

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE**  
**Departamento de Estudios Socioculturales**

**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)**  
**Programa de Construcción de Opinión Pública e Incidencia en los Medios**

**Mirar la ciudad con otros ojos. Memorias e identidades**



**“Llévele, llévele”**

**Comercio callejero y espacio público en Guadalajara**

**PRESENTA**

Diego Monraz Escoto  
Licenciatura en Arquitectura

Profesor PAP: Rogelio Villarreal Macías  
Asesor de productos audiovisuales: Andrés Villa Aldaco

Tlaquepaque, Jalisco, Verano de 2023

## ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional.....	2
Resumen .....	3
1. Introducción .....	3
1.1. Objetivos .....	3
1.2. Justificación.....	4
1.3 Antecedentes .....	4
1.4. Contexto.....	5
2. Desarrollo .....	6
2.1. Sustento teórico y metodológico .....	6
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.....	8
3.    Resultados del trabajo profesional.....	4
4.    Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.....	6
5.    Conclusiones.....	8
6.    Bibliografía .....	9

## **REPORTE PAP**

### **Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional**

*Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.*

*A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.*

## **Resumen**

La investigación se centra en el estudio de los tipos de comercio callejeros que existen en el Área Metropolitana de Guadalajara (AMG) para comprender cómo pueden ser determinantes para el proyecto de ciudad al que nos dirigimos, y de manera inversa, cómo están determinadas por el contexto socioeconómico en el que nos encontramos.

El estudio pretende proponer una nueva mirada sobre la gran diversidad de espacios y actores comerciales callejeros de la ciudad, como los tianguis, puestos callejeros y de vendedores ambulantes, que comúnmente son considerados como precarios por sus características de itinerancia, fragilidad o ambigüedad.

Se pretende no sólo estudiar la importancia que suponen los comercios callejeros para la ciudad en cuestiones de seguridad, vitalidad o accesibilidad, sino además, cómo estos microemprendimientos son, en muchos casos, indispensables para la supervivencia de un gran sector de la población que no tiene acceso a otro tipo de empleos de carácter formal.

## **1. Introducción**

### **1.1. Objetivos**

El objetivo principal de la investigación es documentar lo cotidiano, poder captar lo efímero y lo pasajero en las estructuras comerciales callejeras del AMG, entender su situación, sus determinantes y las razones por las que es la calle en donde se encuentran y a la vez cómo la calle se beneficia con su presencia.

Para poder hacer tangible este fenómeno pasajero, posterior a la observación y documentación en el espacio público, se genera un catálogo en el que se propone una taxonomía de las múltiples variaciones que presentan los comercios callejeros del AMG.

## **1.2. Justificación**

Se puede cuidar únicamente en la medida en la que se conoce directamente un fenómeno, el estudio de los actores comerciales más vulnerabilizados de la ciudad tiene como finalidad el poder reconstruir la idea que se tiene de ellos y comenzar a contemplarlos como parte fundamental de nuestra cultura. Entender la ciudad como un organismo compuesto de diversas escalas de relaciones es una importantísima tarea para urbanistas y arquitectos, que en caso de ser omitida estaría generando una invisibilización de actividades y sectores de la población que acabarían siendo perjudicados en el momento en el que se lleven a cabo nuevos planes o proyectos de desarrollo urbano.

## **1.3 Antecedentes**

La historia de los comercios ambulantes se podría remontar hasta el origen de las primeras civilizaciones sedentarias, en las que debido a la microescala de las poblaciones y la especialización técnica de cada una, se tenían que trasladar los comerciantes de pueblo en pueblo para poder promocionar sus productos, creando una red de relaciones interdependientes en las que mediante trueques o intercambios monetarios muy básicos como con semillas de cacao u objetos de cobre, se satisfacían las necesidades de ambos poblados, un ganar-ganar que requería el inmensurable esfuerzo que suponía recorrer grandes distancias en esa época (Hernández, 2019).

En el contexto mexicano, previo a la conquista, ya se podían apreciar ejemplos de comercios que se tomarían hoy como “informales”, por ejemplo, los casos del mercado prehispánico de Tlatelolco, o la red de mercados tradicionales de Oaxaca, ambos espacios importantísimos no sólo por el derrame económico que producían para su región, sino también por la plataforma para el intercambio cultural que se generaba a partir de la llegada de miles de personas de distintos poblados para el intercambio ya no solo de productos, sino de conocimientos, tecnologías y saberes especializados que fueron clave para el desarrollo de sus civilizaciones.

## 1.4. Contexto

En realidad, no existe nada estático, la misma fundación de Guadalajara se lleva a cabo en cuatro intentos distintos, en espacios geográficos distantes cada uno del anterior, existe una necesidad de desplazarse en cada intento, primero por buscar mejores condiciones hídricas, otra vez para escapar de amenazas de ataques de poblaciones enemigas y otra, aun, por mero capricho o corazonada, todos conocemos ese sentimiento de que existe, quizás, en otro lado, un lugar mejor.

Hoy Guadalajara se sigue desplazando, ya no por completo de un lugar a otro, pero sí hacia afuera. Según datos del INEGI (2020), el AMG ha aumentado su población en 109% en los últimos cuarenta años, pasando de un poco más de dos millones de habitantes en la década de 1980 a cinco millones de habitantes en el último censo del 2020, esto a partir del crecimiento económico que experimentó el país entero en la década de los ochenta o de eventos como el temblor de la Ciudad de México en 1985. A partir de su crecimiento demográfico, su expansión territorial ha llegado a conurbar otros nueve municipios, convirtiéndose en un área metropolitana de más de 2,500 kilómetros cuadrados que parecen nunca acabarse. Sin lugar a duda, el AMG se ha convertido en la capital económica y cultural del occidente del país y su crecimiento sigue en expansión.

La actividad económica del AMG abarca mucho más que la industria tequilera o las grandes empresas de electrónica que ocupan el sur de la ciudad, más allá también de plazas, restaurantes o tiendas, existe una capa de comercio “callejero” que se distribuye en y recorre toda la ciudad cada día por su espacio público como única plataforma física. Este comercio nómada del que nos referimos incluye tianguis de comida o de productos básicos del día a día, ferias de ropa de segunda mano, mercados culturales y de artesanías, puestos callejeros que pueden ir desde cerrajerías hasta tortas ahogadas o vendedores ambulantes que con los mínimos medios posibles, afilan cuchillos, arreglan sillas, compran chatarra, venden dulces, hacen jardinería o lavan autos.

Aunque es una realidad cuantificada que actualmente el 23% de la población de Jalisco percibe ingresos a través de un negocio informal (MIDE, 2023), el Estado

entiende los comercios informales como una amenaza por la evasión de pago de impuestos que éstos practican y por la supuesta desventaja en la que colocan a los negocios formalizados que compiten “directamente” con ellos.

El Estado debe tener cuidado al momento de sancionar o prohibir este tipo de comercios, pues en muchos casos, estos emprendimientos son vías de escape utilizadas por un sector de la población desfavorecido, que, por su fácil arranque y poca infraestructura necesaria, figuran como válvula de escape económico en la que, a través de medios domésticos no especializados, se pueden recibir complementos monetarios para acceder a un mejor salario.

La motivación de realizar una investigación sobre estas tipologías comerciales parte de su forma ligera de ocupar el territorio, un mantel, unas ruedas, o cuatro polines de madera pueden ser suficientes para que cada comerciante pueda instalarse por la mañana, trabajar, desplazarse, trabajar, desplazarse, quizás otra vez trabajar y volver a desplazarse al final de su jornada sin dejar mayor rastro por las calles que ocupó.

## **2. Desarrollo**

### **2.1. Sustento teórico y metodológico**

La investigación se dividirá en cuatro momentos principales, sustento y marco teórico, presentación de casos históricos, documentación del medio actual y posteriormente, presentación de resultados.

La delimitación del marco teórico pretende poder establecer una base de conceptos y definiciones sobre temas afines a la ciudad, tales como son el desarrollo y la planeación urbana, el Estado, los ciudadanos, el territorio y las relaciones e intercambios que se generan en él.

En la presentación de casos históricos, a partir de artículos de investigación de autoras como Anne Chapman o Inga Hernández, se presentarán dos modelos urbanos distintos en los que la relación entre los sistemas de intercambio y ocupación del territorio se desarrollan de manera especial, otorgando a la ciudad

definiciones singulares que no podrían haberse dado sin las determinantes políticas, sociales y culturales de cada época.

En la tercera etapa de la investigación se mostrará la imagen actual del comercio informal en el AMG, se creará un catálogo que constará de un archivo fotográfico de los distintos tipos de puestos callejeros, vendedores ambulantes y tianguis que existen en la ciudad junto con la descripción de cada una de estas tipologías y su relación con el espacio que ocupan.

A manera de cierre, se presentarán resultados —no conclusiones— sobre la ciudad que nos rodea, el objetivo de la investigación trata más sobre el reconocimiento y menos sobre la determinación. Es justamente la indefinición parcial de los espacios lo que posibilita una interacción más rica con él, la intención es que las ideas de las dinámicas que se puedan llevar a cabo en estos espacios se nos presenten de manera más libre y cambiante, apostando por una idea de ciudad que trate más sobre relaciones y menos sobre imposiciones.

Para comenzar a tratar cualquier fenómeno urbano es necesario poder delimitar el concepto de ciudad, que por su complejidad y multiplicidad de significados requiere ser acotado para la mejor comprensión de cada fenómeno en su contexto específico. En esta investigación estaremos aproximándonos a la ciudad a partir de su concepción como fenómeno colectivo en constante proyección.

Dentro de esta idea general de lo que pudiera significar una ciudad, estaremos revisando los fenómenos de intercambio comercial y cultural que se dan en el espacio público de estas, que aunque de manera especial en el AMG, también recorriendo distintas ciudades a lo largo de la historia.

Para poder definir los conceptos de ciudad que más se adecuan al tema del comercio callejero y su relación con el espacio público, se citara principalmente el trabajo de autores como Pier Vittorio Aureli, María Shéhérazade o Lewis Mumford, quienes entienden la ciudad como conjunto de relaciones históricas que definidas por un proyecto político adquieren ciertas características físicas específicas.

Además de estos autores que serán utilizados más por la delimitación teórica de conceptos que generan con su trabajo, serán citadas también autoras como Anne Chapman, Inga Hernández o Ana Garduño, cuyas investigaciones otorgan un

panorama histórico sobre la manera en la que se desarrollaron el comercio y el intercambio cultural de las ciudades elegidas como casos de estudio para la investigación.

Una vez teniendo el sustento teórico y metodológico cubierto, el trabajo pasa a un momento posterior de recolección de datos y testimonios en el contexto actual del AMG, a través de un archivo fotográfico y la narración de la vida diaria de los distintos actores del comercio callejero de la ciudad podremos capturar la imagen de una capa urbana que normalmente pasa inadvertida por urbanistas y arquitectos, intentando darle visibilidad y presencia en un contexto que les es dependiente de muchas maneras.

## **2.2. Planeación y seguimiento del proyecto**

### **El creciente interés en las ciudades**

Es cada vez más común que el tema de la ciudad esté entre los principales intereses de arquitectos y arquitectas alrededor de todo el mundo, el creciente número de publicaciones sobre temas urbanos llevados por editoriales o asociaciones que alguna vez sólo hablaban sobre arquitectura como la práctica dedicada a los objetos construidos o la cada vez más común elección de temáticas de escala territorial para festivales de arquitectura tales como la bienal de Venecia en Europa o Mextrópolis en América, son signos de que muy probablemente la escala de las futuras problemáticas a las que nos enfrentaremos como especie tendrán más que ver con el manejo y gestión de recursos de toda una población en conjunto y menos sobre el tipo de detalles a implementar en diseños de obras singulares para un particular.

Estos peculiares fenómenos que se desarrollan actualmente en el ámbito particular de la academia de arquitectura (al contrario de lo que comúnmente suele suceder en gremios tan ensimismados como éste), no están de ninguna manera injustificados o aislados del panorama global. Es una realidad que hoy hay 4,400 millones de habitantes viviendo en ciudades y se espera que dentro de veinte años

este número se duplique, lo que significa que siete de cada diez personas vivirán en ciudades.

En cuestión medioambiental, el cuidado de los recursos se vuelve todavía más delicado al tratarse de un contexto urbano, según datos del banco mundial, es en las ciudades donde se produce 70% de las emisiones de gases de efecto invernadero y se consumen dos tercios de la energía generada globalmente. Tópicos como la movilidad y la construcción, ambos ampliamente relacionados con los comercios ambulantes, son de importancia fundamental a la hora de mejorar la relación de una ciudad con la cantidad de energía que consume o emisiones que genera.

### **La ciudad como espacio de intercambio**

Entender la ciudad como un conjunto de relaciones significa que en su proceso de formación, más allá de un grupo de arquitectos que se dedican a hacer edificios con ciertas características de estilo, existen decisiones políticas basadas en una estrategia global para llegar a un posible resultado urbano cuya finalidad es la transformación del potencial humano de trabajo propio de un pueblo, en capital económico específico para el desarrollo de una ciudad.

Según Aureli, a partir de la revolución industrial que provocó la reestructuración de las calles en materia de instalaciones y circulaciones, la ciudad se comenzó a parecer menos a un conjunto de edificios clasicistas presentes en un tratado de estilos y más a “una máquina que reproducía y controlaba la vida de sus habitantes”. A partir de entender el gran capital humano que suponían las nuevas masas que comenzaban a migrar a las ciudades en busca de mejores empleos y oportunidades en las fábricas, las ciudades se convirtieron en redes de infraestructura vial y de servicios, para la producción de bienes (Aureli, 2013).

Es importante que al tratar de comercios nómadas situados en el espacio público, podamos entender a la ciudad que los contiene como red de relaciones y no como sistema de ordenamiento de edificaciones pues en prácticamente todos los casos, las tipologías callejeras no presentan una estructura física edificada de carácter permanente. El reducir la ciudad al conjunto de edificios que la componen

estaría dejando atrás grandes aspectos culturales que solamente pueden ser percibidos mediante la experiencia personal de recorrer el vacío.

### **Espacio público como demarcación intencionada**

Para comprender la relación entre los límites físicos del espacio público y las actividades comerciales que en ellos se generan, podríamos partir de la relación entre el concepto de propiedad y fachada que se dio en el surgimiento y evolución de las primeras ciudades europeas en la Edad Media.

Alrededor del siglo IX la población en Europa se daba no por el origen étnico, el lugar de natalidad o la pertenencia a un grupo, sino por la propiedad de una vivienda. Dada esta situación, la fachada de la vivienda de cada poblador se convertía en la reafirmación de su pertenencia a la ciudad o derecho de habitarla, ocasionando, aunado a un inexistente plan de ordenamiento urbano, la personalización exhaustiva de los elementos exteriores de las viviendas para el relato de cierta lógica individual distinta en cada frente (Shéhérazade, 2013).

Este fenómeno continuó causando una imagen urbana fragmentada hasta la llegada del Renacimiento junto con dos fenómenos que determinaron el futuro de las ciudades como espacio de intercambio; la consolidación de los mercaderes como clase social dominante por debajo del clero y la realeza, y la concepción de la realeza como órgano regulador del territorio y el medio construido en búsqueda de una mayor cohesión social entre sus habitantes (Shéhérazade, 2013).

El primer caso de proyecto de espacio público como demarcación intencionada del territorio fue el de las Plazas Reales (Place Royales) en París bajo el reinado del rey Enrique IV. En su mandato, en búsqueda de la creación de un sentimiento público de bienestar económico, se ordenó la uniformización de fachadas a lo largo de calles enteras que dieran frente a vacíos urbanos en los que se podían llevar a cabo desde mercados y ferias públicas hasta demostraciones militares o eventos de carácter político (Shéhérazade, 2013).

El vacío urbano, a través de la institucionalización del lenguaje arquitectónico circundante, se convirtió en espacio público teatralizado para sugerir ciertas actividades de carácter público-comercial buscadas por la monarquía. El

delimitante urbano (fachada) presenta una estrecha relación con el valor que se le puede dar a la actividad pública que se lleva en él (comercio). El que el Estado busque promover o no el comercio en las vías y plazas públicas depende de la comprensión del valor que suponen estos comercios para la vitalidad urbana de una ciudad.

### **Caso de estudio: Tianguis de Tlatelolco**

... y cuando llegamos a la gran plaza, que se dice el Tlatelolco [*sic*], como no habíamos visto tal cosa, quedamos admirados de la multitud de gente y mercaderías que en ella había y del gran concierto y regimiento que en todo tenían [...] cada género de mercaderías estaban por sí, y tenían situados y señalados sus asientos [...] puestos por su concierto [...] en cada calle están sus mercaderías por sí, así estaban en esta gran plaza [...] la gran plaza estaba llena de tanta gente y toda cercada de portales, que en un día no se podía ver todo.

—Bernal Díaz del Castillo, 1568.

El mercado de Tlatelolco fue el espacio de intercambio más grande de Mesoamérica previo a la llegada de la conquista, como lo relata Bernal Díaz del Castillo junto con otros españoles que llegaron a la isla de Tenochtitlan; el mercado era un espacio impresionante, que dejaba a los recién llegados asombrados por su escala y su orden jamás antes visto, midiendo, según lo relatado, “tan grande como dos veces el tamaño de la ciudad de Salamanca” y pudiendo albergar, según los cálculos de Cortés, hasta sesenta mil personas diarias.

El tianguis se situaba en el barrio de Tlatelolco, vecino a los barrios de Tenochtitlan pero conservando su autonomía como Estado parcialmente independiente, lo que le otorgaba grandes beneficios por el control comercial que tenía sobre la región hasta 1473, cuando al entenderse como una amenaza para el pueblo de Tenochtitlan por la dependencia que le tenían éstos en cuestión de aprovisionamiento de alimentos, cede de manera obligada su administración y comienza a pagar tributos durante aproximadamente 50 años, hasta la llegada de la conquista en 1521 (Garduño, 1997).

Como conjunto se encontraba delimitado por un sistema de “pórticos” rodeando en el interior calles paralelas que le correspondían cada una a un tipo de

productos. Los espacios individuales estaban delimitados y se ocupaban siempre por el mismo mercader, quien disponía de manera muy ligera sus productos sobre petates en el suelo. La mercancía llegaba en piraguas (canoas) desde ciudades aledañas al lago de Texcoco hasta de poblaciones lejanas como la antigua Guatemala. El intercambio cultural que se generaba en este espacio fue de una magnitud e importancia sin comparación, tomando en cuenta las vías de comunicación con las que se contaba en el momento (Hernández, 2019).

Un elemento particular en la creación de estas infraestructuras comerciales fueron los llamados pochtecas, un grupo social que se encargó de las transacciones y traslados de mercancía de la ciudad en la medida en que creció y se complejizó el comercio y las interacciones entre territorios fuera de Tenochtitlan. Los pochtecas eran un pueblo seminómada que se encargaba del traslado de mercancías y productos comerciales que se intercambiaban en el mercado de Tlatelolco, pero también en otros *tianquiztli* de la región, estos se trasladaban por los canales lacustres de la ciudad pero también por medios terrestres hasta llegar a zonas tan lejanas como el actual Jalisco o Guatemala (Rojas, 1945)

Por el riesgo que podía suponer el traslado de productos valiosos en tierras enemigas, los pochtecas gozaban de un trato especial a su llegada a la capital, éstos no pagaban impuestos, no estaban sujetos a tribunales ordinarios y tenían sus propios dioses, a quienes invocaban por protección en sus viajes. Al momento de su llegada a la gran Tenochtitlan se organizaban fiestas y banquetes de bienvenida, en los que los recién llegados le presentaban al tlatoani sus más recientes productos así como los relatos y secretos de las tierras lejanas a las que habían llegado, este los premiaba con bezotes de ámbar en muestra de su agradecimiento y haciendo notar la nobleza que suponía formar parte de este gremio de viajeros (Rojas, 1945).

La curiosidad y osadía de los pochtecas los hacía aprender de las distintas culturas de los pueblos que visitaban, hablaban su idioma, vestían a su manera y llevaban de vuelta con ellos mitos y secretos de mundos lejanos, eran la conexión que permitía a los mexicas el dominio de su entorno y la expansión de su cultura a lo largo del territorio. La movilidad que suponían los intercambios comerciales

practicados por los pochtecas significó un crecimiento no sólo económico sino cultural, tecnológico y político para la ciudad de Tenochtitlan y todos sus habitantes.

### **Caso de estudio: sistema de mercados tradicionales de Oaxaca**

En la construcción del proceso civilizatorio en Valles Centrales se ha puesto de relieve un hecho fundamental: las sociedades jerárquicas surgidas en este proceso se retroalimentaron mutuamente. Ninguna surgió del aislamiento puro.

—Raúl Enríquez Valencia, 2019.

Solidaridad, cohesión y gestión comunitaria son tres de las principales características que hacen tan valioso y único el caso del sistema de mercados tradicionales de Oaxaca (SMTO). Éstos tienen orígenes que se remontan desde mucho antes que la conquista, a partir de la población de la zona que hoy conocemos como Valles Centrales por diferentes grupos que terminaron formando la cultura zapoteca.

Las condiciones geográficas, climatológicas y ecológicas propias de una zona entre sierras con grandes cambios de biodiversidad, determinaron la especificidad de producción de cada poblado en la región de Oaxaca, motivando una interdependencia no solamente alimenticia y de productos primarios, sino también cultural, social y tecnológica que se daba en los mercados ambulantes que recorrían todo el territorio de Valles Centrales en búsqueda de la satisfacción de las necesidades mutuas de una población que ya no se acotaba a un pueblo o pequeña ciudad en específico, la movilización de productos generó también una movilización social y cultural que acabó consolidando la riqueza ambiental, agrónoma, gastronómica, artística y cultural que hoy existe un Oaxaca y sus alrededores (Marcus y Flannery, 2001).

Para que esta movilización exista fue necesario que se llevaran a cabo ciertos principios, tal como que para formar parte del SMTO cada localidad tenga que realizar más de la mitad de su comercio externo a través de plazas o mercados que pertenezcan al SMTO, esto para garantizar no necesariamente la exportación

de sus productos autóctonos pero sí su predisposición para distribuirlos junto con otros productores del mismo tipo.

Además del valor económico que supone la redistribución de bienes y productos, existe un valor histórico–mítico muy importante presente en fenómenos de este tipo, es decir, que cuentan con una historia fundacional arraigada al territorio y a los mitos y leyendas que unen a estas civilizaciones con su espacio geográfico. Como afirma Raúl Enríquez Valencia: “Desde la perspectiva mítica, los mercados tradicionales y los sistemas de intercambio forman parte de la narrativa fundacional que dio origen al proceso civilizatorio de Valles Centrales de Oaxaca: son una actualidad recordada” (2019).

La continuidad de la tradición nómada de estos mercados une a una sociedad con sus orígenes, recuerda formas de intercambio basadas en el trueque y el apoyo mutuo, fomenta la autoproducción de policultivos a una escala regional y facilita el acceso a productos lejanos a poblaciones que se pudieran encontrar en situaciones de desventaja por su ubicación o contexto socioeconómico, en resumen, el SMTO más allá de un acontecimiento urbano es parte del despliegue de un proyecto político que lucha en contra de la homogenización cultural generada por la oferta del mercado internacional actual y promueve sistemas de intercambio interdependientes y conscientes del territorio que habitan.

### **Comercio callejero en el AMG**

La venta ambulante constituye una actividad económica esencial en los ámbitos urbanos, especialmente a partir de los procesos de reestructuración económica global localizados en las ciudades a través de una completa transformación de la producción, de la socialización cotidiana y de los usos o representaciones del espacio público.

—Pedro Limón López, 2014.

Se compran, colchones, tambores, refrigeradores, estufas, lavadoras, microondas, o algo de fierro viejo que vendan; en la calle se mueven más que coches y algunas que otras calandrias, de no ser así, no sería lo mismo circular por barrios como Santa Tere, pasar por calles como Obregón o recorrer las más de sesenta cuadras

en las que se instala todos los domingos el Baratillo en el oriente de la ciudad. Los comercios callejeros son el alma del espacio público y sin duda, patrimonio cultural de las ciudades; su apropiación y visibilización es fundamental para su entendimiento como elementos propios de nuestra cultura propiciando su conservación y apoyo en cualquier manera en la que no se comprometa su esencia.

En el AMG existe una gran variedad de comercios callejeros o productos que se pueden adquirir en la vía pública, para su mejor comprensión se propone una categorización en tres grupos principales, que a su vez cuentan también con subdivisiones que acotan todavía de manera más específica la manera en la que cada uno de estos actores interactúan con el espacio público.

En primer lugar, existen los tianguis, éstos se asientan de manera colectiva en un espacio público designado por el ayuntamiento y pagan una cuota para ocupar el espacio dependiendo de la cantidad de metros que utilice. Otra categoría son los puestos callejeros, estos otros se organizan de manera individual y su agrupación sería más un reflejo de la vida de la calle y no tanto un rasgo propio organizativo de los comerciantes, estos se mantienen también estáticos a lo largo de la jornada y al cierran o se llevan su estructura física con ellos al finalizar. Por último, está la categoría de vendedores ambulantes; actores que comercian mientras se mueven de manera individual por el espacio público de la ciudad, ya sea cargando ellos mismos sus productos o a través de bicicletas u otra estructura física ligera.

Es importante aclarar que debido a los temas tratados en la presente investigación, estas categorías están definidas por la manera y grado de interacción que presentan los actores con el espacio público a lo largo del tiempo. Podrían existir otras tantas maneras de organizar y clasificar a los comercios según, por ejemplo, el tipo de productos que ofrecen, la manera en la que compiten o no con otros establecimientos formales de la ciudad o el grado de adaptabilidad que pueden tener conforme al medio que ocupan, pero se deciden acotar los temas y tratar de manera superficial sobre los giros y características culturales de los comercios sólo como muestra de su importancia patrimonial para una sociedad.

## Categorías y subcategorías de comercios callejeros:

- 1- Tianguis (los que llegan por la jornada y se asientan en un sitio en específico de forma colectiva)
  - 1.1. En la vía pública (foto 1)
  - 1.2. En espacios delimitados (foto 2)
  
- 2- Puestos callejeros (los que llegan por la jornada y se asientan en un sitio en específico de forma individual)
  - 2.1. Autoportantes (foto 3)
  - 2.2. De estructura ciclista (foto 4)
  - 2.3. De estructura motorizada (foto 5)
  - 2.4. De anclajes ligeros (foto 6)
  
- 3- Vendedores ambulantes (los que comercian mientras se mueven de manera individual)
  - 3.1. Autoportantes (foto 7)
  - 3.2. De estructura ciclista (foto 8)
  - 3.3. De estructura motorizada (foto 9)

Foto 1. Tianguis callejero



Foto 2. Tianguis del Sol



Foto 3. Carreta de dulces y frituras



Foto: Diego Monraz

Foto 4. Tacos de carnitas



Foto: Diego Monraz

Foto 5. Tacos al vapor



Foto: Diego Monraz

Foto 6. Boleador



Foto: Diego Monraz

Foto 7. Aguas "frías"



Foto: Diego Monraz

Foto 8. Repartidor de garrafones



Foto: Diego Monraz

Foto 9. Compra-hojalata



Foto: Diego Monraz

Todas estas tipologías comparten en mayor o menor medida una relación con el espacio público de una ciudad mucho más fuerte que los establecimientos convencionales ubicados en locales, plazas o centros comerciales. Es esta permanencia en la calle o espacio público lo que suele atribuir a estas tipologías una idea de informalidad que no en todos los casos es similar ni debería de estar determinada por su presencia en el espacio público.

Esta informalidad es una navaja de doble filo, por un lado, al ser fundamental para los comerciantes por su fácil arranque y ausencia de trámites laboriosos que acabarían por consumir preciado tiempo para personas en condiciones vulnerables, y por otro lado, al propiciar el riesgo de extorsiones y maltratos por parte de autoridades que se benefician de la situación vulnerable y en parte ilícita de estos personajes.

Lo afirma Guillermo de la Peña en un análisis sobre informalidad y corrupción en el AMG: “los actores gubernamentales asumen un papel que no es sólo el de permitir pasivamente que se viole la ley. Es, por el contrario, un papel activo como organizadores políticos de la población” (De la Peña, 1996). Contra la idea de que los comerciantes en situaciones de informalidad buscan simplemente romper el sistema para poder actuar de manera anónima aprovechándose y explotando estructuras comerciales preexistentes, es necesario replantear la idea que tenemos de estos fenómenos haciendo consciencia de la precariedad y falta de diversificación institucional por parte del gobierno para poder garantizar la formalidad a este tipo de actividades.

Aunado a la falta de un marco legal lo suficientemente vasto para garantizar no sólo el trabajo sino también situaciones laborales dignas y la posibilidad de un sueldo justo, existe también un nicho de oportunidad para políticos y líderes sindicales en la informalidad de los comercios callejeros que fomenta la permanencia de estos en su situación de vulnerabilidad latente. No es que no exista relación alguna entre los comerciantes callejeros y los agentes gubernamentales, es que existe una relación diferenciada en la que ambas partes crean acuerdos monetarios o de apoyo a un partido político para poder seguir operando sin

necesidad de parar por completo una actividad que es sustancial para la vida de los comerciantes (De la Peña, 1996).

Los actores gubernamentales no sólo restringen o posibilitan pasivamente la existencia de estos comercios, sino que replican su función de organizadores políticos de la población y el espacio urbano pero esta vez por debajo de los marcos legales que ellos mismos sustentan. Esto, según De la Peña, porque existe una convicción idiosincrática fundacional en la cultura mexicana: “que las instituciones jurídicas no bastan para garantizar el bienestar ni siquiera el derecho al trabajo”.

La informalidad que viven estas tipologías variará en cada caso, según características como el giro que practiquen, la existencia o el tipo de mercancía que manejen o la movilidad que suponga su actividad diaria alrededor de la ciudad, es importante que las reformas que se realicen por parte del Estado desde lo jurídico no condicione las características esenciales de estos comercios, como la movilidad, flexibilidad y adaptabilidad al medio, pues éstas son en realidad sus aportaciones más valiosas hacia el espacio público.

### **3. Resultados del trabajo profesional**

El comercio callejero es un fenómeno complejo, a lo largo de los últimos meses se ha transformado y ha ido mutando lentamente la percepción y el enfoque que se tenía sobre estos actores urbanos; las múltiples formas en las que pueden aparecer y la complejidad de su existencia en la ciudad genera que se tenga que abordar su existencia desde distintas perspectivas, ya sea desde su rol como activadores del espacio público, su papel como válvulas de escape en un panorama nacional de precariedad de oportunidades laborales o como paradigma de una nueva tipología arquitectónica que habita de manera ligera el territorio, cada uno de estos puntos fue un importante aprendizaje que tiene que ver en mayor o menor medida con un mismo concepto, el movimiento.

Aunque pueda ser que ya estemos habituados a estos fenómenos y no nos demos cuenta de su existencia en el espacio público, la presencia de los comerciantes callejeros genera siempre un cambio en el medio inmediato que

ocupan, las banquetas se llenan de gente, un árbol se convierte en el techo de un comedor y un parque vacío en un espacio de intercambio gastronómico de las más distintas opciones. Por la misma esencia callejera de estos fenómenos, no son necesarias muchas cosas para su aparición en cualquier parte de la ciudad, lo único que necesitan es la posibilidad de presencia humana, del resto se encargan ellos.

La posibilidad de presencia humana es un factor muy importante que no podríamos dejar a un lado, y ojo, no estamos pidiendo mucho, las personas no tienen que estar ya ahí, en ese caso estaríamos hablando de centros comerciales en los que se asegura a los locatarios un número base de personas en la plaza por día. En el caso del comercio callejero lo único que se necesita es una ciudad con un uso de suelo mixto (algo ya de por sí saludable para las ciudades), la presencia simultánea de una variedad de personas considerable en un área acotada asegurará la posibilidad de acceso a clientes a lo largo de periodos más largos, o en el caso de vendedores ambulantes, la posibilidad de desplazamientos más cortos a lo largo de su jornada.

La activación que estos comercios generan en el espacio público es fundamental para la seguridad de una calle o colonia, como lo explica Jane Jacobs en su manual para ciudades más próximas y sustentables *Vida y muerte de las grandes ciudades*, el primer factor que se debería de considerar para lograr calles más seguras no es ni la presencia de más policías ni el saneamiento exhaustivo de sus banquetas, sino la presencia de más ojos sobre ellas. El tener una calle llena de personas que ya sea estén detenidas (al ser clientes de estos comercios) o en movimiento (desplazándose a pie para llegar a estos comercios) generará un ambiente más seguro que frenará la posibilidad de asaltos o delitos de mucha mayor gravedad como secuestros o violaciones en vía pública.

Además del apoyo que brindan estos actores de manera casi accidental al espacio público de una ciudad, existe también una relación de apoyo mutuo de carácter económico muy importante a la hora de evaluar el fenómeno del comercio callejero de carácter "informal", y es que estas opciones suelen ser en la gran mayoría de los casos alternativas más económicas y de mucho más fácil acceso

para productos o servicios que se elevarían de precio en caso de ser encontrados solamente en comercios y locales “formalizados”.

Finalmente, desde una perspectiva de la forma y medios arquitectónicos que se emplean para el funcionamiento de estos comercios, se puede aprender mucho a partir de su flexibilidad y ligereza. Ante la actual crisis climática es fundamental ser conscientes del gran papel que tiene la industria de la construcción en la emisión de gases de invernadero o generación de desechos. Entre más resilientes y ligeras se vuelvan nuestras arquitecturas, menores inversiones de energía se producirán en movimientos de materiales y aplicación de estos en nuestras construcciones.

El concebir ya no sólo los comercios a los que nos dirigimos sino también nuestras ciudades como espacios de fácil despliegue y construcciones permanentes mínimas nos abrirá posibilidades de innovación y apropiación del territorio que lo contemplan más como una plataforma y menos como una pertenencia. Es vital reconfigurar nuestra idea de propiedad y acceso a la tierra para poder compartirla y hacerla durar por un periodo de tiempo mucho más largo y para muchas más generaciones, esto a partir de un modelo de espacios regenerativos y ya no sólo funcionales o estéticos.

El futuro será de estructuras ligeras, adaptativas y regenerativas, los comercios callejeros nos muestran una posible vía hacia un futuro más sustentable, el reto está en identificar los momentos en los que se precarizan estas actividades en la estructura urbana o política actual y ser capaces de revertir o acondicionar nuestros espacios y leyes para la posibilidad de garantizar situaciones laborales dignas para estos actores del espacio público.

#### **4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto**

- Aprendizajes profesionales

Este trabajo de investigación fue la manera de poner a prueba la idea de que la práctica arquitectónica se puede ocupar de tareas multidisciplinares y diversas a las comúnmente asociadas con la profesión y los saberes esperados en un curso

convencional de licenciatura. Más allá de las habilidades técnicas de representación de un proyecto o de las de ejecución de tecnologías específicas del mundo de la construcción, la formación dentro del mundo de la arquitectura tiene que ver más con en la capacidad de desarrollar un sentido de compromiso con el medio que nos rodea.

- Aprendizajes sociales

Para mí, llevar a cabo este proyecto requirió de una serie de habilidades aprendidas en la licenciatura de Arquitectura, como son el ser capaz de hacer un análisis del espacio público y poder entender las limitantes y posibilidades de estructuras físicas construidas dependiendo de los medios de los que disponen, pero además de esto, requirió de una actitud de apertura hacia la observación indiscriminada y como arquitecto creo que esta actitud es un punto de inflexión determinante en el desarrollo de mi profesión; antes de proponer, ver, antes de construir, saber dónde me encuentro.

- Aprendizajes éticos

Una de las principales preguntas que surgieron al realizar esta investigación en el PAP “Mirar la ciudad con otros ojos” fue no sólo ser conscientes de la manera en la que vemos nuestra ciudad sino también a qué ciudad decidimos dar atención y voltear a ver. El potencial social de este trabajo radica en el ampliar la visión de los factores que generan una ciudad como la nuestra, darle el valor cultural y económico que se merecen a todas las personas que trabajan en las calles y que con sus actividades se forma una ciudad más diversa, segura y sustentable.

- Aprendizajes en lo personal

Idealmente el proyecto seguiría con la proyección de un modelo urbano a pequeña escala, en el que se prioricen las estructuras de comercio ligeras y móviles para la generación de espacios públicos más vivos y por ende más seguros en nuestra ciudad. La idea de la investigación surge a partir de la necesidad de poder sostener

de manera digna una economía que a través de medios básicos y de fácil acceso sobrevive en el espacio público de manera autosuficiente.

En la práctica de la profesión de arquitectura se lidia siempre con escalas de incidencia muy diversas, es de suma importancia poder crear agendas en las que se incluyan y discutan la misma cantidad de repercusiones, en las que no por no ser clientes directos, se olviden a los ciudadanos que rodean los proyectos y habitan las ciudades. El estudio completo del medio que nos rodea es vital para una respuesta que abarque de manera global el problema. A partir de esta investigación estoy seguro de que el análisis del medio que realice en cada uno de mis proyectos estará nutrido por una cantidad mucho más grande de factores.

## **5. Conclusiones**

A manera de cierre, se obtienen dos posibles caminos como propuesta de seguimiento de la investigación, que debido al corto periodo del PAP no pudieron ser explorados en este ciclo de verano. El primero de estos caminos es el previamente mencionado, que trata sobre el enfoque en las características propias de las estructuras arquitectónicas callejeras, tales como la ligereza y la adaptabilidad para aplicarlas a una escala urbana de mucho mayor impacto, buscando modificar las dinámicas de desplazamiento e intercambios de una ciudad.

El segundo de los caminos propuestos seguiría por la vertiente del reportaje y la creación de un archivo de un tipo de comercio callejero en específico, profundizar por ejemplo en los camoteros, en su historia, sus orígenes, sus características vehiculos y toda la tecnología detrás de ellos. Éste como un camino que podría ser replicable hasta alcanzar todos los actores callejeros de una ciudad, un bestiario callejero tapatío.

El proyecto de análisis de las estructuras comerciales callejeras resultó demasiado vasto para un periodo de un poco menos de dos meses. De la comparativa entre casos históricos lo que más se pudo rescatar fue un análisis de dos casos de estudio de ciudades prehispánicas enfocado en la movilidad, el cual nos muestra signos de tradición en las prácticas nómadas de intercambio en nuestro

territorio y nos da guías para seguir creyendo en nuevos sistemas de intercambio basados en la ayuda mutua y el crecimiento cultural.

A partir de la categorización de los tipos de estructuras callejeras a partir de sus características de movilidad y colectividad se puede entender los gradientes de informalidad y peligro que representa para estas personas el actuar en la calle según su manera de relacionarse con su territorio, las mordidas, permisos, desgaste físico y riesgo de ser detenido varían mucho en cada caso y sin un previo análisis del panorama global no se podría proponer una posible solución para el estado actual de estos comerciantes.

Finalmente, se concluye con que es siempre necesaria una especificación a la hora de realizar una investigación de este tipo, la mirada global que se pudo abarcar con este trabajo carece de mucha profundización en temas puntuales para los que de todos modos habría sido necesaria un análisis general del tipo que se realizó en esta primera etapa, sin duda aún queda mucho por investigar y descubrir sobre esta capa urbana que comúnmente se olvida, aunque tenga tanto que enseñarnos.

## 6. Bibliografía

- Aureli, Pier Vittorio (Ed.) (2013). *The City as a Project*. Berlín: Ruby Press.
- Hernández, Inga (2019). El mercado de Tlatelolco, *Noticonquista*, UNAM.
- Jacobs, Jane (1961). *Muerte y vida de las grandes ciudades*. Madrid: Capitán Swing Libros.
- Marcus, Joyce y Flannery, Kent (2001). *La civilización zapoteca. Cómo evolucionó la sociedad urbana en el valle de Oaxaca*, México: FCE.
- Rojas González, Francisco (1945). “El comercio entre los indios de México”, *Revista Mexicana de Sociología*, 7 (1), 123–137.
- Shéhérazade, Maria (2013). Specific Spaces: Government and the Emergence of architecture d’accompagnement, 1584–1765’. En Aureli, Pier Vittorio (Ed.), *The City as a Project*, Berlín: Ruby Press.

Valencia, Raúl. (2019) *Mito e historia de los mercaos tradicionales en valles centrales de Oaxaca*. México: Editorial Ítaca.