

Centro Histórico Sector Norte:

La **ciudad**-mercado



Lila Oriard

l.oriard@ucl.ac.uk

University College London – Developing Planning Unit

Agradecimientos

- PUEC- UNAM
- CONACYT
- Grupo de comerciantes Aztecas acera poniente, vendedores y dirigentes
- Grupo cultural Tepito Arte Aquí
- Centro de Estudios Tepiteños
- Habitantes del barrio
- Instituciones de gobierno: Autoridad del CH, Programas delegacionales, INAH, Fideicomiso del CH, INVI , programa de mejoramiento barrial

Estructura de la presentación

1. Introducción
2. Marco teórico
3. Metodología
4. Presentación del caso de estudio
5. Políticas públicas y la expansión del tianguis
6. El dinamismo económico del tianguis como sistema urbano auto-organizado
7. Relación entre el tianguis y las funciones sociales del barrio (vivienda)
8. Conclusiones

1. Introducción

Introducción

- Tesis de Doctorado “La producción-orgánica del espacio: el caso del ambulante en el Sector Norte del CH” (2008-2012)
- Conceptualización de una tipología de organización del espacio
- Esta tipología se caracteriza por ser un híbrido entre la planeación Institucional y la auto-organización barrial.

Idea central

¿Cómo se produce esta organización del espacio?

La **producción** - **orgánica** del espacio

1. El papel de las políticas públicas

*2. Dinamismo económico-espacial
de la venta callejera*

planeación - auto-organización

objetivos generales - intereses de grupo

Leyes - códigos locales

Instituciones formales - autoridades locales

3. Gestión y estructuras de poder

2. Marco teórico

Arquitectura del marco teórico

1. Teoría de la producción de la ciudad (H. Lefebvre)

- La ciudad moderna se produce como “una mercancía”, objeto de consumo e instrumento de acumulación de capital
- Contradicción entre el espacio como instrumento (función 1) y como medio social (función 2)
- Visión Marxista del espacio, identifica la discontinuidad histórica. El espacio urbano es un “texto” que se lee y se escribe.

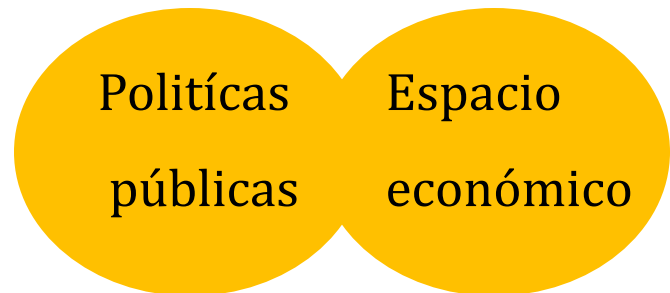
Teoría de la producción del espacio moderno



Lugar como medio social



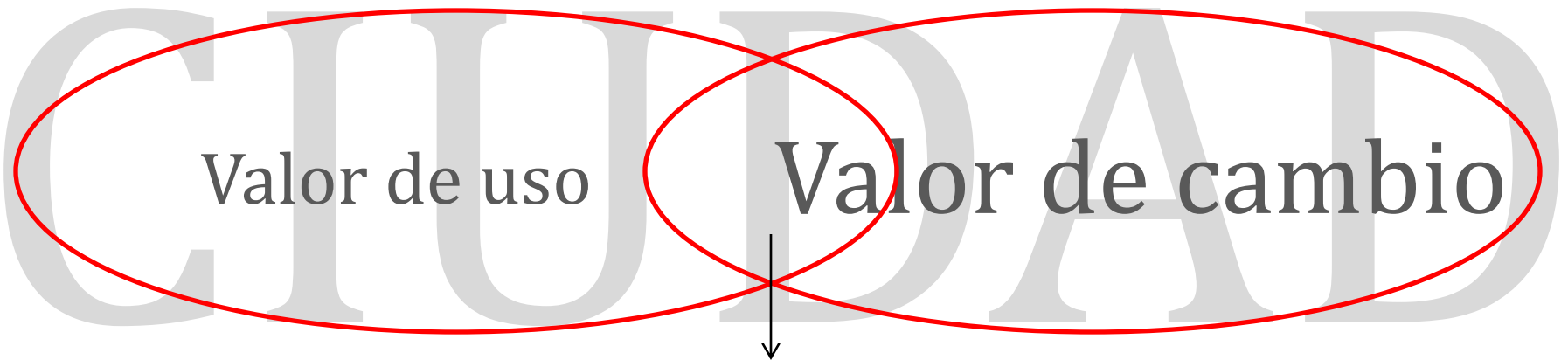
Ciudad como “objeto” de consumo



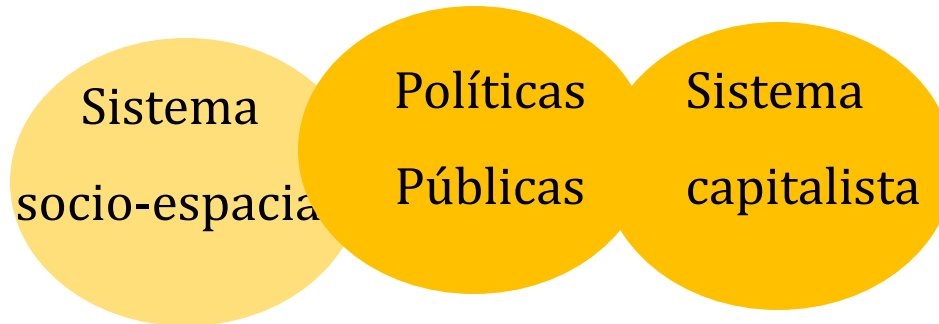
Arquitectura del marco teórico

2. Teoría de la complejidad (aplicado a sistemas socio-ecológicos FOLKE)
 - Análisis de sistemas a partir de las relaciones entre sus elementos (visión del todo y no en las partes)
 - Los sistemas tienen capacidad de adaptación (resiliencia)
 - Los sistemas tienden a perder energía y desgastarse–generar entropía (desorden)

Teoría de la producción del espacio + Teoría de la complejidad



Barrio-tianguis



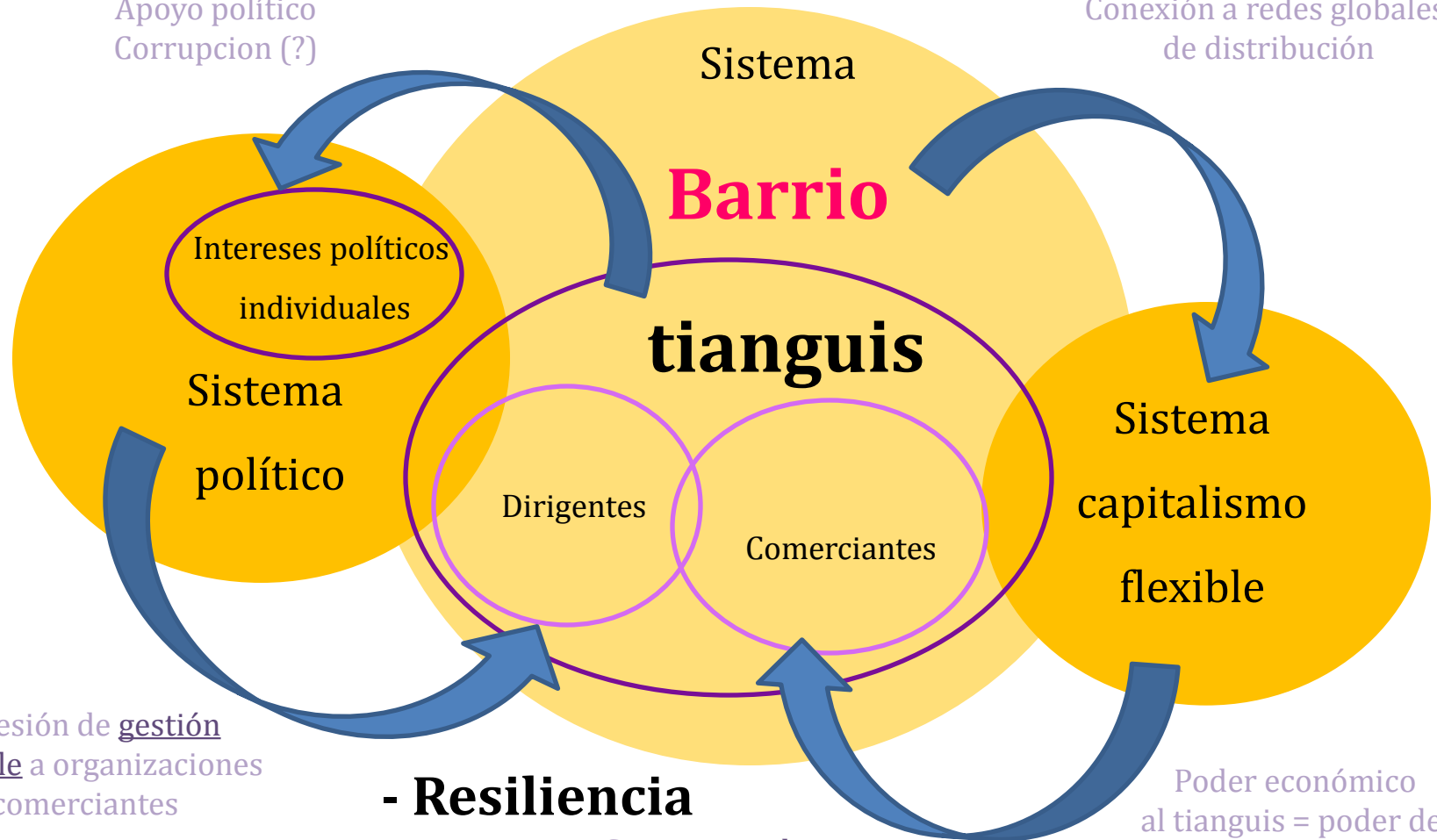
Versión globalización

Modelo de relaciones entre sistemas

- Entropía

Apoyo político
Corrupción (?)

Conexión a redes globales
de distribución



- Resiliencia

Gente que sobrevive
Y gente que mejora su calidad de vida

Poder económico
al tianguis = poder de
negociación

Concesión de gestión
de la calle a organizaciones
a comerciantes

3. Metodología

Métodos

1. Estudio de caso
2. 4 Informantes privilegiados (de confianza, con capacidades para ayudarme a decodificar el territorio: 1. la dirigente de Aztecas, habitante del CH; 2. jefe de la policía judicial en el barrio y fue habitante, 3. arquitecto, comerciante en Aztecas y fue habitante en Tepito, 4. psicólogo, comerciante en Aztecas y es habitante del CH)
3. Recorridos comentados por el barrio, entrevistas cualitativas, encuesta cuantitativa a comerciantes en la calle de Aztecas, observación participante en el puesto de talabartería y mapas mentales comentados

Descubrimiento relevante en el proceso de recuperación de la información:

la dificultad para acceder a la información

El “ruido” en la información es un mecanismo fundamental de la auto-regulación del sistema (evita el control del territorio)

4. Presentación del caso de estudio

Estudios sobre mercados populares como principio de organización del espacio urbano a escala global

Rem Koolhaas (2001)– Harvard Project on the City [Alaba Market](#), Lagos, **Nigeria**



Nacho Girón – (otros 2010) [La Salada](#), Buenos Aires, **Argentina**



Particularidades del caso de la zona comercial del Centro Histórico Sector Norte

- Es un **tianguis global**
- Es **también** un **barrio** (s)

Implica dos funciones con lógicas e intereses distintos

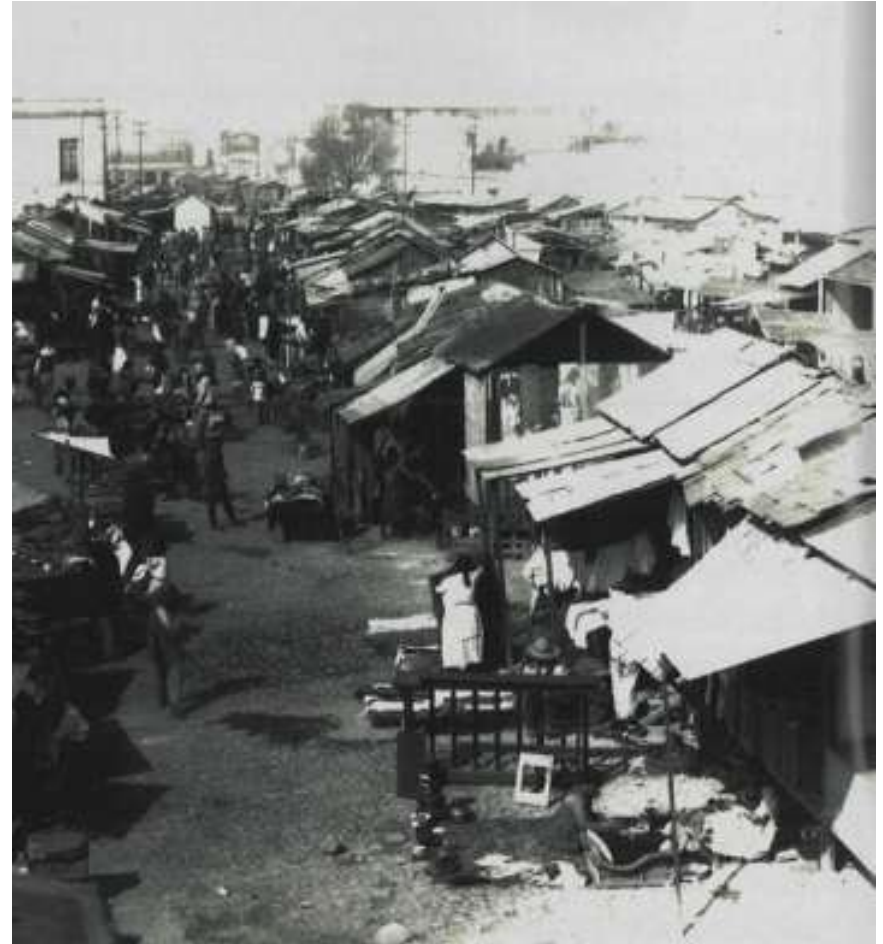
- Localizado en una **zona central** del área metropolitana
- Tradición histórica en la experiencia de **organización y resistencia comunitaria**

El barrio bendito



Tepito: articulaciones históricas de la zona comercial

- El centro de barrio ha sido lugar de tianguis desde la época prehispánica.
- Ha tenido mercados importantes como el Baratillo, trasladado a Tepito en el s XIX
- Después de la Revolución, el mercado de la Plaza de San Bartolomé ofrecía productos de segunda mano a las clases populares y migrantes que llegaban a la ciudad.



Tepito: mutaciones de la zona comercial que transformaron el barrio

- La construcción de los mercados en el 57 – **políticas públicas**
- La llegada de la fayuca en el 73 – **iniciativa de los comerciantes**
- Comienza la organización de vecinos y comerciantes a finales de los 70's como forma de resistencia al Plan Tepito
- Llegada de las importaciones asiáticas en los 90's
- Cambio en las estructuras de poder Instituciones-autoridades locales (dirigentes)

Centros de abastecimiento metropolitano



El problema **relación ambivalente** Tianguis-barrio:

Los habitantes buscan “**salir adelante**” gracias al barrio pero lo están logrando a costa de su **destrucción**

Resiliencia – lógica de grupo

Crean empleo, toman iniciativas, buscan oportunidades para mejorar la calidad de vida propia



Entropía – lógica del barrio

Transformación del barrio, energía perdida en el intercambio con otros sistemas ocasiona desgaste del barrio.



Dificultades para habitar el **barrio-tianguis**

La especialización como “muerte del barrio”

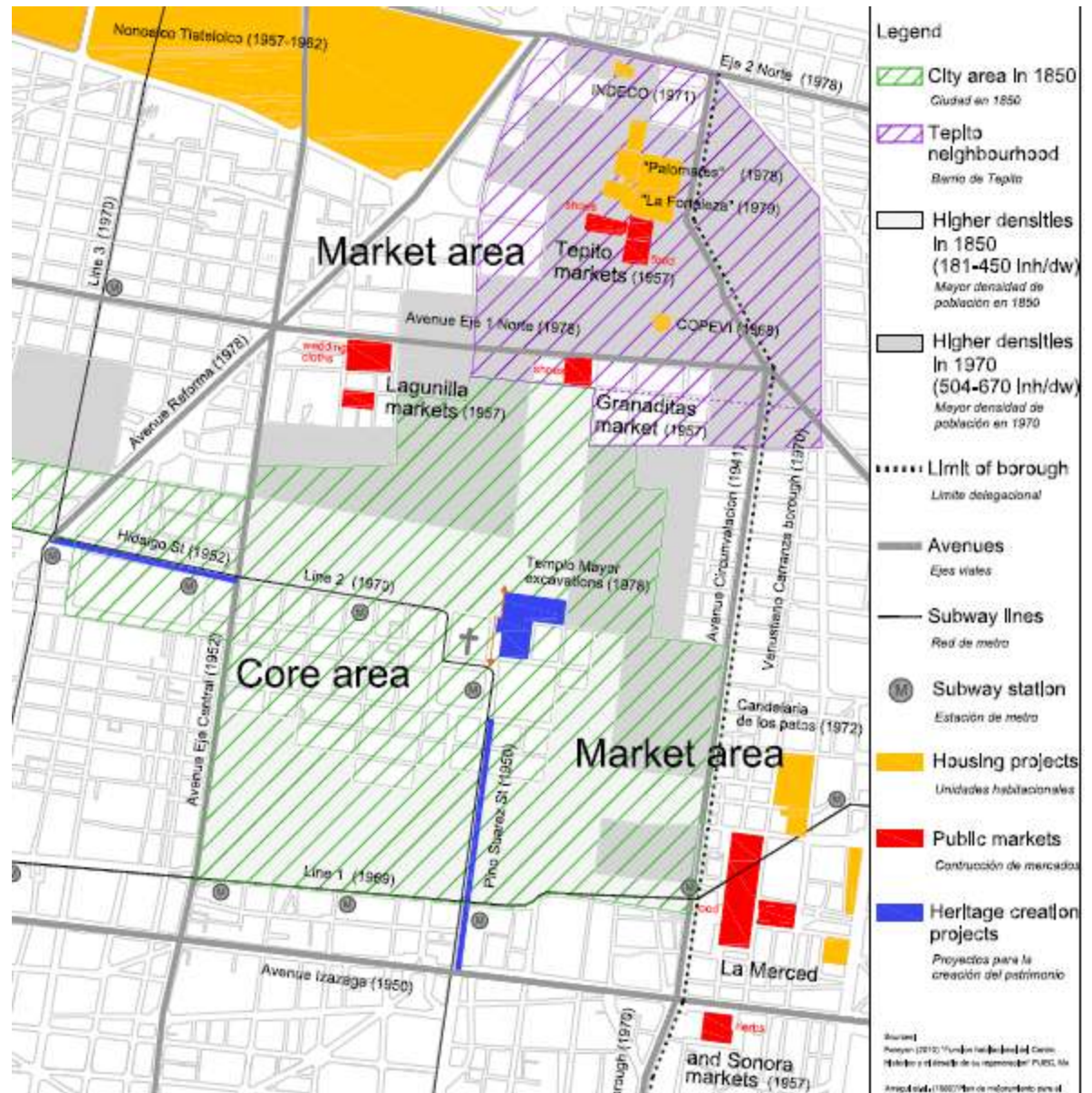
- La zona comercial recibe **100,000 visitantes diarios** (INEGI 2005 en Sánchez 2009)
- La zona de tianguis produce **63 toneladas de basura** (al día)
- Se calculan **12,000 puestos en la calle** ocupando el 60% del suelo del barrio
- **70 camiones foráneos** llegan a la Zona Peru-Apartado-Bolivia) con aprox **2,500 pasajeros** (notas de campo dic 2010)
- Tepito disminuye su población en aprox 6% (en muchos casos existe una sustitución de población), gran parte de **la población residente se dedica a actividades relacionadas con el comercio.**

5. Políticas públicas y la expansión del tianguis

El problema del ambulante reducido a la “limpieza de calles”

- Los mercados al aire libre eran parte del funcionamiento de la Plaza Mayor hasta el s. XIX (El Parián, el baratillo, después el Volador)
- Desde el s. XIX se observa una voluntad de cambiar el orden urbano hacia la modernización de la ciudad siguiendo modelos Europeos (higienistas) como las intervenciones realizadas en París en 1850-1950.
- Este modelo se aplica **sin la realidad económica y política** que les da sentido: la industrialización y el Estado Nación. Además en Europa la reconstrucción después de la guerra había fortalecido las prácticas del urbanismo operacional. En México la modernidad era una utopía no una realidad.
- Estos modelos modernistas implicaban una estrategia de clase que buscaba la « **limpieza social** », desplazar a las clases populares (y sus usos del espacio) hacia la periferia.

La modernización de la Cd de México (50's - 70's)



Ruptura histórica: el nacimiento del ambulante como sistema organizado – Uruchurtu (1952-1966)

- En 1951 surge la ley que prohíbe la venta en la calle
- Uruchurtu la aplica inmediatamente al llegar al poder como una **estrategia política** para responder a los intereses de las clases acomodadas del Centro Histórico (Diane Davis 1994)
- El ambulante se prohibió **sin planeación**, sin solución para los vendedores
- Esto ocasionó un gran descontento (porque existía una necesidad real)
- El programa de mercados fue creado como una solución « de último momento » para reubicarlos y evitar movimientos sociales, sin estudios previos (Cross 1998)
- La gestión de la reubicación se complicó y por esto se pidió a los vendedores que se organizaran como Asociaciones civiles afiliadas al PRI, esto promovió la **integración de los grupos de comerciantes al sistema político**

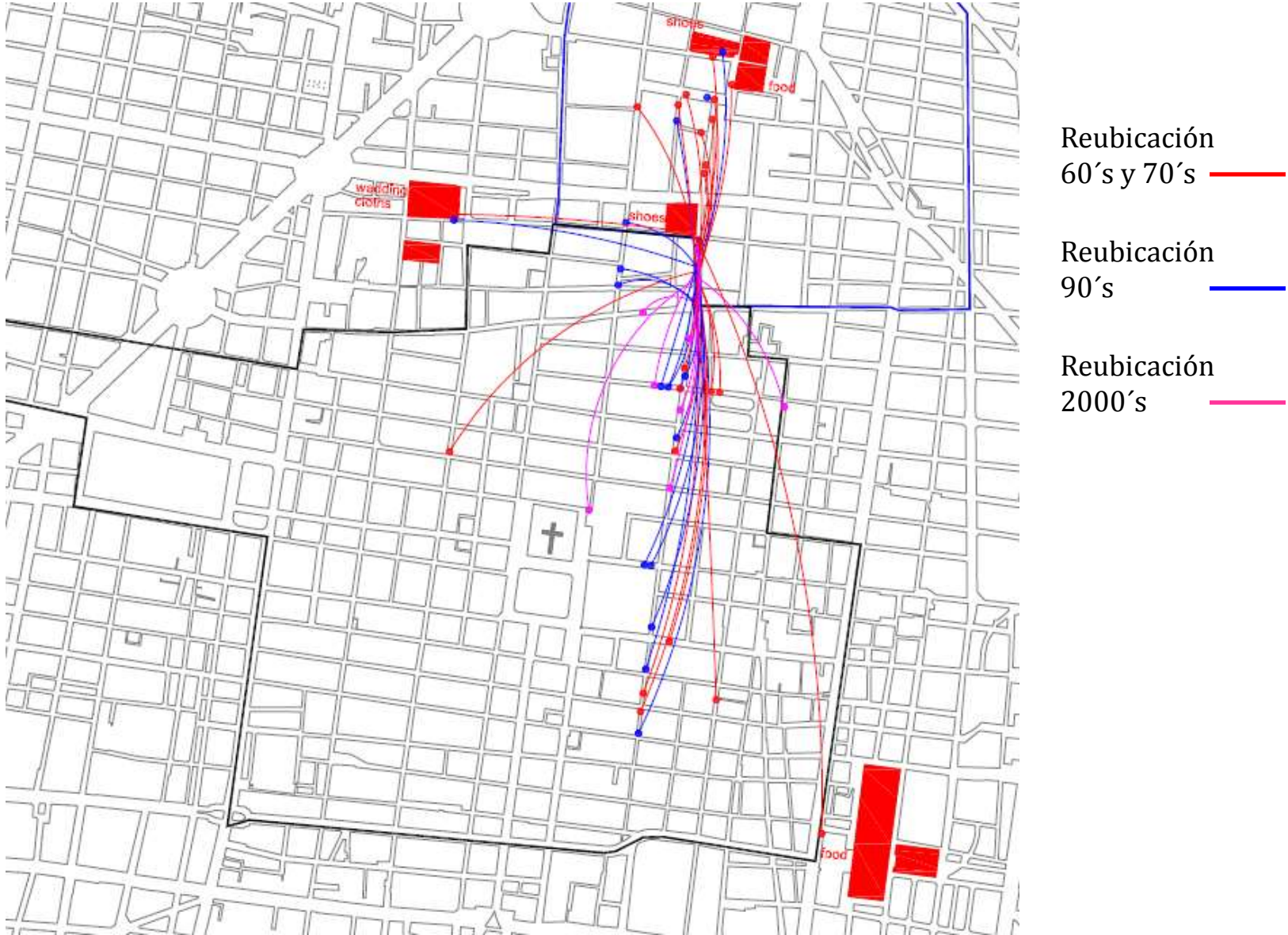
El fracaso de esta política para controlar el ambulante y sus beneficios políticos

- La limpieza de calles que no se adaptaba a **la realidad social y económica**
- No reconoce que la calle es un « recurso » del que viven muchas familias
- No reconoce que los mercados no funcionan en la misma lógica económica (De Soto 1989) por lo que no sustituyen el comercio callejero (De Soto 1989)
- Mercados= capital intensivo (local cuesta 100 pesos diarios recuperables en un tiempo largo)
- Ambulante= trabajo intensivo (en la calle 20 pesos diarios recuperables el mismo día)
- Programa muy costoso (50% del presupuesto del DDF)
- El programa de mercados de los 50's dio grandes beneficios políticos en las campañas de López Mateos (Cross 1988)

El inicio de una tradición: la re-implementación del Programa de mercados

- Se re-implementa una « limpieza de calles » en el Centro Histórico en la Administración de Camacho Solís (1988-1993); y posteriormente en la Administración de Marcelo Ebrard (2006-2012)
- La reubicación se negocia con los dirigentes ofreciendo concesiones de plazas a 10 años
- Estas son construídas con financiamiento de los propios vendedores para evitar los altos costos para del programa
- Nunca hubo un ajuste entre la legislación del ambulante y las prácticas de tolerancia. Los derechos al uso de la calle se dieron en la práctica pero no fueron legislados.

Consolidación de la calle 1a Aztecas a partir de las reubicaciones del área central del perímetro A



La relación complementaria plazas-ambulante

Evolución de los plazas de reubicación de los 90's (bodegas, centros de abastecimiento en general de mercancía de importación)



Instituciones que intervienen en la producción-orgánica

Institución	Acceso a info. confiable	Funciones principales	Escala de intervención	Jurisdicción territorial
Programas Delegacionales	No	Formulación de programas Adecuación de plazas	Ciudad de México	No tiene
Autoridad del CH	No	Gestión en zonas de actuación	Centro Histórico perímetro A	Centro Histórico perímetro A
Delegación Cuauhtemoc	Parcial	Regular que los comerciantes no se salgan de la « zona de trabajo »	Local	Delegación
Dirigente Autoridad real	Si	Gestión real de la calle	Calle	« zona de trabajo »

Plan de manejo Centro Histórico (2011-2016)

Zona comercial fuera de las Zonas de actuación



Las políticas públicas: conclusiones

La construcción de mercados de abasto metropolitano consolidó la vocación comercial de la zona en los años 60's

El programa de mercados promovió la integración del sistema político al sistema ambulante

Las conceptualizaciones del problema no han evolucionado, se sigue considerando un problema de "limpieza de calles"

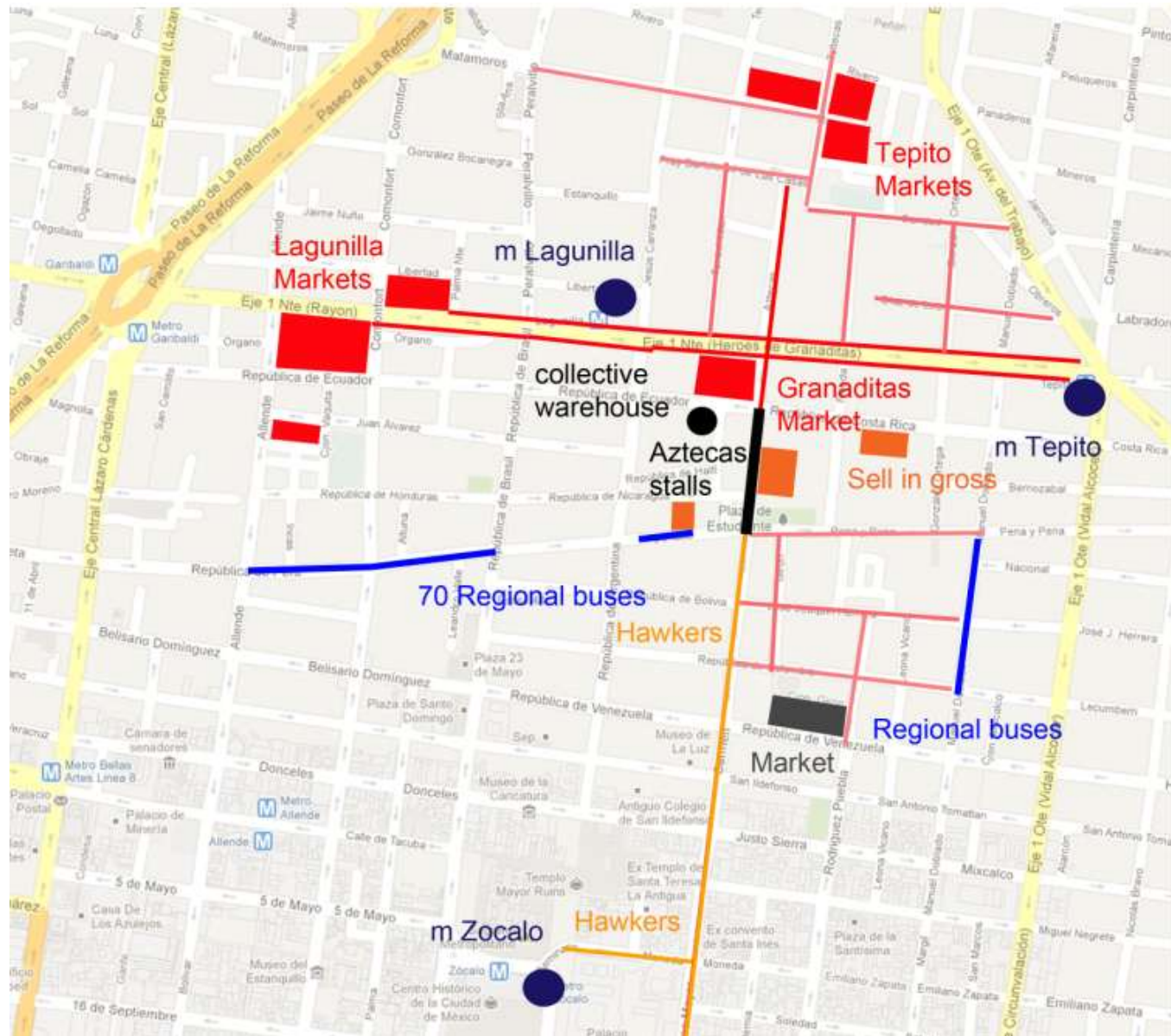
La desintegración Institucional ha promovido la concesión de la gestión del espacio urbano a los dirigentes de los comerciantes

- **Esto favorece el dinamismo económico de la calle**
- **El desgaste del barrio**

6. El dinamismo económico de la calle como sistema auto-organizado

Escala comercial: Sector Norte

Sistema comercial Sector Norte



Escala comercial: la calle

Caso: calle de 1a de Aztecas Acera Poniente

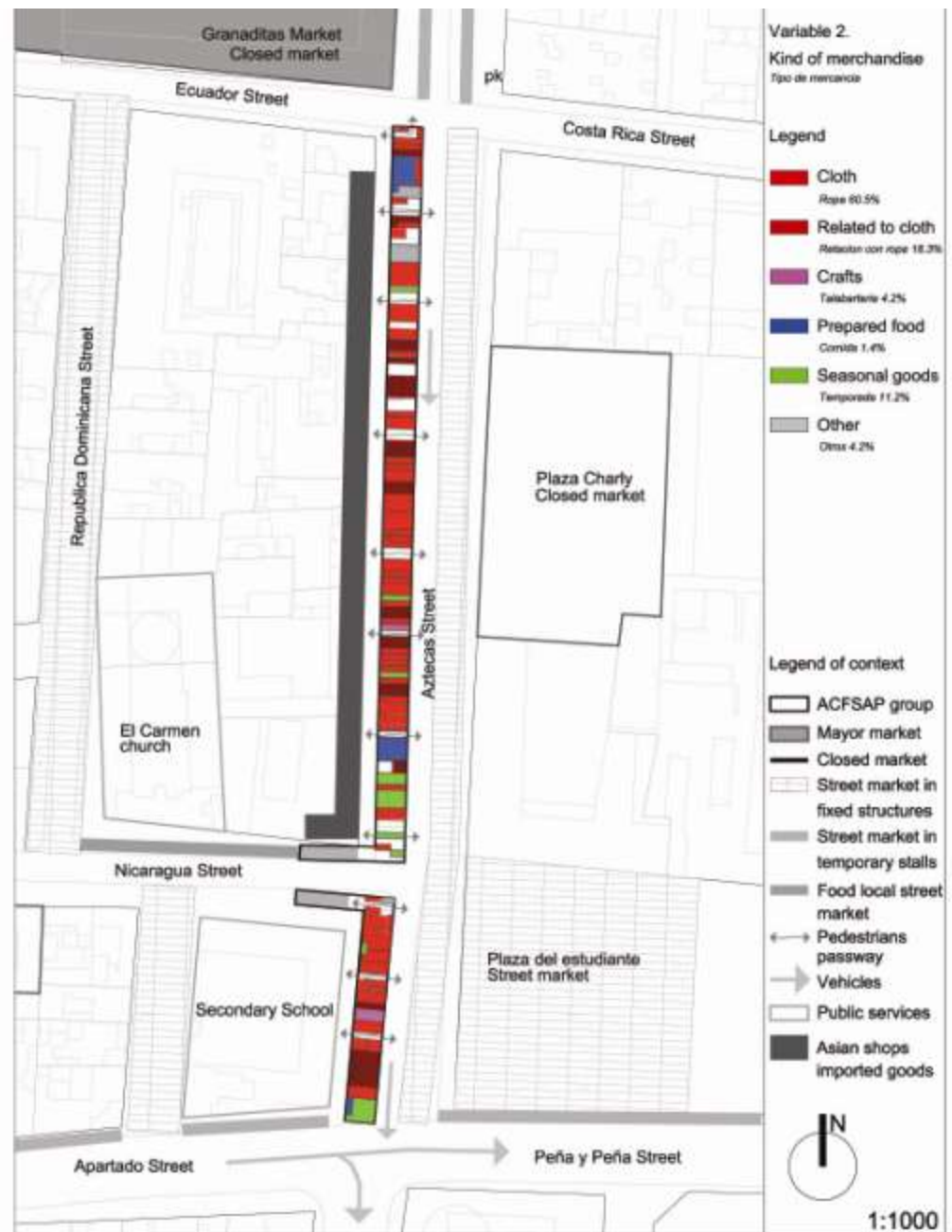


Street market, Aztecas Street (from Peña y Peña to Costa Rica St.)
Google street image 2011

Calle 1a de Aztecas Acera Poniente

60% vende ropa

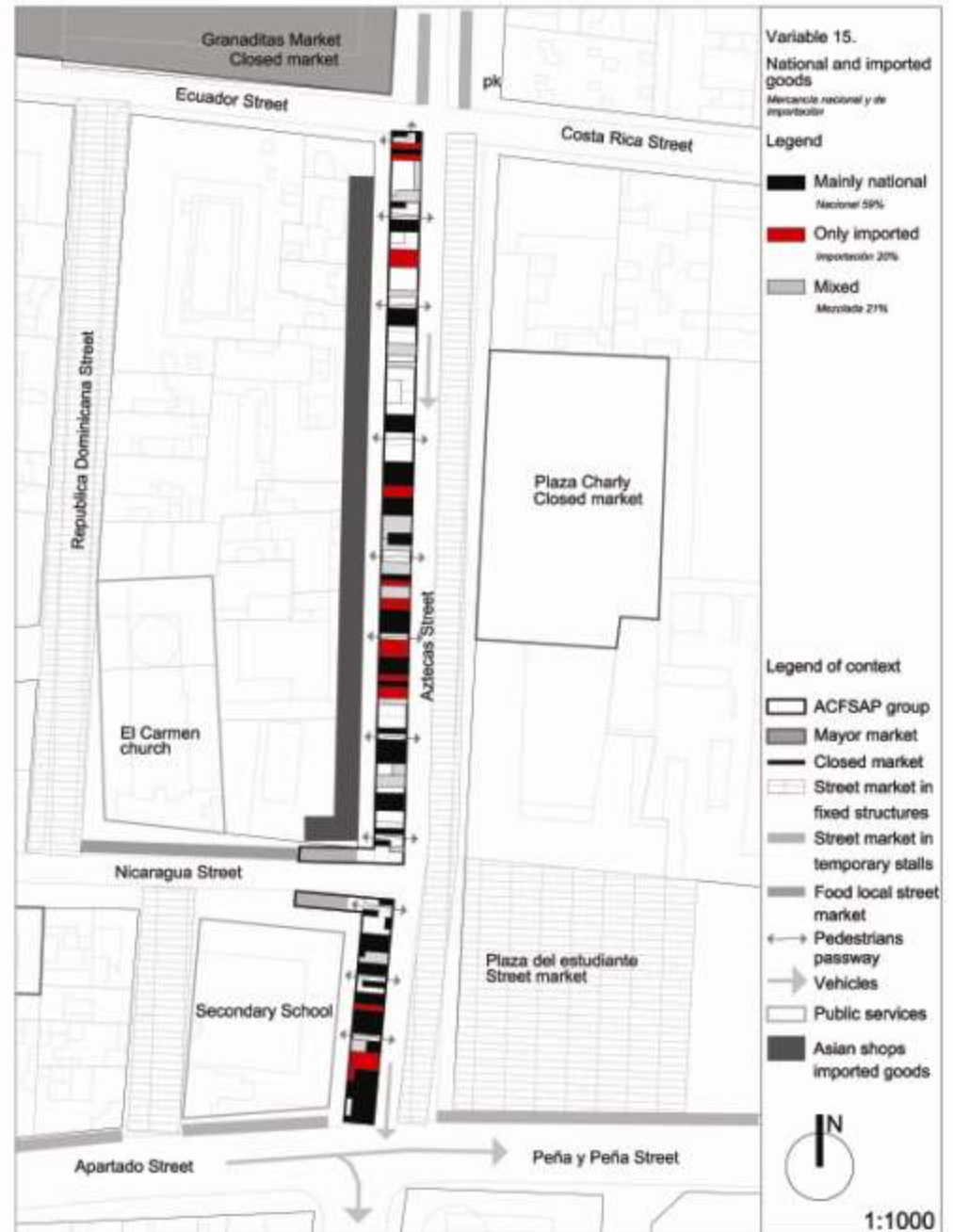
12% artículos relacionados con
ropa



Calle 1a de Aztecas Acera Poniente

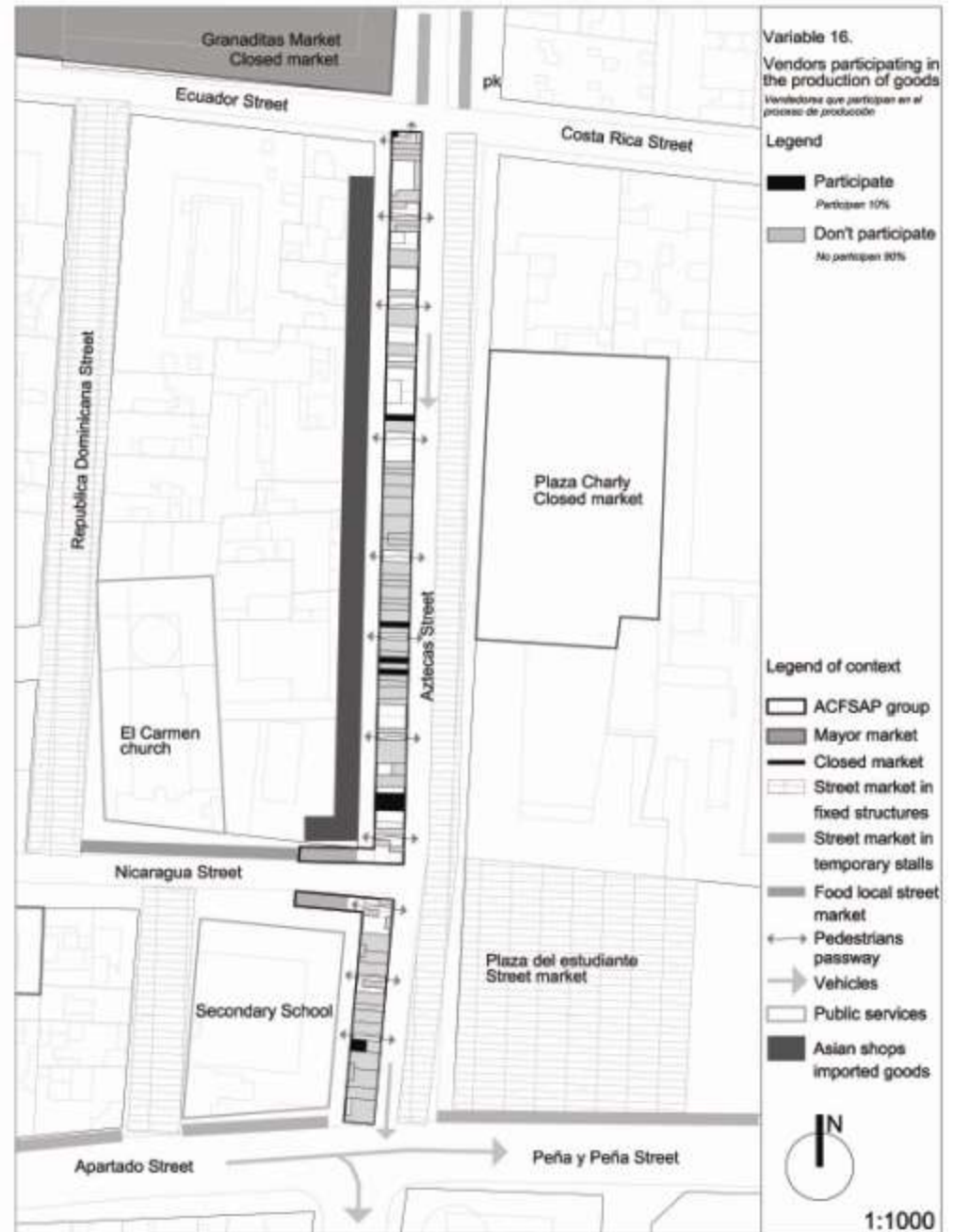
60% mercancía nacional

20% sólo importación



Calle 1a de Aztecas Acera Poniente

10% participa en la producción
de la mercancía (ropa deportiva)

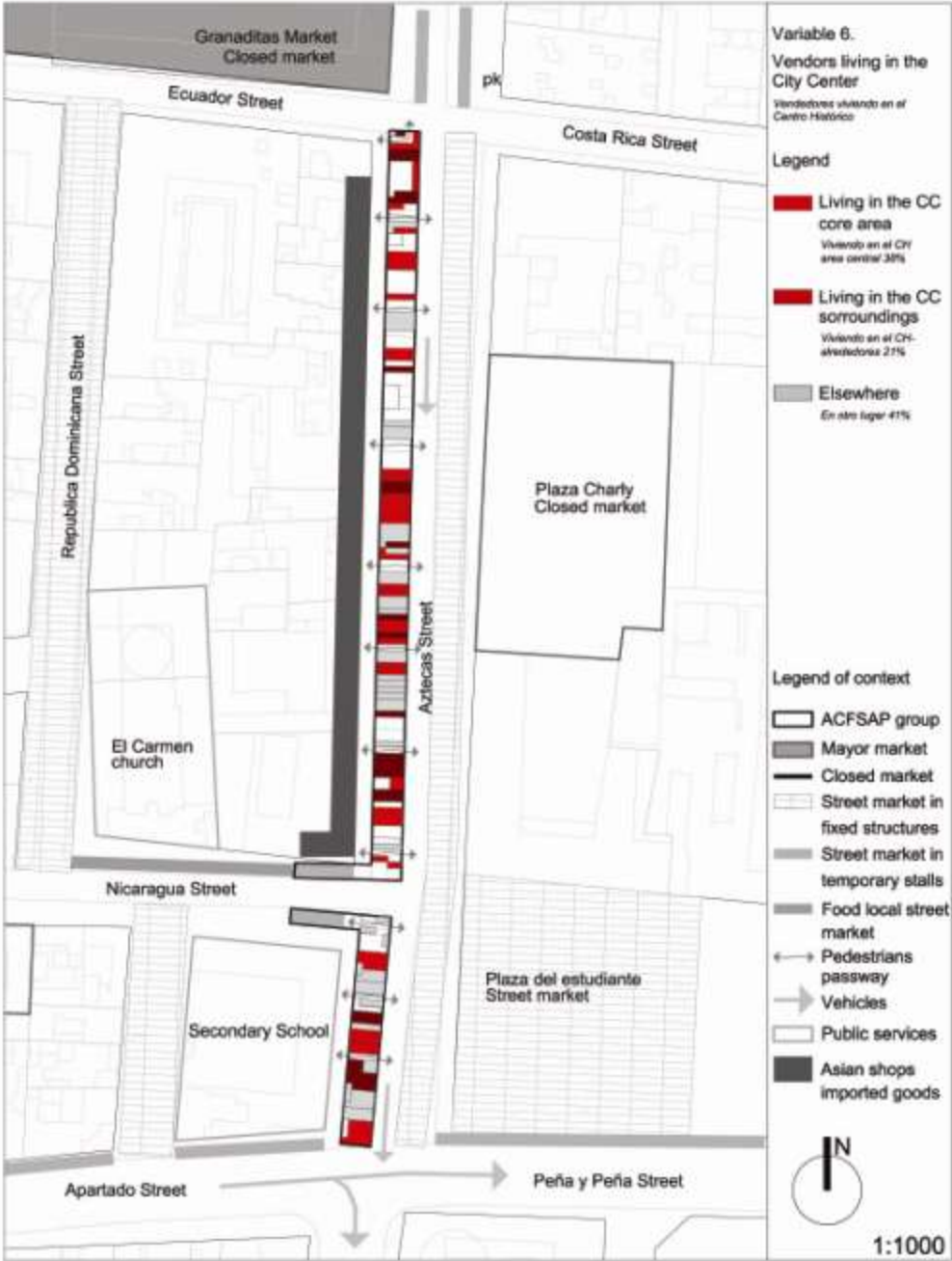


Calle 1a de Aztecas Acera Poniente

38% vive en el CH

21% en los alrededores

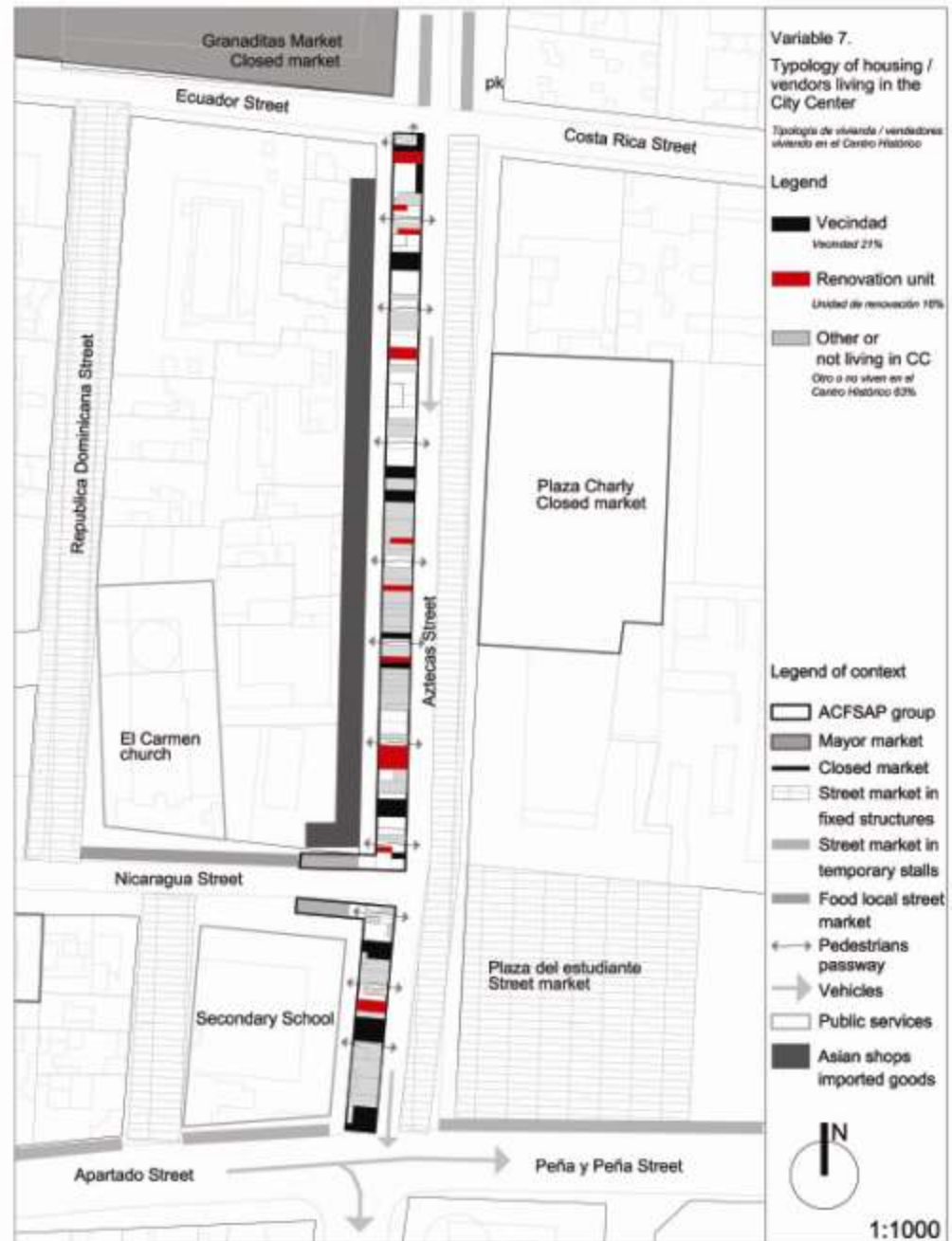
41% en el Edo de México



Calle 1a de Aztecas Acera Poniente

21% vive en vecindad

16% en unidad de renovación



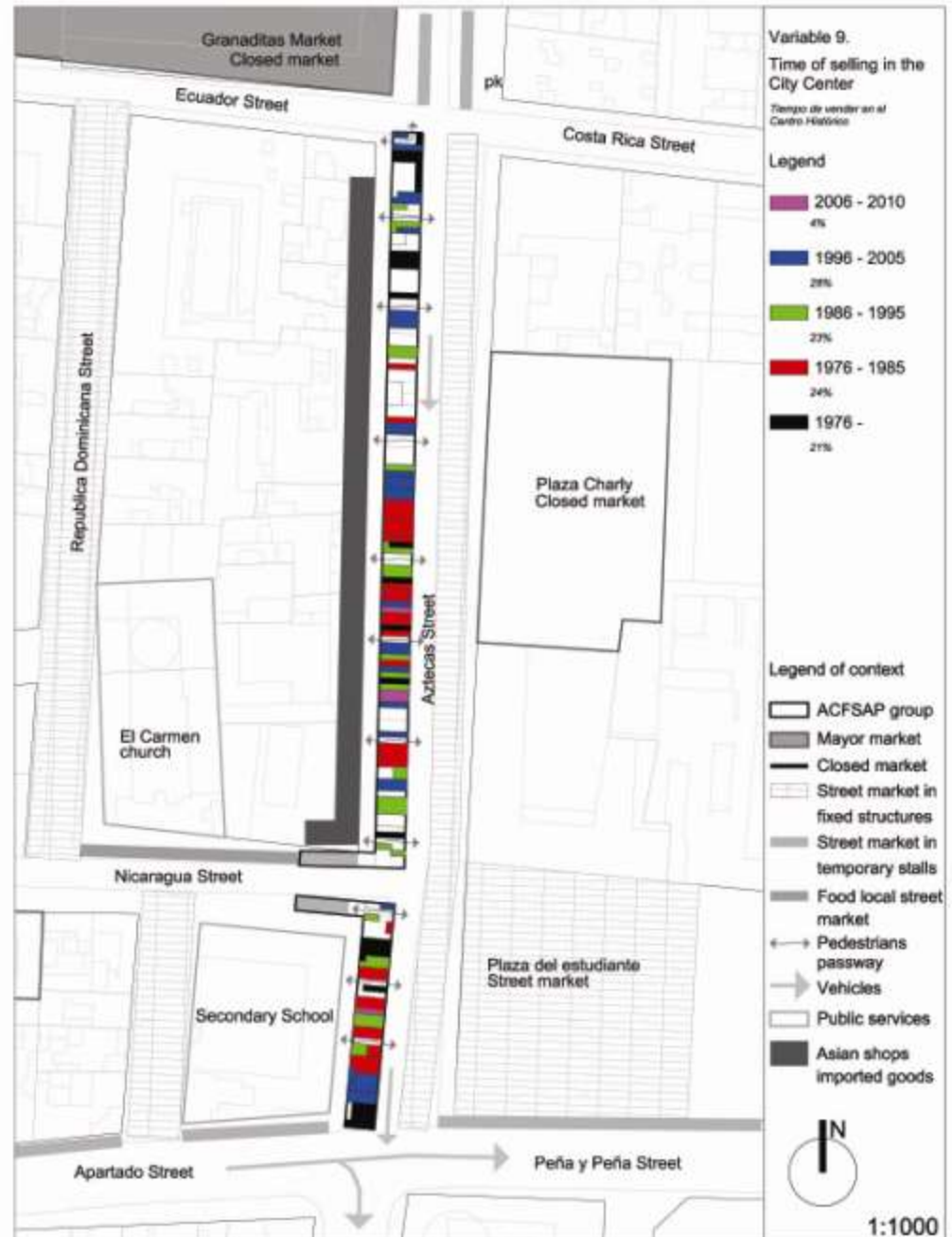
Calle 1a de Aztecas Acera Poniente

21% vende en el CH desde
1976 o antes

24% llegó de 1976 a 1985

23% de 1986 a 1995

28% de 1996 a 2005



Constitucion de la calle 1a de Aztecas Acera Poniente

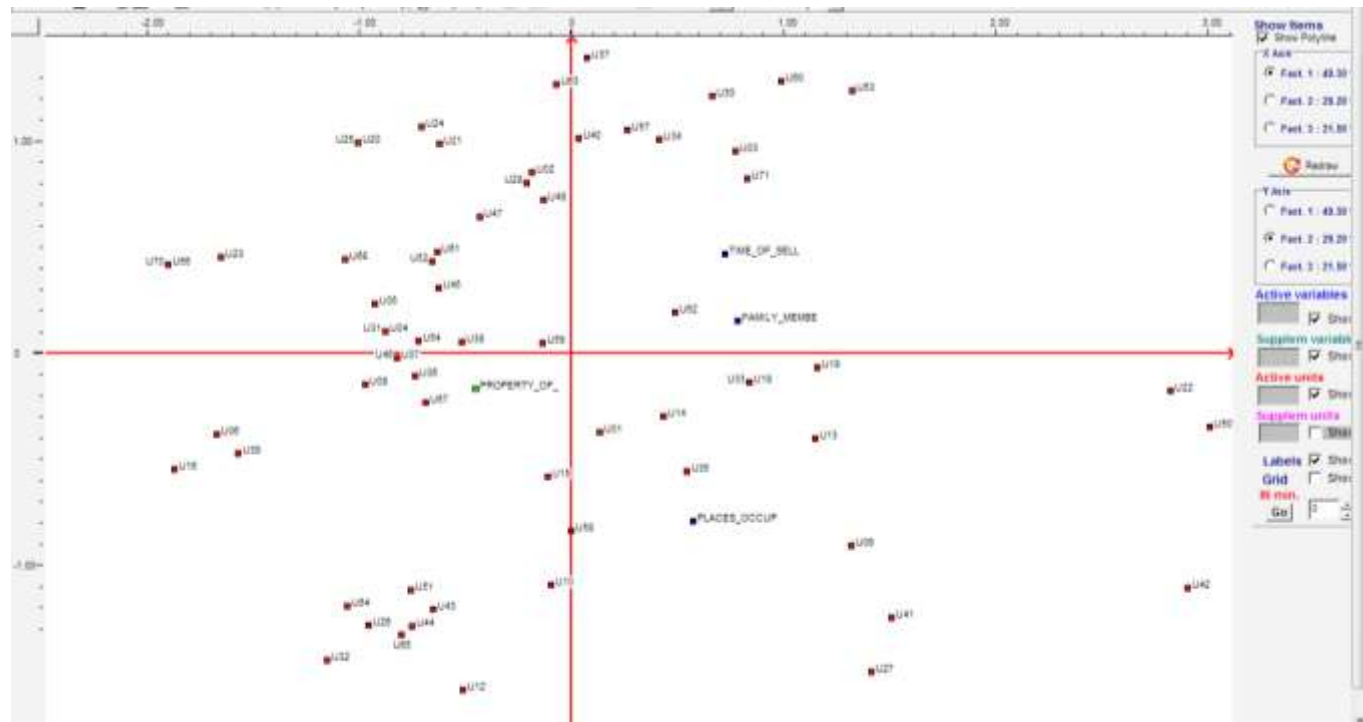
Categorías (correlación de variables múltiples)

Categoría 1. 32% Vendedores antiguos – más de 20 años vendiendo en el CH

Categoría 2. **30,5% Comerciantes** – tiempo trabajando el ramo

Categoría 3. **21% Vendedores nuevos** – tiempo de venta en CH

Categoría 4. 17% Cesión de derechos de vendedores antiguos



Caso :Calle 1a de Aztecas Acera Poniente

Conclusiones

- Los vendedores de la calle 1^a de Aztecas evolucionaron junto con la expansión de las actividades comerciales de la zona (Sector Norte)
- La consolidación de este corredor comercial se explica a partir de tres factores: 1. la localización estratégica de esta calle (potencial comercial), 2. el desarrollo de las capacidades de gestión y negociación 3. las estrategias comerciales de los vendedores y la adaptación del espacio a sus necesidades
- El grupo esta formado por una diversidad importante de perfiles sociales. Esto se refleja en la gama de edades de los vendedores, en su antigüedad y sus antecedentes. Esta diversidad es una muestra de la capacidad de renovación y de inclusión social del grupo.

Calle 1a de Aztecas Acera Poniente

Conclusiones

- En cuanto al empleo, se encontró que en 195m lineales de corredor se crean 268 empleos directos, es decir 1,4 empleos por metro lineal.
- La movilidad social de los vendedores es alta, algunos han pasado de ser clase popular a clase media. Los que vivían en los barrios del Carmen o Tepito han mantenido su puesto y su vivienda original como bodega y se cambian a otras colonias cercanas como Aragón. El barrio no cuenta con oferta de vivienda de clase media.

Las funciones de la dirigente

1ª de Aztecas acera poniente

Funciones del corredor comercial	Funciones de gestión de la calle	Funciones políticas y sociales
Respeto de los límites de la « zona de trabajo »	Iniciativas para cambiar alumbrado, problemas de drenaje	Apoyo político a funcionarios
Pago de cuotas a Tesorería, servicios urbanos y otros	Iniciativas para mantener las estructuras metálicas	Creación de cajas de ahorro para los comerciantes
Negociaciones con autoridades	Negociaciones con vecinos-poner protecciones en ventanas de la escuela	Apoyo a mujeres « círculo de mujeres »
Mediación entre comerciantes si hay conflicto, por ejemplo para el respeto de los giros	Los habitantes se acercan a los dirigentes para resolver los problemas del barrio aprovechando la buena relación con la Delegación	Organización de la peregrinación anual y las fiestas de la calle
Actualizar los padrones de comerciantes		

Escala comercial: el puesto

El perfil de Aaron: puesto de talabartería

- Nivel de preparación: licenciatura
- Tiene otras oportunidades de empleo pero prefiere ser comerciante
- Es joven
- Tradición familiar en la venta de talabartería (su abuelo es dueño de un local establecido en la calle de El Carmen)
- Sus padres vendían en la calle de Colombia y él aprendió desde niño
- Vive en el Centro Histórico con su familia (también comerciantes)

El puesto

-
-
-
-
-
-



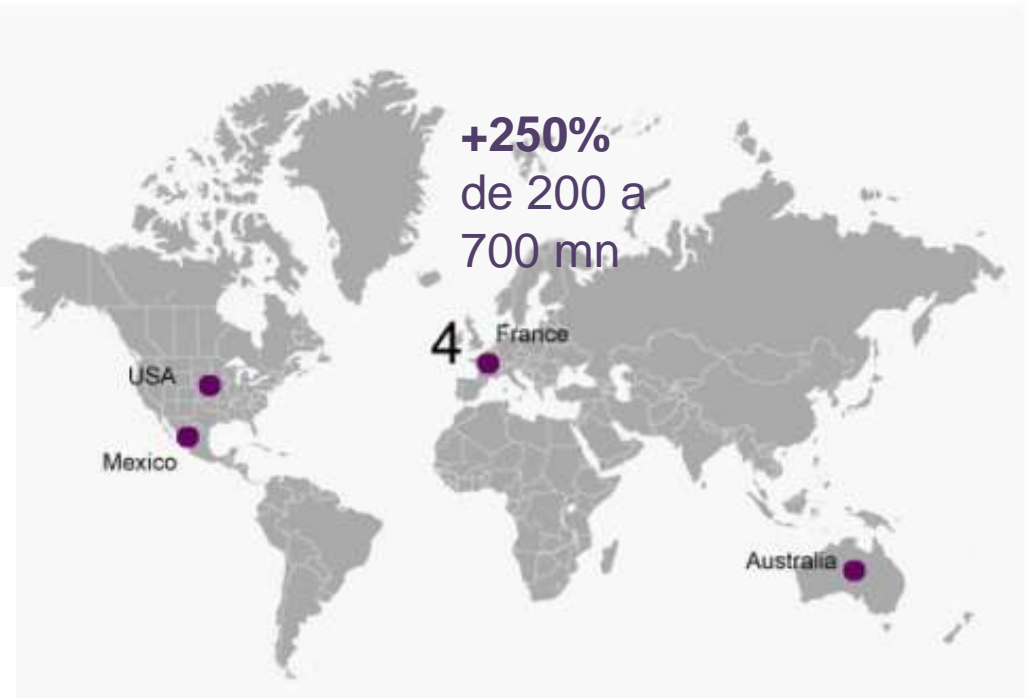
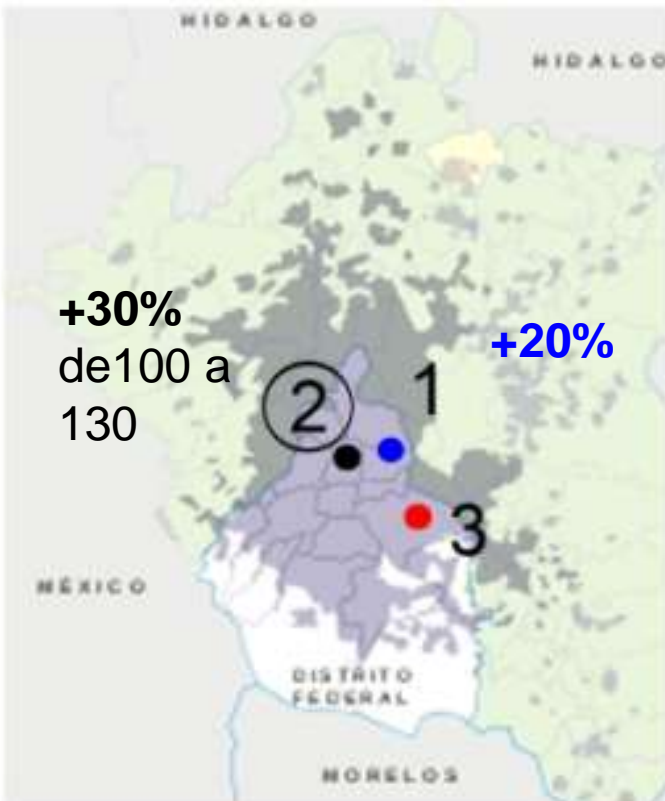
El puesto de Aaron en las cadenas de distribución: máscaras

- Se producen en Aragón, en la vivienda de la familia (formada por 4 núcleos)
- Todos los miembros de la familia participan de algún modo en la producción
- A la semana se producen 500 de modelo sencillo y 200 de diseño elaborado
- La familia empezó hace 45 años a producirlas
- Venden principalmente en mayoreo
- Se exportan a EUA, Australia, Francia y distribuyen al interior de la República
- Han conservado el mercado porque los modelos cambian cada semana por lo que se requiere de una rápida adaptación, por eso los productores asiáticos no les han quitado este mercado



House in which 4 families live and produce wrestling masks, Aragon, Venustiano Carranza borough
Google street image 2012

Rastreo local-global: máscaras

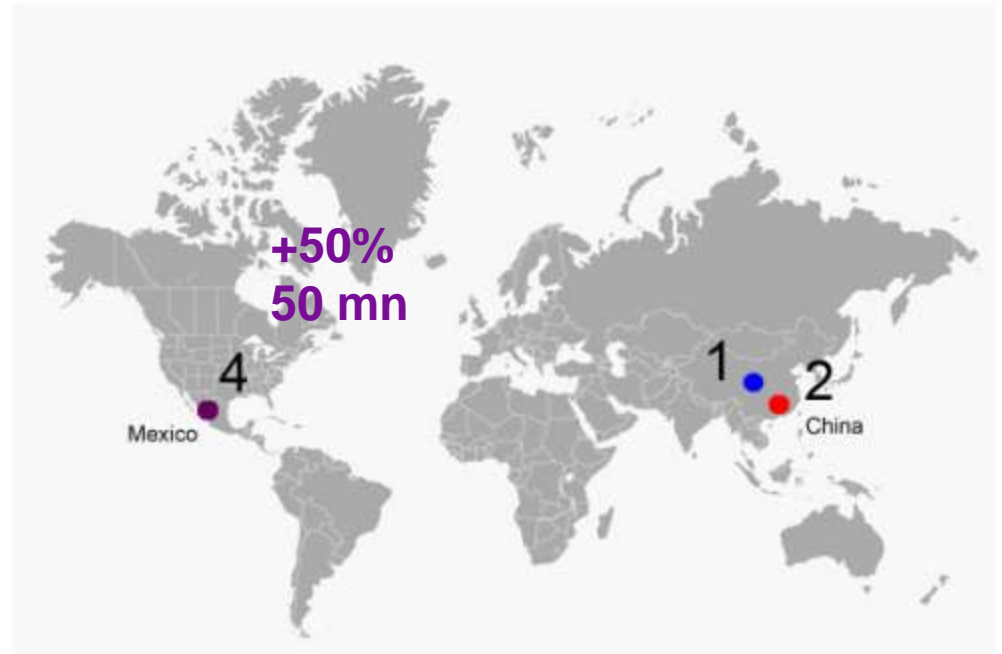
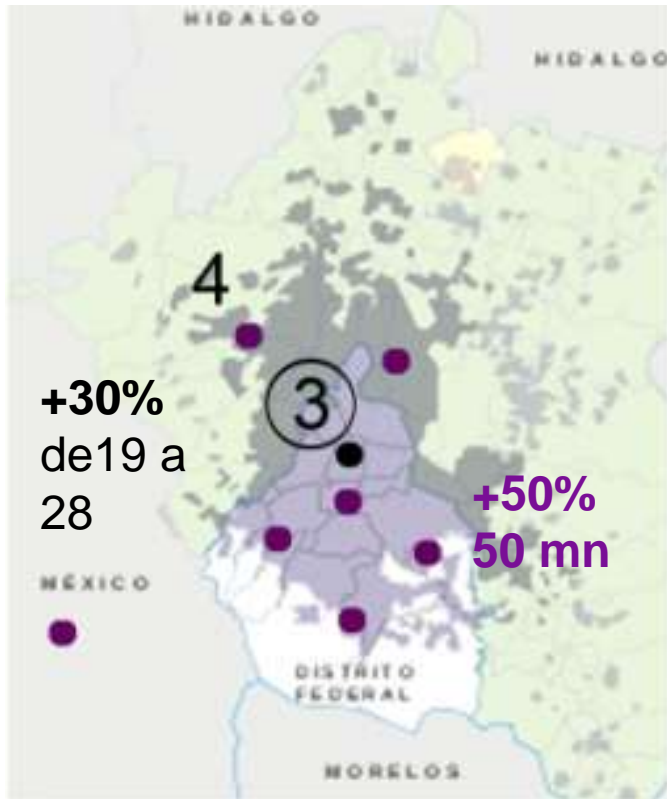


- Productive activities in near periphery
- Distribution networks in central area
- Importers
- Final consumers



Rastreo global-local: cartera china

Distribution chain
Imported wallet

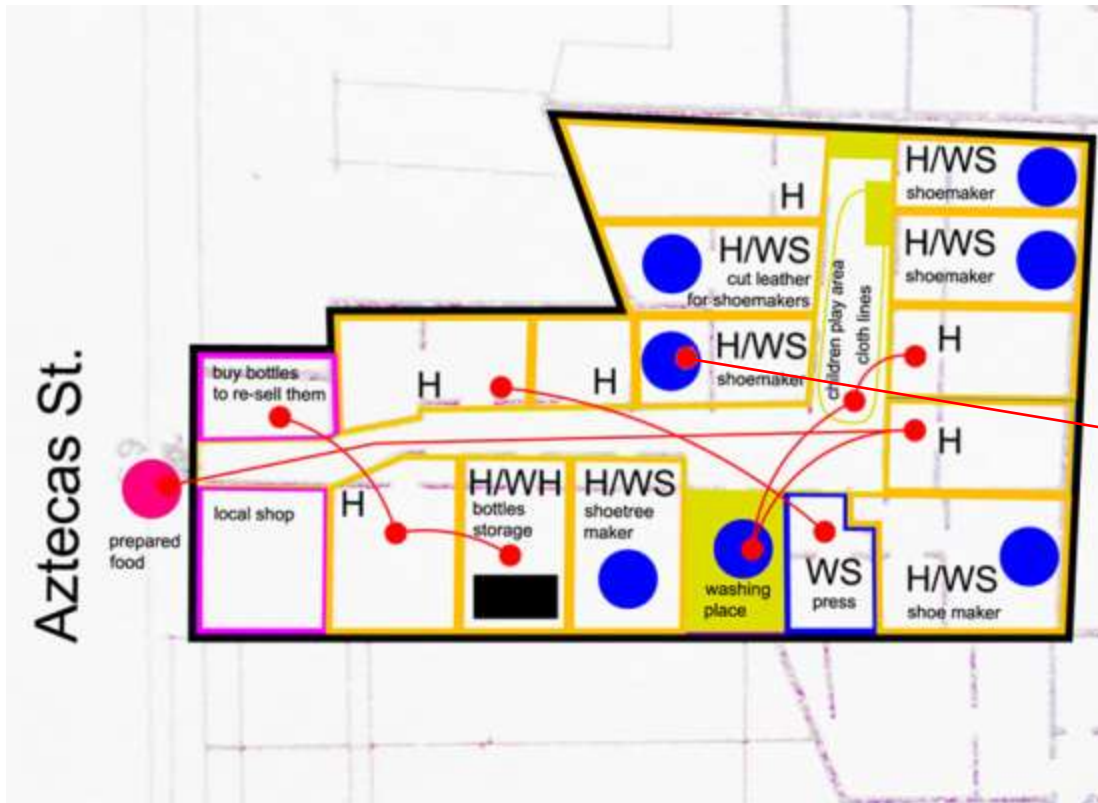


El puesto en las cadenas de distribución: conclusiones

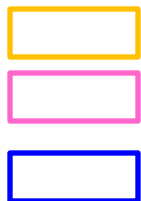
- Existe una jerarquía de mercados que organizan la distribución de productos a escala global
- El Sector Norte del Centro Histórico juega un papel relevante en diversas redes de distribución (mercancía de importación Asiática y productos de manufactura local y regional)

7. Relación entre el tianguis y las funciones sociales del barrio (vivienda)

Caso 1: vecindad sobre Aztecas: usos en los años 60's



Local economy unit:
The traditional house



Vivienda y vivienda taller (WS)

Accesorias: reciclaje y uso local

Taller



Taller de zapato en vivienda **37,5%**

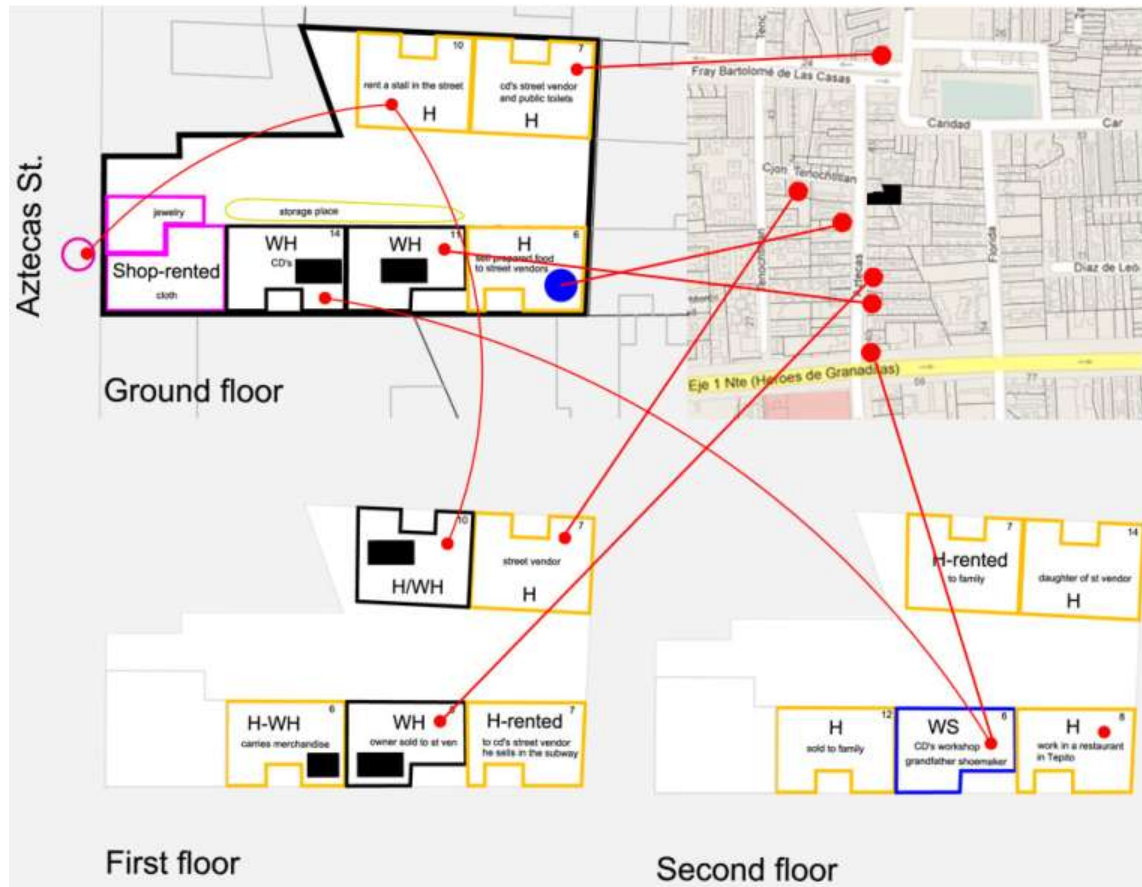


Bodega **6,25%**



Relaciones productivas en el espacio

Caso 1: unidad de renovación sobre Aztecas: usos actuales



Local economy unit:
The street
actual uses

- Vivienda y vivienda taller (WS)
- Accesorio en renta
- Taller de CD's
- Taller relacionado con com. **12,5%**
- Bodega **31,25%**
- Relaciones productivas en el espacio

- El tianguis cambio la base de la economía local : esto implica el cambio del uso del **espacio** y de **los ritmos** del barrio, esto se refleja en una sociabilidad distinta, por ejemplo menos tiempo para la convivencia, desaparición de las posadas, del baile, de los juegos de niños y adolescentes en las calles.
- Esta economía aumenta el valor comercial del suelo para usos relacionados al tianguis lo que impide el desarrollo de otros usos locales menos lucrativos (i.e. panaderías, recauderías, usos recreativos) y la expansión de usos relacionados por ejemplo venta de droga, robos, etc.
- La emergencia de una nueva categoría social: los habitantes que viven de rentar los puestos en la calle y las viviendas.

Caso 2: **vecindad** sobre el **Callejón Tenochtitlán**: Cambio de usos



- Viviendas convertidas en locales de venta de droga (gente externa) **19 %**
- Viviendas vacías **16%**
- Viviendas convertidas en bodega **16%**
- Vivienda de residentes originales **41 %**

Cambios de uso de accesorias:

Tienda de abarrotes – **Relojería – cerrada**

Carpintería – **bodega**

Tortillería – **tienda (refrescos, botanas)**

Peletería- **baños públicos**

Venta de quemadores y comales – **ropa**

Reparación de lavadoras – **ropa**

Venta material eléctrico - **ropa**

8. Conclusiones

Conclusiones

- Este tipo de producción de la ciudad abre espacios para desarrollar el potencial económico de la calle y favorece la integración a redes de distribución globales
- Pero demuestra una incapacidad para mantener un desarrollo “equilibrado” del territorio entre sus funciones económicas y sociales
- La desregulación de los usos de la zona implica abandonar el territorio al deterioro a favor de promover su dinámica económica