

# Conflictos por el espacio público urbano y el comercio en vía pública: percepciones acerca de la legitimidad sobre su uso

Diana Alejandra Silva Londoño\*

La presencia creciente del comercio en vía pública ha llevado al debate académico la relación entre este y el espacio público urbano. En el presente artículo queremos añadir al debate que la separación entre lo público y lo privado es, ante todo, una expresión de relaciones de poder presentes en la sociedad mediante las cuales unos grupos excluyen a otros. Es entonces el comercio en vía pública uno de los fenómenos a través de los cuales puede evidenciarse este tipo de relaciones que nos recuerdan la importancia de pensar lo público a partir de la presencia de relaciones de poder y de resistencia al mismo.

**A** diferencia de otras actividades pertenecientes al sector informal urbano, tales como la maquila domiciliaria o la prestación de servicios personales, el comercio en vía pública es una actividad que se desenvuelve en los espacios urbanos considerados como públicos, ya sea porque se ubica en espacios que en principio son visibles y accesibles a todos los miembros de la sociedad, o por tratarse de espacios de dominio público.

En efecto, el uso de estos espacios de carácter público, es el centro

de los conflictos que de acuerdo con el Acuerdo No. 11 de 1998<sup>1</sup>, dificulta la posibilidad de hacer compatibles el goce de un conjunto de derechos entre sí, de los actores sociales involucrados y el resto de la sociedad. Se evidencia con la imposibilidad de armonizar el derecho al libre tránsito de los peatones y el libre disfrute del espacio público, frente al derecho al trabajo por parte de los comerciantes en vía pública<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Acuerdo mediante el cual se crea el Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública.

<sup>2</sup> Por esto algunos autores señalan que “el centro de este conflicto de intereses entre el comercio establecido y el callejero es la propiedad privada; esto es, el derecho al uso del suelo”, véase Torres Jiménez, Ricardo, “El co-

Se trata de conflictos que se producen entre los comerciantes en vía pública, los comerciantes establecidos, los comités vecinales, las delegaciones políticas y los partidos políticos, entre otros. Además de estos conflictos, el comercio en vía pública implica una forma de ocupación que cuestiona las imágenes de lo que “debe ser” una ciudad.

La presencia de estos conflictos, ha llevado a varios académicos de la antropología urbana a preguntarse sobre las relaciones entre el espacio urbano y el comercio en vía pública.

mercio en la vía pública: entre programas de reordenación urbana” en *Gestión y Estrategia UAM-A* (México, D.F), No. 11-12, enero-diciembre de 1997.

\* Economista, Universidad Javeriana, Bogotá-Colombia y Maestrante en Ciencias Sociales, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Académica México.

Entre estos estudios se resaltan dos posturas, la primera que lo entiende como muestra de crisis de lo público y la segunda que lo reivindica como muestra del pluralismo que se requiere en el espacio público. Frente a estas posturas, en este artículo queremos añadir a este debate, que más que un concepto normativo, la separación entre lo público y lo privado implica también relaciones de poder, mediante las cuales unos grupos excluyen a otros. Es entonces el comercio en vía pública uno de los fenómenos a través de los cuales puede evidenciarse este tipo de relaciones que nos recuerdan la importancia de pensar lo público a partir de las relaciones de poder y de resistencia al mismo.

Teniendo en cuenta este argumento, el presente artículo se divide en cuatro partes. La primera está orientada a presentar, en términos generales los argumentos que orientan el debate sobre la relación entre espacio público y comercio en vía pública desde el enfoque de la antropología urbana. En la segunda parte, se presenta brevemente la manera en que se producen las relaciones de poder y de resistencia al mismo, por parte de los comerciantes en vía pública; en la tercera parte se presentan los argumentos que algunos comerciantes entrevistados<sup>3</sup> presentaron sobre la legitimidad del uso del espacio público; y en la última se presentan algunas de las principales conclusiones del artículo.

### **Comercio en vía pública: ¿síntoma de pérdida del espacio público o reivindicación del pluralismo?**

Varios académicos de la antropología urbana, han llamado la atención sobre la relación entre el espacio público y el comercio en vía pública, como central para enriquecer los debates sobre el tema, entre los que cabe señalar dos posturas. La primera, está orientada a entender esta problemática como muestra de la pérdida y depredación del espacio público. Esta crisis es vista como una de las características centrales de las ciudades contemporáneas. Por su parte, la segunda postura, está orientada a mostrar este fenómeno como una reivindicación de la pluralidad que se requiere para el enriquecimiento del espacio público.

<sup>3</sup> Este artículo es producto de la tesis de Maestría en Ciencias Sociales de la FLACSO “Espacio Urbano y Comercio en Vía Pública. Reglas, Redes y Uso del Espacio Público en la Ciudad de México”. Se sustenta empíricamente de la información suministrada por 14 entrevistas en profundidad realizadas principalmente en la salida del metro Copilco de la Delegación Coyoacán, en la Colonia Escuadrón 201 en la Delegación Iztapalapa y en el Centro Histórico. Los nombres de los entrevistados fueron cambiados para garantizar la confidencialidad de las entrevistas.

Entre los académicos que optan por esta primera postura, podemos destacar a Duhau y Giglia, quienes muestran que el orden urbano, se caracteriza por “la permanente impugnación y depredación de lo público y por formas de privatización del espacio y de las prácticas urbanas que con diferentes modalidades operan como dispositivo de protección, autosegregación, subsistencia y explotación lucrativa del espacio público”<sup>4</sup>.

Esta crisis del espacio público, para estos autores, remite a una crisis tanto de integración como a una crisis de identificación. Crisis de integración, porque desde la postura de Duhau y Giglia el espacio público es visto como el espacio en el que la desigualdad y la exclusión social se disipa. Y también remite a una crisis de identificación, en tanto que ese espacio público es entendido como el espacio en que se pueden “reconstruir los vínculos de pertenencia y elaborar el sentido de la experiencia urbana”<sup>5</sup>.

Lo que quieren expresar estos autores, cuando intentan dar cuenta de la crisis del espacio público, es que su acceso no se da en la misma manera que en una etapa histórica anterior. “Antes” el acceso al espacio público se asociaba con un derecho universal, mientras que “ahora” el acceso se da en función del poder adquisitivo de las personas. Como se observa, se trata de una concepción que entiende la presencia de lo público como empíricamente observable y como una característica consustancial de un periodo histórico en particular. Por otro lado, con la sensación de pérdida se idealiza la modernidad como la etapa histórica en la cual el espacio público tuvo su mayor esplendor. Siguiendo a Salcedo<sup>6</sup>, es una postura desde la cual se piensa en lo público como un concepto propio de la modernidad pero que además puede ser adaptable a todo periodo histórico.

Ahora bien, frente a estas posturas que asocian el fenómeno del comercio en vía pública con la pérdida del espacio público, han surgido otras propuestas como la que señala Monnet. Para este autor es un modo diferente de entender las relaciones entre lo público y lo privado, en que el comercio es un mecanismo de intermediación que evita el dominio absoluto por una idea de lo público que me-

<sup>4</sup> Duhau y Giglia, “Conflictos por el espacio y el orden urbano” en *Estudios demográficos y urbanos*, México, D.F. vol. 19, núm. 2 (56), pp. 257-288.

<sup>5</sup> Giglia, Ángela “Espacio público y espacios cerrados en la ciudad de México” en Ramírez Kuri, Patricia (Coord.), *Espacio público y reconstrucción de ciudadanía*, México, FLACSO-Miguel Ángel Porrúa, 2003.

<sup>6</sup> Salcedo, Rodrigo, “El espacio público en el debate actual: Una reflexión sobre el urbanismo posmoderno” en *EURE* (Santiago de Chile), vol. 28, núm. 84.

nos cabe la intimidad y la individualidad, y evita también un predominio de lo privado como la negación de la sociedad y de lo colectivo<sup>7</sup>.

Además señala que la pluralidad del espacio público no sólo se relaciona con la variedad de actores presentes en él, sino por la variedad de usos que se hacen del mismo. En este sentido, intenta reivindicar el comercio en vía pública, como una expresión adicional de lo que es propio del espacio público, entendido como “el lugar donde se encuentra al mismo tiempo el máximo de intereses “privados”... a diferencia de los espacios privados totalmente apropiados por un solo interés”<sup>8</sup>

Esta definición del comercio como un elemento que evita, tanto el totalitarismo de lo público como el totalitarismo de lo privado, y la noción de lo público asociado con el pluralismo, es retomada de H. Arendt. Aunque es sumamente interesante esta lectura, es necesario hacerla de manera más detenida.

Si bien esta autora define la esfera pública como una esfera en que se reconcilia tanto una visión sobre el mundo en común y en la que se aceptan las diferentes miradas que los participantes en la misma tengan de él. No todas las miradas, son susceptibles de ser tenidas en cuenta en el espacio público. Para Arendt, lo que se discute en el espacio público es lo que “aparece” como político y por tanto requiere ser puesto en discusión, no a partir de los argumentos propios de la esfera privada, sino que requiere de una transformación para ser una demanda legítima en el espacio público.

En este sentido, para esta autora, el espacio público no se entiende como un conjunto homogéneo, pero tampoco como la suma de los intereses particulares. Se trata de un espacio en el que se presenta de manera previa un procesamiento de esos intereses particulares para su “aparición” en público. Por esto, no entiende el ejercicio político como un ejercicio para reivindicar las características o condiciones particulares vinculadas con el ámbito de la necesidad, sino como un ejercicio de libertad en que la acción humana se constituye en un elemento diferenciador que impide la totalización de la sociedad de masas<sup>9</sup>.

<sup>7</sup> Monnet, Jérôme, “Espacio público, comercio y urbanidad en Francia, México y Estados Unidos” en *Revista Alteridades*, México, D.F., 6(11) 1996, pp. 11-25.

<sup>8</sup> *Idem*.

<sup>9</sup> Cabe recordar que para esta autora, a partir de la emergencia de lo social en la modernidad, la política empieza a preocuparse por la “administración de las cosas”, que no necesariamente implica un ejercicio basado en la libertad de los hombres, que para Arendt es el sustrato mismo

Por consiguiente, desde lo propuesto por Arendt, es difícil entender el comercio en vía pública como una actividad que enriquece el espacio público. Si bien se trata de un conjunto de actores sociales que cuestionan los límites entre lo público y lo privado, desde el punto de vista de esta autora, son actores que todavía se encuentran vinculados con el ámbito de la necesidad y no con el ámbito de la libertad. Es decir, se trata de un fenómeno que no se articula con un interés general, sino en el que se percibe la búsqueda de intereses particulares que son perseguidos desde una posición estratégica por parte de los actores involucrados.

Como vemos, la primera postura que asocia la presencia del comercio en vía pública como manifestación de “pérdida de lo público” y la segunda que lo reivindica como manifestación de la pluralidad que se requiere en el mismo, se encuentran vinculadas con una concepción normativa de la dicotomía entre lo público y lo privado<sup>10</sup>.

Se trata de una concepción normativa con la cual, se pierde de vista que la separación entre lo público y lo privado implica un ejercicio de poder. El comercio en vía pública es uno de los fenómenos que nos muestran, que el espacio público es un espacio del cual unos actores se apropian excluyendo a otros, a través de un conjunto de acciones y prácticas cotidianas. De manera que el espacio público es no sólo un “deber ser” sino que también es el producto de las acciones por parte de los actores que se disputan su uso y control<sup>11</sup>.

Es este último argumento, el que nos impulsa a enriquecer estas posturas con una tercera, a partir de la cual se tenga en cuenta que la separación entre lo público y lo privado implica ante todo un ejercicio de poder.

de la política, sino un ejercicio de administración de las necesidades y demandas de la población.

<sup>10</sup> Luhmann, Niklas, “La opinión pública” en *Statu di Diritto e Sistema Sociale*, Napoli, Guida, trad. Esp. De Cecilia Gayet, FLACSO-México, mimeo, versión preliminar, 1978.

Para Luhmann, se trata de conceptos que no pueden dejarse de lado pero tampoco se deben aceptar en su acepción inicial. Porque no explican los sucesos reales sino que son conceptos que encarnan conquistas institucionales de las sociedades a lo largo de su historia.

<sup>11</sup> Cabe señalar que la obra de Foucault, es central para comprender la relación entre el poder y la organización del espacio, puesto que en una de sus frases más célebres, señala que “Podría escribirse toda una ‘historia de los espacios’ —que sería al mismo tiempo una ‘historia de los poderes’”, véase Foucault, Michel, “El ojo del poder” en Bentham, Jeremías, *El panóptico*, Barcelona, La Piqueta, 1980, p. 12.

## El espacio público disputado. El espacio público y su relación con el comercio en vía pública

Aunque muchos académicos y la opinión en general tienden a pensar en estos actores como actores marginales<sup>12</sup>, otros autores nos muestran, que los comerciantes en vía pública son actores capaces de producir una resistencia frente al estado y pueden incidir indirectamente en las políticas que afectan sus propios intereses. En palabras de Cross, se trata de acciones que producen una “resistencia [que] no es una manera de oposición directa, pero es una forma sutil de evasión y manipulación”<sup>13</sup>.

Es decir, la permanencia de estos actores en los espacios públicos que ocupan, no puede ser entendida sólo desde argumentos vinculados con los aspectos económicos, que han dominado el debate sobre el tema, sino que requiere de un análisis mucho más amplio que involucre la dimensión socio-política. Como veremos, se trata de actores que usan el poder local, para frustrar la implementación de las políticas que les impide permanecer en las calles. Se trata de una resistencia que, como muchos teóricos de la acción colectiva señalan, no sólo se sustenta en sí misma, sino que requiere de la apertura de “la estructura de las oportunidades políticas”<sup>14</sup>.

Esta idea nos permite argumentar que la manera de actuar del Estado, ha permitido un cambio en esta estructura de las oportunidades políticas por varias razones. La primera porque la política acerca del comercio en vía pública como muchos autores han mostrado, ha fluctuado desde las posiciones tolerantes a las represivas<sup>15</sup>. La segunda, se orienta a lo que denomina Cross como ausencia de integración estatal, que implica un grado de autonomía relativamente alto de las autoridades locales con relación a lo dispuesto tanto por las autoridades a nivel metropolitano

<sup>12</sup> Touraine, Alain, *Actores sociales y sistemas políticos en América Latina*, Santiago de Chile, PREALC, 1987. Al respecto Touraine señala que los comerciantes en vía pública son actores pasivos en tanto que presentan una privación de acción colectiva.

<sup>13</sup> Cross, John, *Informal Politics. Street vendors and the state in Mexico City*. California, Stanford University Press, 1998, p. 6.

<sup>14</sup> El concepto de oportunidad política se refiere a las “dimensiones consistentes –aunque no necesariamente formales, permanentes o nacionales– del entorno político, que fomentan o desincentivan la acción colectiva entre la gente”. Tarrow, Sydney, *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*, Madrid, Alianza Universidad, 1994, p. 49.

<sup>15</sup> Véase por ejemplo, Barbosa, Mario, *Trabajadores en las calles de la ciudad de México: Subsistencia y pobreza urbana al comenzar el siglo XX*, El Colegio de México, mimeo, versión preliminar, 2006 y Cross, Op. cit.

o nacional, que les permite adoptar o no las políticas que se intentan implementar sobre el tema.

Otro de los elementos a considerar, es la creación de incentivos por parte del Estado, para la creación de asociaciones civiles, como un medio de tramitar administrativamente los permisos para el uso de las calles. Se tratan de organizaciones que se vinculan con el aparato administrativo y político, mediante el cual logran los permisos. De manera que, son capaces de utilizar la estructura institucional y política para “crear vínculos clientelares con patrones que pueden ayudar a proveer acceso al sistema informal para la organización de los miembros creando incentivos para la membresía y el activismo”<sup>16</sup>.

Vemos entonces, que se trata de actores, que lejos de estar incapacitados para producir acciones colectivas por la “exclusión padecida” como señala Touraine, tienen la capacidad de organizarse para crear vínculos clientelares propios del sistema político e institucional mexicano, para permanecer en los espacios públicos que ocupan. La participación de las autoridades locales como juez y parte, y el grado de autonomía que adquieren en la aplicación de las normas vigentes sobre el tema, les proporciona a las organizaciones de comerciantes, cierto poder de negociación. El Estado entonces, se desdibuja como emanación de lo público y pierde la centralidad para la resolución de los conflictos relacionados con el cuestionamiento permanente, de las fronteras entre lo público y lo privado que implica la presencia del comercio en vía pública.

Ahora bien, estas acciones han tenido repercusiones sobre la manera en que los comerciantes en vía pública legitiman el uso que hacen de los espacios públicos. Esta legitimación viene dada por el grado de organización que adquieren, en el cual se regula socialmente el acceso y permanencia en los espacios urbanos en los que desarrollan el comercio en vía pública<sup>17</sup>.

Por lo anterior, la legitimación a la que hacemos referencia, tiene que ver, no con la legitimación por el orden jurídico vigente, sino con la legitimación del uso del espacio que se da como resultado de la permanente negociación entre los comerciantes en vía pública y los miembros del sistema político-institucional; y a la construcción de un conjunto de reglas no reconocidas jurídicamente que permiten la organización en tales espacios<sup>18</sup>.

<sup>16</sup> Cross, Op. cit. p. 244.

<sup>17</sup> Silva, Diana, *Espacio Urbano y Comercio en Vía Pública. Reglas, Redes y Uso del Espacio Público en la Ciudad de México*, México, Tesis de Maestría en Ciencias Sociales, FLACSO, mimeo, 2006.

<sup>18</sup> *Ibid.*

## La legitimación del uso del espacio público. Las voces de los comerciantes en vía pública

La legitimación que hacen los comerciantes en vía pública sobre el uso y apropiación del espacio público, se expresa de diversas formas. Estas expresiones nos muestran, como ya hemos argumentado, que el espacio público urbano es el resultado de las negociaciones y tensiones permanentes, que produce la exclusión por parte de unos miembros de la sociedad en beneficio de otros. Por esto, el espacio público urbano, no puede ser pensado únicamente desde una postura normativa, que lo entiende como un espacio de encuentro y de construcción de ciudadanía, sino como el espacio donde también se involucran relaciones de poder y resistencia al mismo, que otros autores como Foucault<sup>19</sup> y De Certau<sup>20</sup> han señalado.

Como resultado de las entrevistas realizadas, se ha encontrado que para los comerciantes en vía pública, el espacio es un motivo de lucha. Son los años instalados en el mismo lugar y las acciones que implica mantenerse allí lo que produce un “derecho” sobre el mismo. Se trata de un derecho que es legitimado por las autoridades en los trámites de solicitud de permisos y que se actualiza permanentemente en los procesos de negociación del espacio urbano.

También se trata de un derecho legitimado frente a los demás comerciantes en vía pública, y por medio del cual, se limita el acceso a otras personas que desean desarrollar esta actividad. A través del análisis de las entrevistas, a continuación se realizará una breve descripción de algunos de los argumentos que aducen los comerciantes en vía pública, para legitimar el uso y defensa de los espacios urbanos que ocupan.

### **“Ahora tenemos comodidad. La seguridad de tener un puesto reconocido por las autoridades”**

Uno de los elementos que nos habla de la importancia de acceder y mantenerse en un determinado espacio urbano,

<sup>19</sup> *Op. cit.*

<sup>20</sup> De Certau, Michael, *La invención de lo cotidiano. Artes de hacer*, México, Universidad Iberoamericana-Iteso-Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos, 1990. Para este autor es central la relación entre el poder y el espacio físico tal y como lo propone Foucault, sin embargo pone el énfasis en la importancia de comprender la resistencia a ese poder, que se traduce en una reapropiación del espacio por parte de los actores sociales, a través de prácticas sociales ancladas en el marco de la vida cotidiana.

se relaciona con la comodidad que implica conservarse en un lugar determinado, sin tener que permanecer alerta frente a posibles reubicaciones por parte de las autoridades.

Es interesante notar, que esta comodidad de tener un lugar en el espacio público urbano no sólo ha sido resalta-da por los comerciantes que se instalan en puestos fijos<sup>21</sup>, es decir de quienes se instalan en puestos anclados en las banquetas. Algunos comerciantes sin puesto, nos comentan la importancia de tener un puesto reconocido por las autoridades, y por otros comerciantes en vía pública como uno de los elementos que les brinda un mayor grado de bienestar y una mayor estabilidad en los ingresos.

El...señor el ya está grande debe tener como 60 años...de tanto correr [*por las acciones de las autoridades*], de tanta presión que había se puso mal de la diabetes, pues imagínatelo en el piso, *ahora está tranquilo*. Porque era todo el día, no se creo que hay 4 turnos en la delegación entonces cada cambio venían y llegaban y vámonos...me gusta la adrenalina, pero con los años si pesa, *lo bueno es que se pudo lograr*. Lo bueno es que te entra un poco más de dinero *ya estando así establecido* porque luego si había momentos en que hacían hasta guardia estos tipos, nos dejaban 3 horas al día trabajar, entonces era muy pesado. (Abel, sin puesto, Copilco, 29 años)

Como nos narra este entrevistado, aunque no cuentan con un puesto fijo en la vía pública, el reconocimiento por parte de las autoridades implica para estos comerciantes tener un estatus de “establecido”. Esta condición es vista como una ganancia y un logro por parte de los comerciantes. Esta situación implica una mayor estabilidad en el ingreso percibido, debido a que no deben abandonar su puesto de trabajo, frente a los posibles desalojos por parte de las autoridades.

Por otro lado, la tranquilidad de conservar un lugar en el espacio público, implica la posibilidad de tener un mercado mucho más definido y asegurar, que quienes estén buscan-

<sup>21</sup> De acuerdo con la Encuesta Nacional de Empleo el comercio en vía pública involucra el comercio propiamente ambulante, el comercio en puesto semi-fijo y en puesto fijo. En el comercio ambulante, los vendedores deambulan por diferentes zonas de la ciudad, como lo hacen los vendedores dentro de las estaciones del metro y los vendedores que se ubican en los semáforos. El comercio en puesto semi-fijo, se caracteriza por el uso de estructuras removibles que permiten la apropiación temporal del espacio público. Por su parte, el comercio en vía pública fijo, se caracteriza por el uso de estructuras metálicas ancladas en las banquetas.

do alguna mercancía de las que disponen estos comerciantes logren su objetivo. Al respecto, otro de los comerciantes sin puesto nos comenta:

No es de que tenga la puerta abierta [*para ubicarse en los espacios públicos*], pero te haces de tu lugar, lo tienes que acreditar y todo para que la gente te vaya conociendo y este ya la gente te reconoce, inclusive ya la gente luego ni te pregunta, nada más agarran y ya te pagan, ya te conocen. (Pedro, sin puesto, andenes del Metro Copilco, 27 años)

Como nos comenta Pedro, tener un lugar en el espacio público urbano, requiere de su acreditación por parte de los consumidores de los productos. Aquí de nuevo el carácter paradójico del uso de términos como el de “comercio ambulante”, cuando quienes no poseen un lugar fijo o semifijo, se consideran comerciantes “establecidos” por el hecho de haber logrado el reconocimiento del uso de estos espacios por las autoridades competentes y de quienes consumen las mercancías que comercian.

También llama la atención, la importancia de la acreditación de sus negocios y la ganancia de un segmento del mercado para percibir determinado nivel de ingresos. Siguiendo a De Soto, tener un lugar en el espacio público contribuye con una mayor estabilidad económica puesto que “ayuda a incrementar la escala de operación comercial y permite que los ambulantes puedan especializarse, puesto que el mayor espacio inherente a la ubicación fija es más eficaz como medio de almacenamiento de existencias”<sup>22</sup>.

### **“Pa’ que no andes del tingo al tango”. El acceso y defensa del lugar**

Otro de los elementos que nos muestran la importancia de acceder y permanecer en un espacio urbano determinado, se relaciona como ya mencionamos previamente, con la estabilidad que representa tener una ubicación para desarrollar las actividades comerciales. Sin embargo, se trata de una actividad que implica diversos costos para los comerciantes. Como señala Olivia, no es fácil ubicarse en las calles para poner un “puesto” porque involucra también acciones de defensa del mismo:

*A mi me costó este lugar, me costó lágrimas, pleitos. Ella [la hermana] me invitó a que viniera yo a vender porque yo antes vendía en otros lados, entonces me dice “pa que no andes del tingo al tango” dice vente a vender acá ... y ella me consiguió un lugarcito donde ella está, pero como pus estaba muy, bueno de por sí aquí es pequeño, pero ese lugar no era mío tanto era de ella como de otra persona, tonces este, tuve problemas con la persona que no era de la familia ... entonces yo hablé con la persona que nos reacomoda aquí [el líder], y esa persona me dijo pues péreme deje que haya otro lugar. (Olivia, puesto semi-fijo, Centro Histórico, 54 años)*

Para esta entrevistada, lograr un espacio “propio” en la vía pública ha sido un proceso que ha involucrado diferentes etapas. Por un lado, está el acceso a ese espacio que se presentó en primera instancia, por un familiar y otra comerciante que le prestaban un pedazo para vender sus mercancías. Esta situación le brindaba una mayor estabilidad económica que la venta semanal a la que tenía acceso en un tianguis en Santa Cruz Meyehualco. Sin embargo, como la entrevistada relata, el “préstamo” no se encontraba totalmente legitimado por el grupo de comerciantes al que pertenecía la hermana y por tanto tuvo “problemas con la persona que no era de la familia”. Debido a esta situación tuvo que buscar otro lugar por medio del líder que se encarga de la distribución de lugares. Como vemos, para esta entrevistada la legitimación del uso del espacio, estuvo mediada por el reconocimiento frente a los demás comerciantes en vía pública, y por la habilidad de la comerciante para negociar con el líder de la organización, la ubicación en otro puesto.

Ahora bien, la legitimación del uso del espacio no sólo se vincula con acciones como la relatada por esta entrevistada, también implica acciones de defensa colectiva como nos comenta uno de los comerciantes fijos del Metro Copilco:

*Antes cada quien peleaba por lo suyo, si a mi me quitaba la delegación si al otro chavo no se le quitaba, no se porque le daba no sé pues una lana con las autoridades de la delegación y así empezamos... formamos una unión así y así fue que pedimos un apoyo a la delegación que nos dieran permisos para trabajar (Marcelo, puesto fijo, Copilco, 28 años)*

Este entrevistado nos muestra que la defensa del uso del espacio, es uno de los motivos centrales para confor-

<sup>22</sup> De Soto, Hernando, *El otro sendero*, México, editorial Diana, 1987, p. 71.

mar una organización. Así vemos como el espacio se convierte para los comerciantes en un motivo de lucha y un motivo para desarrollar acciones de tipo colectivo<sup>23</sup>.

De acuerdo con la información suministrada en las entrevistas, la defensa del espacio y el surgimiento resultante de las organizaciones de comerciantes, representa un momento central en el marco de sus trayectorias como comerciantes en vía pública. Por esto algunos de los entrevistados se refieren al “derecho” del uso del espacio en los siguientes términos:

Yo siento que no es de todos [la calle], ora si que lo, este, dice uno que el comerciante es el que más vive en la calle, que en su casa, se podría decir, ¿no? que, que ora sí que *no es de que uno se sienta dueño del lugar*, pero que nosotros estamos conviviendo más en la calle, pero se respeta, se respeta la, aquí, a la gente, se respetan las calles, vemos de antemano que de nadie son las calles no? ora si nadie es dueño de esto no?... El que defiende un lugar, es como cuando defiende su casa ¿no?...nuestro lugar...*lo hemos ganado con el esfuerzo* (Ramiro, puesto fijo, Colonia Escuadrón 201, 46 años)

El relato anterior muestra que es legítimo el uso de los espacios públicos urbanos, puesto que como señala, la calle no es de todos porque las personas que más tiempo permanece en las calles son los comerciantes. Esto es interesante, porque si en el imaginario se considera que lo público es de todos, el uso de las calles se legitima asumiéndolo como un bien sobre el cual no hay una propiedad establecida.

Por esta razón, el entrevistado señala que si las calles son de todos, significa que al mismo tiempo son de nadie. Además relaciona la defensa de las calles con la defensa de la vivienda para dar a entender que cualquiera, en la situación en la que se encuentran actuaría de modo defensivo. Por los rasgos de esta defensa, de manera similar a lo señalado por Olivia, Ramiro comenta que la permanencia en el espacio urbano que ocupa ha sido el produc-

<sup>23</sup> Estas acciones presentan tres aspectos de acuerdo con Tarrow, son acciones que se caracterizan por incrementar el poder de desafiar a los oponentes, desafíos que no toman necesariamente la forma de una oposición directa. También por que generan incertidumbre, puesto que no se conoce de antemano los costos, las consecuencias de las mismas o la extensión de este tipo de acciones hacia otros grupos. El tercer aspecto, se refiere a que por lo general se trata de acciones que producen y a su vez, son producto de la solidaridad entre sus miembros. Véase Tarrow, *Op. cit.* pp. 181-206.

to del esfuerzo y la coordinación de acciones por parte de todos los comerciantes que allí se ubican. La defensa del espacio urbano que ocupan los comerciantes en vía pública, es vista por otros como el resultado de la habilidad que han desarrollado para negociar con las autoridades e involucrar este tipo de acciones en el marco de acciones orientadas al ámbito político. Otra entrevistada nos comenta:

Ha sido muy bonito y a la vez triste, *ya pasaron esos años difíciles de tristeza y de agresión*, ahora se puede negociar un poco más con las autoridades... vamos enseñándonos a negociar vamos enseñándonos a hablar con la autoridad, a la mejor no del mismo nivel político pero si *nos enseñamos a defender un poco...* las que tenían un temor con el solo hecho de ver a la camioneta... se enseñaron a agarrar cualquier cosa *para defender lo que nos corresponde*, (Soledad, puesto fijo, colonia Escuadrón 201, 53 años)

Esta entrevistada nos muestra cómo las acciones de agresión y represión por parte del Estado<sup>24</sup> contribuyeron a afianzar los lazos de solidaridad por parte de los comerciantes en vía pública. Con la posterior reducción de las acciones de agresión y represión y el logro de los permisos correspondientes para permanecer en el espacio que ocupan, los comerciantes en vía pública, pasaron de ejercer acciones de tipo defensivo, para pasar a desarrollar acciones de negociación.

### **“Nosotros creamos un derecho de trabajo” El comercio en vía pública como alternativa de auto-empleo**

Entre las acciones de negociación con las autoridades cabe señalar que uno de los argumentos que aducen los comerciantes en vía pública es el derecho al trabajo. En efecto, el comercio en vía pública es una de las opciones a las que recurren algunas de las personas que no logran insertarse en el mercado laboral formal dadas su formación académica y experiencia laboral previa.

Este es uno de los elementos que han sido considerados para la justificación, por parte de las oficinas de gobierno, para la creación del Programa de Reordenamiento del

<sup>24</sup> Esta entrevistada nos relata que con la entrada en funcionamiento del Programa de Mejoramiento del Comercio Popular que fue reemplazado por el Programa de Reordenamiento en Vía Pública se redujeron las intervenciones de las fuerzas policiales.

Comercio en Vía Pública. A través de este argumento, el Estado ha orientado la política del comercio en vía pública hacia la tolerancia, otorgándoles legitimidad a los comerciantes en vía pública para permanecer en el espacio público urbano.

De acuerdo con Soledad, este argumento puede resumirse de la siguiente manera:

La calle es de todos y a la vez es de nadie, pero *nosotros creamos un derecho de trabajo* que el gobierno es incapaz de darle solución a la gente que estamos laborando en vía pública, con los sueldos tan mal pagados, el escaso empleo que hay, eso que dicen que ya solucionaron que miles de empleos, es pura mentira. (Soledad, puesto fijo, colonia Escuadrón 201, 53 años)

Como vemos, para esta entrevistada el derecho a trabajar en las calles ha sido creado por los comerciantes en vía pública, frente a la necesidad de lograr un nivel de ingresos que les permita satisfacer sus necesidades básicas<sup>25</sup>. Además resalta que lo público, el cual asocia con un bien sobre el cual no hay una propiedad definida, es susceptible de uso por aquel que lo necesita.

Al respecto, otro de los entrevistados señala:

*Estamos trabajando y como te digo, si me dolería que me dijeran y pus aparte donde podría trabajar, ¿no? No tengo estudios, puedo trabajar en cualquier lado, pero pues no es lo mismo que tengas tu, tu propio negocio*, que trabajes cuando quieras, hasta eres más responsable (Marcelo, puesto fijo, Copilco, 28 años)

De manera similar a Soledad, Marcelo apela al derecho de trabajar. Es interesante señalar que este argumento es esgrimido por parte del entrevistado, luego de preguntarle si ha tenido temor de ser desalojado del lugar que ocupa. De manera que para el entrevistado, existe una relación directa entre el acceso al espacio público urbano y la posibilidad de la generación de ingresos. Por otro lado, nos muestra que si bien se vinculó al comercio en vía pública,

<sup>25</sup> Es necesario tener en cuenta que existen comerciantes en vía pública que comercian con actividades con alta rentabilidad económica. Sin embargo, como señala el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara de Diputados, en 2003 recibían en promedio 2.1 salarios mínimos por día, ubicándose en uno de los segmentos del sector informal que menor ingreso recibe por este concepto. Véase CESOP-Cámara de Diputados, *Reporte Temático No. 2 sobre comercio ambulante*, México, 2005 Disponible en <[www.diputados.gob.mx/cesop/](http://www.diputados.gob.mx/cesop/)>.

por la falta de oportunidades para lograr un empleo de otro tipo, muestra que una de las ventajas de ser comerciante en vía pública, es lograr ser independiente y tener un empleo propio.

### ***Igual lo pagamos. El pago de cuotas como manera de respaldar el “derecho al espacio”***

Otro de los elementos que contribuye a la legitimación del uso del espacio, por parte de los comerciantes en vía pública, es el pago de cuotas y en algunos casos el pago del derecho de piso ante la Secretaría de Hacienda. Una de las entrevistada nos comenta lo siguiente:

Pues se puede decir que si [*la calle es de quien la trabaja*] porque en primera aunque sea del gobierno *pagamos por el espacio*, no estamos así nada más gratuitamente, lo pagamos y siempre tratamos de salir adelante y de tener limpio y todo eso (Gabriela, puesto fijo, Copilco, 40 años)

Como vemos, el uso de las calles no se encuentra exento del pago del uso de la misma por parte de los comerciantes en vía pública. El pago de estas cuotas, es una manera de recibir el reconocimiento, por parte de las autoridades competentes, de la legitimidad del uso del espacio público urbano que ocupan. Si bien se establece en el Acuerdo No. 11/98 que los permisos otorgados pueden ser revocados por parte del Estado, el pago de las cuotas otorga un respaldo mayor a los comerciantes que en caso de no tenerlo.

Siguiendo a De Soto, por medio del pago de cuotas “se otorga a los ambulantes un elemento valiosísimo de seguridad y estabilidad para sus derechos especiales de dominio. Por ello se interesan tanto por pagarla y exhiben los recibos de abono en el entendido de que se trata de un reconocimiento de sus derechos, lo cual es curiosamente aceptado por los vecinos y aún por las autoridades”<sup>26</sup>

<sup>26</sup> De Soto, *Op. cit.* p. 74. Para este autor el derecho especial de dominio hace referencia al derecho informal de uso del espacio público ya que señala que “hay una relación particular entre el ambulante y el sitio que ocupa, toda vez que siempre es el mismo y puede ejecutar sobre él una serie de atributos...no implica un derecho equivalente en el ordenamiento legal, porque recae sobre un pedazo de la calle que es de uso público.”, *Ibid.*, p. 71.

Como vemos, estos elementos nos muestran la manera en que los comerciantes en vía pública legitiman el uso del espacio público, y de manera indirecta nos da una idea sobre lo que significa lo público para estos actores.

## Conclusiones

Si bien pensar lo público a partir de un tema concreto como el comercio en vía pública, es una tarea difícil, resulta interesante porque la dinámica política vinculada con este fenómeno, vuelve a recordarnos que el ejercicio de delimitación entre lo público y lo privado es ante todo un ejercicio político. Como hemos señalado, en la literatura que asocia el comercio en vía pública y el uso de los espacios públicos urbanos ha predominado un uso de esta dicotomía en su acepción normativa, y como una característica consustancial de la modernidad. Sin embargo, el ejercicio político que involucra la exclusión de algunos actores frente a otros, nos muestra la importancia de involucrar en los análisis sobre el espacio las relaciones de poder y de resistencia al mismo.

El acceso y permanencia de los comerciantes en vía pública implica acciones de tipo colectivo, a través de las cuales se resiste a las políticas propuestas por el Estado. Se

trata de una resistencia que no corresponde a una oposición directa, pero que nos habla de la capacidad que tienen estos actores de incidir en la política al menos en el nivel local. Las acciones de acceso y permanencia en los espacios urbanos que ocupan estos actores, incide en la manera en que legitiman discursivamente el uso de los mismos. Esta legitimación es enunciada principalmente por los comerciantes a través de: acciones de defensa, que implican permanecer en los espacios urbanos, el derecho al trabajo que a su modo de ver, prevalece sobre el derecho al libre tránsito de los peatones y el pago de las cuotas a las oficinas de gobierno, correspondientes al derecho de piso.

Siguiendo lo propuesto por Cross, podemos ver, a través del análisis del comercio en vía pública que existen procesos políticos que se vinculan con la capacidad que adquieren los actores sociales para emplear y construir vínculos clientelares. Aunque es una perspectiva que vale la pena trabajar con mayor detenimiento, permite observar cómo el comportamiento clientelar, lejos de ser apolítico, se encuentra anclado con la solución de problemas en el marco de la vida cotidiana. Solución de problemas que nos muestra también la presencia de actores activos, capaces de incidir y transformar la aplicación de las políticas orientadas a contener este fenómeno al menos a escala local.



- artículos • noticias • resúmenes
- bibliografía • universidades
- actividades • foros

[www.universoe.com](http://www.universoe.com)