularmente, y cuenta con representantes (delegados o subdelegados), los problemas también serán resueltos por ellos. En caso de que la autoridad del delegado o subdelegado no sea suficiente, Marco resolverá el problema.

Podemos afirmar que estratégicamente este tipo de organizaciones, no requieren de mecanismos de la participación de los socios, porque en la realidad, funcionan y son exitosas. La verticalidad es funcional a los diferentes agentes: los socios y el líder. Los socios logran cierta estabilidad en su ocupación en tanto el líder mantenga los vínculos con el campo político, por su parte, los líderes obtienen capital económico y político y su existencia está garantizada.

La organización en Los Dorados de Villa

Para el análisis de la lógica interna de Los Dorados de Villa, se tomarán en cuenta las diferentes etapas por las que ha pasado la organización. En la historia de Los Dorados, se han dado cambios en la cúpula de la organización, particularmente el papel que juegan Juan Saavedra como fundador y Alejandro Balderas, quien se incorpora unos años después.

En el desarrollo de la organización encontramos tres etapas: la primera con Juan Saavedra y Don Manuel como líderes de la organización; la segunda cuando se integra un comité de trabajo compuesto por Juan, Alejandro y Daniel como figuras principales, y una tercera que implica la formalización de Los Dorados como asociación civil, el cambio de nombre y el papel de Alejandro como líder principal, apoyado por Juan y por los miembros del comité de vigilancia, conformado por vecinos cercanos a Alejandro. En estas etapas veremos cómo se perfilan dos proyectos de organización, el primero basado en la romería y, el segundo, con un proyecto comunitario.

Para Los Dorados de Villa, la forma que presenta su liderazgo proviene de la experiencia de Juan Saavedra en otras organizaciones de tianguistas y de su participación en los comités vecinales de 1999 en el Distrito Federal. Al momento de las entrevistas, entre 2008 y 2009, Juan trabajaba en 5 organizaciones diferentes, y los elementos que encontraba en común son un ejercicio vertical y autoritario del liderazgo, así como un sentido pragmático-instrumental sobre el comercio en vía pública que es visto por los líderes como una forma de enriquecimiento, sin tomar en cuentas las necesidades de quienes forman parte de las organizaciones. A partir de dichas vivencias el concibe que no es necesaria la existencia de un líder, porque éste siempre

tenderá a monopolizar el poder en su propio beneficio: “Cuando hay un líder es muy fácil que haga lo que quiera”. (Juan Saavedra, 14 de noviembre de 2008).

A pesar de ello, cuando Juan compara el funcionamiento de las diferentes organizaciones en las que trabaja, reconoce que en algunas de ellas los líderes tienen la capacidad para que se cumpla la disciplina en el tianguis y eso es positivo, en tanto otras que no demuestran tanta rigidez y “tratan de ser amigables con todos o se llevan bien con todos los compañeros, no son exigentes, incluso se ponen a jugar baraja y les dan mucho chance a los compañeros y los reglamentos no se cumplen, pero luego si se ponen arbitrarios” (Juan Saavedra, 14 de noviembre de 2008).

Primera etapa: la conformación del grupo desde el Comité Vecinal

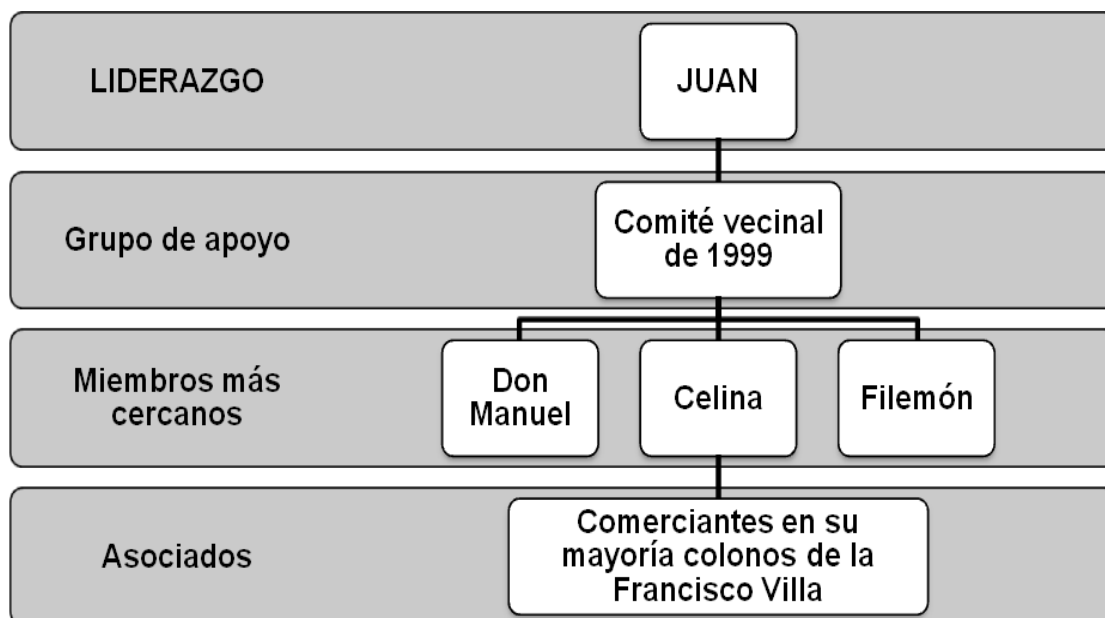
En la primera etapa de Los Dorados, en donde aún carecían de nombre, la lógica fue la apropiación y el control de la organización. Aquí hay una estrecha vinculación entre la fundación de la organización y la parte del Comité Vecinal de 1999 conformado por el grupo de Juan. Éste es en realidad, en representación de Juan, el que se erige como “movilizador” y monopolizador del grupo de comerciantes.

Tomando en cuenta las funciones de los Comités Vecinales establecidos en lo que fue, la segunda Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal (LPCDF) de 1998, en donde se definió su existencia, en realidad el Comité podía intervenir en el control de la organización, ya que el artículo 80 de la LPCDF señalaba:

Los Comités Vecinales son órganos de representación ciudadana que tienen como función principal relacionar a los habitantes del entorno en que haya sido electos [...] para la supervisión, evaluación, y gestión de las demandas ciudadanas en temas relativos a servicios públicos, modificaciones al uso de suelo, aprovechamiento de la vía pública [...] (LPCDF, 1998)

Así en esta primera etapa, un grupo de ciudadanos que representaban legalmente a los habitantes de la colonia Francisco Villa de Iztapalapa, definen las reglas del juego en esta primera etapa. De tal manera que las posiciones quedan de la siguiente manera:

Cuadro 33 Las posiciones en Los Dorados de Villa. Primera etapa



En ese momento las funciones de Juan como líder consistían en la organización de las asambleas previas a la realización de la romería. Tomando en cuenta que ya existía un grupo de comerciantes, Juan era el responsable principal de elaborar el padrón con la asignación de los lugares y el tamaño del espacio.

Por su parte las tareas del grupo del Comité Vecinal que se apropia de los comerciantes, tiene como funciones principales apoyar, en la elaboración del padrón de participantes en la romería y colaborar en la resolución de los problemas que se presentaban, tanto en el momento de asignación de espacios, como en la jornada de la romería. Una noche antes, todos los comerciantes se reúnen en la Plaza Cívica para marcar los lugares, Juan y los miembros del comité supervisaban esta asignación que, generalmente, motivaba disputas, ya que en el momento muchos comerciantes comienzan a marcar sin respetar el padrón o aparecen nuevos que buscan un lugar.

La diferencia entre el líder que coordinaba a los comerciantes y los miembros del Comité Vecinal, era que desde ese momento ya no se cobrarían cuotas por el uso del espacio, a excepción del servicio de basura que era contratado con la Delegación.

Como mencionamos en la historia de Los Dorados, Ana era la coordinadora del Comité Vecinal y por tanto, responsable de las tareas que éste realizara. Sin embargo, el Comité ya se

había dividido, quienes apoyaban a Ana eran sus amigos y vecinos cercanos, por su parte, el grupo de Juan sería quien posteriormente administraría a Los Dorados¹⁸⁵.

Las diferencias entre los dos grupos, a decir de los propios miembros del Comité y de vecinos (comerciantes también en Los Dorados) era la percepción sobre la participación ciudadana. Ana, la consideraba como una oportunidad de ascenso y capital político, Juan y su grupo como una oportunidad para obtener recursos e infraestructura para la colonia. Un ejemplo de esta “buena voluntad” fue, precisamente, cambiar las reglas del juego en el comercio en vía pública: no cobrar ninguna cuota por uso de suelo, y tampoco responsabilizarse por la gestión de los permisos ante la Delegación, que en muchas organizaciones forma parte de las funciones de los líderes.

Desde ese momento, Ana se convierte en el agente antagonista, además del Comité, de Los Dorados. Como mencionamos brevemente en el apartado anterior, la estrategia de Ana consistirá en persuadir a los comerciantes de que trabajen con ella, a través de la amenaza sobre sus vínculos con la delegación y la posibilidad de desalojo; a cambio de trabajar con ella, pide el pago de una cuota por el uso de suelo, pero ofrece la gestión de los permisos individuales en vía pública.

Segunda etapa: los límites del trabajo en equipo y la diferencia entre proyectos de organización

En la segunda etapa de la historia de Los Dorados, la conformación del comité para la Romería se decidió en asamblea y representa la propuesta que, Juan y Don Manuel buscaban en su primer intento fallido por cambiar las reglas del juego de las organizaciones tradicionales.

Los objetivos eran construir una organización que no cobrara cuotas por el uso del suelo, evitar que el liderazgo se concentrara en una sola persona y que los asociados tuvieran una mayor participación en las decisiones colectivas.

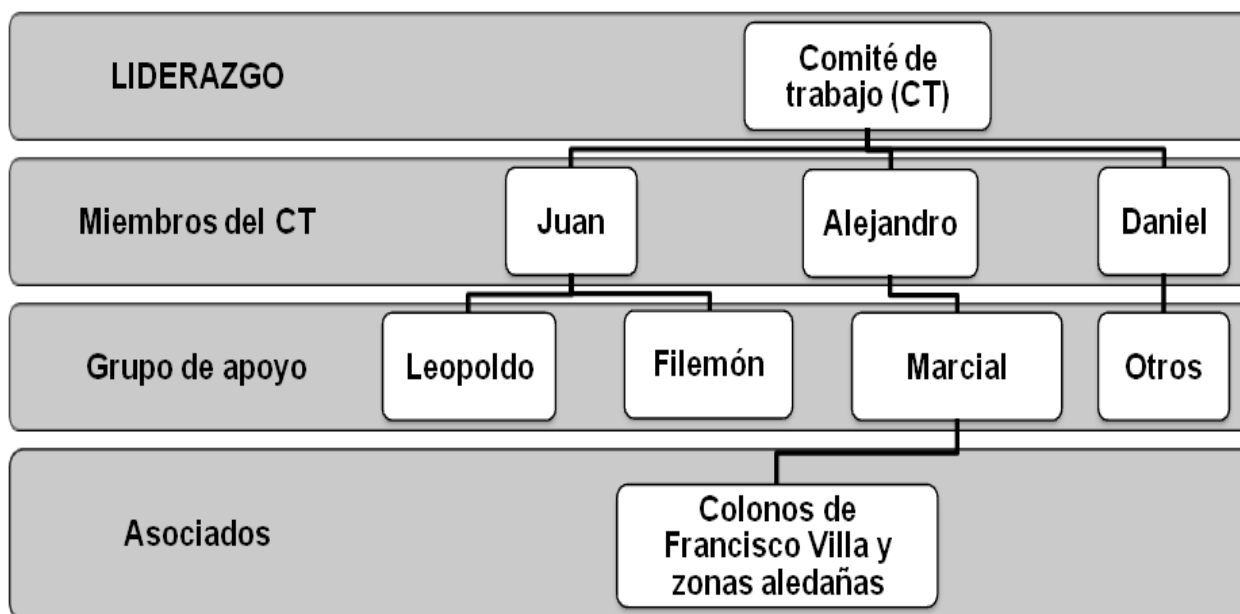
Estaban todos los compañeros en esa asamblea, no recuerdo si fue un día 4 pero fue antes de la romería, yo les planteo, siempre tomo la palabra, era quien iniciaba las asambleas y les hago la invitación a que formemos una comisión de trabajo y pues siempre hay compañeros más arriesgados que les gusta involucrarse, hay otros que lo único que quieren es trabajar y así se decidió, todos levantaron la mano para que se formara la comisión, y luego les digo, bueno ¿Quiénes quieren ustedes que sean los

¹⁸⁵ En la segunda etapa, Don Manuel y Celina ya no forman parte de Los Dorados. El primero porque fallece y Celina porque renuncia al Comité Vecinal por los problemas internos.

integrantes de la comisión? Y dijeron que yo y surge Alejandro, y ya después todos los demás, en ese entonces éramos siete, pero no todos van, sólo Alejandro y yo. La idea de formar la comisión era ésa, para que no recayera el liderazgo en una sola persona. (Juan Saavedra, 14 de noviembre de 2008)

Esta segunda etapa corresponde al fin de la actuación que tuvo el Comité Vecinal y a la decisión de continuar con la romería. Aparece Alejandro como el nuevo personaje que disputará el liderazgo de Los Dorados de Villa.

Cuadro 34 Organización de Los Dorados. Segunda Etapa



Como señalamos, la propuesta para que Los Dorados tuvieran un liderazgo que trabajara bajo la figura de un comité, proviene de la experiencia de los comités vecinales. El comité permitiría una división del trabajo más eficiente, una responsabilidad compartida para administrar la romería y una mayor participación de los asociados.

El esquema anterior muestra cómo el liderazgo construido por Juan en la primera etapa de la organización, ahora se distribuye en tres agentes, Juan, Alejandro y Daniel. La invitación de Juan a que Alejandro participe en el comité, proviene de la experiencia de la familia de Alejandro en el comercio en vía pública. Su familia ha mantenido un puesto fijo de frutas en la Plaza Cívica desde los años ochenta. Las razones más importantes para que Juan lo incorporara fueron la formación académica su carácter “aguerrido”, el reconocimiento de la familia de Alejandro en la colonia por tener fuertes vínculos de solidaridad entre ellos y por defenderse en todo momento.

Como explican Juan y Alejandro en diferentes entrevistas. El papel del comité de trabajo es hacer más eficiente la organización de la romería, definir el padrón de asociados, pero algo fundamental es la construcción de una imagen para el colectivo. Alejandro es quien toma la iniciativa y decide nombrarlos como Los Dorados de Villa.

Es en esta etapa cuando comienzan las diferencias en la visión sobre la organización: o un colectivo de comerciantes, que no pagan cuotas y trabajan una vez al año, o un colectivo que se identifique con las necesidades de la colonia, y sea el representante vecinal de la colonia.

Esta diferencia también se traducirá en la dinámica cotidiana de la organización: estas dos visiones, que como ya dijimos, la primera está impulsada por Juan, y la segunda por Alejandro, también perfilarán dos maneras de administrar a la organización y, en general, dos formas de percibir el liderazgo.

El principio básico de Los Dorados se mantiene intacto: no se cobran cuotas y sólo se pagará por el servicio de basura. Pero los conflictos por la administración de la romería se agudizarán, no sólo por el número de “cabezas” que dirigen al grupo, también porque la romería comienza a crecer y así los problemas para distribuir el espacio y administrar la romería.

Desde el liderazgo, los problemas para elaborar el padrón sobrepasan al comité, dado que sólo trabajan una vez al año y la mayor parte de los asociados aparece en los días previos a la romería, año con año, emergen nuevos comerciantes solicitando espacios y los viejos reclaman su derecho de antigüedad y por tanto, el privilegio de elegir el espacio.

Los líderes, Juan, Alejandro y Daniel, no tienen la capacidad para distribuir equitativamente el espacio, tampoco para ejercer una autoridad sobre los socios, quienes, en muchas ocasiones, antes de designarse los lugares conforme a un padrón que cambia cada año, ya delimitaron sus espacios.

Los socios, ante el desorden que implica la asignación del espacio, se dividen entre Juan y Alejandro, quienes a su vez, aseguran espacios para todos y prometen ubicarlos en algún momento, ya sea durante la noche o al día siguiente, cuando inicia la romería.

Existe un reglamento escrito que reproduce la forma de organización de los tianguis: asignación de espacios conforme al padrón, horarios de la jornada de trabajo, reglas de convivencia y seguridad (con base en el Reglamento de Protección Civil del DF). Sin embargo, en el momento de la romería, tampoco existe un control de los líderes y un apego a las reglas, por parte de los socios en cuanto a los horarios y la asignación de espacios.

Lo anterior generalmente ocasiona episodios conflictivos, a veces con conatos de violencia entre los socios y los líderes. Por supuesto, que como la romería se realiza cada año, no se castiga a quienes incumplan las normas¹⁸⁶.

Daniel comienza como comerciante en Los Dorados cuando Juan estaba en el comité vecinal, posteriormente Juan y Alejandro, lo invitan a participar para colaborar en las tareas de la organización, pero ha optado por una presencia mucho más limitada a la noche anterior y al día de la romería. Su función es apoyar en la administración y resolución de los problemas, así como en el cobro de la cuota de basura.

El grupo de apoyo que se presenta en el cuadro anterior, ubica a por lo menos dos personas que siempre colaboran con Los Dorados y que son más cercanos a Juan por el trabajo en el Comité Vecinal: los hermanos Leopoldo y Filemón Colín, ellos están presentes en la asamblea previa a la romería y contribuyen al cobro del servicio de basura. Marcial se integra en 2009 a Los Dorados por invitación de Alejandro y como apoyo a su propio proyecto, los demás miembros del Comité no están de acuerdo.

Al inicio de la segunda entrevista con Juan, se percibe una tensión por la definición del liderazgo en Los Dorados. Juan señalará que, aunque, los dos asumen el liderazgo, él lo ha delegado en Alejandro. Mientras tanto Alejandro dirá que ha asumido el liderazgo como una necesidad ante la falta de control. Lo que está en medio de esta tensión es un cálculo estratégico sobre las posibilidades de crecimiento de Los Dorados.

Más allá del proyecto comentado, Alejandro percibe una oportunidad para hacer crecer la romería y transformarla en otro tipo de canal de abasto. Juan, por su parte, no ve un futuro más allá, dado que la participación de los socios sólo sucede una vez al año.

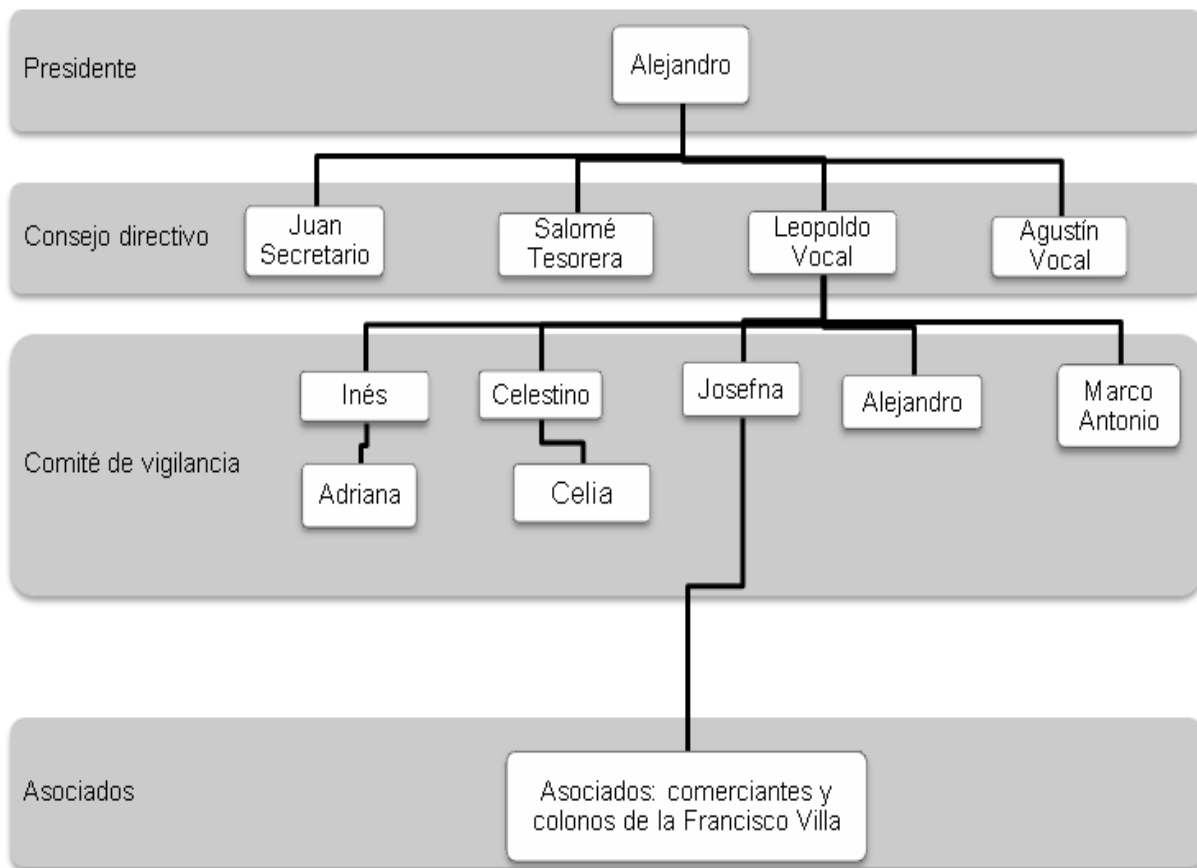
Finalmente, esta segunda etapa perfila el cambio de liderazgo de Juan a Alejandro. Las repercusiones de este cambio no afectan la realización de la romería, pero tampoco contribuyen a mejorar su orden.

¹⁸⁶ Como veremos más adelante, la forma en cómo se desarrolla la jornada y cómo se desempeñan como líderes, define percepciones diferentes de los asociados sobre los ellos.

Tercera etapa: la formalización de Los Dorados y la continuidad de la romería

En la tercera etapa de Los Dorados, el liderazgo lo asume Alejandro, aunque Juan se mantiene presente tanto en las asambleas, como en el día de la romería. Es el momento de la formalización de Los Dorados como asociación civil, el cambio de ciertas reglas del juego, pero también una ausencia de cálculo estratégico de Alejandro. Este proyecto se concreta, a finales de 2009 con un nuevo nombre: Consejo Integral para el Bienestar Social, Los Dorados de Villa, los más leales del General Francisco Villa, A.C. que tiene la siguiente estructura:

Cuadro 35 Organización de Los Dorados de Villa. Tercera etapa



En esta nueva etapa, liderada por Alejandro, convergen varios proyectos: por un lado la romería del día de reyes, con la misma organización y los mismos integrantes, y por otro, la compra de un terreno para construir vivienda popular, en la que cada uno de los asociados deberá aportar dinero y, dependiendo de su aportación, será su participación en dicho terreno.

Asimismo en el consejo directivo se mantienen Juan, en segundo lugar, y como tesorera la hermana de Alejandro, quien atiende el puesto de frutas en la Plaza Cívica; también continúa Leopoldo Colín, comerciante en la romería, dueño de una veterinaria y con experiencia de

participación en el Frente Popular Francisco Villa, ingresa Agustín, comerciante y vecino de la colonia.

El comité de vigilancia está compuesto por comerciantes de la romería y vecinos de la colonia cuya función será vigilar que se realicen las tareas contempladas en el acta constitutiva de la organización. Hasta el cierre del trabajo de campo, la organización se ocupaba de la recolección del dinero para la compra del terreno y la realización de la romería.

Esta etapa mantiene las reglas sobre la romería, pero en cuanto a la participación de los asociados, se contempla la realización de asambleas mensuales en donde cada uno de los asistentes deberá aportar una cuota de 10 pesos, con ello tiene garantizado su derecho a voz y voto.

Las reglas del juego en la dinámica cotidiana de las organizaciones

El objetivo de este apartado es analizar cómo funcionan las reglas del juego del comercio en vía pública, a través de las dos organizaciones de estudio. Cuando se habla de reglas, se entiende, tanto la aplicación del marco jurídico vigente como las reglas informales que tiene cada organización para operar cotidianamente.

Mártires del 1° de Agosto de 1924

Uno de los aspectos importantes en cuanto a la jornada de trabajo de Mártires del 1° de Agosto es la dinámica cotidiana que responde a un tipo de organización ya establecida y consolidada con objetivos claros y definidos que ha aprendido a jugar con la aplicación de la normatividad con una estrategia flexible que le permite adaptarse a diversas circunstancias, particularmente aquellas que se vinculan con los cambios en el campo político: apoyo a funcionarios, partidos políticos y candidatos a puestos de elección popular. Esto evidencia un alto grado de cálculo estratégico, no por ello, Mártires es la tercera organización más importante en Iztapalapa.

La dinámica cotidiana de un tianguis implica todas aquellas actividades que suceden en un día: desde la instalación del puesto hasta su retiro. En esta jornada de trabajo que, regularmente, inicia entre las 6 y 8 de la mañana y termina 12 horas después, los comerciantes generan vínculos fuertes y débiles entre ellos y con los líderes que incluso se llegan a la formación de pareja.

Asimismo, algunos comerciantes establecen relaciones de compadrazgo con Marcos, lo que permite la construcción de redes sociales y del grupo allegado al líder. Este grupo es quien participa en las asambleas y algunos de sus integrantes tendrán la posibilidad de ser delegados o subdelegados.

El vínculo con Marcos genera privilegios y distinciones, como señalan los entrevistados: “los que están bien con el líder”, “los cuates o compadres del líder” pueden obtener mejores ubicaciones, pagar la cuota a destiempo, volverse delegados o ignorar las normas de tianguis vigentes, sin que ello implique algún castigo.

La división del trabajo durante la jornada implica que los asociados preparen su plaza, se instalen y vendan, por la tarde están obligados a retirar el puesto y a limpiar la zona. El líder o los delegados se encargan de supervisar el espacio de cada uno y que todos estén instalados conforme al horario establecido en las *Reglas de Operación de Tianguis*. Una vez terminado el horario para la instalación, Marcos reasigna los espacios vacíos.

Esto constituye un nuevo momento en donde líder/delegado representa su monopolio sobre el espacio público. Aunque, como explica Bourdieu, la existencia de reglas no implica que los agentes las obedezcan ciegamente, incluso por aquellos que no poseen un espacio y que deben esperar a que el líder les asigne lo que sobra.

Conforme Marcos va caminado, comienza el *performance*. Cada mañana, es acompañado por un nutrido grupo de comerciantes quienes, reclaman un espacio: “danos un espacio”, “ya nos conoces”, “tú sabes que si cumplimos”, “por qué me das este lugar tan feo”, “y ahora porque tan poquito espacio”, “dame chance”. Ahí es evidente el monopolio sobre el espacio que tienen los líderes de las organizaciones.

En entrevista Onésimo describe lo que pasa todos los días en Mártires del 1° de Agosto a la hora de asignar los lugares: las personas se ponen detrás de él y lo siguen en espera de que el vaya repartiendo lugares, es un momento en que en palabras de Onésimo “no se imagina todo lo que le dicen”, y principalmente las mujeres, lo insultan, “una disculpa por lo que voy a decir, pero le dicen “mire es fina la perrita”.

Es esta figura en donde los comerciantes que no los toma en cuenta y surgen los comentarios “los perros” van detrás de la hembra en este caso, Marcos es quien tiene el poder.

Ya en la jornada de trabajo los principales problemas se dan entre los propios comerciantes, en el trato con los clientes, los posibles operativos delegacionales, el

comportamiento de los tianguistas por el consumo de alcohol, jugar baraja, entre otros, y sobre el cobro de la cuota diaria por ocupar la plaza. En el cobro de cuotas, Marcos o el delegado que lo apoye en ese momento, negocian el pago con algunas personas: la flexibilidad y la oportunidad para pagarlo después o no pagar adeudos anteriores, define, entre otros elementos, la percepción que tienen los asociados sobre el líder. Asimismo, en el caso de Mártires del 1° de Agosto y de Marcos como delegado, la distribución del espacio y los problemas de la jornada de trabajo son resueltos exclusivamente por él.

Las reglas del juego son simples: si los comerciantes quieren tener un espacio en las ubicaciones contraladas por Mártires del 1° de Agosto, tiene que acudir a Marcos y obtener su permiso y aceptar las reglas de la organización y la participación de los socios se reduce a la dinámica cotidiana, no existen mecanismos de participación en asambleas, porque cuando estas se realizan sólo acuden los más allegados de Marcos.

Los Dorados de Villa

En el caso de Los Dorados, son evidentes las diferencias entre una organización consolidada y muy bien organizada (aunque de manera vertical) como Mártires, frente a una organización que funciona como comité y siempre buscando la colaboración de otros vecinos para la organización y administración de la jornada.

En los dos años que participé en la romería y a través de las entrevistas con los comerciantes, se evidencia la escasa aplicación de un reglamento y la dificultad para ejercer la autoridad. Los conflictos en la distribución del espacio que comienzan desde la noche de 4 de enero e incluso se extienden hasta la noche del 5, cuando la romería está en su apogeo. Pese a que existe un padrón de comerciantes y que casi todos ellos se conocen de muchos años, además de que en 2008 y 2009 se levantaron nuevos censos de participantes, lo que permitiría mayor información, no existe coordinación en Los Dorados, por lo menos entre Juan, Alejandro, Daniel para la asignación de los lugares y para que los comerciantes los respeten y acaten las decisiones del comité.

Así mismo, dentro de las reglas de la organización se pide que los comerciantes participen en las asambleas que se realizan durante el año, por lo menos una cada dos meses. En ellas, se deben discutir los asuntos relacionado con la romería, con el objetivo de hacer más eficiente su operación y también administrar el ingreso y permanencia de los comerciantes. Pero a lo largo del año, los comerciantes casi ni asisten a las asambleas, el número que asiste en promedio es de

10 a 15 personas, los asistentes regulares son justamente el grupo que conformó el Consejo Directivo de Los Dorados en su última etapa, todos ellos son más cercanos a Alejandro que a Juan. Otros comerciantes que participan con regularidad, lo hacen para asegurar su lugar en la romería. Nuevamente, no hay castigos, ni incentivos para obligar a la asistencia.

Asimismo, cada socio debe contar con una credencial, Alejandro es el encargado de este proceso, pero este trámite siempre genera problemas porque Alejandro no lleva el control de quienes le solicitan la credencial, pierde los papeles que le entregan (copia de la credencial de elector y dos copias) o no entrega las credenciales cuando promete.

El 4 de enero a las 7 de la noche¹⁸⁷ se convoca a la última asamblea previa a la romería, esta es la asamblea que tiene mayor número de participantes en el año, aproximadamente entre 100 o 150 personas, ya que en ella lo importante es el pase de lista a los comerciantes que están inscritos en el padrón. Muchos de los asistentes funcionan como representantes de otros y los que no asisten, pero son miembros, simplemente marcan sus lugares en la calle, con base en el que han ocupado con anterioridad y se van a sus casas.

El lugar que tiene cada comerciante en la lista es el lugar que ocupará en la romería. Asimismo es el primer momento de tensión que enfrentan los líderes de Los Dorados por no ejercer la autoridad que se suponen tienen: cada año cambia y crece el padrón, por tanto, para muchos, cambia la ubicación del puesto. El crecimiento en el número de participantes también se ha transformado en un problema sin solución. Juan, Alejandro y Daniel, se ven obligados a usar un espacio mayor sobre la calle Felipe Ángeles. Si en 2006, ocupaba 6 calle, en 2010 ocupaban 10.

La escasa administración y control, no toma en cuenta que muchos vecinos aprovechan el día para vender en las entradas de sus casas. Esto implica más tensiones por el espacio, los líderes asumen que no pueden prohibir que un particular use su entrada y tampoco le pueden pedir cuota de basura. Tampoco se tiene certeza sobre el número de personas nuevas que solicitarán un espacio y las personas que son afines a Ana. Ella siempre mandará a un grupo aproximado de 20 personas para solicitar un espacio, sin que hasta el momento esto haya implicado un riesgo para la organización de Los Dorados o la posibilidad de que Ana pueda tomar el control de la organización.

¹⁸⁷ La información sobre las asambleas y la jornada de la romería se construyó con la información de las entrevistas y con la observación participante en dichas asambleas y en el levantamiento del padrón de comerciantes.

Lo único que garantizan los líderes de Los Dorados, es el espacio: todos tendrán un lugar. Primero quienes ya han participado, en segundo los nuevos, no importa de donde vengan. Este desorden que refleja la escasa autoridad de Juan y Alejandro genera una cadena de resistencias a la supuesta organización que hacen los líderes.

Lejos de ser un discurso oculto, las quejas de los socios son completamente públicas: comentarios sobre el favoritismo que tienen algunos líderes, principalmente Alejandro, con ciertos comerciantes, generalmente aquellos que llevan más tiempo en la romería o que son recomendados por amigos. La incapacidad de Juan para asignar los lugares, la queja constante de que siempre es un desorden. Al final el proceso de asignación de lugares se prolonga hasta las doce o una de la mañana del 5 de enero.

Las asambleas, a diferencia de Mártires del 1° de Agosto, son un caso extremo de participación y poca decisión. Efectivamente los asociados participan y se quejan cada año por el desorden de la romería, pero esto hasta ahora no ha impactado en la dinámica de la jornada, en donde si se ha dado una mejoría es en el pase de lista de cada uno de los comerciantes, si antes se tardaban entre cuatro y seis horas, ahora el proceso es de 3 horas cuando mucho. Lo que implica que en la jornada, participen otros comerciantes para apoyar en estas tareas.

Otro aspecto fundamental es que la propia composición de Los Dorados, como una organización donde muchos comerciantes están vinculados por lazos vecinales, se presta para mayores conflictos cuando el comité debe resolver las quejas de todos aquellos que son sus vecinos, que los conocen de toda la vida, que son amigos de la infancia o incluso familiares (aunque sea lejanos) este discurso de “y yo que lo conozco desde tanto tiempo y no me da un buen lugar” es muy recurrente. Alejandra, vecina de la colonia, quien no participa como comerciante en la romería, pero que ayuda a su sobrina con la organización comenta al respecto:

Mi sobrina quería vender y le dije “no te preocupes, a lo mejor en este tianguis te puedo conseguir un lugar” y así fue como mi sobrina conoció a Alejandro pero son muchas broncas. Alejandro me trajo como mensa, como desde las 8 y media de la noche hasta las 11 para que le diera un lugar a mi sobrina. Yo estaba bien enojada, porque conociéndolo de tanto tiempo. A mí no me gusta cantar los favores, ya si la gente viene y te da un regalo por algo que tú hiciste, a bueno, pues gracias, pero yo ya le había echado la mano a Alejandro y dije bueno ¿me va a tomar en cuenta o no? y no ¡ya vi que no! El tiene cierto compromiso con nosotros y apoya a otras personas. Le recomendaron a una persona sin dinero y ahí le está dando lugar, ¡le dio 6 metros!, eso es lo que se maneja, si hay intereses propios o personales, pero deberíamos apoyarnos ¿no? eso es lo que vi este año y dije no. (Alejandra, tía de comerciante en Los Dorados, 16 de marzo de 2009)

Posteriormente se termina la asamblea, se cierra la calle de Felipe Ángeles y líderes y vecinos comienzan el apartado de los espacios con pintura, este es el segundo momento de tensión de la romería ya que algunas personas que no pertenecen a la organización o que son del grupo antagónico apartan sus espacios sin tomar en cuenta el padrón, y los líderes comienzan a medir con cinta métrica los espacios correspondientes a sus asociados, en la práctica, el espacio público se relativiza, los metros nunca son exactos y a lo largo de la noche aparecen diferentes medidas en el mismo espacio, los líderes corrigen, escriben los nombres de los “titulares” de cada lugar, alguien comenta que en la esquina de Durango, alguien ya marcó el espacio que le correspondía a otro, alguien ya marcó más metros de los que les correspondían o simplemente no se toman en cuenta los pasos peatonales. La jornada del 4 de enero termina aproximadamente a la 1 o 2 de la mañana, cuando la mayoría de los comerciantes, que han participado en varias ocasiones, han marcado sus lugares y consideran que éstos ya están apartados.

El control de los agentes sobre la organización: la resolución de los problemas

Siguiendo a Crozier y Friedberg, además de las posiciones y las reglas del juego, el control que tienen los agentes sobre la organización es un elemento importante para comprender cómo se da la acción colectiva. De tal manera que en este apartado analizaremos algunos aspectos descritos con anterioridad, particularmente frente a la distribución de las posiciones y las reglas que establece cada organización para su operación y cómo líderes y asociados se enfrenta a los problemas que presenta la venta en la calle. De manera general se tocan algunos aspectos del ejercicio del liderazgo porque contribuyen a explicar cómo funcionan las organizaciones. En el capítulo 5, éste tema será abordado con mayor profundidad.

Uno de los entrevistados, Onésimo, que vende cinturones describe a Marcos como un líder que sabe resolver los problemas, y me cuenta el conflicto que tuvo con otro de sus compañeros, que también vende cinturones: “llegó un día y me echó pleito y no supe por qué, quizá por envidia, y simplemente llegó y me dijo de cosas.” Onésimo acudió a Marcos pero aclaró: “Le dije que no iba para que él hiciera algo, sino que quería dejar el antecedente de lo que estaba pasando y que él no le iba a contestar”, Marcos fue con el comerciante para aclarar la situación, y que no continuara con las agresiones, según cuenta Onésimo todo fue tranquilo, y las cosas se quedaron ahí (Onésimo, 20 de noviembre de 2009).

Otros comerciantes se expresan en el mismo sentido, consideran que Marcos, aunque tiene el control absoluto y no puede pasar nada en el tianguis sin que el intervenga, mantiene el orden, resuelve los problemas de los asociados, particularmente los conflictos entre comerciantes e incluso llega a castigar a quienes no cumplen con las reglas de la organización que consisten en la suspensión de un día de trabajo, pero sin llegar a las agresiones o a la prepotencia.

Para Los Dorados la resolución de problemas depende de la relación que tiene cada uno de los miembros del comité con los vecinos que participan en la romería, quienes son los que más se quejan de la organización de la romería, pero es, en primer lugar, Alejandro quien concentra las decisiones y las soluciones, después están Juan y Daniel.

En la observación de la jornada, mientras levantábamos el censo y se cobraba la cuota de basura, los comerciantes se quejaban más con Alejandro y frecuentemente sobre otras personas que no respetaban el espacio o de una mala distribución de los giros (por ejemplo un puesto de tacos al lado de uno de ropa). La respuesta de Alejandro generalmente apelaba a que los comerciantes tienen que ponerse de acuerdo y que él no puede estar moviendo a la gente, también invita a la conciencia, al respeto y a la autogestión para que la romería pueda funcionar y como respuesta de los comerciantes muchas veces expresaban: “Alejandro, pero tú eres el líder, tienes que poner orden”.

Esta observación es significativa en un contexto en el Alejandro quiere mayor control sobre la organización y se asume como la persona que en Los Dorados, tiene “el empuje” respecto a los otros líderes, principalmente frente a Juan. No obstante en la resolución cotidiana de los problemas, intenta delegar la responsabilidad del orden en los propios comerciantes y así evitar conflictos personales, es muy común escuchar a Alejandro decir “por favor, organícense” “platicuen entre ustedes” “no puedo andar detrás de ustedes, por favor acomódense” “todos caben, todos tienen derecho” y esto refleja una falta de autoridad y disciplina.

En este sentido, aunque existen proyectos alternos a la romería, la dinámica de trabajo y los problemas cotidianos se enfocan fundamentalmente en el desempeño del comercio. Esto se hace evidente con la escasa participación de los asociados en las diversas asambleas que se realizan a lo largo del año, sólo en la primera asamblea, una semana después de la romería, hay una participación de 40 o 50 personas, conforme avanza el año, cada vez asisten menos personas. Cuando se acerca la romería, el ciclo se repite y los asociados regresan.

Alejandro, finalmente, es el agente principal pero no es percibido como la persona que mantiene el orden. La forma en cómo se levanta el censo da cuenta de esto, desde hace tiempo, no parece ser la manera más correcta para organizar la romería, existe un enorme grado de discrecionalidad en el momento de pasar con cada uno de los puestos, algunos no se registran y no existe un método confiable que determine cuanto espacio ocupan los socios registrados, ni las reglas para aceptar a los nuevos, incluso aquellos que son cercanos a Ana.

Lo interesante aquí es que si bien, la mayoría de los asociados tienen experiencia de trabajo en los tianguis, la forma de organización y disciplina de estos no necesariamente se traslada a la romería, existen reglas básicas que tienen que ver con los horarios y las normas de protección civil, pero ninguno de los líderes ha definido cuanto espacio debe ocupar cada uno de los giros que normalmente se presentan en la romería. Es así que los comerciantes que venden ropa pueden ocupar 3, 5, 6, 8 o 10 metros, sin tomar en cuenta la cantidad de mercancías. Lo mismo sucede con los puestos de comida o los de juguetes, no existe parámetros que definan los rangos para ocupar el espacio y cada año el mismo puesto puede variar en tamaño y por eso es usual que en la primera asamblea del año se presenten los conflictos: “es que el año pasado me diste 3 metros y ahora, ni dos alcancé” “ahora se puso una señora que vende quesadillas junto a mi puesto de ropa, el año pasado me acomodaste mejor”, etc. son las quejas recurrentes de los socios.

Finalmente, la dinámica cotidiana y la estructura de las dos organizaciones refleja, las diferencias entre los tipos de comercio en vía pública, Mártires del 1° de Agosto, como un tianguis compuesto por más de 3 mil socio, tiene mayor estabilidad y control sobre el espacio público y sobre los asociados. Mientras que Los Dorados funcionan como una romería, un día al año, pese a la experiencia que tienen tanto líderes como asociados en el tianguis.

Otro aspecto importante es la estructura de cada organización: el ejercicio vertical del liderazgo en Mártires del 1° de Agosto ha sido más eficiente para el objetivo de la organización que es la garantía y estabilidad del espacio. Por su parte, la estructura de Los Dorados, conformada por un comité en el que el liderazgo se ejerce entre varias personas, aunque Alejandro ha concentrado mayor autoridad, ha mantenido el funcionamiento de la romería, pero no ha sido el adecuado para resolver los mismos problemas que se presentan cada año.

Aunque en Los Dorados de Villa existe un mayor vínculo e identidad con el espacio social, es decir, con Iztapalapa y la colonia Francisco Villa, éste no ha resultado suficiente para

concretar el proyecto social que comparten, en primer lugar Alejandro, y en segundo, Juan. Desde la mayoría de los asociados, Los Dorados sigue siendo un colectivo para organizar la romería del Día de Reyes.

4.4 Reflexiones en torno a la lógica de las organizaciones: elementos para la comparación

Situándonos en una perspectiva comparada, vemos que las dos historias de Mártires y Los Dorados nos hablan de dos tipos de organizaciones. La primera, Mártires del 1º de Agosto surgió con un proyecto claro y un liderazgo definido, de tal manera que su continuidad se mantiene hasta la fecha, a través de la familia: inicia con el padre y actualmente con uno de los hijos. El proyecto organizativo de Mártires definió desde el inicio, cuál era el camino a seguir, qué necesidades debían satisfacerse y los vínculos sociopolíticos que debían construirse, ya que las condiciones sociales impuestas por otros campos, configuraron las reglas del juego del comercio en vía pública: conservar y, en su caso, acrecentar el poder sobre el espacio público, manteniendo las negociaciones con otros campos.

Esto nos lleva afirmar la existencia de un habitus del comercio callejero por el tiempo invertido en el comercio callejero, además de la inversión en la fundación y mantenimiento de la organización. Aquí cobra sentido la definición de habitus: “hay disposiciones duramente inculcadas por las posibilidades e imposibilidades, libertades y necesidades, facilidades y prohibiciones [...] inscritas en las condiciones objetivas [...] que engendran disposiciones objetivamente compatibles con esas condiciones y, en cierto modo, preadaptadas a las exigencias.” (Bourdieu, 1991:94)

Son esas condiciones objetivas las que producen habitus en los agentes. Estas condiciones las encontramos en la relación que se establece entre los agentes de los campos político y de comercio en vía pública, a través de las negociaciones con los líderes y, dentro de las organizaciones entre líderes y asociados. Las condiciones objetivas que se repiten a largo de la experiencia en la calle permiten la posibilidad de anticiparse, de construir “una especie de hipótesis prácticas fundadas sobre la experiencia pasada” (Bourdieu, 1991:94) que conceden un gran peso a las primeras experiencias de represión, reubicaciones, desalojos, etc. porque de ellas se aprende.

Para el caso de Los Dorados, la historia es más compleja porque no se percibe una organización con un proyecto, un liderazgo y estructura definidos. La organización para la

romería del día de reyes surge de manera relativamente espontánea más por un sentido práctico que por un cálculo estratégico de las ganancias que podría generar la organización a futuro, quizá de manera más precisa, el cálculo de parte de los fundadores originales, no contemplaba el crecimiento de la organización y una posibilidad para acceder a un capital económico y político.

Lo anterior se evidencia con la primera etapa de Los Dorados: en el momento en que Juan Saavedra se hace cargo de la organización, busca mantener el espacio y no cobrar cuotas por la plaza. Esto cambia las reglas del juego de lo que tradicionalmente ha sido el comercio en vía pública, su estructura y el ejercicio de liderazgo. Con la entrada de Alejandro, la organización adquiere nuevas características y una identidad propia como Los Dorados, es decir los vecinos de la colonia Francisco Villa, pero frente a una mayor identidad del colectivo, también las tensiones entre los miembros del comité por el control de la organización.

Con base en estas características, encontramos algunas similitudes con los hallazgos de Zaremborg (2010) en las organizaciones de ambulantes en el Centro Histórico de la Ciudad de México. Mártires se acerca más al tipo de organización tradicional -desde el punto de vista de cómo se han estudiado las organizaciones de comerciantes en vía pública- con una estructura vertical, en donde las decisiones recaen en los líderes y delegados con una ausencia de mecanismos reales de participación por parte de los asociados. La lógica de la práctica es el mantenimiento de la plaza, el cobro de las cuotas y la garantía cotidiana para el ejercicio del comercio.

Por su parte, Los Dorados de Villa, se acercan más a un tipo no tradicional de organización de comerciantes callejeros porque busca cambiar las reglas del juego, pero no define una posición que la vincule y la fortalezca, frente a los campos estatal y político. Lo interesante de esta organización, es que en la búsqueda por la transformación de las reglas de juego con una estructura más horizontal y preocupada por la participación de sus miembros, no ha podido crecer, ni como romería, pero tampoco como proyecto social.

Respecto a sus agentes, el comité que dirige no está cohesionado en torno a un proyecto común. Como mencionamos, se perciben dos formas de ver al colectivo, pero con compromisos distintos, por su parte Alejandro y su organización social, sin el capital político y social suficiente para arrancarlo. Por la otra, Juan buscando mantener el estado de cosas, es decir, el espacio para trabajar.

Tomando en cuenta los esquemas que presentamos para cada etapa de la historia de Los Dorados, vemos que efectivamente, existen otros agentes que acompañan, pero no logran crear un espíritu de cuerpo. Los Dorados funcionan más desde la coyuntura: los momentos previos a la organización de la romería, la noche caótica y conflictiva de la asignación de los espacios, la jornada del 5 y 6 de enero y después una reunión para la evaluación de la jornada. Después de eso, poco a poco los asociados dejan de asistir y sólo regresan cuando se acerca la fecha de la nueva romería.

En la última entrevista que tuve con Juan Saavedra, en marzo de 2009, hace una evaluación de Los Dorados como organización tomando en cuenta la experiencia de la romería de ese año. Al respecto explica:

En términos generales la jornada salió bien, lo que pretendemos es que no haya conflictos, que no le causemos problemas a la comunidad, a los vecinos y que no haya ningún tipo de incidentes, que puedan manchar la imagen que tenemos, porque de alguna manera prestamos un servicio a la comunidad y les llevamos lo que ellos buscan ese día y de primera mano, ya ve usted que ese día concurre muchísima gente de muchísimas colonias.

Hubo algunos pequeños detalles con algunos compañeros que todavía no les cae el veinte, que creen que nada más es llegar y ponerse y no saben que alrededor de esto hay muchas cosas por hacer. Hubo compañeros que llegaron por ahí ya tarde, como a la una y media, otros a las tres, pensando que iban a llegar a sus lugares que ocupan siempre y se conflictuaron con las personas que ya habíamos ubicado. Siempre hemos acordado que a partir de las diez de la mañana nosotros disponemos de los espacios para la gente que quiere trabajar y que no tiene lugar. Así le hicimos pero si tuvimos algunos problemas, algunos llegaron y querían quitarlos incluso a la fuerza y acudían con nosotros de una manera muy grosera, muy pesada (Juan Saavedra, 12 de marzo de 2009)

Los Dorados a diferencia de Mártires no han consolidado el control sobre su propio colectivo, las reglas que de manera informal, han definido tampoco son aplicadas en su totalidad. Y finalmente, el temor de esta organización frente a su antagónico histórico: Ana, que pese a su influencia, a través del ingreso de algunos comerciantes afines a ella, no se ha apoderado de la organización.

Sin embargo sigue siendo una amenaza: “por su influencia que ha tenido, que nos obstaculice y de alguna manera que busque tumbarnos el manejo, el control del grupo, pues es algo que ella ha pretendido, aunque la misma gente la rechaza porque para empezar ni siquiera es comerciante.” (12 de marzo de 2009).

Respecto a las posiciones de las organizaciones frente al campo político y su relación con los partidos políticos, principalmente el Partido de la Revolución Democrática, nuevamente surgen las diferencias: Mártires está posicionada como la tercera organización más importante de la delegación. Su importancia radica en el número de oferentes, pero, aún más importante, en su capacidad para negociar, a su favor, con las autoridades, es una organización reconocida por la delegación y con quien se debe trabajar de manera constante. Por su parte Mártires, en la lógica de las relaciones de poder y de la necesaria complicidad, apoya al partido en turno y a la corriente que tiene más posibilidades, sabe que cuenta con más de 3 mil votos.

Capítulo 5 La configuración del habitus y la lógica de la práctica: ser líder y ser asociado en Mártires del 1° de Agosto y Los Dorados de Villa

Un compañero del tianguis, que es delegado, me dijo que si no quería ser delegado, yo le dije que eso era muy difícil, hay que tratarse con la gente, hay que pelearse con la gente, hay que darles lugares, son muchas dificultades, pero él me dijo “no pues si son dificultades como en todo trabajo” entonces por él llegué, me animó y al principio me costó trabajo, pero ya llevo 4 años y medio, he ido avanzando bastante, trato de llevarme bien con los compañeros: yo estoy para ayudar y para resolver problemas, no para generarlos.

Daniel, 35 años, delegado en tianguis y líder en Los Dorados de Villa.

El hombre no se somete pura y simplemente ni a la lógica de la racionalidad de las necesidades que lo llevarían a satisfacerse sólo en lo que le es estrictamente útil, ni a la lógica de la racionalidad social que lo conduciría a adaptarse a la posición que le es asignada dentro de las relaciones sociales para asegurar la reproducción social.

Vincent de Gaulejac, *Lo irreductible social y lo reductible psíquico*.

Hasta este momento, se ha analizado la importancia que tiene el comercio en pública de la ciudad de México, no sólo como una actividad económica y una ocupación, sino por lo que representan las organizaciones y los líderes de comerciantes en tanto agentes capaces de adaptarse, pero también transformar sus realidades sociales, políticas y económicas.

Asimismo, se ha analizado el papel que juega el espacio social en donde se ubican los agentes colectivamente organizados, en este caso la historia y las características de la delegación de Iztapalapa y de la colonia Francisco Villa.

Este capítulo tiene como objetivo analizar la información obtenida a través de las historias de vida de los líderes de las organizaciones seleccionadas y de las entrevistas a algunos asociados, para responder a las preguntas sobre los procesos de vida mediante los cuales las personas llegan a dirigir organizaciones (en este caso de comerciantes en vía pública) así como las percepciones que tienen líderes y asociados, sobre las organizaciones y sobre el liderazgo.

Si aceptamos el hecho de que la realidad es un proceso complejo, el planteamiento teórico del vínculo micro-macro considera que en la realidad social, los individuos actúan de manera racional e interpretativa. A través de su socialización, y en sus acciones cotidianas, reproducen y crean realidad. En este sentido, la comprensión del orden puede concebirse como una fuerza

colectiva, como una pluralidad de personas y no como un grupo social concreto aunque, desde los planteamientos teóricos de Pierre Bourdieu, existen grupos y clases en donde los agentes comparten experiencias y prácticas, es decir, *habitus* diversos. En esta pluralidad, los agentes poseen experiencias acumuladas por el proceso de socialización, tienen capacidad para adaptarse a las estructuras y en esa adaptación conocen su realidad, la interpretan, la reproducen, pero también la transforman, como un juego entre sentido práctico y cálculo estratégico.

En ese ir y venir entre libertad (voluntad) y adaptación, se establecen los límites (el acatamiento de las normas, el ceder ante) para la acción (individual y colectiva). En algunas ocasiones, el control social influye de manera directa sobre los agentes y así asegura el mantenimiento del orden.

En el reconocimiento de que las estructuras, son *estructurantes* de las acciones que realizan los agentes y, al mismo tiempo, *estructuradas* por ellos, el objetivo es la comprensión de que el vínculo entre el orden y la acción implica el análisis del sentido que dan los propios agentes a sus acciones (Tarrés, 2004). La comprensión sobre cómo ellos reflexionan sobre sí mismos, a partir del entorno en el que se desenvuelven, establece un juego de reflexividades: la del sociólogo y la de los sujetos-objetos de estudio¹⁸⁸.

Preguntarse por los motivos y por las causas de la acción también implica reflexionar sobre el significado que las personas buscan transmitir cuando hablan de sus vidas, el irreductible psíquico que permite una mirada analítica a la conciencia del agente, sin que el sociólogo se convierta en psicólogo y además, indagar las “relaciones, normas, procesos que estructuran y sustentan la vida social” (Bertaux, 1989: 141-142).

Respecto a la Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas “Mártires del 1° de Agosto de 1924” A.C. y la Asociación de Comerciantes para la Romería del Día de Reyes, A.C. “Los Dorados de Villa” se ha observado que, aunque comparten el espacio delegacional y de la colonia, no comparten las mismas representaciones sobre Iztapalapa y la Francisco Villa. Para Mártires, el espacio es un lugar de trabajo, de comercio; la estabilidad de la organización tiene como objetivo primordial, mantener el espacio para dichos fines, en donde muchos comerciantes

¹⁸⁸ La reflexividad se entiende desde la fenomenología y en palabras de Husserl como un “volver a las cosas”, el establecimiento de un ejercicio crítico de nuestra relación con el mundo: “La fenomenología nos pide que *no* demos por sentadas las nociones recibidas. Nos pide que las *cuestionemos*: que cuestionemos nada menos que nuestra cultura, es decir, nuestro modo de mirar el mundo y de estar en el mundo donde se nos ha educado.” (Wolf, 1988:570)

se sienten unidos a la calle porque es en donde están la mayor parte del tiempo, pero no necesariamente significa una identidad con ese espacio y por tanto con Iztapalapa.

Por su parte Los Dorados, como romería que funciona una vez al año, pero compuesta en su mayoría por comerciantes en tianguis, se observa una concepción del espacio que vincula la vida cotidiana, como habitante de Iztapalapa y de una colonia en particular, con el ejercicio del comercio en vía pública, otra cotidianidad.

Evidentemente, en Los Dorados la identidad que se construye con el espacio no proviene únicamente de la relación con la romería. Como se desarrolló en el primer apartado del capítulo 4, la relación con el espacio, de hecho el efecto de lugar en Los Dorados, proviene de lo que Bourdieu denomina, la homologación /homogenización de las condiciones sociales, quienes forman parte de la romería, en su mayoría, pertenecen al mismo espacio geográfico y comparten las mismas condiciones sociales.

Asimismo, las diferencias generan distinciones al interior de las organizaciones: en su estructura y división del trabajo, en los objetivos, en las formas de participación de asociados y líderes y, en la toma de decisiones. Como resultado de ello, también generan distinciones en cómo los líderes ejercen el control y dirección de la organización y en cómo los asociados conciben el ejercicio del liderazgo.

De esta forma, en los capítulos anteriores se ha buscado el análisis de la posición del campo del comercio en vía pública con otros campos. En segundo lugar, la posición del campo frente al espacio en el que se desarrolla, en tercero, la posición es dentro del campo. Finalmente, este es el momento para analizar a los agentes con la posición más privilegiada dentro de las organizaciones: los líderes y entender las percepciones que los subordinados sobre aquellos.

Para esto, el capítulo se divide en dos apartados, el primero analiza las historias de vida de los líderes con quienes me entrevisté durante el periodo de trabajo de campo. A través de las historias de vida se describe el proceso de conformación de los liderazgos desde la propia voz de los protagonistas e identificando cómo, a lo largo de sus vidas, toman decisiones, a veces desde el sentido práctico, a veces desde el cálculo estratégico.

Una vez que se describe la construcción del liderazgo, en el segundo apartado se analizan las percepciones que tienen los líderes sobre su posición, su trabajo y las organizaciones y las percepciones y evaluaciones que tienen los asociados sobre los líderes y sobre la propia organización y se analiza, las diferencias y las percepciones que los asociados tienen sobre ellos.

5.1 La conformación de los liderazgos en las organizaciones: la historia de vida, el habitus en el comercio en vía pública

William Foote Whyte en *La sociedad de las esquinas* (1943) se preguntó por los factores que hacen posible que una persona ascienda en la estructura social y se convierta en “un gran tipo reconocido”, y desde esta posición cuáles son los medios que utiliza para dominar a los subalternos. Esta es, de alguna manera, la misma pregunta que busca responder este apartado para tratar de entender cómo se conforman y se mantienen los liderazgos en las organizaciones de comerciantes en vía pública que implica el control sobre el espacio público.

Un elemento más importante aún, es que quienes dirigen las organizaciones tienen un papel destacado como agentes sociales y políticos, y esto los lleva a mantener relaciones particulares con otros campos, particularmente el político. De esta manera, poco a poco ascienden en la estructura social, porque: el control sobre la vía pública genera ganancias económicas que, en muchos casos, los aleja de la práctica del comercio callejero, ellos dejan de vender y se dedican a mantener la estabilidad de la organización, mantener los canales de comunicación con funcionarios y partidos políticos. Ser líder de un tianguis establece una distinción en el contexto de una ocupación informal que por ello, tienen ya un grado de marginación frente a las actividades y empleos formales¹⁸⁹.

Pero efectivamente, ¿Cómo se llega a ser líder en este contexto? ¿Qué elementos, prácticas, experiencias, están en el proceso de vida de las personas que actualmente dirigen una organización? ¿Es una cuestión innata? ¿Implica una formación que depende de vivencias específicas y de la relación con ciertos actores? ¿Cuáles son esas vivencias, quiénes son esos actores? ¿Cómo influyeron en el proceso? Estas interrogantes se buscaron resolver en el transcurso de las entrevistas que se tuvieron, particularmente con los líderes de Los Dorados de

¹⁸⁹ Es importante hacer la distinción entre un líder de organización y un microempresario. Los líderes en general, administran a los comerciantes en un espacio determinado y funcionan como intermediarios frente a las autoridades para mantener el espacio. Algunos líderes poseen puestos, y eso los mantiene en la categoría de comerciantes en vía pública, en tanto comerciantes, algunas corrientes sobre la informalidad, así como algunos instrumentos para medirla, los consideran como microempresarios (Cfr. Capítulo 2, apartado 2.1 *El análisis del comercio en vía pública desde la informalidad*).

La definición de una microempresa o de un micronegocio los describe como “Unidades económicas no agropecuarias dedicadas a la industria, comercio o servicios, cuyo tamaño no rebasa los límites establecidos a continuación: En la industria de 1 a 16 trabajadores; en el comercio de 1 a 6 trabajadores; en los servicios de 1 a 6 trabajadores; excluye a las instituciones del sector público y los servicios financieros” INEGI (2008), *Glosario de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*, Aguascalientes, México, INEGI, URL: <http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/tematicos/mediano/glogen/.asp?t=EHENOE&c=6174> última consulta, octubre de 2009.

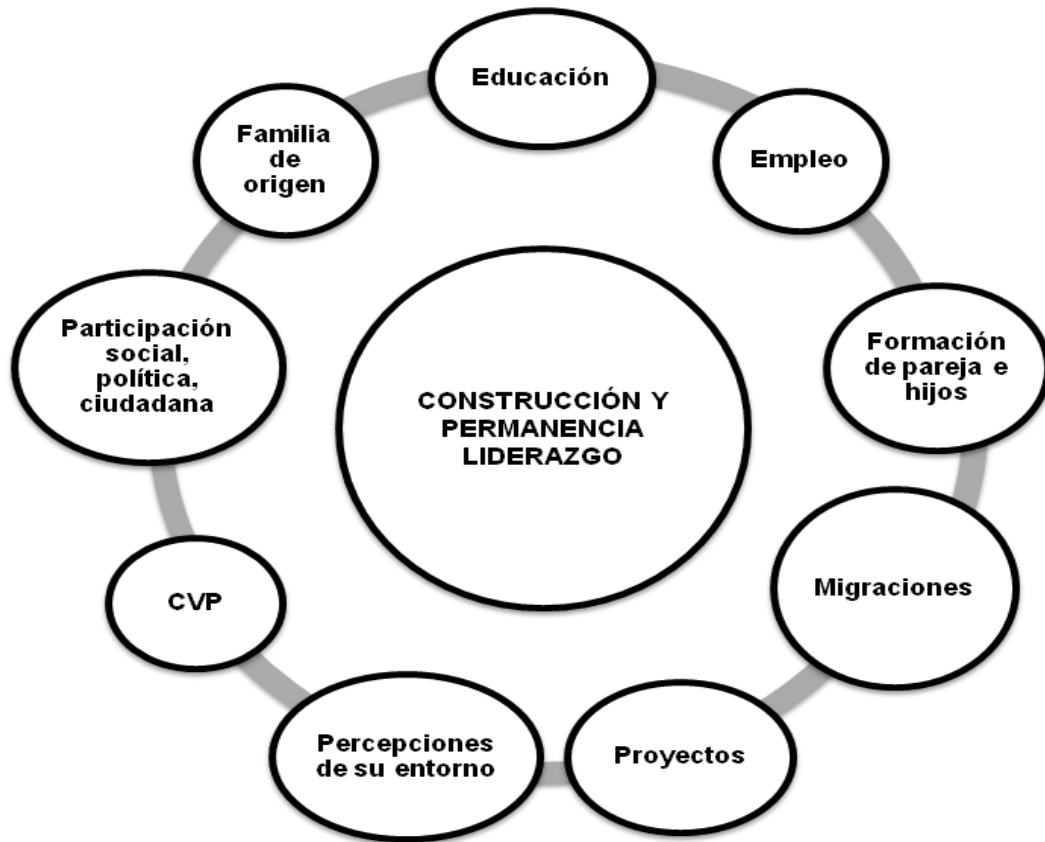
Villa, que parafraseando la investigación de Carreteiro, generaron una de las motivaciones centrales de la investigación, ésta fue que los personajes tenían un enorme interés por contar sus vidas (2002:12).

El hilo conductor en el análisis de los relatos, presenta una breve semblanza o perfil de cada líder. Posteriormente se describe, en el caso que corresponde, la llegada a la colonia, las trayectorias educativa, laboral/ profesional, los vínculos familiares, la conformación de pareja e hijos. Acto seguido, se aborda el ingreso al comercio en la vía pública, los vínculos con el campo político, rescatando la participación política, ciudadana o social que han tenido los entrevistados, las reflexiones en torno al significado que tiene para ellos el liderazgo y la organización y, finalmente, los proyectos a futuro, vinculados o no con las organizaciones y con el comercio en vía pública.

Para efectos de mayor claridad en la exposición, se considera importante destacar que los subtítulos de cada una de las categorías, no tienen un orden establecido con anterioridad. La intención es representar cómo los propios entrevistados hablan de sus propias vivencias, además de cómo éstas nos permiten vincular nuestra teoría.

Para los objetivos de la investigación, la conformación y permanencia en el liderazgo son dos puntos de llegada en las historias de vida de los entrevistados. Es aquí que el investigador social, reconstruye los relatos –a partir de la reconstrucción de los agentes sobre sus propias experiencias– y les da sentido para la investigación. En el siguiente esquema se definen las principales categorías para reconstruir los liderazgos en el comercio en vía pública.

Cuadro 36 Categorías para el análisis de los liderazgos



Tomando en cuenta las categorías anteriores, veremos cómo se representa esta doble reconstrucción a partir de la forma que en cómo se construyó el liderazgo y del lugar que cada uno de los entrevistados otorga a dicha posición.

En el caso de Marcos Rodríguez hijo, líder de Mártires del 1° de Agosto, no se puede hablar de la reconstrucción de su historia de vida sino de las percepciones sobre su personalidad y su liderazgo, desde el punto de vista de quien observa, en este caso, el investigador, que además buscó información adicional para fortalecer sus puntos de vista, y también desde las percepciones de los asociados, quienes son los que día a día viven el liderazgo. Al respecto, existe una coincidencia entre los asociados de que si bien, Marcos no es un líder que promueva la participación y las opiniones de quienes forman parte de la organización, cumple con su papel: mantener la estabilidad del espacio público y establecer los vínculos con los funcionarios de la delegación de Iztapalapa.

Mientras tanto, Juan tiene una experiencia previa de participación ciudadana en los comités vecinales de 1999, en esa etapa experimenta el reconocimiento de sus compañeros por su trabajo y la legitimidad de los vecinos de su colonia; y cuando se trata de su papel en Los

Dorados, generalmente habla de un nosotros, y en contadas ocasiones de un yo, cuando se refiere a la organización, al liderazgo y a la forma de trabajo, ya que la apuesta de Juan, se traduce en un comité de trabajo, en el cual la responsabilidad es compartida y el poder no se concentra en una sola persona.

Por su parte, Alejandro doctorante en antropología por la UNAM, profesor de licenciatura en la misma institución, y con experiencia de participación política en la delegación, a través del comité vecinal de 1999 y de una candidatura frustrada como suplente de diputado a la Asamblea Legislativa del DF, habla en primera persona y se distingue del resto del comité de trabajo de Los Dorados; en su caso es evidente la diferencia entre un yo y los demás, un yo que asume el lugar del líder, prácticamente el único, y que busca ir más allá del comercio en vía pública con un proyecto diferente de organización, más ambicioso “con más empuje” como el mismo señala. Este proyecto corresponde a la tercera etapa de Los Dorados como la asociación civil *Consejo Integral para el Bienestar Social, Los Dorados de Villa, los más leales del General Francisco Villa*.

Marcos Rodríguez el habitus del liderazgo en el comercio en vía pública

Como se señaló en la introducción, el caso de Marcos Rodríguez se construyó a partir de las opiniones y observaciones de los comerciantes que trabajan en Mártires del 1° de Agosto, ya que Marcos nunca accedió a una entrevista formal, sin embargo no se opuso a que observara la dinámica cotidiana en el tianguis y que entrevistara a algunos asociados.

La vinculación de Marcos con el comercio en vía pública responde al sentido práctico. Marcos nace y vive en el comercio en vía pública ya que su padre se ha dedicado a ello toda su vida, primero como comerciante y después como líder de Mártires del 1° de Agosto desde hace más de 30 años.

A través de su padre, vive y aprende la dinámica interna y la forma de interacción con el sistema político, particularmente con la delegación de Iztapalapa y los funcionarios en turno. Desde el inicio el reitera que para mantenerse en la vía pública lo mejor es estar organizados, ya que el incremento de quienes se dedican a esta actividad, así como la creciente competencia entre organizaciones y gobierno por controlar el espacio público, requiere el trabajo colectivo: es una necesidad para sobrevivir en las calles.

En el capítulo anterior, sobre las organizaciones se observaba que Mártires del 1° de Agosto es una de las agrupaciones de tianguistas más importantes de la delegación Iztapalapa, por el número de asociados que maneja. Marcos se convierte en el líder de Mártires, en sustitución de su padre, quien por su avanzada edad ya no asistía con regularidad a los tianguis, aunque sí se presentaba en algunas de las mesas de trabajo que mensualmente organiza la Coordinación de Mercados y Vía Pública de Iztapalapa.

Al fallecer su padre, en marzo de 2011, Marcos se convierte en el líder absoluto de la organización y el único responsable de negociar y mantener los contactos con los funcionarios de Iztapalapa. Trabajar con su padre como delegado en la organización y ser reconocido como el hijo del líder fundador lo dotan de un capital social, político y económico que se transmite por su padre, pero que también lo aprende como un habitus, por estar en él durante su vida.

En las conversaciones informales que se tuvieron con Marcos resaltó la necesidad de la organización para evitar que las autoridades los quitaran de la vía pública y así tener cierto grado de estabilidad y capacidad para enfrentar problemas cotidianos de la ocupación y proteger los intereses de sus agremiados, detrás de ello, está el cobro de las cuotas por el uso de suelo, que se constituye en el ingreso de los líderes y la parte proporcional que pagan a los delegados. Es importante resaltar que el sentido organizativo es una idea original del padre, que Marcos aprende porque ha estado inmerso en esta ocupación durante toda su vida y de hecho, nunca ha trabajado como comerciante en vía pública.

Retomando la propuesta de Zaremborg (2010) sobre los tipos de liderazgos que construye a partir de la experiencia en el Centro Histórico de la ciudad de México, observamos que de los cuatro tipos propuestos, es decir, proteccionista, ideológico-político, pragmático-instrumental y no tradicional, atípico o progresista¹⁹⁰, el caso de Marcos se ubica más claramente en una combinación, pragmático instrumental y proteccionista.

Si bien, Zaremborg ubica a los líderes pragmáticos en organizaciones pequeñas y poco consolidadas, Marcos responde a estas características en el contexto de una organización completamente diferente: una organización de tianguistas grande y poderosa en el contexto de Iztapalapa. Sus actividades como líder, responden a la lógica de mantener el espacio público como un negocio, en donde lo importante es el cobro de cuotas y, si es posible, dar espacio a un mayor número de comerciantes, sin que las autoridades estén enteradas al respecto. Marcos llega

¹⁹⁰ Cfr. Capítulo 2, apartado 2.3

desde temprano en los tianguis para vigilar la instalación de los puestos, en su caso, distribuir los puestos de los comerciantes que no asisten cobrar las cuotas del día y estar al pendiente de los posibles conflictos entre comerciantes. Más allá de eso, Marcos no ofrece prestaciones o gestiona programas con la delegación.

En el sentido proteccionista (*paternal*), definido como fuerte, autoritario, protector y sin margen para que los agremiados puedan participar, efectivamente Marcos responde con diferentes grados, a estas características. La fortaleza de su liderazgo reside en la disciplina cotidiana que tiene en el tianguis. La mayoría de los asociados, salvo alguno que tenga vínculos cercanos con Marcos, cumple con las reglas establecidas por él y por su padre y hay un reconocimiento de que ante los conflictos, siempre soluciona mediante el diálogo, o si es necesario, a través del castigo, suspendiendo la plaza ya sea por un día o por semanas.

El autoritarismo de Marcos recae en la ausencia de mecanismos de participación de sus agremiados al momento de definir el monto de las cuotas por la plaza o el cobro de la basura, y en la inexistencia de asambleas generales o abiertas a todos, ya que cuando éstas se llegan a realizar, sólo participa el grupo más cercano a Marcos, es decir, quienes colaboran con él como sus delegados, sus amigos o compadres.

La parte protectora tiene un doble sentido, por una parte, él es consciente de que proteger los intereses de quienes trabajan y forman parte de su organización, le conviene y le permite mantener una sana distancia con las autoridades, una distancia que permita evitar los operativos frecuentes. Por otra parte, estar bien con los socios y garantizarles la estabilidad y seguridad en el espacio, le asegura sus ganancias cotidianas: todos los agremiados, independientemente de sus ingresos, estarán conformes de pagar la cuota por una buena plaza, una plaza segura en donde el líder está presente y además, esto abre las posibilidades para incrementar el número de comerciantes.

Justamente como lo comenta Juan y Alejandro, el líder necesita de la gente y la confianza se vuelve un elemento fundamental, incluso en organizaciones como la de Marcos, en donde no necesariamente existe un sentido de pertenencia o identidad con el grupo, sino sólo el interés por tener un espacio para comerciar. La identidad con la organización no requiere de la identificación con los valores, principios y objetivos de la organización, sino de los posibles lazos de amistad, compadrazgo y familiares que se construyen en el tiempo, por el hecho de trabajar en una misma organización y estar en contacto con las mismas personas.

Esta observación es importante, porque si bien, Marcos no promueve los valores de la organización, mantiene la cohesión y la estabilidad del grupo, y es reconocido como un líder que no es déspota, un valor muy importante desde la perspectiva de los propios comerciantes. Aunque todos asumen que el interés principal de un líder es el lucro sobre los comerciantes, Marcos se ubica como alguien que lucra, pero no abusa.

Al principio de la entrevista con Juan Saavedra, él comentaba las diferencias que existen entre las organizaciones de tianguistas, cuando habla de Marcos, describe una personalidad muy flexible y poco disciplinada respecto a las normas de protección civil, esto es cierto en la observación cotidiana: Marcos controla con cierto margen de acción para que las reglas establecidas por las autoridades puedan relajarse, sin embargo, cuando se trata de cumplir con los horarios y el pago de las cuotas que él administra ejerce su autoridad.

Por ejemplo, respecto a la aplicación de las normas de operación vigentes para los tianguis, en algunas ocasiones Marcos deja pasar algunos aspectos vinculados a la higiene de los puestos, la falta del uniforme para vender alimentos o el control del ruido para quienes vender discos o películas. Lo mismo sucede con la venta de productos considerados como *piratas* o de procedencia ilegal: el papel de Marcos es advertir del problema o del riesgo a los comerciantes y reitera la necesidad de ajustarse a los reglamentos, pero la reincidencia puede significar que en un operativo, Marcos tenga que ceder ante las autoridades o que los comerciantes puedan recibir un castigo.

Su actitud protectora también se refleja en la forma en cómo establece las relaciones con los funcionarios de la delegación: los comerciantes comentan que siempre que sucede un operativo el ya está enterado e inmediatamente arma su propio operativo, compra comida, refrescos, tortillas, instala a los de vía pública en algún puesto donde se preparen alimentos y los invita a comer. Estos elementos, paradójicamente clientelares y poco normativos, generan confianza en los comerciantes, reconocen en Marcos a un líder que les garantiza el espacio, de la misma manera en que durante muchos años lo hizo su padre quien de hecho es recordado porque durante mucho tiempo, con la compra de unas camionetas, ayudó a transportar las mercancías al tianguis, de aquellos comerciantes que no tenían algún tipo de vehículo para mover sus productos.

En la realidad, para la mayoría de quienes venden en la vía pública, eso es suficiente para que alguien pueda ser definido como un líder y reconocido como buena persona. Más adelante,

con las opiniones de los comerciantes que trabajan con Marcos y otras organizaciones se observará, con más detalle, cuales son las características y cualidades de un “buen líder” en el comercio en vía pública.

Aunado a ello, se ubican los elementos que permiten la construcción de cierto grado de pertenencia e identidad organizativa, como son las relaciones de amistad y compadrazgo con algunos de los hombres y las relaciones amorosas con algunas de las mujeres. Las primeras son evidentes, en la cotidianidad de la jornada del tianguis se puede ver a Marcos sentado jugando ajedrez con los comerciantes. Esta nota puede ser irrelevante a la luz del ámbito organizativo del comercio en vía pública, sin embargo, en Mártires del 1° de Agosto, el juego de ajedrez sustituye al juego de baraja, que está prohibido por las normas de operación establecidas por el gobierno del Distrito Federal: jugar ajedrez es algo permitido y que se ha popularizado dentro de la organización, generando la convivencia entre el líder y los comerciantes. Las segundas, son rumores que hacen los propios comerciantes y que se derivan del trato preferencial con algunas mujeres.

Un aspecto importante son las reflexiones que tiene Marcos en torno a la política. Estas reflexiones se dieron en el contexto de una plática informal un domingo en el tianguis de la colonia La Era, en esa plática estaban Juan Saavedra de Los Dorados, Daniel integrante también de Los Dorados, y otros comerciantes cercanos a Marcos. El tema central de la conversación tenía que ver con las elecciones para las precandidaturas a jefes delegacionales y a diputados locales que realizaría el Partido de la Revolución Democrática en marzo de 2009.

Lo primero que se desprendió de la plática fue una combinación entre sentido práctico con el que opera Mártires del 1° de Agosto, dichas elecciones eran un proceso en el que naturalmente se tenía que participar de antemano, dadas las reglas del comercio en vía pública. La organización está vinculada con el PRD porque es el partido que tiene el gobierno de la delegación. Sin embargo, los argumentos de Marcos no se redujeron a “actuar de la manera que siempre se ha hecho” o en función de lo que uno ya conoce como funcional o eficiente. Se trataba de hacer un cálculo de probabilidades, no votar *sólo por el PRD*, sino impulsar ciertas candidaturas en el partido, como una forma de construir la representación, o los espacios adecuados, para que Mártires tuviera una mayor participación e influencia en la delegación.

En la percepción de Marcos, no era suficiente con apoyar al partido en turno, también existía un sentido y necesidad de participar, consciente de que él representa, aproximadamente, 5

mil votos. En el contexto de la plática Marcos ofrece el apoyo de la organización a Juan Saavedra para que sea candidato a una diputación local, con el argumento de que cuenta con la personalidad, las habilidades y los conocimientos necesarios para la tarea. Entre dichas características está el reconocimiento de que Juan es una persona honesta, decente, preparada por sus estudios universitarios, y con la experiencia a cuerdas del comité vecinal, pero además porque a decir de Marcos, es tiempo que haga algo con Los Dorados, más allá de la romería, y que capitalice a la gente que ya tiene organizada, muchos de ellos comerciantes en Mártires del 1° de Agosto.

De esta manera, Marcos también comparte algunos rasgos, de un liderazgo ideológico-político, no por su experiencia en organizaciones políticas o sindicales sino porque pese a que no tiene la preparación académica de Juan y de Alejandro, es una persona que ha aprendido del contexto político y social, a través del comercio en vía pública y de la necesidad de mantenerse vinculado con los funcionarios, por lo menos de la delegación Iztapalapa.

Como líder Marcos responde a la lógica del juego del comercio en vía pública. A diferencia de los liderazgos en Los Dorados, Marcos hace que el tianguis funcione cotidianamente porque ese es su objetivo primordial. Por su historia de vida, Marcos ejemplifica la lógica de la práctica y por tanto, la formación de un habitus porque los estímulos (por la vivencia en el comercio callejero) no son detonantes convencionales y condicionales. Los estímulos actúan si encuentran agentes ya condicionados para reconocer los estímulos. En pocas palabras, funcionan porque encuentra agentes que son capaces de reconocerlos como tales. Al respecto, Bourdieu explica:

Producto de la historia, el habitus produce prácticas, individuales y colectivas, produce, pues, historia conforme a los principios [*schèmes*] engendrados por la historia; asegura la presencia activa de las experiencias pasadas que, depositadas en cada organismo bajo la forma de principios [*schèmes*] de percepción, pensamiento y acción, tienden, con mayor seguridad que todas las reglas formales y normas explícitas, a garantizar la conformidad de las prácticas y su constancia en el tiempo. (Bourdieu, 1991: 94-95)

No obstante, al señalar que Marcos posee un habitus como líder en el comercio en vía pública, estaríamos afirmando que su actuación como agente, sería con base en el sentido práctico, es decir, con base en el aprendizaje de toda su vida sobre el liderazgo ejercido por su padre. Pero esta afirmación sería negar la capacidad de racionalidad que Marcos ha tenido para mantener a la organización: un cálculo estratégico en donde los vínculos con el campo político,

con la delegación, junto con una capacidad para adaptarse a las circunstancias políticas y económicas, lo mantienen en su posición.

Efectivamente, en la lógica de la práctica de Marcos, hay un reconocimiento tácito de los intereses específicos del campo del comercio en vía pública, hay un dominio práctico de sus reglas y un interés por jugarlas, pero, al mismo tiempo, hay una racionalidad estratégica que le permite evaluar las condiciones y acciones de los otros agentes en su entorno y actuar en consecuencia.

Juan Saavedra: el liderazgo en el comercio en vía pública desde la participación ciudadana en la colonia Francisco Villa

Juan proviene de una familia de escasos recursos originaria de Irapuato, Guanajuato, es el primer hijo de 6 hermanos: tres mujeres y tres hombres. Juan nace en Irapuato y ahí estudia el primero y el cuarto año de primaria, mientras su padre trabaja en el Distrito Federal. La madre siempre se dedicó a las tareas del hogar, aunque en ocasiones ayudaba al padre de Juan en los tianguis. Una vez que la familia se instala en el Distrito Federal su padre se dedica a trabajar como empleado en gasolineras, posteriormente se dedicará a la venta ambulante de retacería de telas en algunas ciudades de San Luis Potosí durante los fines de semana. A los pocos años, el comercio ambulante se transformará por la venta de telas en tianguis y es a partir de ese momento, que por influencia de su padre, Juan ingresa al comercio en vía pública, actividad que ha desempeñado desde que se casó y tuvo a su primer hijo.

Juan está casado desde hace 23 años, su esposa es licenciada en pedagogía por la Universidad Pedagógica Nacional, los dos estudiaron sus respectivas licenciaturas en el mismo periodo, aunque ella terminó sus estudios y se tituló antes que Juan. Hasta 2010 ella era dueña de un jardín de niños que operaba en su casa con ayuda de una amiga y socia. Tienen dos hijos, los dos estudiantes en la Universidad Nacional Autónoma de México, su hija en medicina y su hijo en arquitectura.

Además del trabajo en tianguis y el liderazgo en Los Dorados de Villa, Juan tiene experiencia política porque participó en los comités vecinales de 1999 y en los comités ciudadanos de 2010, aunque en estos últimos renunció al equipo de trabajo. También, desde 2010, es pasante de la licenciatura en Ciencia Política y Administración Urbana en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM).

Los primeros contactos con la historia de Juan

La construcción de la historia de vida de Juan se dio a lo largo de cinco sesiones formales de entrevista que tuvieron una duración aproximada de una hora y media cada una realizada durante el periodo de noviembre de 2008 a marzo de 2009. Asimismo, se tuvieron varias conversaciones casuales en mis visitas a los tianguis de Mártires del 1° de agosto los viernes y los domingos, también en las asambleas que realizaron Los Dorados de Villa en ese mismo lapso de tiempo¹⁹¹.

La relación con el entrevistado debió pasar por un periodo de confianza, los primeros acercamientos estuvieron mediados por el salón de clase y la discusión sobre lo que significaba el análisis político de coyuntura, una de las asignaturas del cuarto semestre de la licenciatura en Ciencia Política y Administración Urbana de la Universidad Autónoma de la ciudad de México. En esas discusiones yo aprovechaba para hablar de la importancia de los comerciantes en vía pública de Iztapalapa como ejemplo de actores políticos y sociales, con la intención de motivar a los estudiantes a investigar sobre el tema.

Juan se distinguió inmediatamente por su compromiso y asistencia al curso, particularmente su capacidad analítica y el grado de información que manejaba sobre los sucesos políticos de la realidad mexicana. Era un ejemplo de las personas que, por diversos motivos personales y económicos, no pudieron concluir sus estudios superiores después de acabar el bachillerato y regresan a la universidad años después. Juan actualmente tiene 45 años y posee una concepción diferente de lo que significa la educación superior, con un mayor sentido de responsabilidad, buscando aprovechar la oportunidad para terminar la universidad.

Una tarde, ya avanzado el semestre, en uno de los recesos se acercó y me comentó que él era tianguista, que conocía el funcionamiento de las organizaciones en Iztapalapa, porque trabajaba en tres organizaciones diferentes¹⁹², le hablé del proyecto que desarrollaba en el

¹⁹¹ La información que Juan proporcionó durante las entrevistas tiene una gran riqueza y reconstruye periodos muy importantes sobre la vida de Iztapalapa y la colonia Francisco Villa. La forma en cómo Juan fue construyendo el relato, presentó algunas dificultades en el momento de procesar la información, si bien traté de que el relato “se ajustara” a las necesidades de la investigación, es cierto que en cada sesión aumentaba la confianza entre entrevistador y entrevistado por lo que en muchas ocasiones, Juan regresaba a los temas que habíamos tratado en sesiones anteriores, pero con mayor precisión y profundidad, particularmente con las fechas y los nombres de quienes compartieron momentos importantes en su vida. El acto de interpretación de las entrevistas de los agentes, nunca será lo suficientemente profundo para recuperar la riqueza de la historia de una vida, pero sí suficiente para aportar elementos a la comprensión de por qué los agentes ocupan las posiciones sociales que tienen, en este caso, los liderazgos en el comercio en vía pública.

¹⁹² En ese primer encuentro Juan habló del trabajo en tianguis en tres organizaciones diferentes, posteriormente, en la primera sesión de entrevista describió su semana de trabajo con presencia en 5 organizaciones, finalmente, con Los Dorados, Juan vende en 6 organizaciones diferentes.

doctorado y le pedí una entrevista, él me dijo que estaba dispuesto y que si necesitaba más contactos que podía presentarme otros líderes y compañeros del tianguis. La entrevista se logró unos meses después, en un cubículo de la universidad, a la que yo me presenté con mi guión de entrevista semiestructurada que estaba enfocado a comerciantes en vía pública.

La primera sesión transcurrió en ese sentido, el primer tema que abordamos fue su historia del ingreso al comercio en vía pública y su experiencia laboral en otras ocupaciones, posteriormente hablamos de las organizaciones de tianguistas en las que trabajaba, sobre ello, Juan describió cómo funcionaba cada una de las organizaciones y las percepciones que tenía sobre el comercio en vía pública. En ese primer encuentro también habló de sus relaciones familiares, principalmente de la formación de su propia familia y de su trayectoria educativa. Ya en la segunda entrevista, después de hablar de la dinámica de las diferentes organizaciones en las que trabaja, relata cómo comienza su participación en una de las organizaciones, al tratar de cambiar las reglas del juego junto con Don Manuel:

Teníamos la inquietud de cambiar las cosas. Planteábamos propuestas, que asumiéramos un comité y que destituyéramos a los líderes en una asamblea, que eso sería lo mejor, que ya no cobraríamos “plaza”, simplemente nada más lo del costo del servicio de basura. Por cierto, a raíz de eso, ahí en mi colonia tenemos como 18 años que se forma un tianguis de juguete, que nada más trabajamos el día 5 de enero en la noche, bueno formamos una organización y tratamos de hacerlo formal, pero no lo hemos logrado y venimos asumiendo el liderazgo, eso no se lo había platicado.

Entrevistador -Pero entonces eres líder de una organización.

Juan -Si pero no es formal. Hicimos esto, formamos una comisión, pero nosotros trabajamos de otra forma.

A partir de ese momento, la conversación se enfocó, no sólo en el interés por conocer cómo ingresa y permanece un comerciante en vía pública en la actividad, sino cómo llega a dirigir una organización.

Educación y experiencia laboral previa al comercio en vía pública: la necesidad de distinción social

En las diferentes sesiones de entrevista Juan no habla mucho de su educación previa hasta que ingresa a la educación media superior. Por su parte, su experiencia laboral inicia en su infancia; desde que tenía 8 o 9 años, acompañaba a su padre, primero como despachador en gasolineras, en donde su padre siempre le daba dinero, y más tarde, trabajó con él como vendedor de telas.

Para Juan la experiencia laboral previa al comercio en vía pública fue significativa para demostrarse que es posible ascender social y económicamente si uno es responsable y digno de confianza. En estas experiencias muestra seguridad para acercarse a las personas, pedir favores y aprovechar las oportunidades, no obstante, desde el principio de la conversación señala que no le gusta trabajar bajo la presión de otras personas.

Cabe mencionar aquí que en otras investigaciones sobre comercio en vía pública (Gómez, 2006, Silva, 2006) algunos entrevistados comentan que uno de los elementos más importantes de esta ocupación, es que no tienen un jefe y un horario, por tanto, ellos son sus propios jefes, son dueños de sus negocios y pueden administrar su tiempo sin tener que rendir cuentas a un superior¹⁹³.

Asimismo, su padre es un actor fundamental en la representación que tiene sobre el trabajo, la responsabilidad y la iniciativa, aunque a decir de Juan, su padre le transmitió estos valores de una forma muy autoritaria, quizá por las constantes presiones económicas:

Si pero mi papá era un poco arbitrario con nosotros, un macho, reaccionario, buen padre al final de cuentas, pero arbitrario, porque nos obligaba a trabajar. A mí por ejemplo, cuando trabajé en la gasolinera, había veces que me quería quedar en la casa, pero no, él me jalaba sábados y domingos, los días que no iba a la escuela me llevaba, al final de cuentas me venía muy contento porque venía con mi dinero, pero ¿qué cree? un día llegó a tener algo así como un montón de dinero, así de billetes, se los terminé dando a mi papá y bueno pues... no me compró nada, ya después se los di a mi mamá y ella si me compraba algo, mi papá no, era muy arbitrario, un poco agresivo en ese sentido, sí nos enseñó a trabajar, siempre vio por nosotros, pero se tenía que hacer lo que él decía, yo creo que por eso hablo de usted con las personas, así me enseñaron mis papás.

Su padre fue campesino cuando era joven y migra a la ciudad de México con la familia, buscando mejores oportunidades económicas. Ya en la ciudad comienzan a vivir en el centro de la ciudad y ahí el padre se dedicó a trabajar en gasolineras “porque le iba bien, ganaba el suelo mínimo pero le iba mejor con las propinas, ganaba 4 o 5 veces más”.

El vínculo con su padre tiene cierto grado de ambigüedad, fue una persona rígida que lo presionó durante muchos años de su vida para que trabajara, ya que desde los 8 o 9 años lo acompañaba y le ayudaba a despachar en las gasolineras, pero al mismo tiempo, fue quien le enseñó a trabajar.

¹⁹³ Al respecto, una de las vertientes en los estudios sobre informalidad, señala este sentido de “empresarialidad” como una de las razones para el crecimiento de las actividades informales. Desde esta perspectiva, el comercio informal, no es solamente una estrategia de supervivencia, también es una oportunidad para desarrollarse económicamente. (Cfr. De Soto, 1987, Maloney, 2004)

Un día le dije “oiga tengo una novia y me quedé de ver con ella” el me dijo “no, te tienes que ir conmigo a trabajar” y me dio mucho coraje, un coraje que hasta la fecha no se me olvida, no me dejó ir con mi novia y así guardé mucho resentimiento, pero al final lo pongo en la balanza y quiero mucho a mi papá y comparado con lo que son ahora los muchachos, yo era una blanca paloma, ahora los hijos le gritan a los padres y hacen lo que quieren.

A partir de los 18 años, en el contexto político de la presidencia de Miguel de la Madrid (1982-1988), Juan alterna los estudios con el trabajo. Su actividad laboral empieza en empresas privadas como auxiliar contable, y al mismo tiempo estudiaba el nivel medio superior en uno de los planteles del Instituto Politécnico Nacional (IPN)¹⁹⁴:

Entre a trabajar a los 18 años, bueno cuando podía, antes teníamos la fijación de que cumpliendo los 18 años había que entrar a trabajar, bueno sobre todo en el Politécnico, y empecé como auxiliar contable porque estaba en el área administrativa. Estuve en Taxqueña en el área económico-administrativa, entonces ahí todo el mundo trabaja, raro el que no trabajaba. Estuve poco tiempo como auxiliar contable porque pues [...] empecé a sentir la presión, no es lo mismo lo que uno está pensando, lo que uno se imagina, a lo que es la realidad: a mí nunca me ha gustado que me presionen. Y pues me empezaron a presionar y no estaba acostumbrado, no me gustó y me salí, después entré a otro lugar pero ya en gobierno.

Al mismo tiempo Juan inicia la licenciatura en administración también en el IPN¹⁹⁵. Su nuevo trabajo en una planta de tratamiento de agua residual en Iztapalapa, significa un momento de ascenso social en su vida. Ahí comienza a trabajar como peón (sic) cortando el césped, pero poco tiempo después habla con el responsable de la planta y le pide una oportunidad, tomando en cuenta que tenía experiencia en administración y contaduría, además de ser estudiante universitario en la misma área:

Hablé con él, era ingeniero, era como de descendencia española, muy buena gente, muy trabajador, muy honesto, muy honrado, muy responsable y nos hicimos muy buenos... bueno a lo mejor no amigos pero él me consideraba mucho. Me mandó llamar como a los 15 días, una señora que estaba embarazada era la jefa administrativa y yo tomé su cargo, ella nunca regresó y ya no dejé el cargo, era de confianza y ahí cambió todo el asunto, ahí estuve como dos años, luego hubo cambio de administración y el salió. Me fui con él a otra planta, nos fuimos a Rojo Gómez, pero él tuvo problemas y lo corrieron y pues me tuve que ir yo también, ahí estuve como un año, hasta menos, se vino eso y empecé en crisis en la escuela.

¹⁹⁴ El Instituto Politécnico Nacional (IPN) ofrece el bachillerato bivalente, en donde los egresados obtienen el certificado de educación media superior y el título de una carrera técnica. En el caso de Juan es la carrera de Técnico en Administración.

¹⁹⁵ En la oferta educativa del IPN no aparece la carrera de administración, las licenciaturas que el IPN imparte en el área de ciencias sociales y administrativas son contador público, negocios internacionales, relaciones comerciales, economía y turismo. Se da por supuesto que la licenciatura que estudiaba era la de contador público.

De manera simultánea, la falta de este trabajo representa también, una pérdida en la incipiente estabilidad laboral y económica. Además coincide con la formación de su nueva familia, una coyuntura no planeada que dificulta la vida de Juan y de su esposa.

Esta coyuntura, significa un momento difícil en la vida de Juan que apuntaba a una trayectoria como profesionista y no como comerciante en vía pública. Sin embargo, como veremos más adelante, el comercio en vía pública representó la oportunidad de mantener a su familia, construir una casa y participar políticamente en su colonia.

Esta trayectoria educativa inconclusa, también nos indica una búsqueda por tener mejores oportunidades económicas personales y de su familia, es también un proceso de distinción frente al comercio en vía pública, que en palabras de Juan es un trabajo noble, honesto, pero muy sucio, compuesto por gente que no tiene otras oportunidades, que el finalmente ha buscado.

La insistencia en la distinción social: el regreso a los estudios universitarios

Aunque cronológicamente, su regreso a los estudios es posterior la formación de pareja y su experiencia política en el Comité Vecinal de 1999, se tomó la decisión de incluirlo en este apartado para mostrar el valor que Juan da a la formación académica y lo que le significa en términos de capital cultural.

En 2006, decide regresar a la universidad y se inscribe en la licenciatura de ciencia política y administración urbana, este regreso es una decisión que Juan toma más de 20 años después. Los motivos que expresa para su regreso a los estudios son el desánimo, el desgaste y los conflictos con el grupo que conformó el Comité Vecinal de 1999 y que estuvo trabajando, aunque de manera intermitente, hasta 2006. Ante los conflictos entre su grupo, conformado por los protagonistas de la primera etapa de Los Dorados¹⁹⁶ y las escasas posibilidades de transformar las cosas en su colonia, decide retirarse y buscar nuevos proyectos:

Hubo un desgaste, ya no supimos en qué momento se termina todo esto (*se ríe*) creo que fue cuando López Obrador termina con su gobierno¹⁹⁷ y ya no hubo continuidad, caímos en el desánimo, tuvimos muchos pleitos con Ana, muy, muy feos, incluso golpes. Nos separamos y surgió la oportunidad de entrar a la universidad y yo dije: “no pues ahora, mi familia, mi trabajo y la escuela” así puse mis prioridades. Para mí la universidad es algo muy bonito, me gusta, me revivió, me dio vida... convivo con

¹⁹⁶ Véase Capítulo 4, apartado 4.2

¹⁹⁷ Andrés Manuel López Obrador, fue jefe de gobierno de la ciudad de México de 2000 a 2005, por el Partido de la Revolución Democrática (PRD).

profesores y eso me levanta el espíritu, también con los compañeros. No lo tomo como un sacrificio, implica un poquito de esfuerzo, pero de ninguna manera un sacrificio.

Para Juan, la formación académica establece una serie de distinciones tanto en su espacio social, la colonia Francisco Villa, como su “espacio práctico de la existencia cotidiana” (Bourdieu, 1988a), en el campo del comercio en vía pública y así en su propia organización. La universidad representa un espacio para aprender, establecer redes sociales y la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos que, cómo veremos más adelante, son fundamentales para un posible regreso a la participación ciudadana y quizá dentro de algún partido político, pero también porque lo dotan de una mayor legitimidad en Los Dorados, frente a sus compañeros del Comité y frente a los socios.¹⁹⁸

“Nos embarazamos”: la formación de pareja y los cambios en las prioridades

La formación de pareja, pero particularmente un embarazo no planeado, generan la crisis que Juan refiere líneas arriba. El conoce a su esposa en “La Voca”, estudiaban juntos y siguieron como pareja; ya en la universidad, Juan dice “nos embarazamos” y decidieron casarse pensando en que juntos podrían resolver mejor sus problemas académicos y terminar la licenciatura.

Sin embargo Juan comenta que a raíz del nacimiento de su primer hijo, comienzan los problemas económicos y por tanto, los problemas con el estudio. Es un momento en la vida de Juan en que deben ajustar las prioridades, y la universidad queda de lado, ya que además de la propia crisis económica, el contexto político y económico de los ochentas se caracterizó por un nulo crecimiento o lo que se llamó como “el sexenio de crecimiento cero”. Es en este momento, que su padre entra a escena en el relato.

El comercio en vía pública, una estrategia de supervivencia

Para Juan los tianguis significan una oportunidad para aquellos que no encuentran empleo en la formalidad, pero también para quienes por diversas razones socio-culturales tienen una escasa o nula preparación o consideran que el comercio en vía pública les permite administrar mejor su tiempo y permite obtener suficientes recursos económicos.

¹⁹⁸ Cuando se aborde la historia de Alejandro Balderas, se observará como Juan y Alejandro, en diferentes grados, enfatizan la importancia del nivel académico, pero también los enfrenta. Este es un punto muy interesante, en comparación con Marcos Rodríguez y Mártires. Lo que distingue el liderazgo de Marcos es su experiencia práctica.

En el tianguis confluyen discapacitados, jovencitos de 14, 15, 16 años, que no les dan trabajo en otro lugar y que tienen necesidad de trabajar; madres solteras, adultos mayores y analfabetas que no van a encontrar oportunidad, y también estamos gente, pues, como yo, que de alguna manera tenemos alguna preparación académica y aquí estamos, a lo mejor por comodidad, porque al menos yo si saco para mantener a mi familia y quizá me sobre un poquito, pero es que cada vez es más difícil, a lo mejor soy un poco conformista pero yo lo veo del lado económico: mis hijos están estudiando y no puedo poner en riesgo la poca o mucha estabilidad que haya encontrado en el tianguis, sobre todo mis hijos son lo que más me importa, sacarlos adelante.

El ingreso al comercio en vía pública es a iniciativa de su padre, quien por medio de su hermano comienza el negocio de la venta de retacería (pedazos o sobrantes de tela) durante los fines de semana. En ese periodo Juan y su padre viajaban a San Luis Potosí, para vender la retacería, después su padre comienza a vender en tianguis en los días que descansaba en la gasolinera, hasta que toma la decisión de dedicarse por completo al comercio en vía pública porque obtenía más recursos económicos. Ya de manera independiente, comienza a vender a finales de los años ochenta, después que nace su primer hijo y deja los estudios universitarios: es el momento de la crisis económica familiar:

A pesar de que mi papá tenía un trabajo estable, terminó por dejarlo y vender en el tianguis, y pues yo creo que me transmitió eso, viendo que resultaba, pues yo también me dediqué a lo mismo. Fui con mi tío y le dije “sabe que tío tengo broncas, ayúdeme ¿no?” y si me ayudó, luego, luego me dio una camioneta llena de telas, me dijo “llévate todas y me vas pagando, no te preocupes” era buena gente mi tío, pero así me comprometía, me amarraba porque no me daba tan barato, pero él sabe que somos muy pagadores, mi papá es muy pagador, entonces por eso mi tío nos tenía confianza.”

Para Juan, el ingreso a un tianguis es un proceso muy sencillo, sólo se trata de acercarse a los líderes, pedir un espacio y pagar la cuota; siempre se presenta la inasistencia de algún comerciante y, por tanto, un lugar disponible, además la entrada al comercio en vía pública se hace más fácil porque existe el aprendizaje transmitido por el padre y por su propia experiencia junto a él:

ya conocía más o menos cómo estaba el movimiento, cuando llegué les dije a los líderes “¿sabes qué? dame un lugarcito” y me daban un lugar donde faltaba alguien porque no me lo daban así de a gratis, ya ahora tengo mis lugares, que son mis lugares, bueno son de la calle pero me los gané a través del tiempo.

A lo largo de su vida como tianguista, Juan ha trabajado en diversas organizaciones. La pertenencia a éstas no representa una identidad con ellas, sino una elección calculada

estratégicamente basada en la ubicación geográfica y la cercanía de la plaza del tianguis con su hogar, ya que cuando comienza a trabajar no tenía un automóvil por lo que transportaba sus mercancías de su hogar al tianguis en un “diablito” (carretilla de mano).

Cuando me decido a empezar en el tianguis digo “bueno, el lunes me voy a ir a tal lugar, el martes a tal lugar, el miércoles a tal lugar y así” y en cada uno de esos lugares había una organización distinta, o a veces se repite alguna, dependiendo del día que trabaje yo y de quien la controle, yo nada más buscaba por la ubicación de mi domicilio, que estuviera cerca. No es tanto que yo quiera trabajar con una organización o con otra.

En la experiencia cotidiana perfila sus representaciones sobre el liderazgo, la política y la participación ciudadana. Estas representaciones cobran realidad cuando decide intervenir en una de las organizaciones en las que trabaja para cambiar las reglas básicas del juego organizativo del comercio en vía pública¹⁹⁹: dejar de pagar las cuotas.

Desde las descripciones de Juan, las reglas del juego del comercio en vía pública son sencillas: uno puede ubicarse en cualquier tianguis con el permiso de los delegados, ya que los líderes sólo se presentan en escasas ocasiones; el delegado es quien administra el tianguis y decide cómo se distribuye el espacio cuando falta algún tianguista, y “coloca” a los nuevos en tanto estén dispuestos a pagar la cuota que se define por el giro o mercancía de cada comerciante²⁰⁰.

Señala también, que el sentido de lo que significa una organización está muy alejado de la realidad, no hay una vinculación entre líderes y las demandas de los asociados, lo importante es que los comerciantes paguen su cuota día a día y que respeten la normatividad vigente, tanto las reglas de operación de los tianguis como las de Protección Civil. En estos casos es el delegado quien debe supervisar.

Otra de las reglas del juego del comercio en vía pública, que no proviene de los líderes sino de los propios comerciantes, es el aprendizaje y la adaptación para obtener recursos económicos y buscar plazas que sean convenientes (en términos de la cercanía con el hogar y la clientela que asiste) principalmente con los giros de productos no perecederos o que no son de

¹⁹⁹ Véase Capítulo 4, apartado 4.3

²⁰⁰ No obstante que los comerciantes estén vinculados a una organización, en primer lugar deben gestionar su permiso individual ante la delegación. La organización tiene la obligación de pedir este permiso a los comerciantes y posteriormente registrarlos como sus agremiados, aunque en la realidad, no todos los comerciantes tienen permiso individual o, en su caso, las organizaciones se encargan de gestionarlo, cobrando una cuota. En las organizaciones donde trabaja Juan la cuota varía de los 15 pesos, para quienes venden productos que no son de primera necesidad, independientemente del tamaño del puesto y llega hasta 40, 50 o 60 pesos, para quienes venden frutas, verduras, carne o pescado y ahí si dependen de tamaño del puesto.

primera necesidad. De tiempo en tiempo, los comerciantes deben vender los productos que les reditúen, por lo menos, ingresos suficientes.

En la experiencia de Juan, este proceso tuvo varias etapas: inicia con la venta de retacería, por iniciativa de su padre y el apoyo de su tío, al principio la retacería se vendía muy bien y con buenas ganancias, sin embargo, con el tiempo, este giro ya no funcionó. La razón que describe Juan tiene que ver con lo que considera como cambios en las generaciones de mujeres.

Las telas se dejaron de vender, antes las señoras eran muy hacendosas y hacían sus vestidos, hacían sus cortinas, hacían ese tipo de cosas, las señoras eran otra cosa, la cultura estaba... así era ¿no?, pero poco a poco eso dejó de funcionar, ya la gente quiere las cosas hechas y me dejó de funcionar, por eso busqué otra opción.

Ante esta situación se plantea cómo solucionar el problema y observa que uno de los compañeros que vendían en el tianguis y, de quien se hizo compadre, vendía mucha ropa. Su compadre lo lleva a los lugares donde se surten este tipo de mercancías, en Canal del Norte, muy cerca de Tepito, en el centro de la ciudad de México.

Me empezó a funcionar, me empezó a ir bien y le fui cambiando, primero empecé con pura ropa interior, lencería, y ahora, metí otras cositas. Yo voy viendo, vendo uniformes, vendo ropa de temporada de lluvias, ropa abrigadora: chamarras, pants, sudaderas. Le voy cambiando, lo que sí no dejo de vender es la ropa interior, tengo mucha clientela, ya hasta me buscan.

Mantener un puesto en la vía pública, no sólo requiere de una constante búsqueda de nuevas mercancías, también se necesita buscar los lugares más económicos para surtir, y esto tiene implicaciones en la organización del tiempo. Generalmente inicia su jornada a las 5 de la mañana, los días que siempre se surte de mercancías son los viernes y sábados, el resto de la semana depende del nivel de venta que tenga.

El puesto queda instalado entre las 10 y 11 de la mañana porque “hay que acomodar pieza por pieza y tratar de darle vista para que sea atractivo para la gente”. Entre las 4 y media o 5 comienza a desinstalar y termina aproximadamente a las 6 de la tarde. De lunes a viernes Juan regresa a su casa, come con su familia, deja sus mercancías y se va a la universidad. Los sábados, después de su jornada en el tianguis, va a Canal del Norte para surtirse de otras mercancías. Su jornada de trabajo dura en promedio 12 horas.

A la par de sus actividades en el tianguis participaría en el proceso electoral para elegir comités vecinales en 1999 y cuya fórmula obtiene el triunfo en su colonia. Aquí, su padre, reaccionario pero identificado con el PRD, y Don Manuel, compañero en el tianguis y cardenista de hueso colorado, como los define Juan, son actores fundamentales para que él tome la decisión

de involucrarse con los problemas de los tianguis y de su colonia. Después, el regreso a la universidad y la lectura sobre la Ciencia Política y la Administración Pública, definirían mejor sus posturas políticas y algo muy importante, le darían un mayor grado de legitimidad ante su familia y los asociados de Los Dorados.

La entrada al campo político: la búsqueda de un habitus de participación

El inicio de la participación de Juan en el espacio público, más allá del objetivo de vender y obtener recursos económicos, tiene dos momentos fundamentales: el primero, cuando del lado de Don Manuel, intentan cambiar las reglas del juego del comercio en vía pública, buscando la eliminación del cobro de cuotas y una mayor participación de los asociados en las asambleas de las organizaciones; el segundo momento se refiere al ofrecimiento para encargarse de organizar a los comerciantes que se ubicaban en la Plaza Cívica de la colonia Francisco Villa, cada 5 y 6 de enero y consecuentemente su participación en los comités vecinales de 1999. De estas experiencias, se deriva el liderazgo en Los Dorados de Villa y su participación y militancia en el Partido de la Revolución Democrática. Dentro de este partido ha sido observador electoral y mantiene vínculos con los diputados locales correspondientes a su distrito electoral. Su participación ciudadana se da nuevamente en las elecciones de comités ciudadanos de 2010.

Le platico mi experiencia de cómo me empezó a interesar la política: tenía un vecino donde trabajo precisamente los viernes [con la organización de Mártires del 1° de Agosto] vendía, porque ya murió el señor, se llamaba Don Manuel, muy politizado el señor, perredista: “oye Nachito –porque me llamo Ignacio también– que vamos a hacer esto, que te invitamos a esta reunión del partido.” Mi papá también era perredista²⁰¹ y me decía mucho: “oye, platica con ese señor, sabe mucho, involucrate, cuando te invite ve” y empecé a asistir a las reuniones del partido que se hacían en nuestra colonia con los perredistas de ahí de la colonia. Empecé a leer un poquito La Jornada y fue la forma como me inició la inquietud por la cuestión de la política, después surge la convocatoria para la conformación de los comités vecinales y él me invita, yo estaba un poquito como que no quería, porque eran cargos honoríficos, más que nada, no por eso, pero implicaba que yo le dedicara tiempo a todo esto.

Terminé por decidirme, acepté y ahí algunos compañeros nos integramos, todos perredistas porque pues ahí sí se dio ¿no? se conformaron las planillas, Al final resultamos ganadores, el comité se integró por 9 personas y de esos 9, nosotros éramos 6 del mismo grupo, bueno, ahí nos fusionamos, nos hicimos.

Como se desarrolló en el capítulo anterior, la relación con Don Manuel es un vínculo muy importante en la definición de sus ideas sobre la política, la participación ciudadana, el liderazgo

²⁰¹ Simpatizante o militante del Partido de la Revolución Democrática (PRD).

y la conformación de Los Dorados, Don Manuel, como reseña Juan, es quien lo mueve y lo incentiva a participar.

En esta primera experiencia Juan comienza a hablar en público y, como él describe, aprende a hacer oficios, a estructurar demandas y a tratar de convencer a otros compañeros, sin embargo es un momento de mucha inseguridad y temor por las consecuencias que implicaba criticar a líderes de comerciantes en vía pública, particularmente con la organización de 5 de Mayo, con la que no tienen éxito, ya que sus compañeros tianguistas no estuvieron dispuestos a apoyarlos por miedo a perder la plaza y que los líderes pudieran tomar represalias.

Con el segundo grupo de comerciantes, quienes serían Los Dorados, logran el control del espacio. Esta acción colectiva funcionó porque eran pocos comerciantes y el líder de ese momento no tenía el poder suficiente para revertir la situación, simplemente optó por retirarse. Juan es consciente de que esta situación no se hubiera logrado con una organización numéricamente más fuerte, más consolidada y respaldada o, por lo menos, reconocida por la delegación. Estas experiencias adquieren un significado especial para Juan: representan aprendizajes, la obtención de mayor seguridad y el reconocimiento de los demás frente a su trabajo.

Después de la retirada del líder que controlaba el espacio de la plaza cívica, durante un par de años, los comerciantes trabajan por su cuenta, y es en 1999, con las elecciones de comités vecinales que el tema del control de ese espacio se discute nuevamente. Los vecinos que invitaron a Juan a formar parte del comité, entre ellos, Don Manuel, también lo invitan a ser el representante de ese grupo de comerciantes para evitar la aparición de otro dirigente ajeno a la colonia. Sin la invitación y el apoyo que le ofrecieron sus compañeros, Juan no hubiera aceptado la responsabilidad, aunque hubiera sido consecuente con la forma en cómo Juan describe el nacimiento de un líder: como una cuestión de suerte y no un cálculo estratégico.

La participación de Juan en los comités vecinales es una de las experiencias que permite entender cómo es que se posiciona como líder en Los Dorados.

Los comités vecinales de 1999 fueron la primera experiencia de participación ciudadana en el Distrito Federal que buscaba incidir en el presupuesto delegacional y en la toma de decisiones sobre las necesidades locales a nivel de colonia. El contexto de su surgimiento está vinculado a la elección popular del Jefe de Gobierno de la ciudad de México en 1997 que le otorgó el triunfo a Cuauhtémoc Cárdenas del Partido de la Revolución Democrática.

Este primer intento de participación directa de los ciudadanos en los asuntos públicos, ha sido considerado como un fracaso (Tejera, 2003; Zermeño, 2006), por el escaso número de votantes que participaron en el proceso electoral, las escasa capacidad que tenían los comités para tomar decisiones, pero particularmente, los pocos recursos e infraestructura con que contaban los vecinos para realizar acciones a favor de sus colonias.

Sin embargo, en un inicio para Juan y el grupo de vecinos que se conformaron en el comité, la experiencia fue sumamente gratificante, porque significó estar en contacto con la gente, aprender de las necesidades de la colonia y buscar resolverlas, o por lo menos, establecer los contactos con los funcionarios de la delegación. Para Juan representó una oportunidad personal para hacer algo por los vecinos de su colonia. Al respecto comenta cómo es que decide integrarse al comité vecinal:

Pues primero me echaron un rollo, pero si me llegaba porque yo en el fondo si tenía inquietudes para participar en estas cosas.

Entrevistador: ¿Quiénes te echaron el rollo?

Mi amiga Celina, ella formaba parte del comité vecinal, está muy preparada, usted debería conocerla, sabe de muchas cosas, ella es muy convincente y me dijo “mire Don Nacho, si queremos transformar las cosas, necesitamos de la participación de gente como usted, que nos ayude”, claro así como me hizo a mí, me imagino que a los demás también, pero bueno, no quiero sonar presuntuoso, pero la parte del equipo que se conformó, había varias personas con preparación y otras, que aunque no la tenían, habían leído por su cuenta y sabían mucho, estaban empapados de la situación política y social y aparte de la problemática comunitaria y pues empezamos a entrar muy parejo, muy comprometidos.

Resalta aquí la importancia que el entrevistado otorga al hecho de formar parte de un grupo que se diferencia del resto de los vecinos por su interés en los problemas colectivos, por la formación educativa que tienen y la posición que ocupan ante los habitantes de la colonia, en ese sentido Juan verbaliza que se siente distinguido con el ofrecimiento. Ante ello, adquiere una mayor identidad con la colonia, que asume como propia, por sentirse portavoz de las necesidades de sus vecinos.

Juan se siente distinguido y reconocido, los vecinos lo buscaban y le pedían cosas, incluso tiempo después, ya identificado como uno de los líderes de Los Dorados, los vecinos le pedían ayuda para realizar trámites, por como él mismo señala, mantiene la idea de que la Francisco Villa es su colonia:

Me quedé con la idea de manejarlo como “mi” colonia, porque fui integrante del comité vecinal, cuando existieron aquellos comités, y me quedé, pues, por votación,

algo muy formal, yo siempre lo manejaba como “mi colonia”, “mi colonia”. Bueno, sí es mi colonia, hasta le hice un poema...²⁰²

La experiencia en los comités vecinales se extiende, además a la idea de mantener activa a su colonia, de ocupar la Plaza Cívica como espacio de reunión y de convivencia familiar y vecinal, pero también promover la interacción con otras colonias cercanas. Juan describe cómo los miembros del comité, se dedicaron a organizar eventos deportivos y culturales que ellos mismos financiaban con el apoyo de grupos de danza locales, o de vecinos que realizaban alguna actividad cultural.

Aquí la referencia de quiénes eran los que organizaban y financiaban es el grupo del que forma parte Juan, es decir el primer grupo que después asumiría el liderazgo de Los Dorados y al que se integraría Alejandro y Daniel: Don Manuel, Celina y Filemón Colín y un profesor de educación física que formaba parte del comité y quien era el responsable de los eventos deportivos. El relato sobre este momento es muy emotivo porque, desde su perspectiva, logran la participación de los vecinos y, así, dotar de sentido al único espacio público con el que cuenta la colonia.

El caso es que juntábamos más gente en nuestros eventos que la delegación cuando hacía los suyos, que era muy raro ¿no? Contábamos con gente muy capaz, teníamos un profesor que era instructor en preparatoria, con él organizábamos una carrera anual y convocábamos a niños desde 3 años hasta adultos mayores, conseguíamos las medallas, era algo muy formal, la delegación nos mandaba profesores para que nos ayudaran a coordinar la competencia. Era algo muy padre, bueno era algo muy, muy bonito, mucha gente llegó a participar con nosotros. Pero a raíz de eso empezamos a tener problemas con Ana.

Como señalamos en el capítulo anterior, Los Dorados han mantenido una relación conflictiva con Ana, es coordinadora del Comité Vecinal, miembro del grupo de Nueva Izquierda del PRD, el grupo que gobernó la delegación por 9 años, antes de la llegada de Clara Brugada como jefa delegacional en Iztapalapa. Ana buscó acaparar sus actividades, a través del apoyo del entonces

²⁰² Cito un fragmento para resaltar la importancia que Juan otorga a la colonia Francisco Villa: “[...] Alguien tose, volteas, /hay gente en la Plaza Cívica /punto de reunión de los vecinos, /en donde tus hijos y tú /han participado en talleres, /asambleas, eventos deportivos y culturales. /Continúas, vas por Felipe Ángeles, /doblas en Centauro del norte. /Una mujer barre sus penas, /recoge sus esperanzas. /Dos niños de la mano de su madre, /van sonriendo a la Escuela /la misma de tu infancia. /Los adultos mayores se ejercitan, /comparten algo de sus vidas, de sus glorias, de sus tiempos. /Sonríes al mirarlos en el Centro Comunitario. /Sigues en tu camino, /llevas prisa sí, /pero vas seguro, confiado. /Cruzas Hacienda la Capilla, /Cuatro Ciénegas, Doroteo Arango. /Calles con nombres significativos, /llenos de historia. [...] /Por un instante añoras el momento de volver, /y a tu regreso /recorrer nuevamente las calles con nombres significativos, /pasar por el Centro Comunitario, /la Escuela, la Plaza Cívica, el mercado. /Llegar a tu calle, /a tu casa, al calor del hogar. /Llegar a tu lugar, /a tu colonia cuyo nombre histórico te enorgullece, /a tu colonia Francisco Villa.[...]”

delegado René Arce. Esto llevó a la fractura del comité y cada grupo comenzó a trabajar por su parte:

Nosotros, nos regíamos por la Ley de Participación Ciudadana y la destituimos en una reunión plenaria porque empezaron a hacer cosas muy extrañas, pero la delegación no reconoció la destitución, la dejó y siguió trabajando de manera individual. A nosotros nos hicieron a un lado, incluso cuando hacíamos nuestros eventos, la señora hacía los suyos, el mismo día y a la misma hora, pero con el apoyo de la delegación. Ella daba bicicletas, patines, un montón de cosas, nosotros nada más dábamos medalla y playera, que conseguíamos aparte y con nuestros propios recursos y, aún así, contábamos con la mayor participación de la gente.

Es evidente, que más allá de los vínculos personales y barriales, los Comités Vecinales reflejan la estructura de las posiciones en el campo político, representado, en parte, por la Delegación Iztapalapa y los grupos del PRD que pugnan por el control de la delegación, como lo vimos en el capítulo 3.

El espacio local, en este caso la colonia Francisco Villa, también reproduce estas posiciones, pero como lo explicábamos en la parte histórica de Los Dorados, si bien Ana existe, es una amenaza real, no cuenta con los capitales suficientes ni política ni socialmente, para controlar al grupo, incluso a la colonia. De otra manera, con las descripciones anteriores, resulta muy difícil entender cómo es que un grupo de vecinos, sin el apoyo institucional, lograba concentrar a un mayor número de personas en sus eventos.

Cuando reitero mi inquietud por saber si no tenían apoyo de otros grupos del partido o de otros funcionarios Juan habla un poco más de sus vínculos con la corriente del PRD que apoya a Andrés Manuel López Obrador y con una importante organización social del Movimiento Urbano Popular, el frente Popular Francisco Villa. Aunque no tenían el apoyo del grupo en el poder, si estaban vinculados a los grupos del PRD que 10 años después tomaría el control de la Delegación.

La verdad sí teníamos algunos contactos con Aleida Alavez²⁰³, que en ese tiempo era diputada local. También con uno de Los Panchos, Adolfo López Villanueva²⁰⁴, el

²⁰³ Aleida Alavez, forma parte de la corriente Izquierda Democrática Nacional del Partido de la Revolución Democrática (PRD), representada por Dolores Padierna, actual secretaria general del partido. El grupo ha sido muy cercano a Andrés Manuel López Obrador y apoya su candidatura a la presidencia de la república. Su carrera política la ha concentrado en Iztapalapa: de 1998 a 1998 fue subdelegada territorial de Paraje San Juan. Entre 1999 y 2000 fue subdelegada territorial de Cabeza de Juárez y de 2001 a 2003 secretaria general del PRD en Iztapalapa. También, fue diputada local de 2003 a 2006 y nuevamente de 2009 a la fecha. Véanse las siguientes páginas web <http://aleidaalavez.org/Aleida.html> y <http://www.idn.org.mx/idn/>

también nos apoyó, les hacíamos la invitación para que nos apoyaran. Nosotros no teníamos nada que ver con ellos, simplemente les hacíamos la invitación por escrito para que nos apoyaran y por supuesto a la hora de entregar los premios, ellos serían los invitados a la ceremonia y, pues digo, con todo gusto porque sabían que juntábamos mucha gente ahí, también les convenía y así estuvimos trabajando.

Se puede decir que era predecible que los dos grupos que conformaron el comité estuvieran vinculados a los grupos políticos del PRD que han pugnado por el control de la delegación. También es consecuente que Juan estuviera con el grupo más cercano a Andrés Manuel López Obrador, no sólo por que en dicho grupo estuvieran personas más allegadas, también por la admiración que él siente por este líder político, que constituye una de las representaciones que tiene sobre el liderazgo. Algo más significativo es justamente, el cálculo estratégico que mantiene Juan en su trayectoria de participación ciudadana y que desde su perspectiva, lo pone del lado de los buenos, es decir, los honestos, justos y realmente preocupados por las necesidades de la colonia.

Desde el sentido práctico, hay una identidad con su colonia, como el lugar en donde ha habitado, se ha formado y mantenido a su familia y se ha trabaja como tianguista. Esto lo mantiene con un deseo de hacer algo, quizá de regresarle a ese espacio, algo de lo que Juan ha recibido en su vida, pero también de mantenerse como una figura reconocida y aceptada por sus vecinos.

Al mismo están los aprendizajes que ha adquirido a lo largo de sus experiencias como tianguista, lo que él considera que deberían ser las organizaciones y los líderes frente a una realidad que considera ajena a los intereses de los trabajadores que se dedican al comercio en vía pública.

Pero desde un cálculo más estratégico, desde un sentido más racional, no está solamente “el amor” a la colonia que puede expresarse en un poema, está también el grado de distinción que se busca, frente a los otros, sus vecinos y sus compañeros de trabajo en el tianguis, que se refleja en seguir con los estudios y en tratar de combinar sus diferentes actividades con la participación política, sino de una manera activa, por lo menos de no estar ajeno y de mantener los vínculos con el PRD.

²⁰⁴ Adolfo López Villanueva es uno de los líderes más importantes del Frente Popular Francisco Villa (FPFV), vinculado también a la corriente Izquierda Democrática Nacional del PRD. Actualmente es director territorial de San Lorenzo Tezonco en la delegación Iztapalapa. Cfr. www.iztapalapa.gob.mx

Asimismo, está el hecho de sentirse reconocido y representante de las necesidades de otros, que le da una mayor gratificación, por encima del ser comerciante. Hay que recordar cuando el mismo señala que el tianguis representa una oportunidad de empleo para quienes no tienen preparación, o si la tienen para personas como él, que están ahí por comodidad. Juan externa el reconocimiento a una ocupación que le ha permitido salir adelante económicamente y mantener a su familia, pero que no cumple con sus expectativas, como una necesidad de salir de ese campo y acceder al campo político y desarrollarse.

De los comités vecinales a Los Dorados de Villa: la definición del liderazgo en el espacio público local

Después de la experiencia que con la organización de tianguistas, en donde intenta cambiar las reglas del juego y evitar que el líder cobrara cuotas y su vivencia en el comité vecinal, a veces conflictiva, a veces gratificante, en el contexto de la entrevista Juan analiza la relación de lo que define como liderazgo, y lo que observa en las organizaciones de tianguista en Iztapalapa, frente a ello e impulsado por sus compañeros en el comité, asume la dirección de Los Dorados como un reto y la oportunidad de llevar a la práctica sus concepciones.

El apoyo que recibe de sus compañeros, junto con sus aprendizajes sobre el comercio en vía pública, ya que casi toda su vida se ha dedicado a ello, sabe de los problemas que se enfrentan por ocupar un espacio público del que nunca se es propietario en un sentido estricto y por tanto, entiende el grado de inestabilidad, inseguridad y precariedad que representa trabajar en la calle. Como él señala, es una actividad que agota, no siempre genera los ingresos económicos suficientes, y requiere de largas jornadas de trabajo.

No obstante que un tianguista tiene mayor libertad para administrar su tiempo, el hecho es que trabajar en la calle, no es una actividad placentera, o distinguida, es una actividad muy sucia, estar en la calle, en el polvo, sujeto a las inclemencias del tiempo, frente a ello está la relación con los compañeros de trabajo, y con los líderes y delegados, el reconoce que llevarse bien con todos y particularmente con los últimos, es fundamental para tener un mejor ambiente de trabajo y contar con redes sociales para cuidar el puesto o incluso gozar de ciertos privilegios.

Desde su posición como líder de Los Dorados, Juan verbaliza su función como alguien que es responsable de que las cosas salgan bien, de que quienes necesitan un espacio para vender lo tengan, de que no puede existir un fin de lucro y tampoco puede prometer lo que no puede

cumplir. Al mismo tiempo, un líder requiere que sus asociados también sean corresponsables y este es un punto que Juan no ve en la mayoría de quienes forman parte de Los Dorados.

Comité de trabajo sí, liderazgo personal no: el liderazgo en Los Dorados de Villa

Lo que Juan define como liderazgo tiene referencia a sus concepciones sobre la política: para él en la ciudad de México y específicamente en Iztapalapa, existe una falta de representatividad y de escucha a las necesidades de los ciudadanos, de ahí proviene su preocupación por los problemas de su colonia y la insistencia de que los mecanismos de participación ciudadana como los comités vecinales y ciudadanos, son fundamentales para que se pueda incidir en las políticas públicas.

Por otra parte, es necesario ubicar sus experiencias en las organizaciones de tianguistas en donde él encuentra el desapego de los líderes frente a sus asociados, el autoritarismo, la conveniencia, el clientelismo y el lucro como las principales características de quienes controlan el espacio público.

En la segunda sesión de las entrevistas, algunas de las preguntas que realicé fueron ¿qué significa ser un líder y qué tendría que hacer? Juan respondió lo siguiente:

¿Cómo quisiera que fueran... hígole [sic] le platico cuando conocí a este señor Manuel, yo veía que siempre se opuso a pagar cuotas, incluso hicimos un escrito al ingeniero Cárdenas cuando él asume el gobierno de la ciudad de México, planteándole la situación que nosotros estábamos viviendo y que intercediera de alguna manera para eliminar a los líderes.

Aquí hay una consideración importante, Juan reitera que no se necesitan los líderes pero reflexiona sobre la importancia que tiene la existencia de los representantes, un representante a diferencia del líder, no hace lo que quiere, sino lo que los compañeros de su organización necesitan. En este sentido, un líder, es quien se preocupa por sus representados, pero también es una persona que requiere preparación, específicamente una formación académica.

La formación académica tiene un valor muy importante para Juan, los estudios dotan a las personas de mayores conocimientos y valores para interactuar con las personas, y de ahí el reconocimiento que da a Don Manuel, que concibe como una persona que lee, se informa y eso lo convierte en una persona capaz de reflexionar sobre su entorno y tomar una posición de izquierda frente a los gobernantes, la situación política, económica y social. También reconoce a Alejandro, pese a su personalidad, es una persona con educación, con cultura.

Para Juan los líderes de las organizaciones de tianguistas, en general, significan modelos de autoritarismo, arbitrariedad e ignorancia, cuyo único interés es obtener recursos económicos

con el cobro de cuotas. Si bien reconoce la importancia de la disciplina que algunos ejercen para mantener el orden en la vía pública, no está de acuerdo en que como asociaciones civiles, no tomen en cuenta las necesidades e intereses de sus agremiados y mucho menos que lucren con las personas a través, de la cuota para la plaza y la basura.

Desde su perspectiva, un líder y una organización de tianguistas tienen la función de controlar, mantener e incluso luchar por el monopolio del espacio público, frente a las autoridades delegacionales o del Distrito Federal, pero a diferencia de la práctica cotidiana de los líderes de comerciantes en vía pública, el objetivo de un líder es, debería ser, de alguna manera, velar por los intereses de sus agremiados y no ver el control del espacio público como un negocio personal.

Los líderes deben estar cerca de las personas, deberían generar oportunidades para que todas aquellas personas que quieren o necesitan trabajar. En este tenor, junto con Don Manuel, su amiga Celina y Alejandro, Juan manifiesta una gran admiración por Andrés Manuel López Obrador éste personaje público, y todos ellos se definen por una postura de izquierda política. Por ejemplo, López Obrador es un líder de izquierda, porque sabe estar cerca de la gente, la escucha y como él dice “sus acciones pueden tocarse, están plasmadas en la realidad, a diferencia de otros políticos que sólo hablan y prometen.”

Yo me considero de izquierda, porque la izquierda es revolucionaria, es transformadora, opta por las mayorías, por aquellos que están rezagados, desplazados, olvidados, por los que son marginados y la izquierda quiere transformaciones, quiere igualdad y justicia social, entonces por eso. En cambio, la derecha quiere que las cosas sigan igual, le conviene para que los mismos de siempre, sigan manteniendo su hegemonía, su poder, su control y el dominio sobre las mayorías, para mí eso es la derecha, todo lo contrario a la izquierda.

Además, es interesante cómo Juan, a lo largo de las sesiones, reitera la importancia de la disciplina y la formalidad en las organizaciones de comerciantes en vía pública, dichos elementos permitirían dos cosas: por una parte eliminar la necesidad de tener líderes que lucren con los asociados y de que las dependencias de gobierno vean en los comerciantes, también, una forma de obtener dinero y clientela política, o en su caso, la formalidad llevaría al reconocimiento de los comerciantes como actores políticos y las posibilidades de participar ciudadanamente en los asuntos, no sólo del comercio y la calle, sino de la comunidad, el barrio, la colonia y la delegación. La experiencia de Juan en el comité vecinal, que intenta replicar en Los Dorados, le brindó aprendizajes y experiencias exitosas.

Sin embargo, cuando se trata de Los Dorados, manifiesta una enorme duda en el proceso de formalización de la organización y del registro como asociación civil, y es aquí cuando Alejandro parece asumir el primer lugar del liderazgo. Las dudas respecto a la formalización radican en que para Juan, el proyecto de Los Dorados debe mantenerse como una romería, como un espacio de trabajo para quienes el 5 y 6 de enero buscan un ingreso económico y por eso, la propuesta de Alejandro de convertir a Los Dorados en un proyecto de trabajo comunitario, político y económico no es lo que Juan desea, quizá desde una racionalidad más estratégica que proviene de la experiencia de más de 10 años a cargo de la organización que le ha permitido evaluar la participación real de los asociados en las asambleas, quienes, conforme se desarrollan las asambleas a lo largo del año, tienen una menor participación y conforme se acercan las fechas de la romería, aparecen. Juan comenta sobre la primera asamblea de 2009, después de la romería:

Yo esperaba ver a toda la gente que tuvo problemas con nosotros ese día y no se acercaron, no llegaron. Yo le decía a los compañeros que finalmente la gente que causa problemas no viene. Ese es un problema recurrente, pero ya veremos qué podemos hacer. El problema es que nada más nos vemos, trabajamos, una vez al año, entonces no sé qué tanto... cómo le diré... el hecho de formar la asociación, no sé qué tan bueno sea, por lo que implica.

Existe la seguridad de que Los Dorados tienen reconocimiento social, porque cada año crece el número de personas que solicita un espacio en la romería, no tienen el reconocimiento de las autoridades, no obstante que cada año entregan un oficio a la coordinación de mercados y vía pública, solicitando el permiso. Pese a que nunca han obtenido una respuesta afirmativa o negativa ellos se instalan y no han tenido conflictos con la autoridad, más allá de los intentos y amenazas de Ana por quitarlos. Por tanto, cuando reitero si estaría dispuesto a formar la asociación civil responde:

Pues, si, si, nada más que necesitaríamos un apoyo muy responsable de todos, muy consciente de todos, de qué es lo que implica, por lo menos de la mayoría, que tendríamos que apegarnos a la normatividad [...] hígole maestra, es que es bien difícil, se estresa uno mucho y le cargan a uno la bronca, “tu resuélveme y a ver cómo le haces” y no les importa, en su momento muchos no hicieron nada por no verse en los problemas y yo les digo “¿a cuántas juntas has venido, no estás en la lista” por ahí me los agarro porque ya sé que no van. No les niego el derecho a trabajar, pero sí que se flexibilicen un poquito, que acaten lo que se les está ofreciendo, no podemos hacer otra cosa es que les digo: “¡vea son las tres de la tarde! ¿y usted quiere su lugar?” en ningún lado, ¿dígame dónde? Si usted va a trabajar a una fábrica o a otro lugar tiene que cumplir con un horario, igual aquí es lo mismo. Y por eso no sé qué tan bueno sea formalizar a la organización.

Las reflexiones sobre Los Dorados también están vinculadas a los proyectos personales y familiares que tiene Juan, para él la participación ciudadana y política, debe tener espacios y vínculos específicos con los funcionarios delegacionales y con el partido predominante en la delegación: el Partido de la Revolución Democrática, pero estas actividades requieren tiempo y dejar de lado a la familia.

Los proyectos a futuro: trascender el campo del comercio en vía pública

En el capítulo anterior se relataron las diferentes etapas que ha tenido la historia de Los Dorados, claramente, Juan inicia a la organización y define las reglas del juego: la toma de decisiones centrada en el comité de trabajo y la participación de los agremiados a través de asambleas, no cobrar cuotas por uso ocupar un espacio en la vía pública, salvo la cuota por el servicio de basura. Pero en las diferentes etapas vemos cómo poco a poco delega la responsabilidad a Alejandro. Desde la perspectiva de Juan, esta delegación tiene que ver con sus prioridades de vida y con las expectativas que tiene sobre la organización. Alejandro, por su parte señalará una falta de empuje y de sagacidad por parte de Juan por no buscar “capitalizar” a 400 personas.

Sin embargo, en la observación que se tuvo en el trabajo de campo, la perspectiva de Juan se torna más realista que la de Alejandro. En las asambleas nunca se tuvo una asistencia mayor a 50 personas, incluso un día previo a la romería, asisten en promedio 100 personas, muchas otras se concretan en salir a la calle, marcar sus lugares y prepararse para el día siguiente.

El día siguiente, el de la romería, las tareas del líder consisten en arreglar todos los problemas derivados de la distribución del espacio. La forma en cómo Juan resuelve los problemas muestra una personalidad muy discreta y que en todo momento tiende al diálogo, en donde generalmente el ofrece las soluciones al conflicto, acompañadas de una insistente apelación a la comprensión y flexibilidad para respetar los espacios, la reglas y mantener la convivencia, al día siguiente todo regresa a la “normalidad”.

Finalmente, Juan ha construido su vida y sus decisiones con base en tres prioridades fundamentales: las dos primeras que nunca cambian son su familia y su trabajo; después los acontecimientos lo llevan a optar, en diferentes momentos, por la participación ciudadana, la escuela y paralelamente por el liderazgo de Los Dorados y la organización de la romería del 5 de enero.

Un cuarto elemento se perfila al final de la quinta y última sesión de entrevista, en donde reflexiona en torno al futuro de Los Dorados como organización, a partir de la creciente

intervención que tiene Alejandro Balderas y del papel que según éste debe tener la organización, como un proyecto comunitario, más allá de la realización de la romería.

En este punto, Juan se enfrenta a un dilema: participar como hasta ahora lo ha hecho en la organización de la romería y contribuir a generar espacios de trabajo, desde la informalidad, para quienes así lo requieran, ya que finalmente Los Dorados, no han necesitado el permiso de la delegación y Ana, su principal antagonista no la logrado apropiarse de sus asociados. O en su caso, contribuir con el nuevo proyecto de Alejandro Balderas, y desde los vecinos y comerciantes más cercanos, aprovechar la oportunidad para consolidar –12 años después que él decide encargarse de la romería– a un colectivo que reúne a más de 400 personas cada año y hacer de ellos un grupo político que logre la atención, por lo menos de las autoridades delegacionales y del PRD, para canalizar las diferentes necesidades de su colonia, lo que implica dedicar más tiempo y, nuevamente, como en la época de los comités vecinales, redefinir las prioridades en su vida.

La primera parte del dilema, implica una participación muy discreta en la organización de la romería, la realización de las asambleas que se realizan a lo largo del año, en promedio cada mes y medio o dos meses, y la repetición de los mismos problemas que se presentan cada 5 y 6 de enero: escasa participación de los vecinos que obviamente disminuye conforme se acerca la fecha de la romería. Consecuentemente, una escasa posibilidad de que Los Dorados se consoliden como una organización social y que la participación no trascienda hacia la cooperación en favor de las necesidades de su colonia.

Las ventajas de lo anterior son, quizá, menos trabajo, mayor tiempo con la familia, menores tensiones y mantener la prioridad por terminar la licenciatura. Sin embargo, Juan comenta que el regreso a la universidad y el estudio en Ciencia Política y Administración Urbana por un interés personal por comprender qué es lo que pasa en su entorno, reflexionar sobre sus propias experiencias y buscar la oportunidad para aportar algo a su colonia.

La segunda parte, implica un cambio en las prioridades de vida y dedicar más tiempo a Los Dorados, colaborar en el proyecto de Alejandro, pese a que Juan considera que la mayoría de Los Dorados, no tienen el nivel de compromiso que aquel espera.

Empero, en la parte final de la entrevista, Juan reflexiona sobre sus planes a futuro entre ellos los políticos y Los Dorados: uno de ellos vislumbra el deseo de consolidar a la organización y vincularla directamente con el PRD. El otro está en la posibilidad de dejar el trabajo en los tianguis y participar políticamente con el PRD y en la delegación. Estas inquietudes, tienen su

origen en los comités vecinales y en los contactos que formó, en ese momento, con algunos integrantes del partido que apoyan a Andrés Manuel López Obrador, entre ellos la diputada local, Aleida Alavez.

Yo no descarto nada, en un principio pensaba, “es que estoy estudiando esto y voy a terminar”, estoy convencido del proyecto y yo tengo otros planes por ahí. Estoy en el ámbito de la política, no descarto nada, yo tengo que mantener contactos, tengo que estar ahí. Ya una vez Aleida me sugirió que trabajara con ella. Si lo volviera a hacer, lo pensaría bien, en aquella ocasión le dije que no, no me convenía, no tenía mucho interés, pero ahora sería otra cosa. No sé, no sé qué va a pasar, no es mi prioridad, no sé.

¿Cuáles son esos planes que tienes por ahí?

[se tarda en contestar] pues no sé, algún día tengo que dejar el tianguis ¿no? bueno, es mi plan [piensa y mira directamente al entrevistador] No sé cómo me lo tome usted. Ya le había dicho que para mí, mi familia es lo más importante y mi trabajo, todo lo que venga... después. Si surge algo bueno, tengo que aprovecharlo, aunque no sé, porque yo arriesgo lo que tengo y que a pesar de la crisis, me alcanza, me da para vivir. Yo no soy pretencioso, no soy materialista, yo prefiero estar bien con mi familia y con la gente.

¿Qué sería algo bueno que te impulsara a dejar el tianguis? ¿Ser funcionario en la delegación?

Podría ser, pero no cualquier cosa. No le he platicado pero Marcos Rodríguez [Mártires del 1° de Agosto] me dijo la otra vez “porque no te lanzaste tú” [en referencia al proceso para elegir precandidatos a diputados locales del PRD en 2009] yo le dije “no es el momento, espérame, después”, el ya me había dicho “cuando tú quieras te damos el apoyo de la organización”. No lo descarto, y creo que es válido que busque, que pretenda eso.

Sobre el futuro, sus comentarios reflejan una enorme inquietud por trascender el espacio de la romería y el tianguis, aprovechar su capital político y desarrollar los conocimientos que ha adquirido durante la licenciatura. Al mismo tiempo, se evidencia una vacilación por cambiar su estilo de vida, lo que siempre ha hecho y que de alguna manera le ha brindado seguridad y estabilidad económica: el tianguis.

La experiencia de Alejandro: la familia, el barrio y la formación académica como aprendizajes para el liderazgo

El contacto con Alejandro se dio a través de Juan, quien lo mencionó como parte del comité de trabajo de Los Dorados en la segunda sesión de la entrevista, como una persona muy preparada. Lo conocí en la primera asamblea de la organización a la que asistí en el 18 de octubre de 2008, en la Plaza Cívica de la colonia Francisco Villa y cuyo objetivo era recopilar los documentos de

los asociados para la elaboración de sus credenciales, el responsable de esa tarea era, precisamente, Alejandro.

A dicha asamblea llegué 10 minutos antes de las 7 de la noche, la hora en que se programan todas las asambleas. Juan me recibió y lo primero que me comentó fue que Alejandro había decidido darles de cenar a los asistentes. En ese momento Alejandro apareció con otras dos personas cargando un bote de tamales, y uno de atole, vasos, platos y tenedores desechables. Juan le dice a Alejandro “te presento a la maestra Norma, es mi maestra en la universidad”, Alejandro contesta “Mucho gusto maestra, Juan me ha platicado mucho de usted, que bueno que está aquí para que vea como trabajamos, será muy interesante para usted”. Acto seguido, Juan llama a los asistentes, aproximadamente 30 personas, y comienza a explicar el objetivo de la reunión.

Al término de la asamblea, me acerco a Alejandro y le comento los objetivos de mi presencia, cuando menciono que soy estudiante de doctorado en El Colegio de México y que mi intención es reconstruir su historia de vida, él contesta inmediatamente “nos vamos a entender muy bien, yo también tengo doctorado en antropología y mi maestría en psicología social”. Ese mismo día le pedí una cita que, por diversos compromisos de Alejandro con su trabajo, se concreta hasta el 21 de noviembre.

Alejandro proviene de una familia de 8 hermanos, 6 hermanos nacieron en el estado de Querétaro de donde también son originarios sus padres, el mayor de sus hermanos fallece, ninguno de sus hermanos lo conoció. Sus padres migran a la ciudad de México a finales de la década de los sesenta, —entre 1967 y 1968— por problemas con la justicia del estado de Querétaro. En aquella entidad federativa su padre se dedicaba a la agricultura y su madre a ser ama de casa. Alejandro comenta que su padre tenía buenos ingresos como campesino. Al llegar a la ciudad de México se ubican en San Juan Joya, una colonia de la delegación Iztapalapa y ahí nace Alejandro y otra hermana.

Posteriormente llegarían a la colonia Francisco Villa, en donde se hacen de un terreno, construyen su casa y participan en el equipamiento de la infraestructura urbana de la colonia. Para sobrevivir, su padre trabaja como albañil y su madre como comerciante en un mercado de San Juan la Joya, Alejandro comenta que a su padre le toca construir una parte de la Universidad Nacional Autónoma de México, en Ciudad Universitaria.

A decir del mismo Alejandro y de otros comerciantes y vecinos de la colonia Francisco Villa, su familia siempre se ha caracterizado por lazos muy fuertes, y por constituir una familia

extensa: en la casa con los padres viven, Alejandro, su esposa, sus dos hijos, dos de sus hermanos y sus respectivas familias. Todos ellos, aunque en menor medida Alejandro, administran el puesto de frutas y verduras que se coloca todos los días en la Plaza Cívica de la colonia.

Alejandro es el único de sus hermanos que asistió a la universidad y con estudios de posgrado: estudió la licenciatura y la maestría en psicología en la UNAM y el doctorado en antropología por la Escuela Nacional de Antropología e Historia, aunque no se ha titulado. Es profesor de asignatura de la licenciatura en psicología en la Facultad de Estudios Superiores Zaragoza (UNAM) y junto con su esposa, quien es la administradora, tienen un puesto de juguetes en el tianguis de los viernes con Mártires del 1° de Agosto de 1924 en la colonia Francisco Villa, en la romería del Día de Reyes con Los Dorados, vende juguetes.

Su ingreso a Los Dorados de Villa es por invitación de Juan, una vez que comienza a trabajar en Los Dorados, busca destacarse y aportar ideas, una en particular, es el nombre de la organización, que surge con el objetivo de identificar al colectivo con la colonia Francisco Villa, Los Dorados evoca al grupo más cercano del ejército de Francisco Villa en la época revolucionaria. Además de su participación con la organización, buscó su candidatura como diputado local suplente, pero no lo logra.

La reconstrucción de la historia de su vida se dio a través de 3 sesiones, todas se realizaron en la Plaza Cívica, y en pláticas informales que teníamos después de las asambleas. En comparación con Juan, la dinámica de nuestras entrevistas fue muy diferente. Alejandro trató de dirigir la conversación y establecer una distinción entre investigador e investigado, pese a que tenemos el mismo nivel educativo él alude mucho a su experiencia académica y de investigación. Además de tratar de demostrar sus conocimientos y sus estudios, con constantes referencias a autores clásicos de la filosofía política y la psicología. Mis intervenciones son menores, algunas preguntas detonaban largas descripciones sobre la situación política en el DF y en la colonia y en mucho se trataba de demostrar cómo es que Alejandro participaba y motivaba a que Los Dorados trascendieran el ámbito del comercio en vía pública, aunado a una clara distinción entre él y el resto del grupo, él como el líder principal, quien tiene mejores ideas y proyectos a futuro, los demás, aparecen como actores importantes, pero más conformistas.

La llegada al Distrito Federal y a la colonia Francisco Villa: migración forzada y condiciones precarias de vida

En nuestra primera conversación describo mis objetivos de investigación y la importancia que de la construcción de su historia de vida para entender su papel como líder en Los Dorados.

Alejandro explica cómo y por qué su familia migra de Querétaro al Distrito Federal, la principal razón fue que su papá huyó de la cárcel y según cuenta Alejandro, su papá huyó de la cárcel por un crimen que no cometió, y el ejército lo estaba buscando, eso obligó a su familia buscar nuevas oportunidades en el Distrito Federal. Por tal razón, la familia llega a la ciudad sin nada, sin recursos económicos. En esta descripción se observa cómo Alejandro esboza sus primeras definiciones sobre el liderazgo, todas ellas referidas a su abuelo y a su padre como ejemplos de personas muy valientes, arrojadas, que defienden su integridad y reconocen los lazos familiares, principalmente la relación entre padre e hijo.

A lo largo de las anécdotas que Alejandro recuerda, se perfila una visión romántica de sus experiencias de vida, muchos conflictos, abusos e injusticias, no sólo en su contra, también de su familia, pero ante cada conflicto o intento de abuso de poder, Alejandro ha tenido una respuesta y una solución inteligentes, calculada, ya sea recurriendo a la aplicación de los marcos jurídicos que conoce muy bien, a sus diferentes contactos (siempre tiene contactos en algún nivel de gobierno), pero particularmente a su familia con quien siempre cuenta.²⁰⁵

Comenzando con la historia de vida de mi persona, pues yo nazco en la colonia San Juan Joya, provengo de un núcleo familiar de padres campesinos que llegan a la ciudad de México, mi padre es albañil y tengo 8 hermanos. Mi padre en Querétaro tiene un problema, lo acusan de un homicidio que no cometió, lo meten a la cárcel y mi padre se fuga, se sale y se viene al Distrito Federal, por supuesto a mi padre yo lo considero una persona de muchas agallas, fue hijo de revolucionario, mi abuelo fue jefe de armas durante la época de la revolución, y mi padre heredero de esa tradición. Con las agallas que tenía, se fugó de la cárcel anduvo en la sierra corriendo alrededor de dos años, burlándose del ejército. Mi padre decide venirse al Distrito Federal, era campesino, por cierto que mi padre tenía su bien capital, pero todo se perdió en la persecución.

La llegada a la colonia Francisco Villa, está vinculada con el apoyo de una familia que trabajaba en un mercado que estaba en San Juan la Joya, en donde trabajaba la madre de

²⁰⁵ Algunas opiniones de los comerciantes de Los Dorados, reiteran que la familia de Alejandro, es muy solidaria, y siempre actúan en grupo, nunca solos. Varias personas comentaron el grado de violencia, e incluso con armas con el que, en algunas ocasiones, responden a quienes les faltan al respeto o agreden a un miembro de su familia.

Alejandro, pero nuevamente su padre tiene problemas legales por la ocupación de un terreno que supuestamente le había dejado la familia que los apoyó.

Cuando llegamos a esta comunidad, uno de los nativos de estos lugares ve a mi familia, a mi madre, muy atrasada y con ocho hijos, el vendía terrenos y les dice a mis padres “les voy a regalar un cacho de tierra” pero desgraciadamente muere el señor, luego su esposa, y sus hijos le dicen a mi padre que los terrenos eran sólo de ellos y mi padre, pus en derecho de posesión lo defiende y lo mandan a la cárcel de Lecumberri, yo tengo como tres, cuatro años. Uno de los líderes de un mercado de San Juan Joya, donde vendía mi mamá, saca a mi padre de la cárcel y quedamos viviendo donde estamos, hasta este momento.

Pasé una época de carencias económicas, mi padre campesino con ocho hijos, bueno un albañil, ya no un campesino, una situación difícil, yo conocía lo que se llama la casa a flor de tierra, en general no había agua, no había luz, no había teléfono, en realidad era una zona marginada y pasan muchos, muchos años para que llegara el agua, el drenaje, todos los servicios.

En el capítulo anterior se plasmaron algunos relatos de Alejandro vinculados con la construcción del espacio en la colonia Francisco Villa, en donde los vecinos participan de manera directa en la urbanización de la colonia. Asimismo relata que, ante la ausencia del Estado en la urbanización de muchas colonias del Distrito Federal, sus padres y muchos colonos participaron en la construcción del drenaje de la colonia, fueron los propios colonos quienes abrieron las cepas y metieron los tubos: “no es el Estado quien lo hace, nada más dice que tiene la autorización de meter los tubos ¿sí? Pero los otros, nosotros tuvimos que meter los tubos.”

Es interesante cómo en cada momento de la reconstrucción de su historia de vida, Alejandro acompaña sus remembranzas con reflexiones y críticas sobre el gobierno mexicano y la distancia que establece con los ciudadanos. Sus percepciones sobre la política se plasman en cada momento y esto se entiende por las condiciones de precariedad económica en las que vivió desde su infancia y también por las constantes dificultades para lograr sus objetivos académicos, profesionales y políticos.

Como siempre suele suceder las autoridades delegacionales se adjudican las propiedades de lo que los nativos hemos hecho, o sea ellos dicen “bueno ¿saben qué? esta colonia es nuestra, sin embargo mi padre dice “nosotros construimos la plaza cívica, nosotros construimos lo que es ahora es el centro de salud” en aquella época lo hicimos con las mismas manos, o sea a ver quien pega los tabiques yo los pego, entonces evidentemente pues adquirimos un cierto tipo de derechos, no solamente es la misma posesión sino el haber construido esta comunidad ahora incluso sobrepoblada.

La cita anterior muestra también cómo, desde el inicio de la entrevista, Alejandro deja claro lo que significa la apropiación del espacio para quienes han vivido en condiciones de

marginalidad: apropiarse del espacio para vivir, no es un cálculo estratégico si se trata de tomar en cuenta las opciones disponibles y sopesarlas para tomar decisiones. El sentido práctico, permite tener los elementos necesarios para responder y adaptarse a las reglas del juego: en un contexto de marginalidad, en donde las posibilidades de habitar el espacio son escasas o dependen de otros actores, generalmente quienes vendieron irregularmente los terrenos en Iztapalapa, apropiarse del espacio y adquirir de derechos sobre él, responde a la misma lógica irregular, pelear un espacio del que nadie tiene la certidumbre de la posesión. Se posee porque se habita; al igual que en el comercio en vía pública, se posee el espacio, la plaza, el puesto porque se trabaja en él cotidianamente.

Finalmente Alejandro y su familia, se ubican en la colonia Francisco Villa, y frente a la migración del estado de Querétaro, de un lugar que su familia se ve obligada a abandonar, se convierten en habitantes nativos de la colonia al mismo tiempo que, como la mayoría de los vecinos, su casa se edifica por autoconstrucción y con la participación de todos los miembros de su familia.

“No sé si estar en un doctorado es educación pero yo si pasé por la universidad”

Desde la perspectiva de Alejandro, el ingreso a la escuela marca muchos elementos de su personalidad, él se describe como una persona con mucha seguridad que desde el inicio, no tuvo miedo al separarse de su madre e inmediatamente reflejó su disciplina y curiosidad por el estudio:

yo voy al kínder estamos hablando de los cinco años y la cosa curiosa es no le tuve miedo a la escuela, desde que llegué al kínder recuerdo a todos mis compañeros llorando, a todos los niños llorando por su mamá que estaba del otro lado de las rejas y pues no, yo nada más me agarré y me quedé viendo a mi madre “al rato vengo por ti” y ahí me quedé.

Posteriormente, como comentamos en la semblanza, él sería el único de sus hermanos que decide seguir estudiando y reconoce que aunque no fue un estudiante de dieces, a diferencia de muchos de sus compañeros, siempre obtuvo calificaciones de nueves y ochos y logró terminar sus estudios. En un momento en el que describe sus experiencias de la licenciatura y refiere cómo busca acercarse a las personas cuando las necesita, y así conseguir sus fines, revive un episodio de su educación primaria:

Recuerdo que el primer día de clase el director nos dice que nos veríamos la próxima semana a las 8 y media de la mañana, entonces yo rompo formación, todos los alumnos formados y me voy directamente a preguntarle “oiga habían dicho a las ocho

y usted dice que a las ocho y media, entonces ¿es a las ocho o a las ocho y media”, y el director me dijo “efectivamente a las ocho” y como mi mamá que estaba por ahí, el director le dijo: “este niño tiene no sé qué características” y porque no me quedé con las ganas de aclarar la situación.

Cuando las condiciones económicas y familiares son difíciles, como en el caso de Alejandro, la formación académica adquiere un valor especial, ya que no siempre existen los recursos económicos suficientes para asistir a la escuela, sin embargo, Alejandro se mantuvo y terminó sus estudios de doctorado. La formación académica establece una distinción, no sólo en el nivel familiar, también con su entorno inmediato: su colonia, sus vecinos y amigos de toda la vida, eso le permite mantener un capital social que lo hace diferente a los demás, en un contexto en el que la necesidad más inmediata es el trabajo y la supervivencia económica. Al respecto Alejandro enfatiza las dificultades familiares, no sólo económicas, también el alcoholismo, la drogadicción y la esquizofrenia están presentes en sus familiares cercanos. Asimismo, estos problemas lo impulsan a estudiar la licenciatura en psicología en la UNAM y cuando termina ingresa como profesor de asignatura en la Facultad de Estudios Superiores de Zaragoza (FES-Zaragoza).

Me decido por psicología por mis mismos problemas, a muchos les da vergüenza decirlo pero a mí no. Pasé una adolescencia con ansiedad no con depresión pero sí ansioso estresado, mi núcleo familiar fue difícil: a mi padre le gusta mucho beber, toma mucho, mis hermanos también toman mucho y hemos tenido conflictos vinculados con el alcoholismo, luego una hermana con esquizofrénica, bueno a la larga sale con esquizofrenia mucho después cuando yo termino la licenciatura le brota, pero yo sentía la angustia. A mi padre le hubiera gustado que fuera abogado me decía “tu hazte abogado porque ganan mucho dinero” pero hubo un momento en que lo pensé y me dije no, no yo quiero ser psicólogo y fue mi primera opción, afortunadamente fui un alumno destacado de 9.6 en la licenciatura y este inmediatamente en cuando termine me titulé y me quede a trabajar como profesor, pero la docencia también es golpeada, en mi caso cuando terminé mi licenciatura, tenía un salario de 350 pesos era una miseria.

El ingreso a la maestría en psicología social representa en palabras de Alejandro, el ingreso a una nueva estructura de poder, el reseña las grandes dificultades que pasó para terminar los estudios y titularse por los conflictos con una profesora, su directora de tesis que intentó sacarlo del programa, al parecer porque Alejandro no optó por la línea de investigación que ella le proponía, una línea más cuantitativa: “pero no me dejé, logré salir adelante, sin embargo como me puso un seis en su materia, bajó mi promedio y perdí la beca, de ahí tuve una maestría muy difícil porque tuve que financiármela con un salario de 350 pesos.”

La forma en cómo Alejandro resuelve el conflicto con su directora es buscando un nuevo director de tesis, este momento es importante para Alejandro porque representa una oportunidad para resolver sus problemas y de formar parte de grupos que se distinguen del resto:

Busqué a un doctor e investigador que era el centro del poder, el jefe de jefes en psicología, fui a una de sus conferencias y le dije “doctor soy estudiante de maestría” – en aquella época- me gustaría platicar con usted”, el me respondió “quieres que te dirija tu tesis” y le digo “sí” pero no le pregunté eso, yo sólo quería un norte, cuando le dije que sí, me dijo “vente conmigo” entonces trabajé la tesis y rápidamente salí avante. Una de las peculiaridades del doctor era que se separaba de toda organización de la escuela, de la facultad, y formaba pequeños grupos a donde no entraba cualquiera, pero ya adentro, ellos mismos te protegían, y creo que esas experiencias me han favorecido.²⁰⁶

El ingreso al doctorado en antropología social de la Escuela Nacional de Antropología e Historia (ENAH) no representó un cálculo estratégico de Alejandro, sino un segundo juego de poder, que le cerró las puertas para continuar con sus estudios dentro de la UNAM:

¿Qué fue lo que lo llevó a pasar de la psicología social a la antropología social?

Un juego de poder, intenté ingresar al doctorado en psicología pero no pude por cuestiones de poder, no tuve la suerte de tener alguien que me apoyara frente al grupo que controlaba la facultad. Decidí no hacerme viejo y busqué en la ENAH, en aquel momento pensaba “aunque sea en la ENAH” después me di cuenta de su reconocimiento internacional. Sin embargo ahí hay otro juego de poder.

Los estudios de doctorado representan nuevas experiencias y nuevos conocimientos, se da cuenta de otras realidades, de los grupos necesitados como los indígenas que para Alejandro es “otra realidad que no es la que pinta el Estado”. Nuevamente es un estudiante sin beca, el señala que en ese momento CONACyT retira las becas al programa de doctorado, pero como hasta ese momento su alternativa a los ingresos insuficiente es el comercio en vía pública.

Dentro de su formación también existe una licenciatura en Derecho que abandona por otros juegos de poder que operaron en su contra, aunque de igual manera ante la insistencia sobre una mayor explicación sobre las características de lo que él llama “juegos de poder”, el hace referencia y culpa a los funcionarios de las instituciones educativas. Pero cabe recordar que los estudios de derecho fueron una sugerencia de su padre, porque él piensa que ahí se hace dinero.

Al respecto Alejandro menciona:

A mí me gustó un poquito la carrera de derecho, de hecho comencé a estudiarla como segunda carrera, no la terminé por cuestiones de corrupción dentro de la misma facultad [hace referencia a la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional

²⁰⁶ Su tesis de maestría se titula *La filosofía de la vida y su relación con el autoconcepto del mexicano*, México, Facultad de Psicología, UNAM, 2000.

Autónoma de México] y finalmente llegué a concluir que si para arreglar un problema de tipo jurídico, tengo que hacer una negociación económica con un ministerio público, no necesito ser abogado para eso, siendo comerciante, uno sabe si tiene capital disponible para esas *finanzas*.

Desde un punto de vista teórico, durante la investigación se ha enfatizado, siguiendo a Crozier y Friedberg, que toda relación social conlleva relaciones de poder como fundamento de la acción de los grupos. En este sentido, Alejandro vive estas relaciones de poder, pero no explica los motivos por los que estos “juegos de poder”, como los llama, se aplican en cada una de las etapas de su formación académica y por qué parece que siempre operan en su contra. Alejandro verbaliza su trayectoria educativa como una eterna lucha de poder a la que el siempre se enfrentó con escasos recursos económicos, pero con un capital cultural que le permite salir adelante, gracias a su experiencia como comerciante.

Tomando en cuenta su trayectoria laboral, desde los siete años, Alejandro combinará sus estudios con el trabajo como comerciante en vía pública, actividad que inicia acompañando a su hermano y a la que recurre de manera intermitente para incrementar sus ingresos económicos, salir de deudas o cuando se presenta alguna oportunidad para vender algunas mercancías.

Aunque se analizará más a detalle la relación que tiene Alejandro con el comercio en vía pública, vale la pena mencionar que reconoce la importancia de esta actividad, no sólo como una ocupación que genera oportunidades de trabajo para muchas personas. En su caso y el de su familia, pese a las carencias económicas que tuvieron cuando llegaron al Distrito Federal, han vivido del comercio. Aunado a ello, están los aprendizajes que brinda esta actividad para relacionarse con la gente, entender qué comprar y qué vender y plantearse proyectos y objetivos y finalmente que a Alejandro, el comercio en vía pública, le permitió estudiar una licenciatura, una maestría y un doctorado.

Ahí es donde el comercio me gustó y ha habido momentos en los que me queda claro que tengo que defender estos espacios públicos porque me han hecho llegar a donde he llegado y no me puedo avergonzar de mi familia alcohólica o esquizofrénica finalmente me han respaldado para llegar hasta donde he llegado con todos los defectos o cualidades. El comercio es estresante, terminé con dolores de columna vertebral por supuesto porque tenía que trabajar, tenía que ir a la escuela a dar clases y tenía que hacer mi maestría. Es ahí donde el comercio me ah fortalecido, evidentemente me doy cuenta de que he podido lograr muchas cosas a través de él.

El comercio en vía pública, también como una estrategia de supervivencia

Alejandro conoce el comercio en vía pública desde pequeño, acompañando a su hermano a vender, frutas y verduras en el puesto de la Plaza Cívica, que antes no pertenecía a la familia de Alejandro. El patrón de su hermano y por tanto de Alejandro, el señor Atanasio, es un personaje importante en la vida de Alejandro, ya que le permite trabajar con él y asistir a la escuela:

un gran amigo de la familia, que era el patrón propiamente de mi hermano y mío recuerdo que me decía: “primero lo primero, y lo primero es que comas bien lo que quieras y ya después te pones a trabajar porque si no has comido, no vas a poder trabajar”. Vendía fruta, sandía, fresa, mango, a mí me gusta mucho la fruta es delicioso comerse un mango maduro, una fresa, no sé, un cacho de sandía y por supuesto eso me orienta hacia que el comercio. Es bonito es un oficio bonito sí, pero cansado. Claro pasan los años le ayudo a mi hermano, mi hermano sigue su camino en el comercio y yo seguí la parte de la escuela.

En esta primera etapa de comerciante en vía pública Alejandro no sólo aprende a vender, también aprende a defenderse porque para él la vida es conflicto y más cuando se trata del comercio en vía pública, actividad que ha dado ingresos económicos a su familia durante muchos años y que por tanto vale la pena defenderse. En este tenor, el comenta que “dentro de esa escuela de la informalidad” Atanasio y su hermano le enseñan a defenderse, Atanasio practicaba artes marciales y su hermano, mejor conocido en la colonia Francisco Villa, como “El Japonés” era boxeador, de ahí aprende la disciplina y lo que significa ganarse el respeto de los demás.

Sin embargo reconoce también que esto no es suficiente, y toma como ejemplo a Atanasio, quien representa en Alejandro, una figura de liderazgo, es decir “una persona de buen empuje” porque supo ser comerciante, mover dinero “y algo que también yo salve en esta persona era que era buena para el conflicto pero no tenía cultura el leía *Selecciones*²⁰⁷ y ya no va a escuelas formales, no tiene un disciplina escolar, no tiene esa parte que yo fui adquiriendo a través de los años con el estudio.”

Atanasio deja el puesto y se muda a Tijuana y esta es la oportunidad para que la familia de Alejandro se haga del puesto de frutas de la Plaza Cívica que hasta la fecha les pertenece y es administrado por sus hermanos Salomé, el Japonés, los hijos de sus hermanos, además de su padre.

Desde hace 10 años aproximadamente, Alejandro vende juguetes y artículos de navidad y año nuevo, pero su relación con el comercio en vía pública es a través de su esposa quien

²⁰⁷ En referencia a la popular Revista *Reader's Digest Selecciones*.

administra el puesto en el tianguis de Mártires del 1° de Agosto y a quien ayuda para surtir las mercancías, y por supuesto, como líder de Los Dorados de Villa, pero él no trabaja directamente como comerciante.

No obstante, al igual que Juan, concibe al comercio en vía pública como una estrategia de vida para muchas personas, que no tienen acceso a la formalidad y una forma de ejercer lo que señala la Constitución mexicana como el derecho al trabajo, pero reconoce que las autoridades en general) mantienen un hostigamiento permanente a su ejercicio y de ahí que de ser una actividad económica honesta, una buena profesión, como la define Alejandro, también sea estresante y, en sus palabras, “ conflictiva en extremo”. Esas definiciones provienen de sus experiencias de vida con su familia y con Los Dorados de Villa.

Aquí es necesario detenernos para analizar el papel y la importancia que tiene la familia de Alejandro en la formación de su carácter y, particularmente en las representaciones que tiene sobre el espacio público y la identidad de su colonia.

La importancia de los vínculos familiares y la identidad con el espacio de vida

Se puede decir que la relación de Alejandro con el comercio en vía pública, está mediada por su familia. Alejandro crece en un contexto en donde su familia se dedica a esta actividad y se siente identificada con ella, ya que como hemos mencionado, el comercio permitió a su familia salir adelante. Al mismo tiempo, la familia extensa con la que siempre ha vivido, representa un grupo fuertemente cohesionado y con una identidad particular en la colonia, como familia “los Balderas” son conocidos por su apoyo mutuo y por la defensa que históricamente han hecho del puesto que tienen en la Plaza Cívica de la colonia, ya que en varios intentos de la delegación por quitarlos, la familia se ha defendido y Alejandro ha buscado los contactos legales y con funcionarios de la delegación para evitar el desalojo.

Los vínculos con su familia, tejen un juego entre el sentido práctico y el cálculo estratégico: viven todos juntos, pero Alejandro hace esfuerzos reiterados por ser diferente, y construir mejores oportunidades de vida. Estos esfuerzos se muestran a lo largo de las entrevistas, resaltando que desde pequeño se distingue del resto: como buen estudiante, como una persona que busca aclarar las cosas, a través de la organización, la presión y la confrontación²⁰⁸, como

²⁰⁸ El señala “siempre necesitamos confrontar, no se puede por una vía del diálogo, no creo en el diálogo. Me parece que un buen ejemplo de diálogo es la entrada de la PFP [Policía Federal Preventiva] y del ejército a la Universidad

alguien con disciplina para el estudio, y todo ello generalmente en contextos adversos, conflictivos, con alcoholismo, antecedentes de esquizofrenia, económicamente precarios y violentos. Al respecto comenta una anécdota que hace su esposa cuando llega a vivir con su familia:

Cuando mi esposa llegó a mi casa, ella se dio cuenta que mi casa era de novela: “tu casa es una película de emoción” y sí, efectivamente, mi hermano era líder de una banda de aquí de la colonia, le dieron dos plomazos, le dieron en una pierna, pero afortunadamente no le hicieron nada, camina bien, tuvo suerte. Mi hermano el comerciante [se refiere al “Japonés”] trae una bala de calibre grande en la espalda, que le dio de retache, pero no se la pudieron sacar en la Cruz Roja, y mi otro hermano trae una bala en la pierna derecha. Cuando vino una tía del pueblo, le dijo a mi padre que los había ayudado el diablo. Eso mismo le decían a mi papá cuando hizo lo que hizo [cuando huyó de la cárcel en Querétaro] “lo hiciste porque el diablo te ayudó, bueno las creencias del pueblo, digo yo, porque ya después de mi formación no creo que sea el diablo.

Sobre la formación de pareja, Alejandro no comenta mucho al respecto, aunque se le hacen preguntas específicas sobre el tema, lo omite y recurre a hablar sobre otro tipo de experiencias, pero de su vida de pareja, sólo hace mención, sin dar mayores detalles, al momento en que conoce a su esposa casi al final de la licenciatura “una mujer muy bonita” con quien tienen una hija y posteriormente dos varones. Su esposa, como ya mencionamos, administra el puesto que tienen los viernes con Mártires del 1º de Agosto y también el de la romería del Día de Reyes con Los Dorados, su hija estudia en la Preparatoria 2 de la UNAM y sus hijos asisten, a la primaria y secundaria de la colonia.

La participación en el campo político: los “juegos de poder” en el espacio local

A diferencia de Juan, la experiencia de participación ciudadana y política de Alejandro se ha concentrado con Los Dorados de Villa. Alejandro llega a Los Dorados por invitación de Juan, en la última etapa de existencia del comité vecinal, entre 2007 y 2008, ya cuando el comité se había fracturado por los conflictos entre el grupo de Juan y el de Ana.

El no participa, ni establece vínculos más cercanos con el comité, porque lo relaciona con las actividades de Ana, quien además de querer apropiarse de Los Dorados, buscó, a través de la delegación de Iztapalapa, desalojar la Plaza Cívica en el año 2002 y por tanto, quitar el puesto de la familia de Alejandro: los quitan en un primer momento, pero se reinstalan porque recurre al

Nacional Autónoma de México”, refiriéndose a la forma en cómo el gobierno federal del entonces presidente Vicente Fox, decide resolver la huelga de 1999-2000 en la UNAM.

apoyo de los vecinos y a los funcionarios de mercados y vía pública de Iztapalapa para evitar el desalojo. Esta acción, que se tornó colectiva por el apoyo de los vecinos de la colonia, fue dirigida por Alejandro.

La experiencia del desalojo en la Plaza Pública

Cuando se dio esto, yo me fui con grabadora en mano, llegué con una licenciada de vía pública en Iztapalapa, también me moví, fui a vía pública central [en referencia al Gobierno del DF], en la delegación no se puede porque Ana tiene relaciones y siempre hay espías, contra atacué, mandé escritos a la jefatura de gobierno del Distrito Federal, a los de vía pública, fui con abogados, llegué con otro licenciado en la subdelegación territorial para decirle que teníamos permiso y con un afán de prepotencia me dijo “bueno, no hay nada, ustedes se van a mover, ustedes estorban en ese lugar, se ven muy mal, es un espacio público”. Pero no es cierto, donde estamos no estorbamos, “sí, si estorban”. Y realmente nos removieron, un día llegó el jefe de vía pública, nos quitó, yo sentí un dolor, yo vi a mi sobrina, la hija de mi hermana que trabaja en ese lugar, pus llorando, ella era una niña, pero también salen los vecinos “oye Alejandro ¿qué está pasando?” “pero ¿por qué? si siempre han trabajado aquí” yo hice un oficio y empecé a acudir con los vecinos a pedirles que nos brindaran su apoyo solidario, me dieron su firma y no sólo eso, me daban su dirección y su teléfono. Se empieza a sentir el apoyo de la comunidad y las autoridades le bajaron un poquito el volumen y movieron el puesto al otro lado y nada más nos dijeron “miren ¿saben qué? nada más les vamos a pedir que levanten su basura.

Cuando se toca este tema, Alejandro reflexiona en torno a la situación económica y política del país, y refleja un franco desencanto de las formas de representación política, de la participación ciudadana y también de la aplicación del marco jurídico. Particularmente es muy crítico respecto a la actuación del Partido de la Revolución Democrática (PRD) en la delegación, porque detrás de ello, está su enemistad con Ana que surge a partir del intento de desalojo y se profundiza año con año en la organización de la romería. Vale la pena destacar que pese al conflicto con Los Dorados, en donde Juan y Daniel asumen su existencia, es Alejandro quien lo toma como un problema personal y familiar, porque Ana afectó directamente a su familia.

Por ejemplo, el recurre mucho a la idea de que las autoridades, el Estado, los funcionarios, los partidos políticos, “se adjudican” la posesión del espacio público y el poder sobre los ciudadanos, no reconocen la participación que ellos han tenido en cada uno de sus espacios de vida, esto con referencia a la experiencia de cómo se desarrolló, se pobló y se urbanizó la colonia Francisco Villa, no hay un reconocimiento de las necesidades de los ciudadanos y las personas sólo se preocupan por realizar sus intereses personales.

Las autoridades siempre, sencillamente, se adjudican todo el poder, es un hecho pleno. Por ejemplo ya no hay presidentes de la colonia anteriormente los había, eran líderes de la colonia, ahorita se habla incluso de un comité vecinal ya ahorita ni el comité existe, ya el liderazgo no depende de una persona, se ha perdido la identidad de la colonia y la autoridad de la delegación a través de este circo de funcionarios, por supuesto que se adjudican el poder sobre la comunidad

El liderazgo: una cuestión de empuje, valentía y educación

En el momento en que se comienza con la sistematización de las entrevistas a los líderes, uno descubre algunos rasgos que distinguen a cada uno de los personajes de esta investigación. En el caso de Juan, es evidente que asume su interés por el liderazgo, pero siempre cobijado, respaldado por el grupo, es decir, el comité de trabajo de Los Dorados, mientras en el caso de Alejandro, existe un enorme deseo de ser el protagonista de la historia, respaldado si por el comité de trabajo, legitimado por los comerciantes que trabajan en la romería, pero buscando un reconocimiento especial a su trabajo, partiendo de su formación académica, eso para él es la distinción más importante: a diferencia de sus vecinos, de su familia y de la mayoría de sus amigos, él se ha preparado, se ha formado, es un académico.

En la misma media, con Juan existe un nosotros cuando se habla de Los Dorados, con Alejandro es un yo y los demás; mi trabajo, mi esfuerzo, en primer lugar, y en segundo, el del comité. Alejandro, de alguna manera, busca apropiarse de Los Dorados como un proyecto personal.

Desde lo anterior, las representaciones que tiene Alejandro sobre el liderazgo son, obviamente, mucho más individuales, enfocadas a lo que se requiere para ser líder, con denotaciones evidentemente masculinas, y con el objetivo de realizar intereses personales, incluso –quizá lo más importante– capital económico. Aunque en el relato hace esfuerzos por desvincularse del tema: “no me interesa el dinero, sólo la gente”, pero constantemente señala la importancia que tiene el comercio, la posibilidad de capitalizar, de mover dinero, de poseerlo y de las facilidades que él tiene para hacerlo.

Una primera aproximación al liderazgo tiene el origen en su padre y su experiencia al huir de la cárcel en Querétaro

Hubo un momento en que a mi padre lo rodearon los soldados, lo tenían en un pueblo y empezó la balacera, y mi papá no se detuvo, corrió hacia los soldados y ellos le tuvieron miedo. Ya nadie lo siguió, sabían que habían encontrado a un hombre. Cuando regreso al pueblo, muchos años después, uno de mis tíos me dijo “tu padre les vino a enseñar aquí lo que es ser un hombre”, más allá del feminismo, pienso en

estos hombres que formaron la historia de México, los grandes líderes. Mi padre tiene ahorita [2008] 86 años, regresó hace algunos años para arreglar su situación y para aclarar que no había matado a nadie, yo le dije “a qué vas padre, ya deja las cosas como están” pero no, fue y lo respetan, por la misma valentía, lo que hizo fue propiamente histórico, cada pueblo tiene sus héroes, y mi padre fue héroe de su pueblo, de su tierra, yo sé que yo regreso y a mí me respetan también.

La segunda aproximación vincula las características que observa en su padre con la referencia a los héroes y líderes de la historia de México y con la formación académica ya que ésta le permite conocer y defender sus derechos, establecer vínculos con autoridades y poder transmitirlos. Además, el líder necesita estar cerca de la gente “quererla” y apoyarla. La siguiente cita permite entender lo que busca como líder de la organización:

yo si me siento con las capacidades de generar dinero y repartir pero, la otra parte, es la gente siempre, debe ser primero, o sea en la última reunión usted vio yo les invité un atole y un tamal a los que estuvieron y la persona que los hizo me dice: “¿quién te va ayudar?” usted dígame cuánto se va a gastar y hágalos. Para mí la gente ahí está y es primero vaya, creo que lo vale, no es un gran desembolso, genero dinero y lo reparto, siempre lo he repartido entre mi familia. A la gente hay que quererla, la gente nos quiere [en referencia a Los Dorados de Villa], si es por dinero, yo no quiero dinero no lo necesito yo trabajo, se ganar dinero. Es como aprendemos en la universidad en un afán de servicio, no de beneficio y porque esto también, a la larga, nos reditúa, la gente está con uno, la gente sabe quien la apoya, es muy bonito.

Igual que Juan, Alejandro manifiesta admiración por Andrés Manuel López Obrador, por la forma en cómo es capaz de reunir a la gente y que lo sigan “eso es un líder, yo no sé cómo se construye, pero ahí está, no lo veas por el lado del partido político, velo por el lado intelectual y que hay una persona que mueven a la multitud.” Para Alejandro, más que carisma, lo que debe distinguir a un líder es la confianza, y con base en ello busca consolidar su legitimidad frente a sus vecinos y frente a Los Dorados de Villa.

Finalmente la idea del empuje implica no sólo valentía, formación intelectual y capacidad para generar confianza, se requiere tiempo, dedicación y el aporte constante de ideas, de proyectos que motiven a los miembros de un colectivo.

El sentido de una organización: “hay que cubrir al rey, finalmente”

Cuando comenzamos a hablar de Los Dorados, la primera referencia de Alejandro es que esta organización es una idea muy buena, aunque él llega a través de Juan, ha buscado tener una participación más activa y finalmente. Alejandro fue quien definió el nombre de la organización, y todo el comité de trabajo, en su segunda etapa, lo acepta. Aquí se perfila claramente el proyecto

de Alejandro: una organización que esté identificada con la colonia en la que se desarrolla, no solamente con el comercio en vía pública. Y porque Francisco Villa, uno de los líderes de la Revolución Mexicana, representa a esa persona con los valores que Alejandro quiere y busca en un líder: agallas, valor y que sea capaz de convocar a las personas, reunirlos en torno a él.

Recordemos que la concepción que tiene Juan sobre el comité de trabajo es precisamente un mecanismo de control para el líder, para que él no tome las decisiones de manera arbitraria y tome en cuenta la opinión de los demás. Sin embargo Alejandro tiene un sentido muy diferente del comité, él se asume como el líder, los demás son un grupo de apoyo en la toma de decisiones:

aquí el asunto es político, también pensé, vamos a plantarnos y defender el espacio, pero no nada más yo, no nada más Juan Ignacio, no nada más Daniel, alrededor de nosotros yo se que cuento con un comité, de ocho, nueve personas, pero alrededor del comité, alguien debe cubrir al rey finalmente. Las personas leales en la época villista fueron Los Dorados, los mejores pistoleros, eran los mejores elementos. Precisamente el corrido de Los Dorados comienza diciendo algo así: “yo soy soldado de Pancho Villa, de sus dorados soy, el más fiel subiendo montes y bajando, buscando siempre con quien pelear” entonces la idea tiene sustento.

Y de ahí, la importancia de trascender el espacio de la romería. Desde su perspectiva Alejandro es quien puede hacerlo porque, es quien tiene “el empuje”. Los demás, para Alejandro, actúan pero no en todo momento y no de la manera que considera necesaria porque, como dice, “no todos son de valor”.

Alejandro visualiza al comité de Los Dorados con un consejo de sabios, de ancianos como en las comunidades indígenas prehispánicas, pero quien toma las decisiones es el Tlatoani²⁰⁹, el consejo de sabios funciona como un grupo que asesora al líder y más adelante matiza la idea de su liderazgo señalando que si bien el asume en este momento el liderazgo, puede llegar a excederse y el consejo deberá estar ahí o en su caso, cuando él falte, alguien deberá sustituirlo “alguien tiene que asumir el papel, y esperemos que sea del consejo”

Proyectos a futuro

Alejandro tiene muchos planes a futuro, desde 2007 que se integra a la organización y le da la identidad a Los Dorados de Villa, ha buscado consolidar a la organización y hacerla crecer

²⁰⁹ El “Tlatoani” en las culturas mesoamericanas, representaba la concentración de todo el poder en una sola persona: “significa la concentración del poder político y económico, bajo la venia de los dioses, en una sociedad náhuatl que manifestaba un nivel de desarrollo en el que se notaban la existencia de grupos sociales con diferentes intereses, pero que se relacionaban entre sí, de manera rutinaria, donde el rey o soberano, también conocido como tlatoani ocupaba la cúspide del poder. (Mercado y Gallegos, 2009: 45)

utilizando diversas estrategias que han funcionado para la romería, ya que cada año tiene más comerciantes, pero al final, el grupo de comerciantes se desvanece conforme avanza el año y se reintegra pocas semanas antes de la romería.

Alejandro comenta que ellos son los Panchos Villa y que busca tener una organización que sea mejor que el Frente Popular Francisco Villa, es decir, más allá de la romería, tiene una serie de proyectos entre los que se incluyen un negocio de venta de azúcar a bajo costo y la compra de un terreno junto a la Plaza Cívica que, según comenta, tiene un valor de más de 25 millones de pesos. El quiere construir un proyecto que organice y edifique vivienda popular, en un principio, para los vecinos de la colonia y sus familias y después para quien aporte dinero y presencia en la organización.

Una organización que funcione, literalmente, al margen de las instituciones de gobierno, pero que en caso necesario articule vínculos acordes a sus fines, es decir, sólo en apoyo de la organización, además hacer crecer la parte del comercio en vía pública y buscar nuevos espacios de venta, incluso fuera de Iztapalapa. Para ello ha recurrido a los vecinos que más confianza le tienen, el grupo que actualmente conforma al comité de vigilancia de Los Dorados (en su tercera etapa de desarrollo), sus vecinos de toda la vida y quienes, por lo menos, manifiestan entusiasmo por el proyecto de vivienda. Sin embargo, a la fecha el proyecto no se ha consolidado.

Podemos inferir que las particularidades de la historia de vida de Alejandro, es decir, los problemas económicos, el alcoholismo y el constante contacto con la ilegalidad, han definido una forma de interactuar con las personas, que no le ha permitido la construcción de mayor capital social y predominantemente de capital político. Es evidente que existe una distinción por la formación académica que posee y que ostenta como un capital simbólico, sin embargo, este capital no ha repercutido en lo que Alejandro ha buscado: el crecimiento y consolidación de su liderazgo y de la organización. Poseer un capital cultural por encima del promedio de los habitantes de Iztapalapa, y de la colonia Francisco Villa, no ha tenido un correlato suficiente para lograr la distinción social que tanto anhela.

5.2 Sentidos y evaluaciones de los líderes y de los asociados sobre el liderazgo y la organización

A lo largo de este capítulo se han perfilado las características de quienes dirigen las organizaciones de estudio, en este apartado es pertinente retomar los sentidos y las evaluaciones que hacen, tanto los comerciantes como los líderes sobre lo que significa la organización en el comercio en vía pública.

En el capítulo anterior, desde Crozier y Friedberg se discutieron algunos de los elementos básicos para entender el funcionamiento de las organizaciones. Estos elementos hablan sobre: a) el control de las competencias y las especialización funcionales de los agentes, b) Las relaciones internas y las relaciones con el entorno; c) el control de los agentes organizados sobre la comunicación y la información y, d) las reglas de la organización. En las entrevistas con los asociados se observó cómo ellos, perciben estos elementos y a partir de ello, hablan de cómo deben funcionar las organizaciones y cuál es el papel que el líder debe llevar a cabo.

Esta discusión resultó muy importante durante la investigación, no sólo para conocer la opinión de aquellos que están en una posición subordinada dentro de un colectivo, sino también para profundizar sobre la función que tienen las organizaciones de comerciantes en vía pública en la ciudad de México, como espacios de trabajo (informal), y como clientes políticos.

A partir de esto, y respecto a la vinculación con el marco teórico de Pierre Bourdieu, y la apuesta por identificar un habitus de comercio en vía pública, surgieron otras interrogantes:

- a) Al analizar la historia y relación de las organizaciones como Mártires del 1º de Agosto y Los Dorados de Villa, con el campo político, ¿cuál es el peso o el grado de influencia que tiene el campo político en la estructura y funcionamiento cotidiano de las organizaciones de comerciantes callejeros?
- b) Son organizaciones en las que es posible encontrar una identidad con los miembros del colectivo o en todo caso, pese a la permanencia y estabilidad (como en Mártires) acaso ¿no estamos ante organizaciones cuyo fin es meramente pragmático-instrumental?
- c) Ante esto, ¿cuál es la necesidad de que exista una participación de los socios en las organizaciones, ya sea en la definición de las reglas, en la toma de decisiones o incluso en la definición del monto de las cuotas, si el objetivo inmediato es contar con un espacio para vender cada día y este es asegurado por el líder como un movilizador de recursos políticos, económicos y sociales?

En Mártires del 1° de Agosto es evidente la existencia de un líder que tiene una especialización del conocimiento sobre el campo del comercio en vía pública y por tanto, sobre cómo mantener la cohesión del grupo. Lo mismo sucede con la forma en cómo ejerce el control de las competencias, de sus capitales, frente a los asociados: no existen observaciones negativas en cuanto a su capacidad para garantizar el espacio y, particularmente, cuando se presentan la autoridad de vía pública para revisar el funcionamiento del tianguis. Si ésta se aparece, Marcos hace su trabajo, pocos son castigados y todo parece funcionar conforme a las reglas, tanto aquellas impuestas por el Estado, a través del marco jurídico, como las reglas informales, producto de los vínculos entre líderes, funcionarios y partidos políticos.

Pero en Los Dorados, pese a que existe el interés de Alejandro y Juan por mantener una vinculación con la colonia y convertirse en una asociación civil que en la práctica represente los intereses de la colonia y así generar mayor vínculo con el campo político, y por tanto capital político y social (para Juan y Alejandro) y también capital económico (para Alejandro), no se ha configurado una lógica que permita consolidar dichos proyectos. Lo que está detrás, y lo vemos con las opiniones de los entrevistados, es una falta de autoridad y, por tanto, de liderazgo.

A decir de algunos entrevistados, Alejandro y Juan han defendido el espacio para la romería, cuando las coyunturas políticas locales, a través de las amenazas de Ana, lo ha requerido. Pero esto no ha sido suficiente cuando se trata de mantener organizados a los asociados y bajo una cierta disciplina mínima de convivencia y de participación.

Algunas razones que se esbozan y que se comprobaron en la observación participante es que, por ejemplo Alejandro nunca cumple con lo que promete, no es organizado, ni siquiera en un aspecto básico, que es el registro de los comerciantes en la romería, las credenciales no se hacen, se pierden y cada año, pese a que se levanta un censo de participantes, no existe la certidumbre del espacio que se va a ocupar. Asimismo, está la propia dinámica de la romería, que como reseñábamos en el capítulo 4, está lejos de ser una organización en donde cada uno de los agentes sabe cuáles son sus tareas, sus obligaciones y en dónde deben ubicarse.

Desde Mártires del 1° de Agosto, observamos una acción colectiva organizada en funcionamiento, y por tanto exitosa. La organización y el liderazgo son reconocidos por los comerciantes, parafraseando a Onésimo, comerciante tanto Mártires como en Los Dorados: todo es negocio para Marcos, pero cuando le toca enfrentar un problema relacionado con la dinámica cotidiana de la organización, lo resuelve, ese es su papel y lo cumple.

Al mismo tiempo, está el reconocimiento de Marcos como líder, en el sentido de que él es quien controla y distribuye el espacio, no existe otro intermediario, a menos que él lo haya designado para tales funciones como delegado y subdelegado

Asimismo, a diferencia de otras organizaciones en Mártires no se percibe un ejercicio prepotente del liderazgo, en el caso de Juan como comerciante los viernes y los domingos, además de ser amigo de Marcos, critica la flexibilidad con la que aplica los reglamentos y el hermetismo en la toma de decisiones, pero también valora que en ningún momento se le ha pedido que participe o apoye actos políticos o algún partido, simplemente lo dejan trabajar.

Wendy que trabaja en 5 organizaciones diferentes, entre ellas, los viernes en Mártires del 1° de agosto, también reconoce estas cualidades, Marcos los deja trabajar y no es déspota, a diferencia de otras experiencias de liderazgo y particularmente con mujeres. Al respecto ella señala:

Si hay muchas diferencias en las organizaciones, sobre todo en las que son entre semana no hay problemas, casi todas trabajan de la misma manera como aquí, pero en donde todos tenemos quejas es en la del domingo, es una organización totalmente distinta, porque la delegada es muy déspota. Ella es muy encajosa, en cuanto al dinero, has de cuenta que conforme a la temporada te sube. De por si ella te cobra caro, diez pesos la plaza, perdón, diez pesos por metro, has de cuenta que este año vine a trabajar aquí en Reyes [en referencia a Los Dorados] no me cobran nada y ella te cobra 50 pesos, y luego le tienes que cumplir, porque ella te pone donde te diga, aparte es muy gritona, igual te pone a la hora que ella diga, te da el lugar que te quiera dar, tres, dos metros, no hay una buena organización (Wendy, comerciante en Mártires del 1° de Agosto y en Los Dorados de Villa)

Posteriormente ella hablará de lo que significa un buen líder y un buen delegado, aunque Marcos no entra en su descripción, tampoco lo ubica en la parte negativa. A partir de un delegado que conoció en una organización ella define el liderazgo que debería existir en las organizaciones de comerciantes en vía pública:

Un líder debe saber escuchar y entender a la gente. Hubo uno, ahí sí, de veras, ese delegado mis respetos, la primera vez que trabajé con él fue para el 24 de diciembre, salió bien trajeado, muy amable, hizo una junta y a todos “¿cómo están?” nada que ver con los otros, cuando pasa y te cobra la plaza te pregunta “¿cómo le ha ido?” yo no puedo creer que sea delegado. (Wendy, comerciante en Mártires del 1° de Agosto y en Los Dorados de Villa)

En ese mismo tenor coinciden otros comerciantes como Onésimo, Inés, Alejandra y los propios líderes de Los Dorados, cuando reflexionan en torno al comercio en vía pública. Por ejemplo, Onésimo, comerciante en tres organizaciones y parte del comité de vigilancia de Los

Dorados explica detalladamente cómo funcionan los líderes y hace referencia muy precisa a Marcos como líder de Mártires. Para Onésimo sus observaciones parte de alguien que “no nació en el comercio en vía pública” sino que por circunstancias económicas se ve obligado a entrar en los tianguis. Al respecto me comenta:

Los líderes de las organizaciones todos se conocen, siempre se juntan y cuando lo hacen es para hablar de las quejas de la gente y de los comerciantes, hay muchas quejas sobre cómo se usan las básculas, la gente se queja mucho de que los comerciantes todos, roban. Algunos líderes entre ellos los más importantes de Iztapalapa²¹⁰ usan un gimnasio, ahí coinciden y particularmente juegan fútbol, e invitan a comerciantes y delegados. Marcos delegado de Mártires siempre llega y dice “¿qué necesitan? ¿Balones?, aquí están las balones, ¿necesitan tenis? aquí están los tenis, “así le hace” y también “¿Cuántos somos? ¿50? ¡Tráigame cincuenta refrescos para todos!”.

Marcos, concluye Onésimo, se da a respetar, se da a querer y la gente lo apoya. Además me comenta que hay de todo tipo de líderes, la mayoría son groseros, prepotentes “pero estos de aquí no, le voy a contar: Marcos es buena gente, *es cuate, es accesible, es líder, no es grosero* se da a querer y la gente lo respeta porque no se mete con nadie, y cuando hay problemas llega y los arregla.” Onésimo finalmente reflexiona señalando que los líderes no pueden tratar mal a los comerciantes, porque al final ellos reciben dinero, no les conviene ser arbitrarios aunque si los hay, particularmente en espacios en donde se mueve mucho dinero porque el espacio “está muy peleado” y dice “es que aquí hay mucha envidia, en los tianguis hay mucha envidia, pero bueno la envidia nació con Dios, pero aquí hay muchísima”.

Daniel, comerciante y delegado en otro tianguis quien originalmente trabajó en el Comité de Trabajo de Los Dorados, pero que nunca ha querido asumir la responsabilidad como líder en el grupo, describe cómo es que los líderes de tianguis asumen la autoridad y la aplican en el día a día. Las opiniones de Daniel, son importantes como un agente que tiene experiencia en el comercio en vía pública, ha sido delegado en tianguis, trabaja como comerciante en Mártires del 1º de Agosto y, por tanto, conoce los problemas a los que ellos se enfrentan y ha estado vinculado con Los Dorados²¹¹.

²¹⁰ Onésimo comenta que quienes se reúnen son los líderes de las siguientes organizaciones: Unión de Comerciantes Ambulantes del Valle de Anáhuac, A. C., la Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas del "5 de Mayo", A.C. y la Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas "Mártires del 1º de Agosto de 1924" A.C.

²¹¹ En un inicio de la investigación Daniel fue considerado como otro líder de la organización, por la presencia que ha tenido desde el origen, el apoyo que brinda en cada jornada de la romería. Sin embargo el no se asume como líder, no está interesado en formar parte del equipo de Los Dorados por dos razones básicas: la responsabilidad que implica en un contexto de desorden que no termina por solucionarse y, él no vive en la colonia Francisco Villa. Como Daniel mismo señala “yo ni soy de aquí.

En un momento de la entrevista, a partir de los problemas que ha enfrentado como delegado y de la experiencia de Marco como líder en Mártires del 1° de Agosto, señala lo que un líder necesita para mantener el orden en la organización.

con autoridad y con habilidad siento yo, porque yo siempre les he hablado bien, por ejemplo Marcos también se lleva así con todos, les habla bien, sin insultos, pero siempre con la autoridad que tiene, los compañeros deben entender que él es el líder. Es que a veces nos enojamos yo digo “sabes qué, ya no discuto contigo, mejor al rato hablamos”, entonces yo me calmaba y voy les decía oiga por que se enoja, ya más tranquilos porque tal vez a lo mejor el me insulta y yo lo insulto y acabamos mal, entonces lo que yo hacía era “sabes qué? Ponte, haz lo que quieras, ponte y al rato hablamos” entonces yo lo agarraba ya más tarde y le decía “qué onda, qué te pasa, qué tienes, cuál es tu inconformidad, por qué eres así” en así le hacía en ese tipo de situaciones y logré ganar mucha gente así porque hablaba bien, serenamente, tranquilo (Daniel, 20 de marzo de 2009)

Como hemos comentado anteriormente Juan también reconoce esta capacidad en Marcos, eso le brinda legitimidad frente a los socios, aunque Juan enfatizará que a veces, por tratar de ganarse a las personas, y no generar conflictos, es sumamente flexible y esto implica ignorar los reglamentos de la delegación y, a veces, comprar a los funcionarios delegacionales cuando hacen operativos de vigilancia. Como ejemplo de esta flexibilidad, Juan relata un día de operativo:

casualmente estaba yo con ellos y le dice Marcos al delegado: “sabes qué, vienen los de vía pública a checar tanques y todo ese rollo ¿no?, a los que venden comida, fíjate bien quién viene”. Nada más escuché eso y ya después así como a los 20 minutos llegaron pero les avisaron, que iban porque él recibió una llamada en su celular. Cuando llegan los de la delegación, Marcos se va con ellos y ya después me encuentro a un cuate un *mariguanito (sic)* de la colonia que siempre anda con ellos a la hora del cobro, me lo encontré a él y me dice “¿no has visto a Marcos?” “no se fue con unos tipos” “sí, lo ando buscando porque me mandó a comprar un kilo de cecina” Esos cuates van a hacer la supervisión, pero bueno, yo creo que si encuentran algo mal no lo reportan, porque pues ya los está comprando. Así actúa Marcos y la gente no dice nada, ellos piensan que los está protegiendo, pero Marcos también cuida sus intereses. (Juan Saavedra, 14 de noviembre de 2008)

Respecto a Los Dorados, las evaluaciones y percepciones son más complejas porque implica la distinción entre dos liderazgos con personalidades y proyectos muy diferentes, pero por lo menos entre los entrevistados, algunos de ellos, parte del comité de vigilancia de los Dorados, existe la coincidencia de que Juan y Alejandro, son buenas personas, pero no han dirigido y fortalecido a la organización, porque entre ellos no existe coordinación, no se ponen de acuerdo y no asumen el liderazgo plenamente.

Sobre el origen de Los Dorados, explica cómo fue creciendo la organización, sin que nadie asumiera el control hasta que primero Juan, y luego Alejandro, “tratan” de ordenar:

ya estaba Juan, agarraba su lugar, Alejandro igual, agarraban sus lugares de tianguis del viernes comúnmente [haciendo referencia a los lugares que Juan y Alejandro tienen asignados en Mártires del 1º de Agosto], pero nadie daba lugares, nadie daba espacios, había un puesto aquí, 2 metros de puesto allá, luego espacios grandes sin nada. Ahora sí que el que llegara primero, agarraba un buen lugar.

Yo empecé en medio rumbo a la salida, yo agarraba, creo, 8 metros y vendía, era una cosa muy curiosa porque no había quien diera el espacio, no había orden. Luego pasaron 2, 3 años se fue acumulando la gente llegaron más compañeros, y ya fue como empezaron a poner orden porque yo me ponía un año aquí y luego al siguiente agarraba 10 metros más al principio, pero luego me tuve que mover porque la señora de enfrente salió a vender y dijo “pus yo voy a vender, vete buscando un espacio” y entonces busqué un espacio pero ya no tenía donde acomodarme porque ya iba creciendo. A los 2, 3 años que empecé a ir ya iba creciendo, ya no éramos 50 ya éramos 60 y así sucesivamente, cada año iban subiendo los compañeros. En medio no había nada y me puse, me dije “de aquí nadie me va a mover, yo le voy hacer como el tianguis de Marcos [Mártires del 1º de Agosto] que son 4 aceras”

Ya fue como conocí a Juan y Alejandro, primero a Juan que me dijo “yo soy miembro del comité vecinal, estamos tratando de poner orden” ya empezaban las cosas con la señora Ana que quería a cobrar basura, que quería cobrar plaza, luz, y le digo “oye ¿cómo ves eso?” y Juan me dijo “no, aquí nadie va a pagar nada”. Pasaron otros 2 años y ¡ya éramos 100! ya éramos 120, en el 2005, 2006 ya éramos 120, 150 hace 3 años, o sea ahorita ya somos arriba de 300 y cacho, 400. (Daniel, 22 de marzo de 2009)

Pese a su crecimiento constante, Los Dorados han trabajado sin el permiso de las autoridades, de hecho podemos decir sin que las autoridades de la delegación reparen en su existencia, incluso con la presencia de Ana, de por medio, la relevancia de un grupo de 400 personas que se instala una vez al año, no es tan significativa en la relación con el campo político.

Marco Antonio, sobrino de Alejandro Balderas, comerciante esporádico en la romería de Reyes y miembro del comité de vigilancia de Los Dorados compara las personalidades de Juan y Alejandro, reconociendo sus fortalezas, y también la necesidad de un trabajo conjunto:

Yo creo que Juan siempre ha sido muy temeroso, muy cauteloso, tal vez eso es bueno y al contrario, Alejandro es muy arrebataado, es de los que dice vamos a comprar una vaca, la destazamos y la vendemos y es porque ya la está matando, mientras que Juan dice a ver “hay que checar, cómo la vamos a comprar, con quien la vamos a vender” el quiere un plan, un proyecto definido y Alejandro no, conforme va saliendo el proyecto lo va sacando. Yo veo a Alejandro como cabecilla, pero Juan es muy leal y eso a mí me da seguridad, ver a las dos personas trabajando juntas y creo que así, sí es posible sacar a la organización (Marco Antonio, 2 de octubre de 2009)

Esta discrepancia en los estilos del liderazgo proviene de la forma en cómo cada uno, Juan y Alejandro, conciben a la organización, en la actualidad Juan no asume el proyecto de asociación civil de Los Dorados, acompaña a Alejandro, lo apoya, pero no se considera parte de ese proyecto. Por su parte Alejandro insiste en consolidar a Los Dorados, pero no tiene un proyecto que defina las estrategias más pertinentes para ello.

Sin embargo, pese a que Juan y Alejandro tienen cada uno sus propios allegados, hay una coincidencia en que Alejandro, efectivamente es el de empuje, como el mismo se define. Por su parte Juan, es quizá más prudente, pero también con mayor distancia de la responsabilidad de Los Dorados, como algunos señalan “el menos entrón”.

Por ejemplo para Inés Tavira, miembro del Comité de Vigilancia de Los Dorados en su última etapa, Alejandro es el líder porque se ocupa de la organización, reconoce a quienes participan, como ella y es la figura más visible.

porque nos apoya, siento que todos lo respetan, que lo siguen, pero ahorita hay poca gente, la verdad sí. Es lo que yo luego le reclamo, les digo “vamos bien poquitos y cuando es la romería que ya es la última junta, si se juntan todos y le digo pues así deberíamos de acudir a todas las juntas” El dice “pero vamos a suponer que a ustedes las tengo más contempladas, hay más preferencia por las que todo el año vienen que por los que no vienen.” Y yo lo vi, porque como le digo, le dije “contéplame en un buen lugar” y si pues me dejó al lado de mi nuera, y yo pensé que me iba a dejar más retiradita y no, me dejó en buen lugar.

Por eso le digo que si nos da preferencia, aunque luego le reclamo porque no les dice nada a los que no van a todas las juntas, pero me dice que eso va a ser siempre en todos lados, que no crea que nada más aquí, pero le digo, lo siento así como un líder, pero o sea, no lucra con nosotros.

Yo como que a Juan lo veo como que sí y como que no. Juan y Alejandro si hacen buen equipo pero como le digo, Juan como que sí y como que no le entra. Yo al que más veo en los problemas es a Alejandro, a Juan no lo veo muy entrón como Alejandro, no sé si sea así o yo se me *afigure* pero como que no.

(Inés Tavira, 5 de octubre de 2009)

En el mismo sentido, Daniel que ha trabajado con Juan y Alejandro evidencia la misma situación, aunque ninguno “está al 100 por ciento” con la organización, Alejandro está más cercano con los socios, Juan establece mayor distancia.

Hace como dos años hablé con Juan de que qué había pasado, por qué Alejandro ya estaba tomando al 100% el liderazgo, como que Juan [...] no sé [...] como que se iba aislando, como que se iba haciendo a un lado, yo así lo veía. Creo que Alejandro tenía más labia para poder envolver a la gente. Juan a lo mejor por ese lado yo creo que se vio sumiso de ver que Alejandro tomó el liderazgo. Juan como que no quiso, nunca hizo algo para poder decir “apóyenme yo quiero hacer esto”. Yo le decía a Juan que

se aventara, pero el no quería, decía que no quería problemas que nada más quería un orden, que respetáramos los lugares y ya, que lo demás haber cómo se iba dando. Pero nadie se quiere aventar el paquete, hasta que este año y el pasado, se aventó el paquete Alejandro, Juan pus como que no, no lo vi con agallas para ayudar a Alejandro. (Daniel, 22 de marzo de 2009)

En realidad, estas opiniones permiten evidenciar cómo una organización que lleva 14 años trabajando como una romería y con un proyecto más comunitario, no ha logrado su consolidación a pesar de que quienes se han hecho responsables de su administración tienen antecedentes de participación ciudadana, vínculos con el campo político y un interés por consolidarla. Por su parte, Mártires del 1º de Agosto representa, en realidad, una organización tradicional en el campo del comercio en vía pública que se ajusta a las reglas del juego del campo y cumple con sus objetivos, sin que necesariamente, sus socios deban participar.

Lo anterior también evidencia que para mantenerse colectivamente organizados en la vía pública, son necesarios los vínculos políticos, en el sentido de que pueden reforzar la presencia de las organizaciones en el espacio en el que se ubican, pero más allá de su estabilidad en la vía pública, los funcionarios de la delegación, no tienen injerencia en la vida interna de las organizaciones, eso le compete directamente a los líderes.

Justamente la falta de liderazgo es el problema de Los Dorados de Villa. Nuevamente Daniel explica la situación con más claridad que Alejandro y Juan:

nos falta mucho, nos falta mucho, a veces se presentan diferentes dificultades, y creo que Alejandro no las puede resolver. Hace falta autoridad, si te distes cuenta, hay gente que no se le cobra y sólo te dice: “nel ni mais” hablan fuerte “no ni madres no te vamos a pagar y hazle como quieras”, hace falta autoridad para tengamos orden. Que Alejandro encabezara así ya 100% que ya se dedicara a eso al 100%. Lo que le falta ya es liderazgo, ora si que los pantalones bien fajados al ver ese tipos de anomalías (Daniel, 22 de marzo de 2009)

El futuro de Los Dorados de Villa: urgencia de liderazgo y vínculos con el campo político

En la última entrevista que tuve con Juan en el contexto de la investigación hablamos de la coyuntura electoral de 2009, para elegir precandidatos a la jefatura delegacional de Iztapalapa y para las diputaciones locales en el PRD. Ahí se discutió la precandidatura de Ana, del lado de Silvia Oliva, del grupo contrario a Clara Brugada. Para Juan, ella no tenía oportunidad alguna, nuevamente, aunque existe, no tiene el capital político y social suficiente.

Esta coyuntura electoral fue importante porque definió las posturas que tienen Juan y Alejandro frente a Los Dorados y pone en interrogación qué sigue para la organización:

nuevamente, mantenerse como una romería y construir un grupo con mayor participación política. Sin embargo, en esta coyuntura, Juan comenta que el PRD ya se había acercado a ellos: Nueva Izquierda (es decir, la corriente de Ana) se acerca con Alejandro para pedir el apoyo de la organización y la respuesta fue que Los Dorados apoyarían a los candidatos de Izquierda Unida.

Alejandro comenta que su postura refleja que el voto debe ir a quien ofrezca y garantice un apoyo a Los Dorados, independientemente de la corriente del PRD.

Yo digo que hay que hablarlo primero con la candidata a delegada, si nos va a tratar igual que la gente de Ana [de Nueva Izquierda] o nos van a desconocer, ya no vamos libres y entonces que cada quien haga lo que quiera. Yo quiero hablar con Clara [Brugada] y comentarle: “las cosas están así, ¿qué podemos recibir como organización de tu parte?” porque un amigo me decía “es que hay que ofrecer” yo dije no, yo no le ofrezco nada, o sea, ella es la que va a obtener un puesto de elección popular ¿qué le ofrece al pueblo? o ¿qué? el pueblo le va a decir “oye además de que seas delegada ¿qué más quieres que te demos? No, no puede ser así.

Con Nueva Izquierda es lo mismo ¿qué papel jugamos nosotros, qué vamos a obtener cuando tu estés en la delegación? Por eso debemos tener mucha cautela hacia donde apostar, yo no pienso jugar con Silvia Oliva [de Nueva Izquierda] pero como decía yo, ahora que se me arrimó Cuca [ex aliada de Ana en la colonia] y me dijo “¿no quieres venirte con nosotros? Y yo contesté “¡Va! Nomás no nos desconozcas, nada más no se metan con nosotros. El voto por cualquiera menos por la uno [que es la planilla de Ana] que es la que nos está haciendo la vida de piedritas. (Alejandro Balderas, 6 de marzo de 2009)

Pero Juan, establece una postura mucho más precisa:

Yo estoy con Aleida Alavez [de la corriente contraria a Nueva Izquierda que buscaría la diputación local] y le dije a Alejandro: “que piensen, que crean que se les va a apoyar, está muy bien, a nosotros nos favorece, pero de eso a que lo hagamos es otra cosa.” Y de hecho en la junta de este sábado vamos a plantearles a los compañeros como está la situación, les vamos a plantear que sí, que necesitamos el apoyo institucional, casi estamos seguro de que llega Clara [Brugada] y de que va a ganar Aleida, si llegan ellas nosotros estaríamos asegurando el manejo y control del grupo, que es lo que más nos preocupa, no tanto porque tengamos intereses personales, sino porque lo que queremos es trabajar bien, nada más. Vamos ahora sí, por primera vez, a invitarlos a que voten por una planilla, nunca lo habíamos hecho, nunca hemos dado un manejo político al grupo, pero ahora sí lo vamos a hacer por mera necesidad.

Para Juan la necesidad de establecer el apoyo a un cierto grupo del PRD, es coyuntural, antes no existía la necesidad de vincularse con los partidos políticos, sin embargo las circunstancias requieren la consolidación del grupo, el reconocimiento de las autoridades y así lograr el permiso definitivo como romería.

Requerimos el apoyo porque estamos solos, entonces requerimos un apoyo fuerte, de alguien que esté posicionado políticamente, esto nos daría cierto respaldo dentro del

grupo y porque nos interesa mucho regularizarnos, pero que no sea en los términos de la autoridad. Ellos sabrán en su momento que nuestra intención es simplemente trabajar y ese es un argumento muy válido para que nos den el reconocimiento y que nos den el permiso general y que si nos reconozcan, como el grupo y a nosotros como representantes de ese grupo.

En contraste, la actitud de Alejandro es más positiva y de alguna manera se contradice con el proyecto de consolidar a Los Dorados como una asociación civil, buscando las redes con el gobierno de la ciudad de México y con el partido que hasta la fecha ha gobernado Iztapalapa, el PRD. Alejandro reconoce la necesidad de apoyo, pero considera que Los Dorados han funcionado solos. En el contexto de la asamblea del 14 de marzo de 2009 en donde se invitaría a los asociados a votar por Clara Brugada y Aleida Alavez, comenta:

Yo no sé en qué medida Juan pueda negociar con Clara, porque al final hay operadores políticos que no nos apoyan y otros que sí nos apoyan. Esto incluso, si nos podría fortalecer un poco, y un poco, porque no los necesitamos. Los Dorados existen y seguirán existiendo, pero si nos apoyan, por supuesto que se consolida más, se hace más fuerte nuestro equipo, podemos hacer una alianza y así uno se queda en la delegación y otro en la diputación, ya con eso porque tenemos la fuerza, nos hemos defendido sin diputados que nos apoyen, pero si en verdad nos apoyaran, claro, otro gallo cantaría. (Alejandro Balderas, 6 de marzo de 2009).

Los resultados de estas reflexiones se dieron el sábado 14 de marzo, un día antes de las elecciones internas del PRD, Juan dirigió la asamblea e invitó a votar abiertamente por Clara Brugada y Aleida Alavez de Izquierda Unida, los asociados recibieron la noticia con cierta sorpresa porque es la primera vez que Los Dorados invitan a votar a sus asociados.

Brugada y Alavez ganan las elecciones internas. Alavez, gana el proceso electoral como diputada local. Brugada, pese al proceso de impugnación llega a la delegación de Iztapalapa.

Y como parte de las tareas de la jefa delegacional, está el fortalecimiento de los canales de abasto popular en la delegación, un mayor vínculo con los líderes de organizaciones de comerciantes, principalmente de mercados públicos, concentraciones y tianguis. Como resultado, la delegación, a través de la Dirección General de Jurídico y Gobierno, realiza el “Foro para la dignificación de los trabajadores en mercados concentraciones, tianguis y vía pública” los días 12 y 13 de mayo de 2010.

En dicho Foro, los asistentes, quienes ya conocía lo que se discutiría por reuniones anteriores en mesas de trabajo con la delegación, Clara Brugada se comprometió a crear el Centro de Estudios sobre el Comercio Popular, las organizaciones más importantes como Mártires del 1°

de Agosto están en la discusión y las mesas de trabajo. Para el caso de Los Dorados de Villa, sólo Juan asistió el primer día, Alejandro tenía otros compromisos.

CONCLUSIONES

Lo que pretendemos es que no haya conflictos, que no le causemos problemas a la comunidad, a los vecinos y que no haya ningún tipo de incidentes, que puedan manchar la imagen que tenemos, porque de alguna manera prestamos un servicio a la comunidad y les llevamos lo que ellos buscan ese día y de primera mano, ya ve usted que ese día concurre muchísima gente, de muchísimas colonias

Juan Saavedra, líder en Los Dorados de Villa

En este trabajo se ha buscado transmitir al lector la importancia y riqueza social y sociológica de una ocupación que para los habitantes, no sólo de la ciudad de México, sino de muchas otras ciudades del mundo, forma parte de la cotidianidad, de las imágenes que día a día vivimos y que conforman la representación de cómo se puede habitar y apropiarse del espacio público.

Como se señaló, el comercio en vía pública y, particularmente, los tianguis y las romerías, no son solamente lugares en donde las personas comercian y satisfacen necesidades, también son espacios de encuentro, convivencia y de lucha política, un espacio que permite, a muchos, obtener recursos económicos y sobrevivir, y para algunos, las posibilidades de formar parte del campo político con la construcción de actores políticos y sociales que intervienen en la definición de políticas públicas.

Uno de los aspectos que más preocuparon a esta investigación fue la construcción de los casos de estudio que me llevó a constantes interrogantes en todo el proceso de investigación, no sólo del proyecto, también del trabajo de campo, en el análisis de los datos y la redacción de los resultados. ¿Cómo hacer relevantes, para una tesis de doctorado, el análisis de dos organizaciones de comerciantes en vía pública, una de ellas esencialmente compuesta por tianguistas, pero que funciona como romería, y la otra, uno de los tianguis más importantes de la delegación Iztapalapa? Y desde la teoría ¿cómo hacer relevante el análisis de las relaciones más microsociales que se presentan en las interacciones cotidianas entre agentes que comparten un espacio de trabajo y que forman parte de organizaciones?

La riqueza del campo del comercio en vía pública me impulsaba a analizar otros aspectos que en las diferentes investigaciones sobre el tema no se habían abordado. La mayoría de los trabajos se enfocaban al análisis de esta actividad, sus organizaciones y liderazgos en función del campo político, porque es ahí en donde se hace visible el poder de las organizaciones como uno puede leer cotidianamente sobre lo ambulantes en el Centro Histórico de la Ciudad de México o

los acontecimientos que se dieron a partir de 2007 con el gobierno de Marcelo Ebrard para que ¡por fin! se aplicara el marco jurídico y se regularizara a los comerciantes del Centro Histórico. Todo ello es en extremo relevante para entender cómo es que existe la acción colectiva, cómo es que los agentes, ingresan y hacen política, al lado o al margen de las instituciones y la representación políticas.

Pero frente a ello, cómo es posible que existan dichas organizaciones, cuáles son las dinámicas internas que las mantienen cohesionadas o construyendo redes de solidaridad, negociación, conflicto o, simplemente de convivencia cotidiana, o cómo los líderes mantienen a sus colectivos en un campo que cada día es más competido y que no ofrece, en la mayoría de las organizaciones más que la garantía del espacio.

Por lo demás, estaba también el conocimiento de otras realidades, más allá de lo que acontecía en el Centro Histórico, y en este caso Iztapalapa era un espacio social que se presentaba como sumamente complejo e interesante.

Por supuesto, estas interrogantes generaron otras más que me llevaron a la reflexión de la complejidad que representaba el comercio en vía pública y también la delegación Iztapalapa, como espacio de alta concentración poblacional, con una importancia política, económica, cultural y particularmente por su alto grado de acción colectiva organizada.

Conforme analizaba la información y leía sobre la historia de la demarcación, encontraba más riqueza y más “efectos de lugar”, como si (reitero, como si) todos los problemas que busca comprender la sociología se dieran en Iztapalapa. Ello obligaba a una mayor delimitación, para concentrar los esfuerzos analíticos en las organizaciones de comerciantes en vía pública, en este sentido existieron muchos recortes, que quizá en momentos posteriores retomaré con mayor tiempo.

Respecto a la selección de los casos de estudio me interesa destacar que en el proceso de investigación existió un grado de azar y suerte. Los objetivos originales, una vez delimitado el objetivo de estudio, eran analizar las lógicas organizativas de los tianguistas de Iztapalapa, buscando a las organizaciones, sino las más fuertes, por lo menos cuantitativa y políticamente relevantes, en el sentido del “ruido” que pudieran generar por el número de oferentes que controlaban y la influencia política y económica que tenían en Iztapalapa, no obstante que eso implicaba la búsqueda de más contactos y tener más tiempo para el trabajo de campo, ya que una de las características de las organizaciones de tianguistas y, particularmente de sus líderes, es el

recelo y la desconfianza ante las entrevistas debido a los constantes ataques que reciben en los medios de comunicación.

Sin embargo el azar y la suerte tuvieron un incentivo positivo al encontrar a un informante dispuesto a contar su historia y que trabajaba en diversas organizaciones de tianguistas, a demás de ser líder en una pequeña organización que funciona como romería y compuesta de 400 personas aproximadamente, la mayoría dedicados al comercio en vía pública como ocupación principal. A partir de este contacto y de lo que comenzó a contarme, la elección sobre las dos organizaciones cobró mayor sentido y relevancia para la comprensión de la lógica de la organización colectiva.

Algunas dificultades y decisiones durante el proceso de investigación

Como en todo proyecto de investigación la necesidad de definir una lógica no sólo argumentativa, sino lógica-analítica, planteó el reto de llevar a la práctica el análisis sociológico de vincular la teoría y la realidad y así, de buscar una estrecha relación entre preguntas de investigación, objetivos, premisas y capítulos. De tal manera, se trató de resolver cada una de las preguntas en cada uno de los capítulos, tratando de mantener una lógica discursiva deductiva, iniciando con el análisis de la perspectiva teórica, seguido del contexto del problema de investigación con el análisis del estado del arte sobre el comercio en vía pública y, posteriormente, las características de la delegación Iztapalapa como espacio social de estudio. A continuación, los dos capítulos finales se concentraron en el análisis de los casos de estudio: primero las organizaciones y después los liderazgos poniendo en juego las propuestas teóricas de Pierre Bourdieu, Michel Crozier y Edhart Friedberg²¹².

Originalmente, la tesis se pensó para conformarse en cuatro capítulos con la siguiente estructura: 1) el marco teórico para la comprensión de las organizaciones y el estado del arte sobre el comercio en vía pública, 2) el capítulo dos dedicado a la descripción de la delegación Iztapalapa, 3) los capítulos tres y cuatro estarían dedicados al análisis de la información del trabajo de campo.

Finalmente se tomó la decisión de darle un espacio más relevante al estado del arte sobre el comercio en vía pública en la ciudad de México, por lo que éste pasó de ser el segundo

²¹² Véase el *Cuadro Ia Las relaciones entre líderes y miembros de organizaciones en el campo del comercio en vía pública de la delegación Iztapalapa*, Capítulo 1, p.

apartado del primer capítulo, al segundo capítulo de la tesis. Fueron varias las razones que justificaron esta decisión en el momento de redactar el informe de la investigación.

En primer lugar, las primeras búsquedas de información sobre el comercio en vía pública evidenciaban una tendencia a comprender esta ocupación desde diferentes vertientes, una, la más numerosa vinculada a la discusión teórico-metodológica sobre el papel que ocupa esta actividad en la informalidad y de ahí diversos análisis de corte más cuantitativo, tomando en cuenta las estadísticas oficiales nacionales (INEGI) tales como los censos de población y vivienda y las encuestas nacionales de ocupación, empleo y micronegocios.

Estas investigaciones muestran una parte del comercio en vía pública que se refiere al ambulante y diversas variables que ofrecen algunos datos sobre la venta callejera, pero sin que sea posible comparar las cifras a lo largo de los años o tener una mayor precisión sobre las diversas formas de ejercerla. De esta forma, aún existen escasas investigaciones que refieran a formas específicas de comercio callejero y que son reconocidas por los marcos normativos vigentes.

Otra vertiente muy importante, ha sido el estudio de las condiciones socio-políticas que han permitido el crecimiento de los ambulantes, pero también el fortalecimiento de la acción colectiva y de los líderes como monopolizadores del espacio público, además de la consecuente relación clientelar con las autoridades del gobierno de la ciudad de México. En estos estudios destaca la participación de las mujeres como líderes de organizaciones, Sin embargo, aunque en ellas se define una perspectiva de análisis teórico para entender la lógica organizativa y se reconoce a los comerciantes en vía pública como agentes políticos y sociales²¹³, éstas se han centrado en la descripción de espacios muy particulares como es el Centro Histórico de la ciudad de México.

Otra razón fue la escasa existencia de investigaciones que analizaban algunos aspectos sociodemográficos y de condiciones de trabajo, particularmente de las mujeres, en otros puntos de la ciudad (por ejemplo, Lezama, 1991; Peña, 1999; Chávez, 2005), frente a este estado del arte, surgió la necesidad de hacer un especie de trabajo de inmersión para describir y comprender, el complejo socio-político, económico y legal en torno a esta ocupación, pero particularmente diferenciar las diversas modalidades que adquiere la venta de productos y servicios en la vía pública, ya que cada una tiene una relevancia socio-espacial específica que debía dejarse en claro.

²¹³ Aquí es fundamental remitirse a los trabajos de John Cross (1997;1998).

De ahí que desde el principio de la investigación, se optó por la definición de comercio en vía pública y se marcó la distancia con las definiciones de comercio informal o comercio ambulante, que representan sólo una parte de lo que sucede en las calles de la ciudad, además de enfatizar un mayor acercamiento a la idea de comercio callejero.

Aquí el objetivo era distinguir, en primer lugar, las diversas realidades que suceden en la ciudad de México y especificar las diferencias que existen entre el comercio ambulante, tal y como se ha analizado en el Centro Histórico de la ciudad de México y otras realidades como los tianguis, los mercados sobre ruedas, las concentraciones y las romerías, que en la delegación Iztapalapa tienen una mayor presencia e importancia frente a otras formas como el comercio ambulante.

En segundo lugar, un aspecto fundamental fue el análisis del marco jurídico que define las reglas del juego sobre cómo ocupar el espacio público, y la vinculación entre los ciudadanos y el Estado. El análisis detallado de este punto reflejó la inexistencia de un marco jurídico adecuado a las condiciones actuales del comercio en vía pública, representando por un conjunto de vacíos legales conformado por bandos, normas, reglamentos y proyectos de reglamentos, pero nunca una ley que regule estas actividades. Actualmente se discute un proyecto de ley de mercados y vía pública que, de ser aceptada en la Asamblea Legislativa del DF, sustituiría al Reglamento de Mercados de 1951. El ineficiente marco jurídico es otro elemento que contribuye al poder de las organizaciones y sus líderes, así como a la discrecionalidad que practican los funcionarios y los líderes para ocupar el espacio público en la ciudad de México.

En tercer lugar, dado que ya estaban publicados los datos del Censo de Población y Vivienda de 2010, se consideró pertinente actualizar los datos más importantes a nivel nacional, del Distrito Federal e Iztapalapa. Esto se realizó en la medida de los datos disponibles que fueron consultados y procesados con la muestra censal.

Asimismo, se buscó destacar las enormes dificultades que existen para medir, con mayor precisión, el número de personas que se dedican al comercio en vía pública en sus diferentes modalidades y evidenciar la escasa sistematización de los datos por parte de las autoridades encargadas: a nivel central (gobierno del Distrito Federal) a través de la Dirección General de Abasto Comercio y Distribución de la Secretaría de Economía del DF, la Subsecretaría de Programas Delegacionales y Reordenamiento de Vía Pública de la Secretaría de Gobierno del DF

y el Sistema de Comercio en Vía Pública (SisCoVip) y a nivel delegacional con las respectivas coordinaciones de mercados y vía pública.

En síntesis, el análisis más detallado del estado de arte sobre el comercio en vía permitió evidenciar muchos elementos que requieren de mayor trabajo, en términos de política pública y para la investigación en ciencias sociales.

Referente a las dificultades una de ellas fue, precisamente, la información cuantitativa sobre el número de personas dedicadas a los diferentes canales de abasto. Las fuentes oficiales disponibles no están actualizadas y fue necesario recurrir a solicitudes de información a través del Instituto de Acceso a la Información Pública del Distrito Federal y dirigidas a las secretarías de gobernación, economía, desarrollo social y a las respectivas subsecretarías y direcciones vinculadas con el ordenamiento del comercio en vía pública, sin embargo, la información que entregaron estas dependencias tampoco estaba actualizada. Al respecto, se recurrió directamente a la Coordinación de Mercados y Vía Pública y a la Jefatura Departamental de Tianguis y Mercados de Iztapalapa para obtener datos más actualizados: los datos que estas dos dependencias entregaron corresponden a los primeros meses de 2010, con información que combinó las bases de datos de los líderes de las organizaciones de tianguistas, concentraciones y mercados sobre ruedas con trabajo de campo realizado por los funcionarios de Tianguis y Mercados de Iztapalapa que consistió en las visitas y conteo puestos por puesto.

Otra de las grandes dificultades en esta investigación fue el análisis de la información que surgió a partir del instrumento que construí para las historias de vida de los líderes de las organizaciones. El objetivo central era que a partir de los relatos de los líderes se obtuviera una mayor comprensión de cómo una persona llega a la posición de liderazgo en una ocupación y actividad económica como el comercio en vía pública en la ciudad de México, que como ya hemos señalado, se caracteriza por un alto grado de conflicto político por el control de un recurso escaso: el espacio público.

En este sentido, las diversas lecturas teórico-metodológicas sobre la historia de vida me llevaron a reflexiones sobre qué hacer y cómo transmitir la información de los entrevistados, tomando en cuenta lo que buscaba en mi tesis doctoral. La decisión fue respetar la secuencia del discurso en que la los entrevistados transmitieron los relatos sobre su vida, tomando en cuenta la categoría central, es decir el liderazgo y los elementos que contribuyeron a su formación y permanencia.

Antes de pasar a las conclusiones particulares de cada capítulo, es necesario señalar que, como toda práctica de investigación, aún existen deudas entre los objetivos planteados y los alcances reales que tuvo la tesis doctoral, principalmente en lo que se refiere a la riqueza de los discursos de los informantes y las posibilidades para lograr una mayor profundidad en el análisis de las historias de vida.

La definición de la perspectiva analítica: la apuesta por Pierre Bourdieu, Michel Crozier y Edhard Friedberg

Pierre Bourdieu reconoce, en sus distintas obras, la enorme dificultad de aplicar su teoría a la realidad, principalmente para poder captar y analizar qué significa el sentido práctico, es decir, ese conjunto de estrategias que realizan los agentes sociales y que les permiten mantenerse en los diversos juegos que establecen colectivamente. Para dicha tarea de investigación es necesario tomar en cuenta que los campos sociales existen en tanto el investigador construye las características de cada campo, a través del descubrimiento del capital específico en pugna, y así los habitus de quienes forman parte de ese campo. De ahí que:

Uno de los objetivos de la investigación es identificar estas propiedades activas, estas características eficientes, es decir, estas formas de *capital específico*. De manera que hay una especie de círculo hermenéutico: para construir un campo, uno debe identificar las formas de capital específico que operan dentro de él, y para construir formas de capital específico uno debe conocer la lógica específica del campo. (Bourdieu y Wacquant, 2005:163-164)

En esta lógica, existe una vinculación entre las diferentes dimensiones de la realidad (micro-meso-macro) y la propuesta teórica para analizar estos vínculos que representan las relaciones entre líderes y organizaciones se plasmó desde una mirada circular que inicia desde el individuo y culmina con las definiciones de campo social y espacio social. Como señalamos en el primer apartado del capítulo 1, la idea de circularidad busca transmitir los dos estados de lo social: “las estructuras mentales y corporales de los agentes (habitus) y sus estructuras sociales (campos y espacios)” y por tanto, cómo es que los agentes sociales están inmersos en las estructuras sociales, las cuales influyen en sus comportamientos individuales y colectivos de las personas.

Por su parte, las personas construyen las estructuras sociales que, a su vez, les imponen las reglas del juego y permiten la convivencia, y la reproducción del orden social. Esta convivencia se entiende desde las relaciones de poder entre agentes con posiciones diferentes y

divergentes, que pueden derivar en negociación, competencia, conflicto, subordinación, compadrazgo, afecto, etc.

En esta convivencia los agentes a veces actúan desde el sentido práctico, de una manera más espontánea a partir de sus experiencias y vivencias cotidianas. Asimismo, en algunas ocasiones se comportan con base en un cálculo estratégico, analizando la situación presente, sopesando las experiencias pasadas como aprendizajes y proyectando hacia el futuro para tomar mejores decisiones, es decir, aquellas de las que se pueda obtener el mayor beneficio individual posible.

Con este recorrido se buscó entender cómo se conforma el agente, como aprende en su experiencia cotidiana, como se estructuran sus pensamientos, percepciones, intereses, necesidades. De ahí, se analizó cómo, a través de su experiencia, los agentes deciden organizarse para llevar a cabo fines colectivos, que de otra manera sería prácticamente impensable, y en este nivel, una vez que los agentes se organizan, entender cuáles son los problemas principales de toda empresa colectiva relativamente formalizada y duradera, coherente.

Como señalamos en el capítulo primero, en donde se establece el marco teórico, la investigación recorrió tres momentos básicos en la construcción del sentido práctico de los agentes y en la dinámica de las organizaciones: en el primer momento para establecer la posición del campo del CVP con otros campos, el segundo, la posición de las relaciones internas en el campo del CVP y tercero, los agentes que forman parte del campo.

Desde los planteamientos de Crozier y Friedberg, para el análisis de la lógica interna de las organizaciones, se tomaron en cuenta los siguientes aspectos: a) dada la posición de cada individuo en la organización, y del capital que cada uno posee como consecuencia de esa posición, cómo se establecen las relaciones entre líderes y asociados, cuál era su habilidad (pericia) para controlarlos y manejarlos, b) la comunicación y la información entre los agentes y entre ellos y otros campos, c) la forma en cómo se toman las decisiones y d) las reglas del juego que operan cotidianamente.

El diálogo que se estableció entre Pierre Bourdieu, Crozier y Friedberg permite concluir algunos aspectos sobre los fundamentos de la acción colectiva organizada y las coincidencias entre los tres autores.

La primera: las relaciones sociales son un complejo entramado de posiciones divergentes, muchas veces contradictorias que tienen como fundamento el poder. Un poder que parte de una distribución siempre diferente y desigual de capacidades, de capitales.

La conformación de las organizaciones parte de este fundamento: sólo es posible lograr fines colectivos en relaciones de poder, es decir, sólo en el reconocimiento –aunque no necesariamente de la comprensión- de la interdependencia de las necesidades y los intereses. Es posible pensar a la acción colectiva, pero sólo si se ejerce poder. Es entonces que el poder se establece como un mecanismo de mediación y de ajuste de la interacción social.

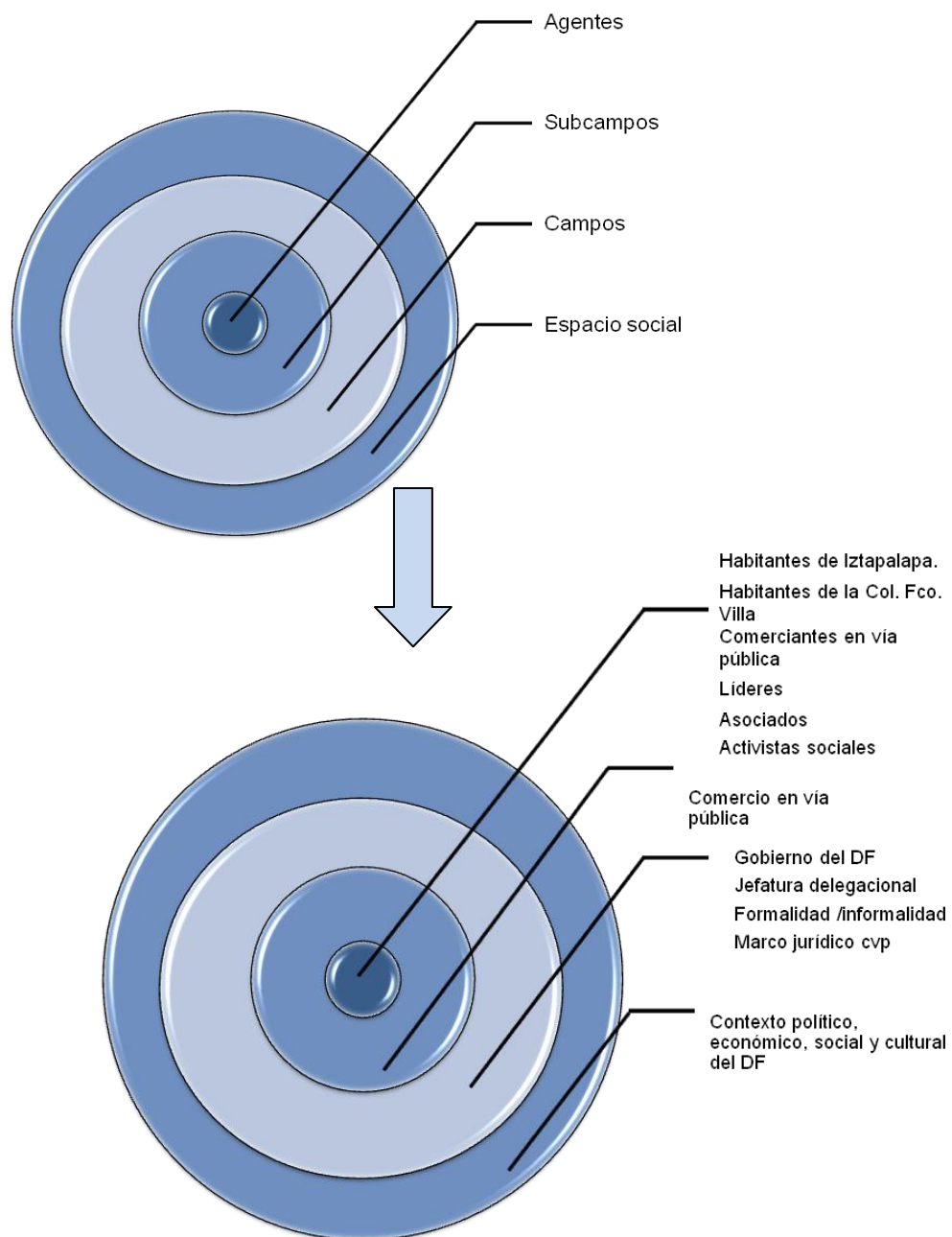
La segunda: el campo de las organizaciones es una estructura de fuerzas caracterizada siempre por el conflicto y la cooperación entre los agentes que la componen. Los agentes buscan adaptarse a las condiciones estructurales con los capitales que cada uno posee: el líder y su conocimiento sobre las condiciones sociales (de negociación y conflicto) con las instituciones, principalmente las instituciones políticas; los nuevos que buscan ingresar a las organizaciones para luchar por un capital específico, generalmente un recurso escaso, y los miembros de las organizaciones para mantener la apuesta por lo que está en juego en la organización porque existe una fe práctica de que el juego vale la pena jugarse.

La tercera: en este campo de juego, el sentido práctico es el principio y disposición para la acción pero también hay un cálculo estratégico que permite una evaluación de las posiciones relativas de los agentes y grupos considerados en un campo. Este razonamiento estratégico no define a la racionalidad como la lógica de medios, fines y consecuencias. Si bien algunos comportamientos que pueden parecer irracionales adquieren sentido si se vinculan con las oportunidades de pérdidas o de ganancias del juego. Se acepta que toda relación entre agentes, en la lógica interna de las organizaciones y en su relación con el campo específico, es estratégica y de poder por más oculto que este pueda ser.

Finalmente, el juego organizativo es un juego de complicidades simbólicamente construidas y no siempre de manera consciente. Los agentes aceptan la dominación y quien domina, requiere estimularla al calor de la acción para asegurar, de manera relativa, la legitimidad de los dominados frente a la posición de quien domina. Éste último tiene el monopolio del capital específico por el que la organización se mantiene en el campo de juego, pero tiene que pagar el precio: el incremento, o por lo menos la permanencia de la conformidad del grupo y hacer que éste acepte la relación de su poder.

El actor no puede ejercer poder sobre los otros más que dejándose manipular y dejando que los otros ejerzan poder sobre él, bajo el velo de la ignorancia de no entender que lo que está en juego es un ejercicio de dominación en una situación de incertidumbre. Es precisamente el control sobre la incertidumbre lo que dota al líder de su poder.

Para entender el juego de poder entre líderes y asociados en el comercio en vía pública de Iztapalapa, fue necesario el ejercicio de traducción entre cada una de las categorías teóricas y la realidad, que esquemáticamente se representó de la siguiente manera:



La lógica de acción del comercio en vía pública de la ciudad de México

Las diversas definiciones y expresiones del comercio que se realiza en las calles, invitan a la reflexión sobre los múltiples usos del espacio público y sobre las relaciones de poder que se tejen en la lucha por el monopolio sobre su uso y distribución. Tomando en cuenta las investigaciones previas sobre el problema de investigación, uno de los aspectos que más dificultan la comprensión sobre este problema es, justamente, la complejidad de las redes sociales que envuelven al comercio en vía pública.

En estas redes los vínculos con los agentes que conforman el campo político, junto con la existencia de la informalidad e ilegalidad de lo que se comercia en la calle, generan una especie de “velo de la ignorancia” por parte de funcionarios, líderes de organizaciones y asociados: no saber cuántas personas, quiénes son y cómo ocupan el espacio público ha resultado funcional para el sistema político. Esta “ignorancia” ha imposibilitado la elaboración de políticas públicas y acciones pertinentes para regularizar e incluso dotar de mejores condiciones de trabajo a quienes viven del comercio en las calles de la ciudad.

Lo anterior se refleja en la gran discrepancia que existe en los datos. El segundo capítulo de esta investigación buscó evidenciar cómo las instancias de gobierno encargadas de cuantificar y elaborar las políticas públicas, no cuentan con datos precisos porque las propias definiciones del comercio callejero también son ambiguas.

Como se comentó anteriormente una de las dificultades de esta investigación radicó en que, a través de la información oficial no fue posible establecer el número exacto de comerciantes que trabajan en tianguis en el Distrito Federal y por este motivo se tomó la decisión de mostrar los diferentes datos y actualizar, en la medida de lo posible, la nueva información del censo y aquella proporcionada por la delegación Iztapalapa.

Respecto a las definiciones que proporcionan los instrumentos de medición como los censos de población y las encuestas de empleo, es importante recordar cómo es que éstos miden a las actividades que se realizan en vía pública.

Los *censos de población y vivienda* clasifican a las personas que trabajan en tianguis (incluyendo puestos semifijos) como aquellas que comercian en establecimientos y por tanto, que cuentan con un local para realizar sus actividades pero sin que se distingan los diferentes tipos de locales o lugares de desempeño de la actividad.

Por su parte, antes de 2005 con las *Encuestas Nacionales de Empleo* o las *Encuestas Nacionales de Empleo Urbano*, se distinguían las ocupaciones que se realizaban con local o sin local. Las actividades con local se definían como aquellas que contaban con un establecimiento para realizar el trabajo y en ellas se ubicaba el *puesto fijo en vía pública*, por su parte, en las actividades sin local, se consideraban los puestos semifijos e improvisados en vía pública o tianguis. Sin embargo, a partir de 2005 con las *Encuestas de Ocupación y Empleo*, ya no se distingue entre ocupaciones con o sin local y las categorías antes señaladas cambian de la siguiente manera: por una parte se agrega a quienes trabajan en puesto fijo y semifijo y por otra, se contabiliza a quienes trabajan en puestos improvisados, desapareciendo la distinción entre vía pública y tianguis.

Si se toman en cuenta las definiciones para cada uno de los canales de abasto que existen en la ciudad de México, vemos que las clasificaciones anteriores no permiten distinguir la realidad de estos canales de abasto. Veamos, los tianguis no corresponden a actividades que cuentan con establecimiento, en primer lugar, porque no tienen razón social, ya que en su caso, sólo cuentan con un permiso de la delegación para ocupar una parte del espacio público, sin que lleven una contabilidad; en segundo lugar, porque realizan sus actividades en la vía pública sólo en puestos semifijos, es decir, que se quitan y se ponen todos los días de la semana y por ningún motivo pueden dejar el puesto en la calle. Lo anterior también puede aplicarse a los mercados sobre ruedas.

Las concentraciones de comerciantes, dado que están ubicadas en el mismo espacio todos los días de la semana corresponden a aquellas actividades con puesto fijo, y quizá algunas que funcionen con puestos semifijos como es el caso de los que preparan alimentos en la calle.

Por lo anterior, el análisis sobre esta actividad requiere tomar en cuenta la heterogeneidad de las formas de comerciar ya que de otra manera no se pueden conocer las características sociodemográficas de quienes se dedican a cada uno de los canales de abasto, así como sus condiciones de vida y de trabajo.

Como señala Monnet (2005), decir que el comercio en las calles es ambulante, permite pensarlo como una forma de acercar productos y servicios a las personas, a los compradores. En realidad, a excepción de las concentraciones, porque éstas se instalan en el mismo lugar durante todos los días, todas las formas de comercio callejero deambulan por las calles de incluso los tianguis, ya que cada día de la semana tienen un lugar diferente en las diversas colonias de la

ciudad de México. Esta forma ambulante del comercio juega un papel fundamental como canal de abasto, particularmente para las clases populares, no sólo por el nivel de precios, sino también por la forma en cómo estos canales están distribuidos en la ciudad.

Si bien, hoy en día podemos encontrar tianguis, mercados sobre ruedas, concentraciones y romerías en casi todas las colonias de la ciudad y con motivo de las diferentes festividades populares, no sucede lo mismo con otro tipo de canales de abasto como son las tiendas de autoservicio²¹⁴, es por eso que el comercio en vía pública está estrechamente vinculado con la cotidianidad de los espacios urbanos.

El comercio en vía pública, que desde tiempos prehispánicos se ha identificado con la definición de *tianguis*, forma parte de una cultura de consumo y satisfacción de necesidades, la mayoría de ellas básicas, que también tiene un sentido social comunitario y barrial²¹⁵. No obstante, el aumento en el número de comerciantes en vía pública, las reglas para ocupar el espacio público –en ellas la necesidad de obtener los permisos por parte de los funcionarios de gobierno y de los líderes– ha construido una dinámica particular en donde el líder y la organización se convierten en elementos imprescindibles para comerciar en la vía pública y mantener la interlocución política con los funcionarios encargados de regularlos.

Por lo anterior, se puede afirmar que la lógica organizativa del comercio en vía pública construye, a través de los líderes, actores políticos que los gobiernos, en este caso el de la ciudad de México, no pueden eludir y, de manera especial, en la delegación de Iztapalapa.

²¹⁴ Existe un debate en el órgano de representación política del DF, la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, en torno a la falta de regulación para establecer tiendas de autoservicio, particularmente aquellas conocidas como tiendas de convivencia o minisúper que pertenecen a grandes cadenas comerciales como Grupo Cifra Walmart. Partiendo de la definición social de los canales de abasto, este tipo de tiendas afectan económicamente a los canales de abasto populares como los tianguis, los mercados sobre ruedas, las concentraciones, etc. El debate generó la aprobación, el 14 de abril de 2011, de la Norma 29 denominada de “Mejoramiento de las Condiciones de Equidad y Competitividad para el Abasto Público” propuesta por el Jefe de Gobierno, Marcelo Ebrard, y que restringe el espacio público para la instalación de este tipo de tiendas. Véase <http://aldf.gob.mx/comsoc-norma-29-mejorar-condiciones-equidad-y-competitividad-abasto-publico-avanza-comision--7469.html>

²¹⁵ Martínez Garnica explica que los tianguis aparecen ligados con centros ceremoniales y religiosos para llevar los excedentes agrícolas y repartirlos o intercambiarlos en la ciudad. Además se vinculaban con los días de fiesta, baile, sacrificios y rituales y según el calendario azteca, se realizaban el primer día de cada mes (18 meses de 20 días cada uno). Los indios acudían así en días determinados de fiesta al sitio del tianguis para depositar maíces, ají, tomates, frutas, legumbres y semillas ante el *momoztly*, lo que según se repartía ‘para el señor y la comunidad’. [...] los indios encontraban allí una ocasión no sólo para el intercambio social y la adquisición de artesanías, sino fundamentalmente para renovar su adherencia a la supra-comunidad. (Martínez, 1985: 695). *Momoztly*: representaciones de divinidades en piedra u otros materiales.

El espacio de acción de la investigación: la importancia de la delegación Iztapalapa en el contexto del Distrito Federal

En el capítulo tres señalamos que Iztapalapa es prácticamente la delegación más importante del Distrito Federal, en diverso sentidos, no sólo por la población que concentra, ya que en 2000 y 2010, reportó el mayor número de habitantes de todos los municipios / delegaciones del país. Asimismo, su relevancia se vincula con la posición económica, política y cultural que tiene en el Distrito Federales la tercera delegación con mayor grado de marginación y culturalmente, conserva la presencia de sus pueblos originarios, está vinculada históricamente con el Movimiento Urbano Popular y el peso político que ocupa por su condición de marginación y su población la convierten, efectivamente, en un botín político, que desde 1997 con la elección del primer jefe de gobierno en la ciudad de México, ha mantenido el Partido de la Revolución Democrática. Por otro lado, la concentración poblacional, hace que Iztapalapa reciba el mayor número de recursos económicos en el Distrito Federal.

Por otra parte, la pugna por la ocupación y regularización del espacio tanto para la vivienda como para el comercio en vía pública, aunado a su condición de marginación, han hecho de Iztapalapa un espacio de conflictos, negociaciones y particularmente de acciones colectivas organizadas.

En este contexto, Iztapalapa cuenta con el mayor número de tianguis en el Distrito Federal que, cabe recordar, representan un total de 34 organizaciones, 323 tianguis y casi 74 mil comerciantes en esta modalidad. Los tianguis con sus líderes, son actores políticos a quienes los delegados y funcionarios de la delegación no pueden eludir, desde un sentido clientelar, pero también desde un sentido práctico en donde la organización ha servido para mantenerse en la vía pública.²¹⁶

Con lo que se analiza en el capítulo tres, es posible afirmar que la historia y características de Iztapalapa permiten hablar de un habitus organizativo diferente al de otros espacio delegacionales.

Las descripciones sobre Iztapalapa como espacio social, así como de las organizaciones que componen al comercio en vía pública como un *campo de acción*, tuvieron como objetivo revelar el alto grado de organización colectiva, que formar parte del contexto social, de las características

²¹⁶ Recordemos que del total de los 323 tianguis, sólo 100 operan con permiso gestionado y aceptado en la delegación. Los otros 223 tianguis operan, al margen de la ley aunque con la tolerancia de las autoridades de Iztapalapa.

propias del espacio y de su historia, en donde los agentes, los habitantes de Iztapalapa, han aprendido, por una parte, que resolver sus problemas particulares, es posible a través de la acción colectiva o de la conformación de organizaciones.

Y por otra, desde los actores políticos, que la organización de los ciudadanos funciona como clientela política, no sólo para obtener votos, sino para mantener y acrecentar el poder y, de esta manera, y legitimarse a través de la ejecución programas y acciones de gobierno.

como un proceso de acción colectiva a través del cual los miembros de una determinada colectividad *aprenden juntos*, es decir, *inventan* y *determinan* nuevas formas de jugar el juego social de la cooperación y el conflicto (en pocas palabras, una nueva praxis social), y adquieren capacidades cognoscitivas, de relación y organizativas correspondientes. Es un proceso de *aprendizaje colectivo*, que permite instituir nuevos constructos de acción colectiva que crean y expresan una nueva estructuración de o de los campos. (Crozier y Friedberg, 1990: 29)

Aquí vale la pena retomar las reflexiones de la JUD de Mercados y Tianguis de Iztapalapa cuando se le preguntó sobre por qué Iztapalapa aparece como una delegación sumamente conflictiva, organizada y politizada y específicamente en lo que a grupos de tianguistas se refiere. Al respecto ella encuentra también, que la organización social de Iztapalapa, proviene del Movimiento Urbano Popular y la lucha por la gestión de la vivienda, la regularización de la tenencia de la tierra y la búsqueda de créditos para la construcción, pero a partir de la década de los noventa, esa demanda deja de ser prioritaria “Iztapalapa se cerró para la construcción de vivienda de interés social, porque ya no hay espacio, tenemos problemas de servicios, sobre todo el suministro de agua potable” entonces, para mantener y fortalecer el trabajo político con los ciudadanos, la estrategia fue buscar canalizar la organización hacia otras demandas, y en este caso fue el comercio informal:

Aquí hubo un periodo de por lo menos nueve años [el periodo de las administraciones del PRD y Nueva Izquierda] en que los comerciantes fueron utilizados como botín político y se permitió el establecimiento del comercio en la vía pública de manera totalmente anárquica, los comerciantes era el principal bastión político que ellos tenían. Las movilizaciones, incluso al apoyo político y económico que tenían, mucho de eso, salía del comercio en vía pública. (JUD de Mercados y Vía Pública, 18 de mayo de 2010)

La forma en cómo diversos sectores de la población en la delegación, así como los tianguistas pone de manifiesto una relación de poder, pero no es aquella que refiere la sumisión de un actor a otro, sino una en donde el poder funciona como mediación entre estrategias divergentes y de regulación entre los diversos actores que forman las organizaciones y que por

tanto, pueden tener resultados contingentes y genera espacios de incertidumbre (Crozier y Friedberg, 1990), como por ejemplo, el crecimiento del número de tianguistas, al margen de la autorización de los funcionarios delegacionales, y que éstos finalmente los toleren pese a un discurso en donde se reconoce la necesidad de la mano dura, sin que esta se aplique como incentivo para mantener bajo control al comercio.

Asimismo, la clasificación que hace la delegación sobre los diversos tipos de liderazgo y de organizaciones, al identificar a *los más representativos* como *los más grandes* pero también *los más rijosos*, con quienes se tiene un trato “especial” para evitar mayores conflictos o con quienes se trabaja de manera más cotidiana. En ese contexto de aprendizaje, los agentes comerciantes en vía pública han aprendido que sólo pueden ocupar el espacio público, la calle, si están dispuestos a aceptar las reglas del juego: formar parte de una organización.

Finalmente, “formar parte” de una organización de tianguistas no implica, necesariamente, una pertenencia vinculada a la identidad, los principios o valores de dicha organización, sino una pertenencia que se mide por la evaluación que hacen los agentes de la propia actividad. Si bien, como veremos en el siguiente capítulo, existen organizaciones que construyen vínculos que van más allá de la actividad económica, y que buscan identificarse como organizaciones sociales con proyectos comunitarios, en realidad, partiendo de la base de la actividad económica, convertir una organización de tianguistas o de comerciantes en vía pública en una organización con proyectos populares, resulta muy difícil, aunque como veremos a través del análisis de la dinámica interna de las dos organizaciones propuestas en la investigación, no obstante que la identidad se construye básicamente por las relaciones cotidianas entre comerciantes, y en un segundo nivel por un sentido de pertenencia a la organización y de cercanía con el líder es posible la construcción de proyectos sociales que rebasan la estrategia económica.

Sentido práctico y cálculo estratégico en los agentes y las organizaciones en el campo del comercio en vía pública de la Ciudad de México

Antes de detallar los hallazgos respecto al trabajo de campo con las dos organizaciones de comerciantes en vía pública, es pertinente comentar algunas observaciones respecto a los fundamentos metodológicos que guiaron la investigación.

Desde el inicio, una de las premisas de investigación, fue precisamente que el comercio en vía pública era un espacio de relaciones sociales que podía denominarse como un campo social

en el sentido de Pierre Bourdieu. La tarea de identificar las características del campo, a través de su conocimiento, nos permite mantener dicha afirmación: el comercio en vía pública es un campo social cuyo capital en disputa es la vía pública y para obtenerlo y mantenerlo, la acción colectiva organizada se vuelve el sentido práctico para mantenerse en la vía pública.

Por supuesto, no puede suponerse que un campo social se reproduce al margen de otros campos sociales. Vale la pena reiterar, que la autonomía de los campos siempre será relativa y más cuando un determinado campo social está vinculado con los campos estatal, político y económico, entre los más importantes.²¹⁷

Para el análisis de la información de los entrevistados sobre quiénes son los líderes, y como asociados y líderes perciben su actividad en el campo del comercio en vía pública, se establecieron algunas categorías básicas para ordenar la información. La lógica partió del siguiente esquema:

- Desde Pierre Bourdieu, tres momentos para el análisis del campo del comercio en vía pública (CVP) y de sus agentes: a) la posición del CVP, b) las posiciones de los agentes dentro del CVP y c) los habitus de los agentes.
- Desde Crozier y Friedberg, cuatro elementos básicos para el análisis de las organizaciones: a) el control de las competencias y las especialización funcionales de los agentes, b) las relaciones internas y las relaciones con el entorno, c) el control de los agentes organizados sobre la comunicación y la información y, d) las reglas de la organización.

Así es cobró mayor sentido la declaración de uno de los entrevistados, cuando sumergidos en una situación en la que yo entrevistaba a un comerciante en vía pública, también estaba entrevistando a alguien que dirige una pequeña organización de 400 personas. Además, estas categorías básicas permitieron cuestionar su funcionamiento en la realidad y adaptarlas a ella.

El trabajo de campo, a través de las entrevistas y la observación participante sobre la dinámica cotidiana de las dos organizaciones, así como de las asambleas que realizan Los Dorados de Villa, evidencian dos formas de ejercer el comercio en vía pública, y dos formas de establecer y mantener organizaciones en la ciudad de México. Para responder a las preguntas sobre cómo están conformadas las organizaciones de comerciantes en vía pública, se analizó el papel que juega el espacio social en donde las dos se desarrollan, asimismo, se describió la

²¹⁷ Y dentro de estos campos, el papel que juega, no sólo el capital específico de cada uno, también el capital económico, cultural y social, que como observamos en los capítulos 4 y 5, distingue las posiciones de las personas en el campo del comercio en vía pública.

estructura que han tenido y las funciones que realizan tanto los líderes, delegados y los asociados en cada una de ellas y se tomaron en cuenta algunas investigaciones que han abordado el tema organizativo en el campo del comercio en vía pública.

Se puede observar que el efecto de lugar, es decir, el peso que tiene Iztapalapa y la colonia Francisco Villa, en las características organizativas, es diferente en Mártires del 1° de Agosto y en Los Dorados, esto debido a que como se señaló, son dos tipos diferentes de organizaciones que comparten el elemento común del comercio en vía pública, pero no los mismos proyectos y objetivos. El efecto de lugar en Los Dorados es muy claro ya que proviene de una experiencia de participación ciudadana y de las inquietudes por ser un colectivo gestor de demandas vecinales y del mejoramiento del entorno de la colonia Francisco Villa, por su parte, Mártires no contempla ese tipo de objetivos. En las dos organizaciones es posible observar que:

[...] las representaciones de los agentes varían según su posición (y los intereses asociados) y según su habitus, como sistema de esquemas de percepción y de apreciación, como estructuras cognitivas y evaluativas que adquieren a través de la experiencia duradera de una posición en el mundo social. El habitus es a la vez sistema de esquemas de producción de prácticas y un sistema de esquemas de percepción y de apreciación de las prácticas. Y, en los dos casos, sus operaciones expresan la posición social en la cual se ha construido. (Bourdieu, 1988b:134)

Asimismo las relaciones que establece cada organización con sus asociados refleja el papel que juegan los líderes: en Mártires, Marcos es reconocido como un líder que tienen el monopolio de la organización, y cuyo objetivo primordial es el cobro de cuotas, no obstante, resuelve los problemas, e incluso es amable y no abusa de su posición.

Para Los Dorados, la estructura del comité, divide el liderazgo, que en realidad era la meta de Juan como líder fundador, sin embargo es división del trabajo en el liderazgo genera que ninguno de los líderes tenga capacidad para resolver problemas fundamentales como la distribución del espacio. Desde hace 14 años aproximadamente, el problema de la asignación de puestos, sigue siendo el mismo.

Si bien, el objetivo de la investigación se centra más en la dinámica interna de las organizaciones, no es posible eludir el problema de la relación del comercio en vía pública con las instituciones políticas, con el gobierno central del Distrito Federal y con el de Iztapalapa. Esta relación, que representa cómo se aplica la normatividad sobre el comercio en el espacio público, permite entender porque resulta fundamental la existencia de organizaciones y la importancia que tienen los líderes para que los asociados se mantengan en la vía pública, pero también lo que

representan los asociados para los funcionarios y los partidos políticos: posibles votantes y el control sobre grupos sociales que son controlados por los líderes, así, no son los asociados los protagonistas, sino los líderes.

Desde el sentido práctico, los asociados, en su mayoría dedicados al comercio en vía pública desde muchos años, establecen relaciones de amistad, compadrazgo y en ocasiones de pareja, sus historias de vida están estrechamente vinculadas al espacio en el que viven y al comercio en vía pública, desde el cálculo estratégico reconocen la importancia que tiene el líder para garantizar el espacio público: el líder es aquel que cumple y hace cumplir las reglas del juego, respeta los espacios, los horarios y las cuotas y castiga cuando alguien no cumple con las reglas.

Cuando el líder o el grupo de líderes al frente de una organización cambia las reglas del juego año con año, se genera una percepción de ineficacia, de líderes que no tienen capacidad para poner orden y que en el caso de Los Dorados, se refleja en el tiempo que les ha tomado consolidarse como asociación civil y la escasa participación de los asociados en las asambleas que no están vinculadas a la organización de la romería. Mártires del 1° de Agosto, como señalaba Juan, no tiene interés en hacer asambleas con todos sus asociados, en términos estratégicos no las necesita.

La lógica organizativa forma parte de un habitus, de experiencias pasadas que han convertido a las personas en agentes organizados colectivamente, en el sentido en que Leopoldo Colín, miembro del Los Dorados de Villa lo menciona “así se desarrollo esta parte de la ciudad” es esta idea de Bourdieu, de que “so pena de sentirse desplazados” aún más de lo que representa vivir en Iztapalapa y en colonias con muy altos niveles de marginación, uno debe apropiarse del espacio y para ello, la lucha individual es insuficiente, pero además no es suficiente tampoco apropiarse de un espacio para la vivienda, el trabajo, la oportunidad de obtener ingresos económicos por medio de una ocupación, se vuelve fundamental y aquí tenemos otra exclusión o quizá, mejor dicho, otra lucha que enfrentar: qué ocupaciones se pueden desempeñar en contextos con menor capital cultural y social?, las posibilidades se limitan y sólo algunos podrán hacer la diferencia frente a su entorno, los demás, muchos de ellos, han optado por el comercio en vía pública como estrategia económica.

Ser líder, ser asociado en el comercio en vía pública de Iztapalapa. Reflexiones finales sobre los liderazgos y las organizaciones estudiadas.

La lógica organizativa forma parte de un habitus que se vincula con el espacio en que se ha nacido, en este caso Iztapalapa y la colonia Francisco Villa, son esos espacios que dotan a las personas que los habitan de una forma particular de pensar, vivir, reproducir y en muchas ocasiones, transformar las condiciones de existencia. Podemos afirmar que los habitantes de Iztapalapa, tanto aquellos que forman parte de los pueblos originarios, como aquellos que llegaron y ocuparon las periferias de la demarcación, tienen un habitus participativo que se ha desarrollado desde la lucha y mantenimiento del espacio, hasta la organización colectiva para preservar la identidad, obtener servicios públicos y acrecentar el capital social.

Desde este punto de vista, Crozier y Friedberg reconocen que los individuos tienen una capacidad para organizarse colectivamente, ya que la acción humana es un proceso activo que les permite sobrepasar lo que sucede en el contexto de la acción porque aprenden de las experiencias, utilizan los recursos de los que disponen y como señala Bourdieu, y en muchas ocasiones estas experiencias los dotan de respuestas adaptadas.

La observación de la dinámica cotidiana de los comerciantes en los tianguis de Mártires del 1° de Agosto y en la romería de Los Dorados evidencia el habitus de ser parte de Iztapalapa, pero también de ser un comerciante en vía pública, un asociado en una organización y también un líder, con proyectos, deseos y motivaciones que se adaptan a la lógica del comercio callejero, porque es de lo que se ha vivido durante muchos años. De tal suerte que como lo plantea Zaremborg en su tipología sobre las organizaciones de informales en el Centro Histórico de la ciudad de México, podemos observar distintos tipos de líderes, y distintas formas de estructuras en las organizaciones, pero todas con una lógica en común: permanecer en la calle y vender.

La tipología de Zaremborg (2010) permitió identificar algunas de las características que existen las organizaciones de comerciantes en vía pública del Centro Histórico de la ciudad de México, y pensar cómo funcionan los tianguis en la delegación Iztapalapa. No obstante, las características propias de los tianguis y sus formas de organización existen algunas coincidencias y otras diferencias.

Desde lo que Gisela Zaremborg define como las organizaciones tradicionales en el Centro Histórico, en donde la característica principal es el liderazgo femenino, o maternal como ella lo define, y que constituyen las organizaciones más fuertes y estables en dicho contexto, podemos

inferir que el caso de Mártires del 1° de Agosto, comparte algunas características consideradas como tradicionales.

Lo tradicional se entiende vinculado precisamente a un sentido práctico en la forma en cómo las organizaciones de CVP se han mantenido y se han vinculado con otros campos sociales: por una parte, la existencia de reglas básicas de operación que responden a lo establecido en el marco jurídico pero, por otra parte, en la dinámica cotidiana, estas reglas responden a una marcada centralización del poder de decisión que recae en el líder (en el caso de Marcos líder y delegado por herencia de su padre) y en otros actores como los funcionarios delegacionales que actúan como poderes paralelos, con quienes se negocia la permanencia y estabilidad de la organización y con quienes también se resuelven los momentos de incertidumbre, por ejemplo, un momento de incertidumbre como la definición de los candidatos a los puestos de elección popular en Iztapalapa, que se convierten en una ocasión para que los líderes y los candidatos establezcan vínculos, los primeros para asegurar a la organización, obtener capital político y económico, y los segundos para acrecentar su capital político.

Frente a los asociados, organizaciones como Mártires, establecen una estratificación en la que existen los allegados al grupo del líder, quienes generalmente funcionan como delegados y subdelegados y el resto de los comerciantes en vía pública, quienes son los que dotan al líder de su capital económico y dan sentido a su posición. Estas organizaciones revelan cómo existen procesos de “*adquisición y de desarrollo*” de capacidades “mediante la acción y la experiencia, analizadas como una serie de procesos de resolución de problemas.” (Crozier y Friedberg, 1990:176)

Tienen sentido que someterse habitualmente a la experiencia del liderazgos genera aprendizajes sobre cómo llevar una organización, y no necesariamente se requiere de una formación académica y/o profesional o en todo caso, vivencias de participación política, quizá estas experiencias y la posesión de mayor capital social y cultural generen puntos de vista diferentes sobre cómo ejercer el liderazgo, pero en términos estratégicos no necesariamente deben ser los más eficientes.

Es por eso que la idea de tradicional tiene sentido, no obstante, es necesario señalar que esta forma de acción colectiva organizada, ha sido mucho más eficaz, y por supuesto, para el caso de organizaciones que como Mártires del 1° de Agosto mantienen liderazgos masculinos, la idea de que existen organizaciones con liderazgos proteccionistas y maternas, queda fuera de lugar

para otros espacios como Iztapalapa, en donde la mayoría de las organizaciones y principalmente las más fuertes están lideradas por hombres.

Otra característica importante que no se comparte con la tipología y que abre nuevas interrogantes para la investigación en este tema, tiene que ver con la característica pragmático-instrumental. Para Zaremberg, esta característica se encuentra en organizaciones más débiles y cuyo fin principal de los líderes es el cobro de cuotas.

No obstante, para el caso de las organizaciones de tanguistas, esta característica está presente en muchas organizaciones, particularmente en las más fuertes, en donde la racionalidad estratégica y un sentido empresarial para manejar a los tianguis ha sido la forma más eficiente de mantenerse en la vía pública.

En síntesis, Mártires representa una organización que se caracteriza por un liderazgo autoritario, con reglas relativamente claras que se sujetan al marco jurídico, pero que cotidianamente se adaptan. Por otra parte, Mártires evidencia una racionalidad estratégica de tal magnitud que a sus líderes, como Marcos padre e hijo, les ha permitido mantener los vínculos con la delegación y, más allá de mantenerse en la vía pública, acrecentar su capital social y político. Su pragmatismo instrumental los dota de una capacidad para participar políticamente en la delegación, el autoritarismo ha funcionado para mantener el espacio en la vía pública.

En organizaciones como Los Dorados, se hace evidente que una forma menos tradicional de entender y ejercer el liderazgo, de una manera más democrática, menos vertical y con mayor participación de los asociados en la división del trabajo y en la toma de decisiones no tiene como consecuencia, necesariamente una mejor organización, con suficiente cohesión y reglas del juego más claras.

Los propios líderes de Los Dorados que conforman el comité de trabajo, principalmente Juan y Alejandro y Daniel reconocen las dificultades para hacer que la gente participe más allá de la jornada del 5 y 6 de enero. Los tres coinciden en el hecho de que falta compromiso tanto de los líderes como de los asociados, ya que el sentido de una organización que ha funcionado como romería por más de 14 años, es precisamente mantener el espacio en la vía pública. Más allá de ello, no se han construido los incentivos adecuados para generar una mayor participación. Si bien, existe el interés, más por parte de Alejandro que del resto del comité, para generar un colectivo con intereses comunitarios y políticos, no existen los mecanismos ni reglas del juego lo suficientemente claras para que los asociados estén dispuestos a trabajar, o como señalaba

Alejandro, a tener más empuje. Desde Crozier y Friedberg “un grupo [...] sólo puede existir y perdurar mientras pueda apoyarse en ciertos mecanismos que le permitan integrar estrategias y las diferentes orientaciones de los individuos-miembros y regular así sus conductas e interacciones” (1990: 177)

En consecuencia, la participación de los asociados, responde a las condiciones que presenta la estructura de la organización y la forma en que se ejerce el liderazgo: en Mártires del 1° de Agosto, los asociados de la organización, responden a las reglas del juego del campo del comercio en vía pública, pagan la cuota, respetan de manera relativa las normas de protección civil y mantienen cierta reglas convivencia entre los compañeros de trabajo, y cuando no lo hacen, el líder es quien resuelve los problemas, ya sea entre ellos o con las autoridades.

Finalmente, podemos decir que las organizaciones colectivas organizadas responden a las características de los campos estatal y político mexicanos, a la forma en como se dan las interacciones sociales entre ciudadanos y representantes políticos, entre líderes, organizaciones y funcionarios. De ahí es que podemos entender la importancia que tienen las organizaciones de comerciantes en vía pública y los matices que adquieren en cada una de las delegaciones. La historia de Iztapalapa, su marginación y la necesidad de organización para la gestión de las demandas ciudadanas más básicas, revela porque ese espacio está conformado por organizaciones que funcionan como actores políticos y sociales, con una racionalidad estratégica que se adapta no sólo a las condiciones del mercado, también a las coyunturas políticas.

Es así que en el contexto mexicano y del Distrito Federal, podemos entender por qué Mártires del 1° de Agosto, una organización autoritaria, vertical y pragmática-instrumental, es exitosa. Mientras que Los Dorados de Villa, con una historia de más de 14 años, no ha podido concretar un proyecto organizativo porque a su interior han existido racionalidades divergentes, muchas veces conflictivas. En este juego de racionalidades, la experiencia de sus líderes en el comercio, no ha servido para definir cuáles pueden ser las estrategias más eficientes.

Como última reflexión, vale la pena anotar que en una última plática informal con uno de los líderes de Los Dorados, se comentó que para enero de 2012, la romería ya estaría formalmente reconocida por las autoridades delegacionales y estaría vinculada nuevamente al Comité Ciudadano de la Colonia Francisco Villa. Esto obliga a pensar a que en México (como seguramente en muchos otros países del mundo) la necesidad de establecer vínculos clientelares con las autoridades de gobierno, es una estrategia indispensable.

La agenda pendiente en la investigación sobre el comercio en vía pública

A lo largo de esta investigación, se ha evidenciado la importancia política, social y económica que tiene el comercio en vía pública de la ciudad de México, política por el papel que juegan los líderes y las organizaciones como actores que han aprendido a jugar las reglas del campo político, han aprendido a establecer los vínculos con los partidos políticos, los funcionarios del gobierno del Distrito Federal y de las delegaciones en donde tienen mayor presencia cuantitativa, como es el caso de la delegación de Iztapalapa.

Desde una perspectiva económica, las investigaciones que se han concentrado en la vertiente de la informalidad, también han demostrado el papel que juegan esta actividad, como válvula de escape al deterioro en el crecimiento del empleo formal y del lugar que ocupan los comerciantes callejeros para la realización de innumerables mercancías, muchas de ellas legales, muchas de ellas también ilegales.

Desde el punto de vista social, el comercio en vía pública resalta la importancia de la organización colectiva que tienen las personas para lograr sus propios fines: de los líderes el mantenimiento sobre el control del espacio público y el capital económico y político que éste representa; de los comerciantes, la posibilidad de obtener ingresos económicos relativamente estables, finalmente la mayoría de quienes están insertos en esta actividad, en sus diferentes modalidades, han dedicado buena parte de sus vidas a esta actividad.

No cabe duda que cuantitativa y cualitativamente el comercio en vía pública se ha convertido en un tema relevante para las ciencias sociales desde hace dos décadas aproximadamente, aunado a las investigaciones que John Cross realizó en los ochenta en el Centro Histórico de la ciudad de México.

No obstante, para las ciencias sociales, en particular para la sociología, aun quedan varios temas pendientes para profundizar en cómo funcionan las organizaciones de comerciantes en vía pública y cuál es el papel que jugar en el contexto social, pero no sólo eso, también es importante tomar en cuenta la necesidad de construir políticas públicas acordes a las necesidades de quienes trabajan como comerciantes en la calle y para ello, aún se requieren mayores esfuerzos de investigación para conocer a quienes se desempeñan en esta ocupación.

A partir de los resultados de esta investigación, existen temas que deben explorarse con mayor profundidad y otras preguntas que sugieren nuevas líneas de investigación.

1. La cuantificación y descripción de los hombres y mujeres que se dedican al comercio en vía pública, con una distinción cualitativa y cuantitativa de las diversas formas en que se ejerce el comercio en vía pública.
2. Conocimiento sobre las condiciones de trabajo y de vida: aquí es fundamental contribuir a esfuerzos de investigación de carácter más cualitativo para conocer cómo viven las personas que se dedican al ambulante, los tianguis, concentraciones, etcétera, esto es importante porque la venta en la vía pública es un espacio sumamente heterogéneo, desde quienes trabajan, los motivos que las impulsan, las características socioeconómicas, los ingresos que obtienen, las redes de abasto de los productos que se comercian, así como el origen de ellos.
3. Una descentralización y diversificación de las investigaciones sobre los espacios de estudio: la mayoría de ellos aún han concentrado en el análisis del ambulante y sus formas de organización en el Centro Histórico de la ciudad de México, aunque en otras delegaciones, como es el caso de Iztapalapa, existen líderes y organizaciones de tianguistas, mercados sobre ruedas y concentraciones que tienen un papel importante como actores sociales y políticos con capacidad para generar presión frente a las autoridades de gobierno, proponer políticas públicas y extender su influencia más allá del comercio en vía pública, por ejemplo, con programas sociales y políticas para el uso y distribución del espacio público urbano.
4. Aplicación de diferentes enfoques teóricos y el trabajo multidisciplinario: las diversas formas del comercio en vía pública, no pueden concentrarse solamente en las particularidades de las relaciones entre organizaciones y sistema político, también es necesario abordar de una manera crítica el estado de la cuestión sobre el marco jurídico que regula el uso del espacio público para fines comerciales, es un hecho que el marco jurídico ha estado sujeto a las coyunturas políticas de cada sexenio, en el nivel federal y jefatura de gobierno o jefatura delegacional en el Distrito Federal. Sin embargo, existe también un desconocimiento sobre cómo regularizar y formalizar a los comerciantes en vía pública, ya que en ello están las diversas formas en cómo se conciben. Por tanto, la ciencia política, la sociología, el derecho y la economía, son disciplinas que debe abordarse de manera integral cuando se trata de esta ocupación.
5. La perspectiva de género para el análisis de los liderazgos y la presencia en la vía pública: las investigaciones de Gisela Zaremberg, han aportado importantes conocimientos para comprender las formas en cómo se ejerce el liderazgo, particularmente desde lo que sucede en

el Centro Histórico del DF, en estas investigaciones ha encontrado diferencias sustanciales en la forma en cómo las mujeres y los hombres conciben y ejercen el liderazgo.

6. Para las mujeres prevalecen los rasgos maternos frente a los agremiados, mientras que los hombres, son más distantes e instrumentales con los miembros de las organizaciones. Con base en estas primeras investigaciones, resulta necesario analizar si estos comportamientos, también se observan en otros espacios o si es posible construir tipologías más específicas, tomando en cuenta la diversidad de contextos y formas de ejercer el comercio en vía pública.

ANEXOS

ANEXO 1 Definición de categorías y subcategorías de análisis

1. Condiciones/ contexto: comercio en vía pública (cvp)

<i>Categorías</i>	<i>Subcategorías</i>
Contexto histórico del comercio en vía pública.	<ul style="list-style-type: none"> • Informalidad en México • El CVP en México. • El CVP en la Ciudad de México e Iztapalapa • CVP y su relación con actores políticos y sociales • Marco jurídico: Reglamento de 1951, programas de reordenamiento, reglamentos y bandos.
Características económicas y sociodemográficas del CVP en México y en el Distrito Federal.	<ul style="list-style-type: none"> • Datos cuantitativos (México, DF e Iztapalapa) <ul style="list-style-type: none"> - Cuántos - Quiénes (características sociodemográficas) - Dónde y cómo - Ingresos
Red de actores CVP en el DF e Iztapalapa	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno de la Ciudad de México: partidos políticos, e instituciones encargadas del ordenamiento del comercio en vía pública. • Comerciantes en vía pública • Comerciantes “formales” o establecidos • Organizaciones y sus líderes • Vecinos • Clientes

2. Acciones e interacciones para la construcción del liderazgo: historias de vida

<i>Categorías</i>	<i>Subcategorías</i>
Procesos de socialización e individuación en la trayectoria de vida de los líderes de CVP	<p><i>Formación del liderazgo. Reconstrucción de la historia de vida.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Historia familiar de origen y propia • Trayectoria escolar • Trayectoria laboral • Participación en organizaciones sociales, políticas y/o comunitarias • Construcción de redes sociales (familiares, amistosas, laborales, políticas, etc.) • Historia como comerciantes en vía pública <ul style="list-style-type: none"> - Razones para dedicarse al comercio en vía pública. - Estrategias de entrada y permanencia en el comercio en vía pública. - Historia sobre la construcción y establecimiento del liderazgo.
Liderazgo, CVP y relaciones con los actores políticos y sociales.	<p><i>Representaciones sobre:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • La política

	<ul style="list-style-type: none"> • La política nacional • La política local (DF) • El CVP • Lo legal /ilegal <p>Percepciones sobre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las incursiones de las autoridades para regular el CVP: represiones, desalojos, reubicaciones, etc. • Conflictos con los miembros de la organización
Concepciones y percepciones sobre el ejercicio de su liderazgo en el CVP	<p>Representaciones /percepciones sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El trabajo en el CVP • El liderazgo • Liderazgo y organización <ul style="list-style-type: none"> - Funciones /obligaciones - Actividades para mantener a la organización - Relaciones con los miembros de la organización
Representaciones sobre el futuro y construcción de proyectos	<p>Sobre el liderazgo y la organización</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepciones sobre su liderazgo • Percepciones sobre la organización • Identificación de proyectos políticos, comunitarios o sociales. <p>Como sujetos en relación con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El comercio en vía pública • El liderazgo y la organización

3. Acciones e interacciones entre líderes y miembros de la organización (entrevista semi-estructurada)

<i>Categorías</i>	<i>Subcategorías</i>
Proceso de conformación de la organización	<ul style="list-style-type: none"> • La historia de la organización
Cómo se establecieron los líderes actuales	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de actores y grupos. • Relaciones entre actores • Contenido de las relaciones: solidaridades, conflictos, negociaciones, alianzas, etc. • Identificación de mecanismos para elegir al líder (si existieron)
Estructura de la organización	<p>División de la autoridad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Líder • Grupos cercanos al líder • Asociados • Mecanismos para la toma de decisiones • Existencia de reglamentos (escritos o no)

	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los problemas para el desarrollo de la actividades y estrategias para la solución de problemas
División del trabajo	<p>Como organización social (acción colectiva organizada con fines “públicos”)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apropiación y mantenimiento del espacio público <ul style="list-style-type: none"> - Relaciones con las autoridades • Gestión de demandas no vinculadas directamente con el espacio de trabajo • Actividades relacionadas con las prácticas cotidianas de la actividad <ul style="list-style-type: none"> - Mantenimiento del espacio - Distribución de puestos - Limpieza - Vigilancia - Relaciones con otros actores - Cobro de cuotas - Festividades, etc. • Relaciones sociales entre el líder y los miembros. • Estrategias para la resolución de conflictos.
Recursos que se obtienen en la organización.	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos y obligaciones del (la) comerciante en el lugar. • Recursos • Ingreso al comercio en vía pública • Seguridad y protección para el desarrollo de la actividad. • Estabilidad en las relaciones con las autoridades de gobierno para la permanencia en la actividad. • Ingresos económicos, producto del comercio en vía pública. • Otro tipo de “prestaciones” • Acciones frente al incumplimiento de obligaciones.
Percepciones y evaluaciones sobre el líder y su desempeño	<p>Representaciones /percepciones sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El trabajo en el CVP • El liderazgo como concepto. (Qué es un líder) • El líder de su organización • Liderazgo y organización <ul style="list-style-type: none"> - Funciones /obligaciones - Derechos (incentivos) - Actividades para mantener a la organización - Relaciones del líder con los miembros

ANEXO 2

Cuadro 1 Organizaciones, líderes, ubicaciones, representados y delegaciones de operación de tianguistas en el D.F. (2009)

#	ORGANIZACIÓN	LÍDER	# LIDERES	# UBICACIONES	# OFERENTES	DELEGACIONES
1	Alianza Nacional de Comerciantes Tianguistas y Ambulantes en Vía Pública 20 de Noviembre, A.C.	Leonardo Estrada Pérez	1	6	805	Azcapotzalco
2	Asociación de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas de Iztapalapa, A.C.	Juan González Urrea	1	4	548	Iztapalapa
3	Asociación de Comerciantes del Sureste del Distrito Federal, A.C.	Reyes Hernández García	1	2	122	Iztapalapa
4	Asociación de Comerciantes en Tianguis, Vía Pública y Zonas Libres en el D.F.	Antonio Juárez Zúñiga	1	3	338	Iztacalco
5	Asociación de Comerciantes Tianguistas del Campo a la Ciudad de la República Mexicana	Pedro Ramírez Miranda	1	7	150	Tlalpan
6	Asociación de Pequeños Comerciantes Ambulantes de Artículos de Primera Necesidad, A.C.	Everardo Jiménez Jiménez	1	7	483	A. Obregón, B. Juárez
7	Asociación de Tianguistas Metropolitanos	Ismael Hernández Díaz	1	2	106	M. Contreras
8	Circuito Comerciantes No. 1 del D.F.	Raúl Velázquez Juárez	1	2	45	B. Juárez, G. A. Madero
9	Coalición de Comerciantes en Pequeño de Tianguis y Concentraciones en el D.F.	Genaro Peralta Tellez	1	1	370	G. A. Madero
10	Comerciantes Tianguistas y Ambulantes de Abasto de la Ciudad de México, A.C.	Jorge Soriano Cuevas	1	30	4,213	Coyoacán
11	Comerciantes Unidos del Circuito Mani, A.C.	Juan Guitareo Ponce	1	4	712	Tlalpan
12	Comerciantes Unidos en Tianguis para Compra y Venta de Objetos Varios Nacionales y de Importación de la República Mexicana	Clara Reyes Cerón	1	1	107	Iztapalapa
13	Federación Nacional de Comerciantes e Industriales en Pequeño, A.C.	Felipe Serralde Xolalpa	1	31	15,716	Iztapalapa
14	Movimiento Revolucionario de Comerciantes en Pequeño de la República Mexicana	Celia Torres Chavarría, Fernando Sánchez Ramírez	2	9	702	B. Juárez, G. A. Madero y Coyoacán

15	Movimiento Revolucionario de Integración Nacional, A.C.	Fernando Sánchez Ramírez	1	9	2,015	G. A. Madero e Iztapalapa
16	Nueva Unión de Comerciantes de Obreros Desplazados de sus Trabajos del D.F., A.C.	Raúl Martínez Nieto	1	7	788	Cuajimalpa y Tlalpan
17	Organización de Comerciantes en General y Puestos Semifijos Unidad Móvil Benito Juárez, A.C.	Manuel Martínez	1	8	653	B. Juárez
18	Tianguis Dominical del Mercado de Tulyehualco	Martín Nieto García	1	1	168	Iztapalapa
19	Unión de Comerciante de Fierros Viejos, Muebles, y Zapatos y Objetos varios del Mercado y Tianguis 25 de Julio	Gerardo Fernández Gamez	1	1	597	G. A. Madero
20	Unión de Comerciantes "Juan de la Barrera", A.C.	Ignacio González	1	3	235	Tlalpan
21	Unión de Comerciantes "Mártires de Río Blanco"	Félix Hernández Bautista	1	25	3,035	Iztapalapa, V. Carranza, Iztacalco
22	Unión de Comerciantes Ambulantes del Valle de Anáhuac, A.C.	Manuel Alquicira George	1	13	1,655	Iztapalapa
23	Unión de Comerciantes Ambulantes Tianguistas "Mártires del 1° de Agosto de 1924"	Fernando Sánchez Suárez, Guillermo Sánchez Gómez,	2	19	3,115	Iztapalapa, V. Carranza, Iztacalco
24	Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas del "5 de mayo" A.C.	Francisco Breña Reyes	1	15	2,642	Iztapalapa
25	Unión de Comerciantes de la Zona Oriente del D.F., A.C.	Juan Alvarado Cruz	1	2	380	Iztapalapa
26	Unión de Comerciantes de los días de Tianguis en el D.F. y Estados de la República Mexicana, A.C.	Octaviano Camela Coyotl, Arturo Camela Bardesi	2	21	4,357	A. Obregón, Cuauhtémoc, G. A. Madero, Iztapalapa, M. Hidalgo, V. Carranza
27	Unión de Comerciantes de Objetos Varios, Nuevos, Usados y Saldos, A.C.	Salvador León Campos	1	1	528	Iztapalapa
28	Unión de Comerciantes del D.F. y Estados de la República "Carmen Serdán", A.C.	Rufino Camela Ramos	1	2	160	Tlalpan
29	Unión de Comerciantes del Frente Revolucionario de Tianguistas del D.F.	Isauro López J.	1	2	786	G.A. Madero
30	Unión de Comerciantes Dominicales San Juan Xalpa, A.C.	Luis Mondragón González	1	2	120	Iztapalapa

31	Unión de Comerciantes en Mercados Populares de la República Mexicana "Lázaro Cárdenas" A.C.	José Luis Martínez Lugo, Zeferino Valle Puebla	2	29	1,982	B. Juárez, Coyoacán, Iztapalapa, Tlalpan
32	Unión de Comerciantes en Pequeño Benito Juárez, A.C.	María de Lourdes Vda. De Mendoza	1	13	1,358	B. Juárez
33	Unión de Comerciantes en Pequeño de Baratas Populares y Permanentes A.C.	Francisco Montero Aguilar	1	18	2,292	Azcapotzalco, B. Juárez, Coyoacán, Iztapalapa, M. Hidalgo, V. Carranza
34	Unión de Comerciantes en Tianguis Populares "Circuito 14B"	Daniel Franco González	1	1	112	Iztapalapa
35	Unión de Comerciantes en Tianguis, Ferias y Romerías, A.C.	José Sánchez Suárez	1	16	1,649	B. Juárez, Cuauhtémoc, Iztacalco, M. Hidalgo, Tlalpan
36	Unión de Comerciantes Móviles de Tianguis Populares, A.C.	Luis Álvarez Robles	1	4	1,126	Iztapalapa
37	Unión de Comerciantes No Asalariados Don Mele, A.C.	Melecio Ortega Aguilar	1	5	389	Iztapalapa
38	Unión de Comerciantes organizados del Centro de Iztapalapa	Rodolfo Ortiz Durán	1	7	360	Iztapalapa
39	Unión de Comerciantes Semifijos "Lic. Adolfo López Mateos", A.C.	Juan Flores Flores	1	10	3,352	Iztapalapa
40	Unión de Comerciantes Semifijos de la Colonia Escuadrón 201	Tránsito Ramírez Robledo	1	7	595	Iztapalapa
41	Unión de Comerciantes Semifijos en Av. Ejido Dolores Hidalgo, Progreso Nacional y Calle 12, A.C.	Luis Olvera Moreno	1	2	124	Coyoacán
42	Unión de Comerciantes Tianguistas del D.F.	Enrique Pulido Garduño, Crescencio Pineda Robles	2	8	791	B. Juárez, Coyoacán, Iztacalaco
43	Unión de Comerciantes y Tianguistas Ambulantes de "Puente Blanco"	José Andrade Arriaga	1	6	238	Iztapalapa
44	Unión de Comerciantes y Tianguistas en Pequeño del D.F. "Gral. Emiliano Zapata" A.C.	Celedonia Flores de Hernández	1	5	285	Iztapalapa

45	Unión de Comerciantes y Tianguistas No Asalariados en el D.F.	Néstor García Rivera	1	9	931	Iztacalco, Iztapalapa, Tlalpan, B. Juárez
46	Unión de Comerciantes, Tianguistas y Diversos en Pequeño en el D.F. y en el Estado de México	Jesús Valle Valeriano	1	2	209	G.A. Madero, Azcapotzalco
47	Unión de Mercados Rodantes de la República Mexicana, A.C.	Rafael Arellano Rojas	1	5	456	Cuajimalpa
48	Unión de Pequeños Productores Móviles "Tierra y Libertad"	Juan Hernández Romero	1	13	1,008	Tlalpan
49	Unión de Tiangueros Progresistas del D.F. y de la República Mexicana	Martín Ramos Aguilar, Martín Ramos Sarmiento	2	6	1,465	Coyoacán, M. Contreras
50	Unión de Tianguis Independientes de Coyoacán, A.C.	José Escobedo Gómez	1	4	460	Coyoacán
51	Unión de Tianguistas del D.F.	Clemente Ramírez Sarmiento	2	3	192	B. Juárez, M. Hidalgo
52	Unión de Tianguistas en el Área Metropolitana del D.F. y Estados de la República, A.C.	Juan Luna Morales	1	7	419	Iztapalapa
53	Unión de Tianguistas Locatarios de la Explanada del Mercado de San Lorenzo Tezonco	Cipriano Abundez Luquin	1	14	1,329	Iztapalapa
54	Unión de Tianguistas y Objetos Varios San José Aculco de México, A.C.	Leónides Hernández Betanzos	1	1	50	Iztapalapa
55	Unión de Tianguistas, Comerciantes Ambulantes y Similares del Circuito Tlalpan, D.F., A.C.	José Dolores Pacheco Mendoza	1	15	2,129	M. Contreras, Tlalpan
56	Unión Ejidataria y Productiva del Sur	Silvestre Reyes Luna	1	6	205	Tlapan, Xochimilco
57	Unión Emancipadora en Pequeño. Sección Autónoma	Eliseo Marín Segovia	1	3	1,190	G.A. Madero
58	Unión General de Comerciantes "Niños Héroe de Chapultepec"	Alberto Gómez Duperau	1	7	778	Iztapalapa
59	Unión General de Comerciantes de los Tianguis, A.C., S.C.	Jorge Hernández Gozaga	1	1	170	B. Juárez
60	Unión General de Comerciantes de los Tianguis, A.C., S.C.	Crescencio Pineda Robles	1	7	499	Iztapalapa
61	Unión Mexicana de Tianguistas, Semifijos, A.C.	Abel Berriozabal Urquiza	1	9	1,168	B. Juárez, Iztacalco, Iztapalapa
62	Unión Nacional de Comerciantes Abaratadores de la República Mexicana A.C.	Guillermo López Hernández	1	2	87	M. Contreras

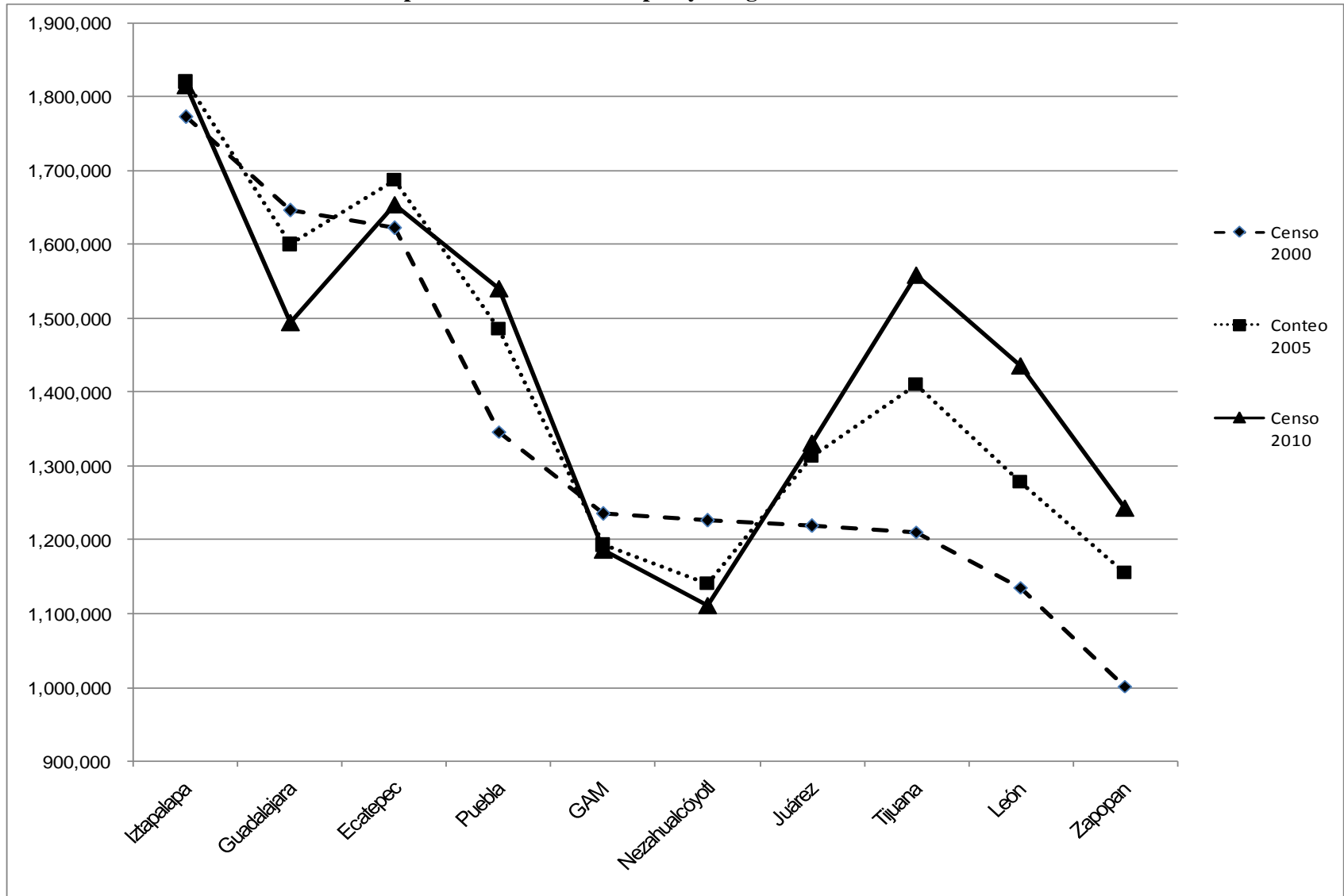
63	Unión Nacional de Comerciantes Abaratadores de Productos Básicos, A.C.	Juan José Huerta Gasca	1	2	210	Iztapalapa
64	Unión Progresista de Trabajadores Desplazados e Incapacitados de México, A.C.	Jesús León Chavarría, Cándido Zarco González	2	27	1,341	B. Juárez, Iztacalco, Iztapalapa, M. Hidalgo, Tlalpan
65	Unión Social Única de Comerciantes del D.F. y estados de la República Mexicana	Severiano de la Rosa Govantes	1	12	1,275	Coyoacán, M. Contreras, Tlalpan
66	Unión Tianguistas del Sur	Aarón Aguilar	1	3	108	Tlalpan
Total de organizaciones: 66		Total de líderes: 74		529	75,983	

Fuente: DGACD (2009) *Directorio de tianguis*, Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución, Secretaría de Desarrollo Económico, Gobierno de la Ciudad de México.

ANEXO 3

Datos sociodemográficos sobre la Delegación Iztapalapa

Gráfico 1 Población ocupada 2000-2010. Municipios y delegaciones con más de un millón de habitantes



Cuadro 1 Población según nivel escolar por sexo en el DF e Iztapalapa, 2010

Participación porcentual.

Escolaridad	DF			Iztapalapa		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Ninguna	3.5	4.5	4.0	4.5	5.7	5.1
Preescolar	4.7	4.3	4.5	4.6	4.6	4.6
Primaria	22.5	25.0	23.8	26.9	28.1	27.5
Secundaria	23.0	20.6	21.7	25.6	23.3	24.4
Preparatoria o bachillerato	18.6	15.4	16.9	18.6	16.1	17.3
Normal básica	0.1	0.4	0.3	0.1	0.3	0.2
Estudios técnicos o comerciales con primaria terminada	0.2	1.4	0.8	0.2	1.0	0.6
Estudios técnicos o comerciales con secundaria terminada	1.5	5.5	3.6	1.7	5.5	3.6
Estudios técnicos o comerciales con preparatoria terminada	1.7	2.8	2.3	1.7	2.4	2.1
Normal de licenciatura	1.5	1.8	1.7	1.3	1.8	1.6
Licenciatura o profesional	19.0	15.4	17.1	13.2	10.1	11.6
Maestría	2.2	1.6	1.9	0.7	0.7	0.7
Doctorado	0.5	0.3	0.4	0.2	0.1	0.1
No especificado	0.9	0.8	0.9	0.6	0.5	0.6
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia con base en: INEGI, XIII Censo General de Población y Vivienda, 2010, Muestra Censal, México, 2011.

Cuadro 2 Iztapalapa y DF: Población según Ingreso Mensual por Salarios Mínimos por Sexo, 2010
(Porcentaje dentro de sexo)

Ingreso Mensual	Iztapalapa			DF		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
No recibe ningún salario	1.0	2.4	1.6	1.4	2.4	1.8
Menos de 1 salario mínimo	5.5	11.8	8.0	4.4	8.7	6.2
1 a 2 salarios mínimos	24.0	30.3	26.5	18.4	23.4	20.5
Hasta 5 salarios mínimos	37.9	31.1	35.2	32.6	28.9	31.0
Hasta 6 salarios mínimos	13.0	10.2	11.9	13.4	11.9	12.8
Hasta 10 salarios mínimos	7.4	5.5	6.6	8.4	7.4	8.0
Más de 10 salarios mínimos	4.7	2.4	3.8	9.9	6.3	8.4
No especificado	6.5	6.2	6.4	11.5	10.9	11.3
Total	100	100	100	100	100	100

Cuadro 3 Iztapalapa y DF: Población según Ingreso Mensual por Salarios Mínimos por Sexo, 2010
(Porcentaje dentro de ingreso mensual)

Ingreso Mensual	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
No recibe ningún salario	39	61	100	45	55	100
Menos de 1 salario mínimo	42	58	100	42	58	100
1 a 2 salarios mínimos	55	45	100	52	48	100
Hasta 5 salarios mínimos	65	35	100	61	39	100
Hasta 6 salarios mínimos	66	34	100	61	39	100
Hasta 10 salarios mínimos	67	33	100	61	39	100
Más de 10 salarios mínimos	76	24	100	69	31	100
No especificado	62	38	100	60	40	100
Total	61	39	100	58	42	100

Fuente: Elaboración propia con base en: INEGI, XIII Censo General de Población y Vivienda, 2010, Muestra Censal, México, 2011.

Cuadro 4 Distribución de la población ocupada por ocupación principal según sexo en Iztapalapa y el Distrito Federal, 2000.

Ocupaciones	IZTAPALAPA				Total	DISTRITO FEDERAL				
	Hombre	%/hombre	Mujer	%/Mujer		Hombre	%/hombre	Mujer	%/Mujer	Total
Trabajadores en el agro	950	0.2	143	0.1	1,093	17,926	0.8	1,685	0.1	19,611
Trabajadores en esparcimiento	6,167	1.3	2,091	0.8	8,258	44,499	2.0	10,879	0.7	55,378
Supervisores	8,708	1.9	2,581	1.0	11,289	40,674	1.8	23,762	1.6	64,436
Funcionarios y directivos	8,440	1.8	3,712	1.4	12,152	43,381	2.0	23,274	1.6	66,655
No especificado	9,241	2.0	4,636	1.8	13,877	80,416	3.6	8,213	0.6	88,629
Protección y vigilancia	20,076	4.3	1,820	0.7	21,896	63,541	2.9	34,079	2.3	97,620
Jefes	14,921	3.2	7,911	3.0	22,832	85,491	3.8	30,214	2.1	115,705
Maestros	8,832	1.9	15,195	5.8	24,027	74,204	3.3	54,297	3.7	128,501
Trabajadores domésticos	4,122	0.9	21,841	8.3	25,963	91,351	4.1	51,927	3.6	143,278
Operadores maquinaria	18,910	4.1	11,061	4.2	29,971	109,934	4.9	42,169	2.9	152,103
Vendedores ambulantes	17,329	3.7	12,801	4.8	30,130	53,290	2.4	99,227	6.8	152,517
Ayudantes y peones	24,184	5.2	8,322	3.2	32,506	100,594	4.5	85,417	5.9	186,011
Técnicos	18,410	4.0	15,640	5.9	34,050	196,427	8.8	1,501	0.1	197,928
Profesionistas	21,367	4.6	13,961	5.3	35,328	28,325	1.3	180,992	12.4	209,317
Conductores de transporte	45,866	9.9	297	0.1	46,163	144,197	6.5	116,797	8.0	260,994
Trabajadores en servicios personales	34,036	7.4	21,623	8.2	55,659	175,779	7.9	105,239	7.2	281,018
Oficinistas	30,540	6.6	45,513	17.2	76,053	158,236	7.1	265,363	18.2	423,599
Obreros, artesanos y oficios	95,549	20.7	20,284	7.7	115,833	390,556	17.6	79,389	5.4	469,945
Vendedores dependientes	74,770	16.2	54,510	20.7	129,280	324,883	14.6	244,468	16.8	569,351
TOTAL	462,418	100.0	263,942	100.0	726,360	2,223,704	100.0	1,458,892	100.0	3,682,596

Fuente: Censo de Población y Vivienda, 2000, México, INEGI.

Cuadro 5 Población ocupada por ocupación principal según ingresos mínimos mensuales. Iztapalapa 2000

Ocupaciones	Salario mínimo mensual 2000							Total
	No recibe ingresos	Menos de 1 s.m.m	1 a 2 s.m.m	Hasta 4 s.m.m	Hasta 6 s.m.m	Hasta 10 s.m.m	Más de 10 s.m.m	
Profesionistas	420	550	1,968	8,053	11,041	7,152	6,144	35,328
Técnicos	491	1,316	7,527	16,553	4,929	1,776	1,458	34,050
Maestros	194	1,236	3,141	9,976	5,110	2,870	1,500	24,027
Trabajadores en el esparcimiento	143	507	1,947	3,150	1,257	790	464	8,258
Funcionarios y directivos	191	129	470	1,941	2,191	2,345	4,885	12,152
Trabajadores del agro	71	216	407	120	41	1	237	1,093
Supervisores	120	216	2,441	3,906	1,659	751	2,196	11,289
Obreros, artesanos y oficios varios	2,133	10,693	56,119	30,759	5,129	1,763	9,237	115,833
Operadores de maquinaria	185	2,054	18,525	6,596	555	126	1,930	29,971
Ayudantes y peones	1,628	4,672	21,161	3,273	180	52	1,540	32,506
Conductores de transporte	556	1,978	19,024	18,224	3,529	1,169	1,683	46,163
Jefes	197	275	2,912	9,526	4,911	2,838	2,173	22,832
Oficinistas	813	3,183	24,880	36,630	6,649	2,007	1,891	76,053
Vendedores dependientes	9,487	20,561	51,296	29,368	6,317	4,233	8,018	129,280
Vendedores ambulantes	1,986	6,814	12,777	5,130	829	527	2,067	30,130
Trabajadores en servicios personales	1,238	9,038	29,020	11,770	1,567	696	2,330	55,659
Trabajadores domésticos	416	10,156	10,760	2,052	271	14	2,294	25,963
Protección y vigilancia	45	474	5,754	10,821	1,610	556	2,636	21,896
NE	574	551	2191	1,479	495	240	8,347	13,877
Total	20,888	74,619	27,2320	20,9327	58,270	29,906	61,030	726,360

Fuente: Censo de Población y Vivienda, 2000, México, INEGI.

Cuadro 6 Distribución porcentual de los niveles escolaridad por ocupación, Iztapalapa 2000

	Ningu- no	Preescolar o kinder	Primaria	Secundaria	Preparatoria o bachillerato	Normal	Carrera técnica o comercial	Profesional	Maestría o doctorado	Total
Profesionistas	0.0	0.0	0.1	0.5	1.7		2.3	87.5	7.9	100
Técnicos	0.2	0.0	6.5	17.2	26.1	0.1	31.2	18.5	0.3	100
Maestros	0.0	0.0	1.3	5.6	9.5	12.4	10.3	55.4	5.5	100
Trabajadores en el esparcimiento	0.0	0.0	11.5	20.1	22.6	0.4	11.8	32.9	0.7	100
Funcionarios y directivos	0.0	0.0	3.2	6.4	14.2	0.8	9.2	62.1	4.2	100
Trabajadores del agro	6.2	0.0	45.6	27.6	16.2	0.0	0.7	3.8	0.0	100
Supervisores	0.7	0.1	15.9	25.6	21.0	0.0	8.7	26.5	1.4	100
Obreros, artesanos y oficios varios	2.8	0.2	39.4	36.6	12.0	0.0	5.4	3.5	0.1	100
Operadores de maquinaria	1.6	0.4	37.6	44.0	11.5	0.0	3.9	1.1	0.0	100
Ayudantes y peones	2.7	0.3	38.9	41.6	11.3	0.0	3.6	1.5	0.0	100
Conductores de transporte	0.8	0.3	30.4	42.4	18.2	0.0	3.5	4.3	0.0	100
Jefes	0.3	0.2	7.0	14.4	23.5	0.6	11.0	40.6	2.4	100
Oficinistas	0.2	0.1	7.7	23.2	30.0	0.1	25.5	12.9	0.3	100
Vendedores dependientes	2.3	0.3	29.9	33.2	19.2	0.1	6.9	8.0	0.2	100
Vendedores ambulantes	5.4	0.1	43.1	31.5	12.1	0.2	4.4	3.2	0.0	100
Trabajadores en serv. personales	3.4	0.6	39.2	36.4	13.6	0.1	4.3	2.4	0.0	100
Trabajadores domésticos	9.3	0.6	57.8	24.4	4.3	0.0	2.6	1.0	0.0	100
Protección y vigilancia	0.8	0.1	23.3	44.1	22.6	0.0	3.6	5.4	0.1	100
No especificado	2.5	0.2	22.6	32.7	17.2	0.0	5.3	18.6	0.8	100
Total	2.0	0.2	26.6	29.7	16.5	0.5	8.8	14.7	0.9	100

Fuente: Censo de Población y Vivienda, 2000, México, INEGI.

ANEXO 4 Instrumentos metodológicos

Guión de historia de vida para líderes /dirigentes de organizaciones de comerciantes en vía pública

Eje temático principal: ¿Cuándo y cómo se hizo usted líder de esta organización de comerciantes en vía pública?

Aspectos a explorar a partir de la pregunta inicial en el relato de vida

I. Historia familiar (familia de origen)

- Fecha y lugar de nacimiento de cada uno de los miembros de la familia
- Lugares de residencia
- Relaciones familiares de la unidad doméstica
 - Posición en el hogar de cada miembro respecto al jefe de familia
 - Parentesco con el jefe de familia
 - Estado civil
 - Ocupaciones
 - Fuentes de ingresos /Ingresos mensuales

II. Trayectoria escolar

III. Trayectoria laboral

IV. Participación en organizaciones (sociales, políticas, comunitarias, etc.)

V. Historia familiar (propia)

- Formación de pareja (s)
- Hijos/Hijas
- Quiénes dependen de él

VI. Historia como comerciante en vía pública

- Cómo y cuándo inicia como comerciante en vía pública
 - Circunstancias e intereses (para qué y por qué) para dedicarse al comercio en vía pública
 - Estrategias de ingreso y permanencia al comercio en vía pública
 - Relaciones con otros comerciantes (cotidianidad en la actividad)

VII. La historia como líder de comerciantes en vía pública

- Cuándo comienza como líder.
- Actores que influyen en el proceso de construcción y desarrollo del liderazgo
- Circunstancias que lo llevan a convertirse en líder (contexto)
- Intereses personales

VIII. Liderazgo, organización y relaciones con otros actores (desde la perspectiva del entrevistado)

- Sobre el concepto de liderazgo (¿Qué significa ser líder?)
- Sobre su propio liderazgo (¿Qué significa para él ser un líder?)
- Cómo establece las relaciones con los miembros de su organización
- Qué hace para que los comerciantes en vía pública cumplan con sus obligaciones
- Cuáles son las relaciones que tiene con otras organizaciones de comerciantes en vía pública.
- Relaciones con otros actores: autoridades, partidos políticos, vecinos
- Historia de la organización

IX. Representaciones y percepciones (distinguir en el antes y después)

- Sobre la situación económica, política y social del país
 - Nacional
 - Local (D.F. e Iztapalapa)
- Sobre el comercio en vía pública
- Lo legal/ilegal
- Conocimiento sobre las acciones de las autoridades sobre el comercio en vía pública: represiones, desalojos, reubicaciones, etc. (Mencionar las acciones del gobierno de Ebrard: los desalojos en el Centro Histórico y El Salado)
 - Cómo definen y perciben estas acciones (represión, abuso de autoridad, incompreensión, discriminación, aplicación de la ley, etc.?)
- Sobre el concepto de organización (¿Qué significa una organización?)
- Qué significa para el entrevistado su propia organización

X. Representaciones y percepciones sobre el futuro

- Sobre su vida personal, su familia
- Sobre su liderazgo
- Sobre la organización
- Identificación de proyectos personales, políticos, sociales, comunitarios

XI. Estructura y dinámica de la organización

- Número de miembros
- Ubicaciones geográficas
- Existencia de comité, mesa directiva, etc.: funciones
- Distribución del trabajo
- Existencia de reglamentos (escritos o no)
- Ingreso/ permanencia a la organización
- Derechos y obligaciones de los miembros
- Procesos para la toma de decisiones: reuniones, asambleas; quién convoca, cómo se establece el orden del día, cómo se toman las decisiones, como se realizan y evalúan
- Existencia de conflictos y procesos para su resolución.
 - Los conflictos al interior de la organización: entre los miembros o entre el líder y los miembros;
 - conflictos externos con otras organizaciones, con las autoridades, los vecinos, etc.
- Otras prestaciones y/o servicios que se ofrecen a los miembros de la organización, más allá del uso de suelo.
- Relaciones con otras organizaciones de comerciantes en vía pública
 - Relaciones con otro tipo organizaciones (políticas, civiles, territoriales, etc.)

Guión de entrevista a comerciantes en vía pública

I. Ingreso al comercio en vía pública

1. Experiencia laboral

- a. ¿Ha tenido otras ocupaciones, empleos, trabajos?
- b. Antes de ser comerciante ¿cuál fue el último trabajo que tuvo?
- c. ¿Por qué dejó ese trabajo?
- d. ¿Volvería a su trabajo anterior? ¿Por qué?
- e. ¿Realiza alguna otra ocupación además de ser comerciante? ¿Qué actividad es más importante para usted?

2. Ingreso al comercio en vía pública. Cuénteme ¿cómo le hizo para volverse comerciante en vía pública?

- a. Tiempo que lleva de comerciante
- b. Lugares en los que ha desarrollado la actividad
- c. ¿Cómo tomó la decisión?
- d. ¿Cómo consiguió el dinero para empezar?
- e. ¿Cómo llegó a la organización en la que actualmente desarrolla la actividad?

II. Permanencia en el comercio en vía pública

1. Desempeño cotidiano de la actividad

- a. ¿Cuénteme cómo se organiza para atender su puesto?
 - i. Horario de trabajo
 - ii. Compra de mercancías o productos
 - iii. Ubicaciones geográficas en las que trabaja (cuántos días a la semana trabaja y en dónde)
 - iv. Redes de apoyo
 1. A quienes recurre para obtener ayuda. Cómo le ayudan (subcontratación, familiares, amigos, otros comerciante, etc.)
- b. ¿Cuáles son los problemas que enfrenta para vender en la calle?

2. Dinámica de la(las) organizaciones a las que pertenece (si el entrevistado pertenece a más de una organización preguntar por cada una y buscar la comparación)

- a. ¿Qué significa para usted estar organizado?
- b. ¿Conoce cuál es la historia de la organización?
- c. Además de vender ¿Realiza otras actividades como miembro de la /las organizaciones? ¿Cuáles?
- d. ¿Cómo se distribuyen las tareas?
- e. ¿Cuáles son sus derechos y obligaciones?
- f. ¿Cada cuando paga cuotas y cuánto paga?
- g. ¿Tienen reuniones, asambleas? ¿Cada cuánto se hacen? ¿Quién las convoca?
- h. ¿De qué se habla en las reuniones? ¿Cómo se toman las decisiones?
- i. ¿Les dan seguimiento a las decisiones que se toman? ¿Quién les da seguimiento? ¿Cómo se hace este seguimiento?
- j. ¿Existe algún reglamento de la organización? ¿En qué consiste?
- k. Además del permiso para vender, qué otros apoyos da la organización
- l. ¿Ha recibido apoyos de la organización? ¿En qué consistieron? ¿Cómo los solicitó?

- m. ¿Cómo se lleva con los otros miembros de la organización? ¿Se ayudan? ¿Cómo se ayudan?
- n. ¿Tienen relaciones, contactos con otras organizaciones? ¿Qué hacen?
- o. ¿La organización pertenece a algún partido político?
- p. ¿Han intentado desalojarlos, reubicarlos? ¿Qué han hecho?
- q. Platíqueme de algún problema que hayan tenido, por ejemplo entre comerciantes, con los vecinos, con otras organizaciones ¿Cómo le hicieron para resolverlo?

3. Sobre el líder de la organización

- a. ¿Qué significa para usted ser líder?
- b. ¿Qué es lo que generalmente hace el líder de la organización?
- c. ¿El líder tiene personas que lo ayuden? ¿Quiénes son? ¿Qué hacen?
- d. ¿Cómo se lleva con el líder? ¿Cómo se lleva con las personas que ayudan al líder?
- e. ¿Qué piensa de lo que hace el líder?
- f. Para usted ¿qué debería hacer un líder, cómo debería ser?
- g. ¿Qué piensa de los líderes de las organizaciones en las que usted trabaja?

3.1 Sobre la organización

¿Cuándo y cómo ingresa a esta organización?

¿En qué actividades ha participado?

¿Asiste regularmente a las asambleas?

¿Qué piensa de los líderes? (buscar la comparación entre los diferentes líderes)

¿Qué actividades, tareas, debería hacer la organización?

¿Estaría dispuesto(a) a participar en otras actividades además de las asambleas y de la romería del Día de Reyes?

4. Representaciones y percepciones

- a. ¿Qué piensa de la situación económica, política y social del país?
 - i. Nacional
 - ii. Local
- b. ¿Qué piensa de los desalojos y reubicaciones que está haciendo el actual gobierno del Distrito Federal para regular al comercio en vía pública? (Mencionar como ejemplo el desalojo del Centro Histórico, la reubicación del tianguis del Salado, las incursiones en Santa Cruz Meyehualco, los problemas que puede presentar la construcción de la Línea 12 del Metro)
- c. ¿Qué piensa el proceso electoral actual (2009)? ¿Qué opina de que uno de los líderes de Los Dorados invite a votar por un partido político?

5. Representaciones y percepciones sobre el futuro

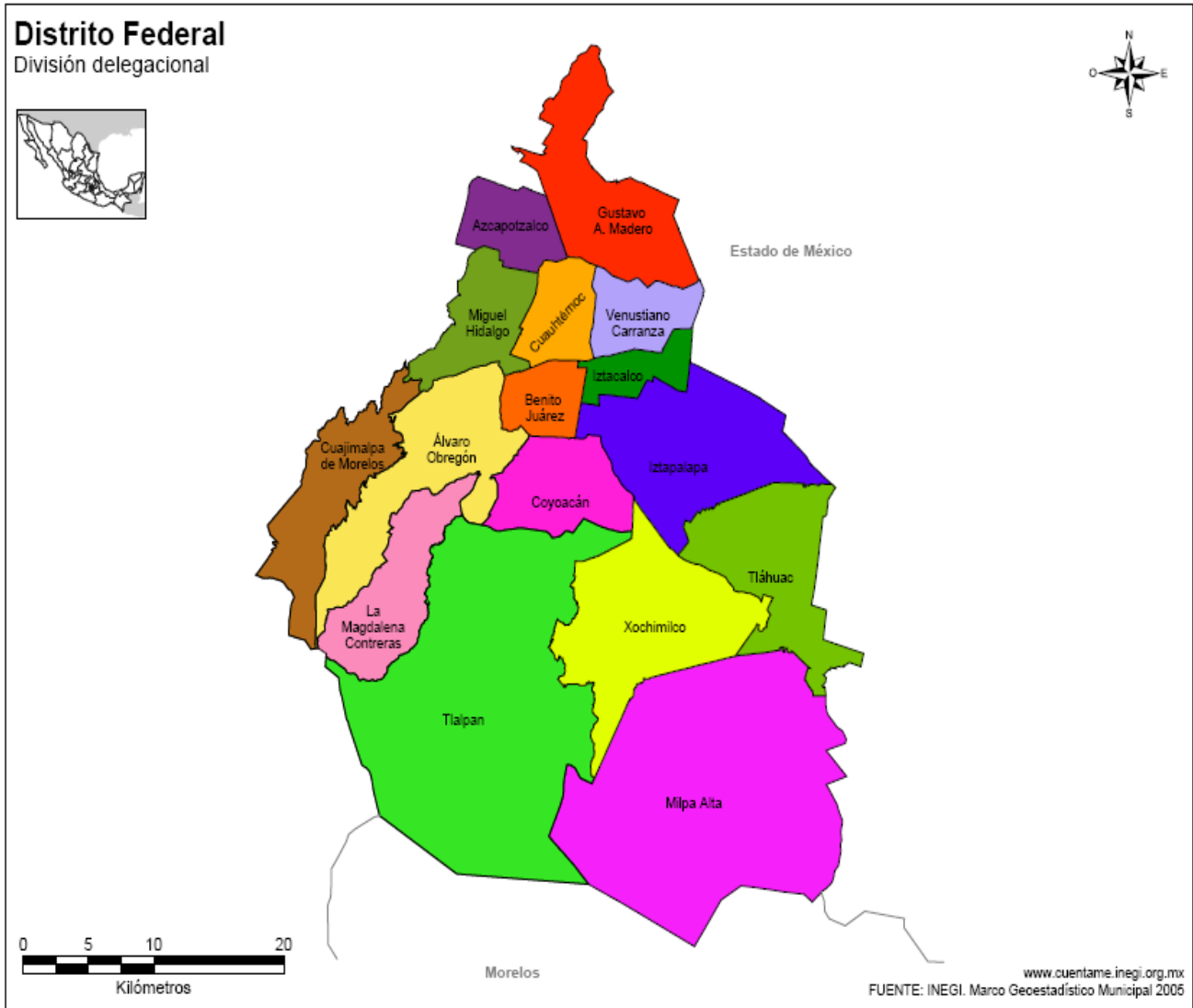
- a. ¿Le gusta ser comerciante? ¿Por qué?
- b. ¿Le gustaría dedicarse a otra actividad? ¿A cuál? ¿Por qué?
- c. ¿Le gustaría que alguno de sus hijos se dedicara a ser comerciante? ¿Por qué?

6. DATOS GENERALES

<i>Eje temático</i>	<i>Variables</i>	<i>Pregunta</i>
Nombre	(Pregunta opcional)	¿Cuál es su nombre?
Sexo	1. Masculino 2. Femenino	
Edad (años cumplidos)		¿Cuántos años cumplidos tiene?
Lugar de origen	Estado	¿En dónde nació?
Años de residencia en el Distrito Federal		¿Cuántos años tiene de vivir en el D.F.?

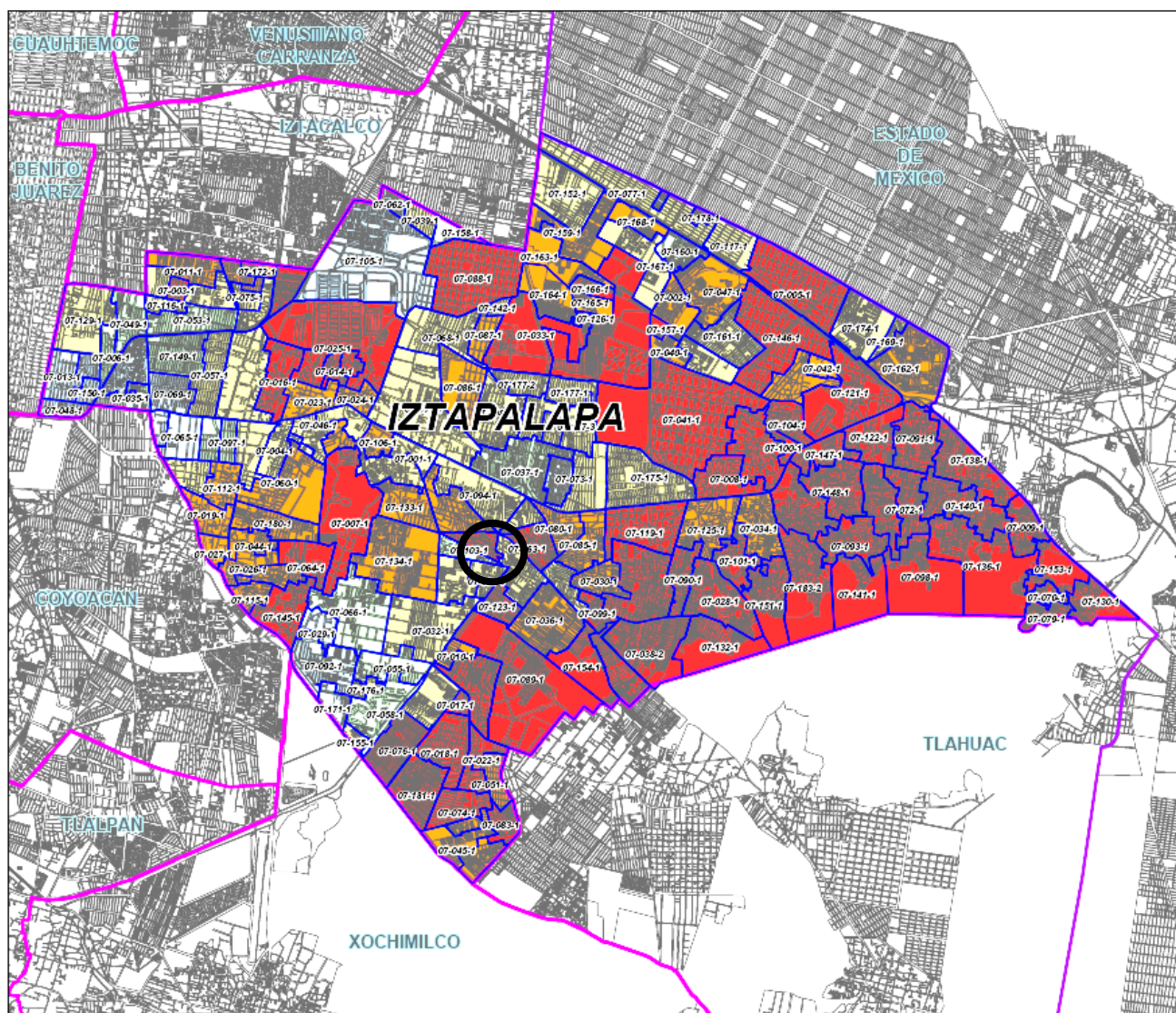
Lugar de residencia	Delegación Colonia	¿En dónde vive actualmente?
Nivel de escolaridad	1. Analfabeta 2. Primaria Incompleta 3. Primaria Completa 4. Secundaria Incompleta 5. Secundaria Completa 6. Bachillerato Normal 8. Superior profesional 9. Posgrado	¿Cuál fue el último grado que estudió?
Estado civil	1. Soltero (a) 2. Divorciado (a) 3. Casado (a) 4. Unión libre 5. Viudo (a)	¿Cuál es su estado civil?
No. De hijos nacidos vivos	1. No. de hijos 2. No. de hijas	¿Cuántos hijos e hijas ha tenido?

ANEXO 5 Mapas
Mapa 1 División delegacional del Distrito Federal



Fuente: INEGI, 2005

Mapa 2 División territorial y grados de marginación de Iztapalapa²¹⁸

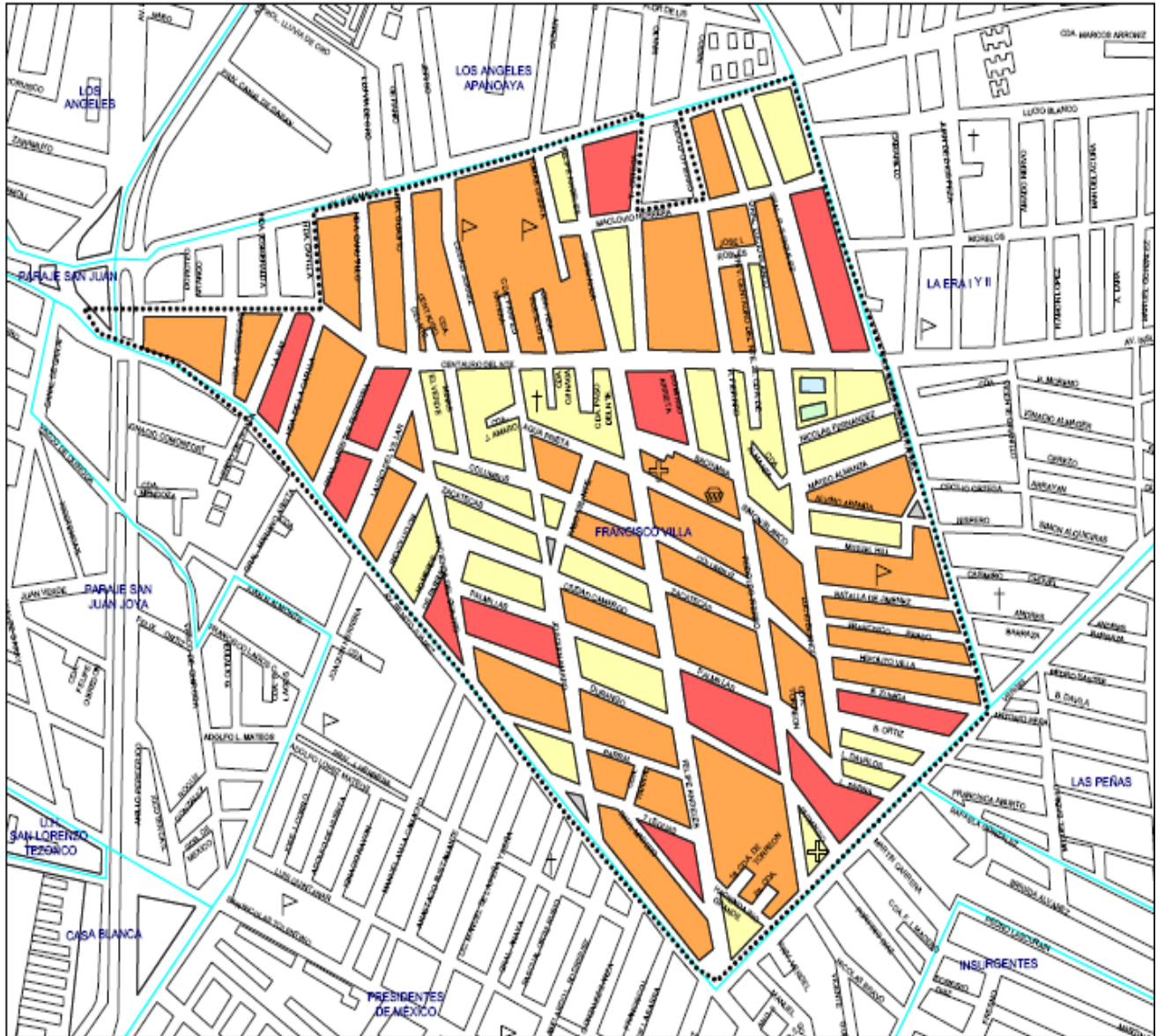


Grado de marginación	Unidades territoriales	Población	%
Muy Alta	65	761, 332	42.9
Alta	45	388, 813	21.9
Media	46	444, 089	25.1
Baja	15	107, 638	6.1
Muy Baja	15	71, 471	4.0
Total	186	1,773,343	100.0

Fuente: COPLADET, 2003. Con datos del Censo General de Población y Vivienda 2000, INEGI.

²¹⁸ El círculo en el mapa indica la ubicación de la colonia Francisco Villa.

Mapa 3 División territorial y grados de marginación de la colonia Francisco Villa, delegación Iztapalapa



BIBLIOGRAFÍA

- “Acuerdo Número 11/98 mediante el cual se emite el Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública y los criterios para la aplicación de cuotas por concepto de aprovechamientos por el uso o explotación de vías y áreas públicas para realizar actividades mercantiles.” *Gaceta Oficial del Distrito Federal*, México, D.F. 16 de febrero de 1998.
- “Acuerdo mediante el cual se da a conocer el Programa de Apoyo para la Reubicación del Comercio Popular del Centro Histórico de la ciudad de México.” *Gaceta Oficial del Distrito Federal*, México, D.F. 16 de octubre de 2007.
- Alexander, Jeffrey y Bernhard Giesen (1994), “Introducción” en Alexander, Jeffrey, Bernhard Giesen, Richard Münch y Neil J. Smelser (comps.) *El vínculo micro-macro*, Universidad de Guadalajara, Gamma Editorial, pp. 9-58.
- Álvarez, Lucía (2004) “Capítulo III. La sociedad civil realmente existe en la Ciudad de México. Cuatro estudios de caso” en *La sociedad civil en la Ciudad de México. Actores sociales, Oportunidades políticas y esfera pública*, México, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades/UNAM, Plaza y Valdés, pp. 127-190
- Asamblea de Representantes del Distrito Federal (1993) “Bando por el que se prohíbe el ejercicio del comercio en la vía pública en puestos fijos, semifijos y de cualquier otro tipo en las calles comprendidas dentro del perímetro determinado por el Departamento del Distrito Federal para la Primera Fase de Desarrollo del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular” *Diario Oficial de la Federación*, 12 de julio de 1993.
- Asamblea Legislativa del Distrito Federal) (2006) *Diario de los debates*, Año 3, Núm 7, 15 de febrero. URL: <http://www.aldf.gob.mx/1er-periodo-ordinario-204-26.html> última consulta enero de 2010
- (2009) *Plan de Trabajo. Comisión de Abasto y Distribución de Alimentos, 2009-2012* URL: <http://www.aldf.gob.mx/programa-trabajo-701-10.html>, última consulta enero 2010.
- (2010) *Mesa de trabajo de la Comisión de Abasto y Distribución de Alimentos*. Versión estenográfica, 20 de julio. URL: <http://www.aldf.gob.mx/archivo-312054550182d3e999cee61fb34fc18e.pdf>
- Berry, Anthony y Susan Cartwright (2000) “Leadership: a critical construction” *Leadership & Organization Development Journal*, Emerald Group, Vol. 27, No. 7, pp. 342-349.
- Bourdieu, Pierre (1984) “Espacio social y génesis de las ‘clases’” en *Sociología y cultura*, México, Grijalbo, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, pp. 281-309
- (1988a), *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus.
- (1988b), *Cosas dichas*, México, Gedisa.
- (1991), “Libro 1. Crítica de la razón teórica” en *El sentido práctico*, Madrid, Taurus, pp. 47-240
- (1994), “Espíritus de Estado. Génesis y estructura del campo burocrático”, en *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona, Anagrama, pp. 91-138
- (1999), “Efectos de Lugar” en Bourdieu, Pierre (dir.) *La miseria del mundo*, Argentina, Fondo de Cultura Económica, pp. 119-124.
- (1999a), “El conocimiento por cuerpos” en *Meditaciones pascalianas*, Barcelona, Anagrama, pp. 171-214.
- (1999b) “Al lector”, “El espacio de los puntos de vista” “Efectos de lugar”, “Comprender” y “Post-scriptum” en *La miseria del mundo*, Argentina, Fondo de Cultura Económica, pp. 7-10, 119-124, 527-543 y 555-557
- (2000a), “Sobre el poder simbólico” en *Intelectuales, política y poder*, Buenos Aires, EUDEBA, pp. 65-73.
- (2000b), *Las estructuras sociales de la economía*, Barcelona, Anagrama.
- (2000c), “Algunas propiedades de los campos” en *Cuestiones de Sociología*, España, Editorial Istmo, pp. 112-119
- (2001a), *El campo político*, La Paz, Bolivia, Plural Editores.

- (2001b), “Las formas de capital. Capital económico, capital cultural y capital social” en *Poder, derecho y clases sociales*, Bilbao, España, Editorial Desclée de Brouwer, pp. 131-164.
- (2003), *Los usos sociales de la ciencia*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- (2007), *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona, Anagrama.
- Bourdieu, Pierre y Loïc Wacquant (1995) *Respuestas. Por una antropología reflexiva*, México, Grijalbo.
- (2005), *Una invitación a la sociología reflexiva*, Argentina, Siglo XXI Editores.
- Bredemeier, Harry C. (2001), “La teoría del intercambio” en Bottomore, Tom y Robert Nisbet, *Historia del pensamiento sociológico*, Buenos Aires, Amorrortu, pp. 477-521
- Cadena López, Aydé (2011) *El modelo educativo del Instituto de Educación Media Superior (IEMS) del Gobierno del Distrito Federal: la Preparatoria Iztapalapa I (1999-2009)*, México, Trabajo Recepcional para obtener el título de Licenciada en Ciencia Política y Administración Urbana, México, D.F., Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- Carrera, Alberto (2007) “Espacio público y participación ciudadana en el contexto de la gestión del desarrollo urbano. El caso del Cerro de la Estrella en Iztapalapa, Ciudad de México” *Razón y Palabra*, Núm. 55, febrero-marzo. URL: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n55/acarrera.html>, última consulta, septiembre 2009.
- Castillo Palma, Norma Angélica (1983) *Migración y transformación ocupacional en Iztapalapa (1930-1950): un impacto de la urbanización de la Ciudad de México*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, tesis de maestría.
- Castón Boyer, Pedro (1996), “La sociología de Pierre Bourdieu” *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, Madrid, No. 76, pp. 75-97.
- Castro, José Esteban (2007), “El estudio interdisciplinario de los conflictos por el agua en el medio urbano: una contribución desde la sociología”, *Cuadernos del CENDES*, Año 24, Núm. 66, septiembre-diciembre, Caracas, Universidad Autónoma de Venezuela, pp. 21-46.
- Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (2005), *Reporte Temático Núm. 2 Comercio ambulante*, México, Cámara de Diputados, LIX Legislatura. URL: <http://www.diputados.gob.mx/cesop/doctos/Comercio%20Ambulante.pdf>
- Código Civil del Distrito Federal, *Diario Oficial de la Federación* México, 26 de mayo de 1928. URL: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Distrito%20Federal/wo29081.pdf> última consulta enero 2011.
- Comunicación Comunitaria A.C. y Universidad Autónoma de la Ciudad de México, (2005) *Chinampas por asfalto*. (Serie: Memoria viva de Iztapalapa) [video] México. URL: <http://www.comunicacioncomunitaria.org/> última consulta, octubre 2009
- CONAPO (Consejo Nacional de Población) (2000) *Índices de marginación 2000*, México, CONAPO.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (1917), México, URL: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf>, última consulta, noviembre 2010.
- COPLADET (Coordinación de Planeación del Desarrollo Territorial) (2003), *Atlas Socioeconómico y de Marginación de las Unidades Territoriales del Distrito Federal, 2003*, México, Gobierno del Distrito Federal. URL: <http://www.siege.df.gob.mx/copladet/index.html?abrir=Abrir+Atlas>, última consulta junio 2009.
- Córdova, Arnaldo (1972) *La formación del poder político en México*, México, Editorial ERA.
- (1974) *La política de masas del cardenismo*, México, Editorial ERA.
- Cross, John (1997): “Debilitando el clientelismo: la formalización del ambulante en la ciudad de México” *Revista Mexicana de Sociología*, México, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, Año LIX, Núm. 4, octubre-diciembre, pp. 93-115.
- (1998): *Informal politics. Street vendors and the State in Mexico City*, Stanford, California, Stanford University Press.
- Cross, John and Alfonso Morales (2007) “Introduction. Locating street markets in the modern/posmodern World” in Cross, John and Alfonso Morales (eds.) *Street entrepreneurs. People, place and politics in local and global perspective*, Oxon, Great Britain, pp. 1-14

- Cross, John and Marina Marides (2007) "Capitalism, modernity, and the 'appropriate' use of space" in Cross, John and Alfonso Morales (eds.) *Street entrepreneurs. People, place and politics in local and global perspective*, Oxon, Great Britain, pp.19-35
- Crozier, Michel y Erhard Friedberg (1990), *El actor y el sistema. Las restricciones de la acción colectiva*, México, Alianza Editorial Mexicana.
- De Alba, Martha, Arnaud Exbalin y Georgina Rodríguez (2007) "El ambulante en imágenes : una historia de representaciones de la venta callejera en la Ciudad de México (siglos XVIII-XX)", *Cybergeo : European Journal of Geography*, Dossiers, Ambulantage et métropolisation, document 373, URL: <http://cybergeo.revues.org/index5591.html>, última consulta 10 de enero de 2010.
- De Gaulejac, Vincent (2002) "Lo irreductible social y lo irreductible psíquico" *Perfiles Latinoamericanos*, diciembre, año/vol. 10, Núm. 021, México, D.F. FLACSO, pp. 49-71
- De Soto, Hernando (1987): *El otro sendero. La revolución informal*. México, Diana.
- Delegación Iztapalapa (2006) *Indicaciones básicas para la operación de tianguis. Iztapalapa: un gobierno de continuidad y resultados*. México, Delegación Iztapalapa, Dirección General de Jurídica y de Gobierno, Dirección de Gobierno, Coordinación de Mercados y Vía Pública.
- "Dictamen que presenta la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana, a la iniciativa con proyecto de decreto por el que se adiciona una norma '29. Mejoramiento de las Condiciones de equidad y competitividad para el abasto público', a los programas delegacionales y parciales de desarrollo Urbano del Distrito Federal que se indican." (2011) *Gaceta Parlamentaria de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal*, abril, Año 2, Segundo Ordinario, V Legislatura Núm. 132, pp. 14-34. URL: <http://www.aldf.gob.mx/gaceta-parlamentaria-903-1.html>. Última consulta, abril 2011
- Dion, Leon (1968) "The concept of political leadership: an analysis" *Canadian Journal of Political Science*, Vol. 1, No. 1, marzo, pp. 2-17.
- Dirección de Estadística y Estudios Electorales, *Estadística electoral local*, 2000, 2003. México, Dirección Ejecutiva de Organización Electoral, Instituto Electoral del Distrito Federal. URL: www.iedf.org.mx última consulta, noviembre de 2010
- Dirección Ejecutiva de Organización y Geografía Electoral, (2006) *Sistema de consulta de los resultados de las elecciones locales 2006*, México, Instituto Electoral del Distrito Federal. URL: <http://www.iedf.org.mx/eel/eel06/index.html>, última consulta enero 2010.
- , (2009) *Sistema de consulta de los resultados de las elecciones locales 2009*, México, Instituto Electoral del Distrito Federal. URL: <http://www.iedf.org.mx/eel/eel09/index.html>, última consulta junio 2010.
- Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución (2002) *Normas para la realización de Romerías en los Mercados Públicos*. URL: <http://cgservicios.df.gob.mx/prontuario/vigente/76.doc> Última consulta febrero 2009,
- (2004) *Proyecto de Normas para la Operación de Tianguis en el D.F.* URL: http://www.dgacd.df.gob.mx/normatividad/proyectos/normas_tianguis.html (Última consulta 14 de febrero de 2008)
- *Diagnóstico*. Distrito Federal, México, Gobierno del Distrito Federal. URL: <http://www.dgacd.df.gob.mx/dgacd/diagnosticos/index.html> última consulta 27 de noviembre de 2007.
- *Regularización Administrativa de Concentraciones de Comerciantes*. URL: http://www.dgacd.df.gob.mx/modernizacion/reg_concentraciones.html Última consulta, 28 de noviembre de 2007
- (2006c) *Directorio de Tianguis*. Dirección de Regulación y Mejoramiento de los Canales de Distribución. Subdirección De Planeación y Normatividad. Secretaría de Desarrollo Económico, Gobierno del Distrito Federal. URL: <http://www.dgacd.df.gob.mx/comercial/canales/tian.pdf> última consulta 28 de noviembre de 2007

- (2007) *Avances normativos*, URL: <http://www.dgacd.df.gob.mx/normatividad/avancesnormativos.html> Última consulta, 28 de noviembre de 2007
- Escobar Latapí, Agustín (1990) “Estado, orden político e informalidad: notas para discusión” *Nueva Antropología*, año/vol. XI, Núm, 037, México, UNAM, pp. 23-40.
- Escobedo, Andrea (2006) *Economía y política ambulantes. El comercio popular en las calles del Centro Histórico de la Ciudad de México*, Tesis para obtener el título de Licenciada en Relaciones Internacionales, México, El Colegio de México
- Espinosa, Mario (2004) “Historia y cultura política de la participación ciudadana en la Ciudad de México: entre los condicionamientos del sistema y el ensueño cívico”, *Andamios*, Núm, 1, otoño-invierno, pp. 9-49
- Fideicomiso de Estudios Estratégicos sobre la Ciudad de México (2000), *La ciudad de México hoy. Bases para un diagnóstico*, México, Gobierno de Distrito Federal.
- Favela, Diana Margarita (2002) “La estructura de oportunidades políticas de los movimientos sociales en sistemas cerrados: examen del caso mexicano” *Estudios Sociológicos*, Vol. XX, Núm. 58 pp. 91-121.
- Fideicomiso para la Construcción y Operación de la Central de Abasto de la Ciudad de México, URL <http://www.ficeda.com.mx/indicadoresbasicos.php> Última consulta: diciembre, 2010.
- Foot, William (1993) *Street corner society. The social estructura of an italian slum*, USA, The Chicago University Press.
- García Mora, Carlos (s/f) “Iztapalapa organización religiosa de un pueblo chinampero” (Versión corregida del artículo publicado con el título: “Iztapalapa, tradicionalismo y modernización”. *Boletín de la Escuela de Ciencias Antropológicas de la Universidad de Yucatán*, Mérida, año 2, marzo-, abril de 1974, núm. 11, pp. 11-27) URL: www.tsimarhu.com/pdf/cuencademexico/iztapalapa.pdf última consulta octubre de 2009
- GDF (Gobierno del Distrito Federal) (1997) *Programa delegacional de desarrollo urbano de Iztapalapa 1997*, México, Gobierno del Distrito Federal.
- (2000) *Breviario 2000 Distrito Federal*, Gobierno de la Ciudad de México, México. URL: <http://www.copo.df.gob.mx/publicaciones/index.html> última consulta, noviembre 2009
- (2008) *Programa delegacional de desarrollo urbano para la Delegación Iztapalapa 2008*, México, Gobierno del Distrito Federal.
- Glaser, Barney y Anselm, L. Strauss (1967) *The discovery of grounded theory. Strategies for qualitative research*, Chicago, Aldine Publishing Company.
- Gutiérrez, Alicia (1997) *Pierre Bourdieu. Las prácticas sociales*, Argentina, Universidad Nacional de Misiones, Posadas.
- (2004) “Poder, hábitos y representaciones: recorrido por el concepto de violencia simbólica en Pierre Bourdieu” en *Revista Complutense de Educación*, Madrid, Universidad Complutense, Vol. 15 Núm. 1, pp. 289-300
- Hart, Keith (1973) “Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana” *The Journal of Modern African Studies*, Vol. 11, No. 1 marzo, pp. 61-89
- ICESI (Instituto Ciudadano de Estudios sobre la Inseguridad) (2005), *Análisis sobre la violencia social en la Delegación Iztapalapa*, México, ICESI. URL: <http://www.icesi.org.mx/propuestas/index.asp>, última consulta enero de 2008.
- INEGI (Instituto de Estadística y Geografía) (2000) *Clasificación Mexicana de Ocupaciones (CMO) Vol. I*, Aguascalientes, México, INEGI.
- (Instituto de Estadística y Geografía) (2001) *Censo General de Población y Vivienda 2000*. Aguascalientes, México, INEGI.
- (2004) *La ocupación en el sector no estructurado en México (1995-2003)*, México, INEGI.
- (2005a) *Clasificación Mexicana de Ocupaciones (CMO)*, Aguascalientes, México, INEGI.

- (2005b) *Marco geoestadístico nacional 2005*, Aguascalientes, México, INEGI. URL: <http://cuentame.inegi.org.mx/mapas/default.aspx?tema=M> última consulta, junio 2009.
- *Glosario de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*, Aguascalientes, México, INEGI, URL: <http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/tematicos/mediano/glogen/.asp?t=EHENOE&c=6174> última consulta, octubre de 2009.
- *Glosario de la Encuesta Nacional de Micronegocios*, Aguascalientes, México, INEGI, URL: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/rutinas/glogen/default.aspx?t=ESNAMIN&s=est&c=10649> última consulta octubre de 2009
- *Glosario de la Encuesta Nacional de Empleo Urbano*, Aguascalientes, México, INEGI, URL: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/rutinas/glogen/default.aspx?t=EHNEU&s=est&c=10737> última consulta, octubre de 2009.
- (2011) *Censo de Población y Vivienda 2010. Principales resultados por localidad (ITER)* URL: http://www3.inegi.org.mx/sistemas/iter/entidad_indicador.aspx?ev=5 última consulta marzo, 2011.
- Joseph, Errol, E. y Bruce E. Winston (2005) “A correlation of servant leadership, leader trust and organizational trust” *Leadership & Organization Development Journal*, Emerald Group, Vol. 26, No. 1, pp. 6-22
- “Ley de Participación Ciudadana” (1998) *Gaceta Oficial del Distrito Federal*, México, Distrito Federal. URL: www.enlace.df.gob.mx/mjuridico/pdfs/ley_par_ciu.pdf última consulta septiembre, 2011.
- López Camps, Jordi e Isaura Leal Fernández (2005) *Aprender liderazgo político*, México, Paidós.
- Maloney, William F. (2004): *Informality in Latin America*, World Bank. Ponencia presentada en el Seminario *El reto de la informalidad y la pobreza moderada*, 4 y 5 de octubre, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y Escuela Iberoamericana de Políticas Públicas, México, D.F.
- Martínez Garnica, Armando (1985) “De la metáfora al mito: la visión de las crónicas sobre el tianguis prehispánico” *Historia Mexicana*, Vol. 34, No. 4 (abril-junio), México, pp. 685-700.
- Mejía, Roberto, et. al. (2003) *Tríptico informativo: Fundación de la Colonia Francisco Villa* elaborado por el Comité Vecinal de la Colonia elegido en 1999.
- Mendoza, Jorge Alberto (1994) *The characteristics and behavior of street vendors: a case study in Mexico City*, tesis para obtener el grado de Doctor en Administración, México, Instituto de Estudios Superiores de Monterrey.
- Monnet, Jérôme (2005) “El prisma del ambulante. Conceptualización del ambulante, de los vendedores a los clientes: un acercamiento a la metrópoli posfordista” en *Memoria del Seminario: El ambulante en la Ciudad de México, Investigaciones recientes*, México, Programa de Estudios Universitarios de la Ciudad de México /UNAM, Centro Francés de Estudios Mexicanos y Centroamericanos, 13 pp.
- Ortega Mendoza, Tanya (2005) *Referentes de identidad social, México*, ICESI. URL: <http://www.icesi.org.mx/propuestas/index.asp>, última consulta septiembre de 2009.
- Peña, Sergio (1999) “Informal markets: street vendors in Mexico City” *Habitat Intl*, Great Britain, Elsevier Science Ltd., Vol. 23 No. 3, pp. 363-372.
- Portes, Alejandro (1995): *En torno a la informalidad: ensayos sobre teoría y medición de la economía no regulada*, México, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Miguel Ángel Porrúa Editores.
- Pradilla Cobos, Emilio, (1993): “El comercio en vía pública de la Ciudad de México” en Pradilla Cobos, Emilio, *Territorios en crisis. México 1970-1992*, México, Grupo Editorial Eón, Programa Editorial Red Nacional de Investigación Urbana, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, pp. 173-218.

- Prud'homme, Jean (1988) "Identidad social y representación política en la obra de Pierre Bourdieu" *Sociológica*, Año 3, Núm. 6, URL <http://www.revistasociologica.com.mx/numeros2.asp?mtr=6#>. Última consulta, febrero de 2008.
- Rabotnikof, Nora (2003) "Introducción" *En busca de un lugar común. El espacio público en la teoría política contemporánea* México, UNAM /IIF, pp. 9-25
- Ramírez Sáiz, Juan Manuel (1984) "Los movimientos sociales urbanos en México: elementos para una caracterización" *Revista Nueva Antropología*, Año/Vol. VI, Núm. 024, pp. 21-34.
- (2005) "Organizaciones urbano-populares, producción habitacional y desarrollo urbano en la Ciudad de México, 1980-2002" *Desacatos*, Núm. 010, septiembre-diciembre, pp. 113-156.
- Reglamento de Mercados para el Distrito Federal de 1951, México, *Diario Oficial de la Federación*, 1 de junio de 1951. URL: <http://www.df.gob.mx/leyes/normatividad.html?materia=1&apartado=2&disp=689> última consulta 28 de noviembre de 2007.
- Rodríguez, Mariángela (1992) "Las fiestas como modeladores de identidades y diferenciaciones" *Iztapalapa*, Núm. 25, pp. 13-28
- Sabia, Daniel R. (1996) "Weber's political ethics and the problema of dirty hands" *Journal of Management History*, Vol. 2, No. 1 pp. 6-20
- Safa, Patricia (1998) *Vecinos y vecindarios en la ciudad de México. Un estudio sobre la construcción de identidades vecinales en Coyoacán, D.F.* México, Miguel ángel Porrúa Editores, CIESAS, UAM-I.
- Salas, Carlos (2006) "Capítulo 6: El Sector Informal: Auxilio u obstáculo para el conocimiento de la realidad social en América Latina" en De la Garza Toledo, Enrique (coord.) *Teorías sociales y estudios del trabajo. Nuevos Enfoques*. México, Anthropos, Universidad Autónoma-Iztapalapa, pp. 192-223
- Sánchez, Rolando (2004) "La observación participante como escenario y configuración de la diversidad de significados" en Tarrés, María Luisa (coord.) *Observar, escuchar, comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social*, México, El Colegio de México, FLACSO, Miguel Ángel Porrúa Editores, pp. 97-131
- Sánchez-Mejorada, Cristina (2005) *Rezagos de la modernidad. Memorias de una ciudad presente*, México, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Scott, James C. (2000) *Los dominados y el arte de la resistencia*, México, Editorial Era.
- Silva, Diana (2010) "Comercio ambulante en el Centro Histórico de la ciudad de México (1990-2007)" *Revista Mexicana de Sociología*, 72, Núm. 2, pp. 195-224.
- (2011) *Negociando la (in)-formalidad las contendas por el desalojo del comercio ambulante en el Centro Histórico de la Ciudad de México (1990-2008)*, tesis para optar por el grado de Doctora en Ciencia Social con especialidad en Sociología, México, El Colegio de México
- Sistema de Información del Desarrollo Social, Gobierno de la Ciudad de México. URL: <http://www.sideso.df.gob.mx/index.php?id=13> última consulta, noviembre 2009.
- Solís, Marlene (1997) *Comercio en vía pública y conflicto urbano. El caso del Centro Histórico de la Ciudad de México*, Tesis para obtener el grado de Maestría en Desarrollo Urbano, México, El Colegio de México
- Stamm, Caroline (2007) "La democratización de la gestión de las plazas de comercio popular en el centro histórico de la Ciudad de México" *Trace*, Núm. 51, pp. 83-93 URL: <http://trace.revues.org/index654.html?file=1> última consulta, enero 2010.
- Strauss, A. y Corbin, J. (2002) *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar teoría fundamentada*, Medellín, Colombia, Facultad de Enfermería de la Universidad de Antioquia.
- Suárez, Hugo José (2009) "Pierre Bourdieu: político y científico" *Estudios Sociológicos*, Vol. XXVII, Núm. 80, pp. 433-449.
- Subsecretaría de Programas Delegacionales y Reordenamiento de la Vía Pública (2007) *Programa de Apoyo para la Reubicación del Comercio Popular del Centro Histórico de la ciudad de México*.

- México, GDF. URL: http://www.secgob.df.gob.mx/wp-content/pdf/reubicacion_comercio.pdf, última consulta, junio, 2010.
- Tejera Gaona, Héctor (2003) “Vecinos, identidades locales y participación ciudadana en la ciudad de México: la experiencia de los Comités vecinales” III Concurso de Tesis, Ensayo y Cuento, México, Instituto Electoral del Distrito Federal, pp. 9-46
- Temkin, Benjamín y Gisela Zaremborg (2004) *Explorando el mercado informal: ¿qué hay entre la elección voluntaria y la determinación social?* (Versión preliminar). Ponencia presentada en el Seminario *El reto de la informalidad y la pobreza moderada*, 4 y 5 de octubre, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y Escuela Iberoamericana de Políticas Públicas, México, D.F.
- Torres Cano, Amparo (2006) *Respuestas vecinales a la inseguridad pública en la ciudad de México. El caso de Iztapalapa*, México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, tesina para obtener el grado de licenciada en sociología.
- Torres Jiménez, Ricardo (1996) “El Comercio en vía pública como forma de sobrevivencia” *Sociológica*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Vol. 11, Núm. 32, septiembre-diciembre.
- (1997) “El comercio en vía pública: entre programas de reordenación urbana” en *Gestión y Estrategia*, México, Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, Núm. 11-12, enero-diciembre.
- Torres Jiménez, Ricardo (1998) “La reordenación en la vía pública en el Distrito Federal. Programas 1997 y 1998” *Sociológica*, Año 13, Núm. 37, mayo-agosto, 267-277.
- Valdés Vega, María Eugenia (2005) “Elecciones y partidos políticos en Iztapalapa” en Rosales Ortega, Rocío, Delia Montero Contreras y Javier Melgoza Valdivia *Diversidad urbana, política y social en Iztapalapa*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, pp. 229-256.
- Vela, Fortino (2004) “Un acto sociológico básico de la investigación social: la entrevista cualitativa” en Tarrés, María Luisa (coord.) *Observar, escuchar, comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social*, México, El Colegio de México, FLACSO, Miguel Ángel Porrúa Editores, pp. 63- 95.
- Velasco Yáñez, David (1998) “La fórmula generadora del sentido práctico. Una aproximación a la filosofía de la práctica de Pierre Bourdieu” *Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad*, México, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara, Vol. IV, No. 12, mayo-agosto, pp. 33-80
- Wacquant, Lóic (2005), “Claves para leer a Bourdieu” en Jiménez, Isabel (coord.), *Ensayos sobre Pierre Bourdieu*, México, Centro de Estudios sobre la Universidad, UNAM, Plaza y Valdés Editores, pp. 53-78
- Weber, Max (1996), *Economía y sociedad*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Zaremborg, Gisela (2005) *¿Corporativismo informal? Organizaciones de ambulantes y partidos políticos a partir de la alternancia electoral en México, Distrito Federal (2000-2005)*, Informe final del concurso: Partidos, movimientos y alternativas políticas en América Latina y el Caribe. Programa Regional de Becas CLACSO, 2005. URL: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/becas/semi/2004/partidos/zare.pdf>, última consulta, octubre 2009
- (2007) *¿Corporativismo informal femenino? Estrategias y redes de protección social protagonizadas por mujeres en el comercio informal en la ciudad de México*
- (2010) “Hexágono versus árbol: casos atípicos en las organizaciones de comercio informal en el Distrito Federal, *Perfiles Latinoamericanos*, Núm. 36, julio-diciembre, pp. 143-180
- Ziccardi, Alicia (1998) “La forma de gobierno del Distrito Federal” en *Gobernabilidad y Participación Ciudadana en la Ciudad Capital*. México. Instituto de Investigaciones Sociales. UNAM. Miguel Ángel Porrúa Editores, pp. 39-122

Hemerografía

- Gomezcesar Hernández, Iván (2005) “Iztapalapa, Distrito Federal. Persistentes pueblos originarios”

- México, *Ojarasca suplemento de La Jornada*, Núm. 103, noviembre.
- Notimex (2006) “El jefe delegacional en Iztapalapa, Víctor Hugo Círiga, solicitó licencia al cargo para contender por una diputación local por el PRD” URL: <http://www.esmas.com/noticierostelevisa/mexico/500761.html>, última consulta 20 de octubre de 2009.
- Romero, Gabriela y Raúl Llanos (2006) “Pugnas del PRD en la ALDF impiden ratificar a dos jefes delegacionales”, México, *La Jornada*, 17 de agosto. URL: <http://www.jornada.unam.mx/2006/08/17/index.php?section=capital&article=045n1cap> última consulta 20 de octubre de 2009.
- Ramírez, Bertha (2007) “Fija el GDF el 12 de octubre para limpiar de ambulantes el Centro”, *La Jornada*, 10 de julio, <http://www.jornada.unam.mx/2007/07/10/index.php?section=capital&article=033n2cap>, última consulta octubre 2008
- Hernández, Anabel, (2007) “Senador por el EPR” *Reporte Índigo. Índigo Media*. URL: <http://www.youtube.com/user/indigomedia#p/a/f/0/TbqAymyrw1k>
- Pantoja, Sara (2008) “El GDF planea reorganización de tianguis” *El Universal*, 10 de enero. URL: <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad/88468.html>, última consulta, diciembre 2009.
- Servín, Mirna (2008) “Líderes de ambulantes de El Salado ganan hasta 100 mil pesos a la semana. Arranca censo de comerciantes de este tianguis; las cuotas serán usadas para la comunidad.” *La Jornada*, 15 de mayo.
- Granados Chapa, Miguel Ángel (2009) “Iztapalapa: injusticia electoral” *El Universal*, 15 de junio de 2009 URL: [http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/440523.iztapalapa-injusticia-electoral.html#Iztapalapa:injusticia electoral](http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/440523.iztapalapa-injusticia-electoral.html#Iztapalapa:injusticia%20electoral) última consulta, mayo 2010.
- Morales, Alberto y Ricardo Gómez (2009) “Arce y Círiga dejan el PRD” *El Universal*, 16 de diciembre
- Bajo Reserva (2009) “El senador René Arce Islas se va del PRD”, *El Universal*, 9 de diciembre.
- Torres Ruiz, Gladis (2009) “En 2008, Iztapalapa manejó más de mil millones de presupuesto. Entregan registro oficial a la candidata Silvia Oliva”, México, *CIMAC*, 22 de junio. URL: <http://www.cimacnoticias.com/site/09062208-Entregan-registro-o.38227.0.html> última consulta 20 de octubre de 2009.
- Pantoja, Sara (2009) “Concluyen dos semanas de tensión política” *El Universal*, 12 de diciembre. URL: <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad/99136mail.html> última consulta 3 de enero de 2010.

Entrevistas

- Alejandra Viveros, comerciante de la Asociación de Comerciantes para la Romería del Día de Reyes, A.C. “Los Dorados de Villa”. Entrevista realizada el 16 de marzo de 2009
- Alejandro Balderas, líder y comerciante de la Asociación de Comerciantes para la Romería del Día de Reyes, A.C. “Los Dorados de Villa”. Entrevistas realizadas entre el 21 de noviembre de 2008 y el 6 de marzo de 2009.
- Delegado de la Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas del "5 de Mayo", A.C. en la ubicación de los martes en la Colonia Paraje San Juan, delegación Iztapalapa, 28 de septiembre de 2009.
- Daniel García, líder y comerciante de la Asociación de Comerciantes para la Romería del Día de Reyes, A.C. “Los Dorados de Villa”.
- Eduardo Tlalpan habitante de la colonia Francisco Villa, fundador del Comité de Colonias Proletarias del Valle de Anáhuac para lograr la escrituración de viviendas del Paraje San Juan, Iztapalapa, en la década de los noventas y comerciante en la Asociación de Comerciantes para la Romería del Día de Reyes, A.C. “Los Dorados de Villa”. Entrevistas realizadas el 24 y 31 de enero de 2010.
- Ex funcionario de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución de la Secretaría de Economía, Gobierno del Distrito Federal, comunicaciones verbales entre agosto y noviembre de 2008.

Inés Tavira, miembro de la Asociación de Comerciantes para la Romería del Día de Reyes, A.C. “Los Dorados de Villa” y de la mesa directiva de la agrupación, 5 de octubre de 2009

Juan Saavedra, líder y comerciante de la Asociación de Comerciantes para la Romería del Día de Reyes, A.C. “Los Dorados de Villa” Entrevistas realizadas entre el 11 de noviembre de 2008 y 5 de marzo de 2009.

Leopoldo Colín, vecino fundador de la colonia Francisco Villa y comerciante de la Asociación de Comerciantes para la Romería del Día de Reyes, A.C. “Los Dorados de Villa” Entrevista realizada el 7 de febrero de 2010.

María Magdalena García González, Jefa de Unidad de Departamental de Mercados y Tianguis, Delegación Iztapalapa, Gobierno de la Ciudad de México, 18 de mayo de 2010.

Onésimo Chávez Santiago miembro de la Asociación de Comerciantes para la Romería del Día de Reyes, A.C. “Los Dorados de Villa” y tianguista en 4 organizaciones, 20 de noviembre de 2009.

Páginas de Internet

Aleida Alavez Ruiz <http://aleidaalavez.org/Aleida.html>

Izquierda Democrática Nacional <http://www.idn.org.mx/idn/>

Izquierda Renovadora <http://www.izquierdarenovadoraenmovimiento.org/>

Izquierda Social <http://www.izquierdasocial.org/>

Martí Batres Guadarrama <http://martibatresguadarrama.blogspot.com/>

Nueva Izquierda en el DF en facebook <http://www.facebook.com/pages/Nueva-Izquierda-PRD-DF/139771299383364>

Partido de la Revolución Democrática <http://www.prd.org.mx/portal/>

René Arce <http://www.renearce.net/>

Instituciones de gobierno

Asamblea Legislativa del Distrito Federal <http://www.aldf.gob.mx/>

Cámara de Diputados http://sitl.diputados.gob.mx/LXI_leg/info_diputados.php

Senado de la República <http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=int&mn=4&sm=2&str=H>

Sistema de Comercio en Vía Pública del Distrito Federal <http://www.dgpdyrvp.df.gob.mx/prog/sisco.php>

Sistema de solicitudes de información del Distrito Federal <http://www.infomexdf.org.mx/InfomexDF/default.aspx>