

## COMERCIO AMBULANTE E INFORMALIDAD EN LA CIUDAD DE MÉXICO

Luis González Placencia\* y Diana M. Magaña Hernández\*\*

---

\* Psicólogo y sociólogo del derecho. Profesor-investigador del Centro de Estudios Jurídicos y Políticos de la Universidad Autónoma de Tlaxcala.

\*\* Abogada y profesora en el Departamento de Derecho de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco.

## Resumen

En el presente texto se elabora un análisis sobre el comercio ambulante y las diversas formas en que éste se vincula con escenarios de informalidad y formalidad. Para ello se realiza una concisa revisión histórica y doctrinaria de la manera en que ha evolucionado el fenómeno del comercio ambulante en la ciudad de México y el papel que en su existencia juega y debería jugar el Estado. Asimismo, se enfatiza la necesidad de reconsiderar los estudios correspondientes desde una lógica integral que se oriente al respeto a los derechos y a la consecución de la seguridad humana de las personas que viven este fenómeno.

*Palabras clave:* comercio ambulante, informalidad, formalidad, seguridad humana, derechos humanos.

## Introducción

PARA QUIENES NACIERON DESPUÉS de la década de los setenta en la ciudad de México –y hoy suelen transitar a pie por sus calles– resulta absolutamente normal apreciar como parte del paisaje urbano las largas filas de puestos que se ubican en ambas aceras de las calles y en las escaleras de entrada a las estaciones del Metro; e incluso esa especie de villas formadas por múltiples tendejones de colores con mesas y mostradores improvisados que muestran artículos a la venta en las afueras de las estaciones terminales y paraderos del transporte público de la capital. Sin temor –pero al mismo tiempo sin alternativa–, miles de personas circulan a través de sus senderos con el riesgo que representan las redes de cables que mediante *diablitos* alimentan los focos que débilmente iluminan cada puesto, o los tanques de gas que proporcionan el calor que, transformado en fuego, sirve para cocinar tacos, quesadillas, guisos y demás alimentos que sacian el hambre o el antojo de las y los ciudadanos que, a fuerza de tener que atravesar estos mercados, se convierten –aun sin quererlo– en *marchantes*.

En los años ochenta el fenómeno también invadió los vagones del Metro, pero esta vez con un formato itinerante que se despliega como un ejército de personas que van de vagón en vagón, con diversas estrategias de persuasión que incluyen mochilas a la espalda que les hacen parecer altavoces ambulantes o con pintorescos sonsonetes que dejan saber que uno necesita lo que ellos venden; ofrecen de todo mientras se cuidan de no ser descubiertos por los guardias del orden que trabajan en este medio de transporte. Sólo en dicho espacio subterráneo el número de viajeros representa un mercado de por lo menos cuatro millones de potenciales clientes al día.

Desde luego que ello no es de ningún modo privativo de la ciudad de México; es común ver en mayor o menor medida tales escenarios de venta informal en otras urbes del país y de otros países en Centro y Sudamérica.

Sin duda hay factores económicos que subyacen a la proliferación de esta problemática que –íntimamente relacionada con la marginalidad y la desigualdad, en la actualidad tiene que ver además con interacciones complejas que se dan en los ámbitos de la economía, la política e incluso el delito, los cuales se entrecruzan y superponen para dar lugar a procesos que diluyen la línea que se supone que existe entre la economía legal y la criminal. En todo caso –como se verá más adelante– las políticas gubernamentales, particularmente en el Distrito Federal, no sólo no han logrado evitar el ambulante sino que de modo paulatino han construido un nuevo actor social que hoy tiene relevancia tanto política como económica, y no sólo en el ámbito de la legalidad. Desde esta perspectiva, el fomento de las relaciones de informalidad que se encuentra detrás de dicho fenómeno podría ayudar a explicar, a manera de posibilidad, el tipo de relaciones que se dan dentro de la economía criminal.

Por tal motivo es importante evitar que la política pública aborde el tema a partir de una óptica de la seguridad pública o el restablecimiento del orden social. En nuestra opinión, esa tarea exige un marco más amplio como el que proveen los recientes aportes de quienes han planteado el concepto de seguridad humana, el cual indudablemente resulta a la vez más comprehensivo y eficiente debido a que permite una ubicación con base en las inseguridades estructurales a las que se refiere ese concepto.<sup>1</sup>

Ante la complejidad del tratamiento que proponemos, el objetivo de este texto será aportar elementos para comprender la dinámica del ambulante al orientar su análisis desde el punto de vista de la seguridad humana, aunque ello sin duda requerirá de posteriores aproximaciones.

---

<sup>1</sup> Sobre la aproximación a la seguridad humana a la que nos referimos en este texto véase Juan Pablo Fernández Pereira, *La seguridad humana*, Barcelona, Ariel, 2006.

## Algunos antecedentes

De acuerdo con diversos autores, los problemas relacionados con el comercio ambulante se remontan a la época colonial, cuando por primera vez se intentó regular una práctica que posee claras raíces prehispánicas.<sup>2</sup> De hecho no pocos estudios han señalado la forma en que la tradición de uso de espacios abiertos para el comercio, y otras actividades que tenían gran importancia en la antigua Tenochtitlán se expresaba como una suerte de *agorafilia*,<sup>3</sup> lo cual explica por qué a pesar de los múltiples intentos que se han hecho desde el siglo XVIII para *encerrear* el comercio éste nunca ha dejado las calles. Por otro lado, se ha llamado la atención sobre el componente clasista que a partir del siglo XIX ha intentado ver como un mecanismo de civilización y modernización la distinción entre quienes venden en un local ordenado, cerrado y sometido a diversos tipos de control y sanidad –generalmente propietarios de origen criollo o mestizo– y quienes lo hacen en las calles –sobre todo personas indígenas a quienes se les estigmatiza por resistirse a abandonar sus prácticas precoloniales.

Sin embargo, este rol subalterno del comercio callejero adquiriría una mayor relevancia durante la segunda mitad del siglo XX cuando Ernesto P. Uru-churtu, regente de la ciudad de México entre 1952 y 1966, llevó a cabo el primer gran intento –en buena medida exitoso– para reordenarlo.

Éste ideó un mecanismo inteligente, aunque no exento de oportunismo político, para poner bajo control el comercio ambulante, el cual a grandes rasgos se basó en la construcción de mercados públicos que serían espacios seguros y con servicios básicos para el comercio, en donde habría locales abiertos al interior que estarían insertos en un gran edificio de una planta cerrado al exterior. No obstante, el acceso a estos nuevos locales se condicionó a que las y los comerciantes se organizaran alrededor de liderazgos reconocidos por el gobierno. Fieles a la tradición corporativista del Partido Revolucionario Insti-

---

<sup>2</sup> Véanse Édgar Esquivel (coord.), *La república informal. El ambulante en la ciudad de México*, México, Miguel Ángel Porrúa/ITESM-CEM, 2008; y Diana Alejandra Silva Londoño, “Comercio ambulante en el Centro Histórico de la ciudad de México (1990-2007)”, en *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 72, núm. 2, abril-junio de 2010, pp. 195-224.

<sup>3</sup> Del griego *agora*, plaza pública; y *philia*, amor, afecto o predilección, literalmente significa “preferencia por los espacios abiertos”.

tucional (PRI) del siglo XX, los vendedores ambulantes constituían sin duda un gremio potencial que podría reforzar al sector obrero que era el de más reciente incorporación al partido en el gobierno. Como lo ha señalado John C. Cross,<sup>4</sup> la creación de estos liderazgos planteó a las y los vendedores individuales la disyuntiva de agremiarse o desaparecer, lo que fortaleció los liderazgos. Los términos de la negociación eran claros: la prestación, por una parte, consistiría en que el gobierno asegurara espacios en los nuevos mercados; la contraprestación, por la otra, implicaría la afiliación al partido y, en consecuencia, el voto por éste.

La visión del entonces regente parece haber sido clara, pues el resultado de este proceso fue el nacimiento de un nuevo actor político en la ciudad que, sobre todo la figura del líder, representaba y era capaz de movilizar a un importante colectivo que respaldara al gobierno y al partido en el poder. A cambio, el líder tendría que luchar para mejorar las condiciones de los miembros de su organización. Con ello se construiría un círculo virtuoso con ganancias alrededor de una cadena de beneficios para todos los involucrados: a las y los vendedores la agrupación les garantizaba espacios y posibilidades para vender con libertad y seguridad a cambio de apoyar mítines y otros actos partidistas; mientras que el gobierno y el partido ganaron votos y desde luego un nuevo contingente de apoyo. Por su parte, los logros frente a sus representados fortalecían al líder, lo que a su vez facilitaba el poder de convocatoria que éste requería para apoyar al gobierno y movilizar votos para el partido; como reconocimiento a esa capacidad, el gobierno incrementaría las *prestaciones* para los representados, que básicamente consistían en el otorgamiento de más espacios. Una vez que cesó el programa de mercados públicos y todos los espacios dentro de ellos habían sido otorgados, mantener el compromiso debió suponer echar mano del espacio disponible: las calles, nuevamente. Así, desde mediados de los años sesenta y hasta los noventa la venta ambulante se fue expandiendo notablemente.

La llegada a la presidencia de Carlos Salinas de Gortari significó en el ámbito de la ciudad de México un nuevo intento para ordenar el comercio ambulante. El entonces jefe del Departamento del Distrito Federal, Manuel

---

<sup>4</sup> John C. Cross, “Debilitando al clientelismo: la formalización del ambulante en la ciudad de México”, en *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 59, núm. 4, octubre-diciembre de 1997, pp. 93-115.

Camacho Solís, utilizó una estrategia similar a la que tres décadas antes había dado resultado a Uruchurtu, aunque con diferencias que a la postre fueron significativas, y esta vez el resultado no sería el esperado. Por una parte, los lugares pensados para el venta ambulante en esta ocasión eran locales comerciales cerrados en el interior de plazas que se hallarían en estructuras de más de un piso, a veces dentro de edificios ya existentes y otras en instalaciones hechas ex profeso para ello; por la otra, en esta ocasión el objetivo fue venderlas –y no simplemente otorgarlas como en el pasado– a sus nuevos propietarios, quienes adquirieron créditos para tales fines. Pero quizá la diferencia más importante fue que Manuel Camacho tuvo que negociar con organizaciones ya formadas, empoderadas y habituadas a pactar con el gobierno para obtener beneficios no sólo a cambio de apoyos sino también con la amenaza de presión política y de coqueteos con la oposición.

Esa circunstancia debió significar un importante desafío para implementar una decisión que, según han documentado algunos autores, estaba tomada e incluso planeada con mucha anticipación y que consistía en un operativo policial destinado a no permitir a los comerciantes ambulantes tomar las calles para colocar sus puestos. Asimismo, dichos autores señalan un suceso ocurrido en el Metro de la ciudad de México que *empujó* a los líderes a repensar sus negativas y condicionamientos: un pasajero perdió la vida a manos de un vendedor ambulante; ello permitió crear una imagen de inseguridad y peligro alrededor de esta actividad que provocó un cambio muy importante en la relación entre el gobierno y las organizaciones de vendedores callejeros mediada por la amenaza de usar en su contra a la policía y al sistema de justicia penal. De este modo las organizaciones finalmente aceptaron que sus agremiados se trasladaran a los nuevos locales en las plazas comerciales. Como corolario, en 1993 se expidió un bando para prohibir la venta ambulante en el Centro Histórico.<sup>5</sup>

Sin embargo, como es bien sabido, en menos de un año el fenómeno volvió a las calles. Por una parte, la crisis económica por la que atravesó el país dificultó que las y los propietarios de los nuevos locales se hicieran cargo de sus deudas, además de que otros factores se hicieron visibles. Por la otra, el estar en edificios cerrados de por lo menos dos plantas y con disposiciones capricho-

---

<sup>5</sup> Sobre esto véanse, Édgar Esquivel (coord.), *op. cit.*; y John C. Cross, *op. cit.*

sas seguramente dificultaba el acceso de las y los clientes a los nuevos locales. Cabe pensar que es posible que aquellos ubicados cerca de los accesos desde la calle o en el primer nivel tendrían mayores posibilidades de ser visitados y, por tanto, vender, que los que se hallaban más lejos o a los que era necesario acceder mediante una escalera, lo que daba a los primeros una notoria ventaja sobre los demás. También se argumentó que la sola idea de estar en una plaza era motivo para que las personas pensarán que ahí los precios serían más altos que en los puestos callejeros.<sup>6</sup> En todo caso, las y los nuevos propietarios tenían una conciencia clara de que la calle era el mejor escaparate para sus ventas y ello se reflejó en el abandono de los locales, en su arrendamiento a miembros de sus redes de comerciantes y en el uso que algunos les dieron a manera de bodegas. Todo esto significó una especie de desdoblamiento que multiplicó el número de vendedores ambulantes y de organizaciones en que se agrupaban.

A 20 años de aquel intento el fenómeno del ambulante se ha diversificado y complejizado. En su oferta tradicional de alimentos y artículos de muy bajo precio han ido incorporando mercancías ilegales, piratería e incluso armas y drogas, por lo que actualmente es concebido no sólo como un problema de la vía pública sino incluso como una clara manifestación de servidumbre y –como lo apuntamos anteriormente– un problema de inseguridad.

No obstante, el comercio ambulante es un buen ejemplo de una actividad que es un problema y a la vez una solución. Representa una de las pocas alternativas de empleo en las que, por lo menos en principio, se requiere poco en términos de dinero, casi nada en lo que se refiere a trámites burocráticos y de hecho nada en cuanto al fisco, lo que plantea para miles de personas una vía relativamente sencilla para sobrevivir. Pero lo que permite la subsistencia de algunas personas se ha constituido en una preocupación y un obstáculo para la cotidianidad de otras. Sin duda, lo es para el comercio establecido que encuentra en el ambulante una forma de competencia desleal que no sólo les disputa clientela debido a los bajos precios que ofrece sino que también precisamente la evasión tributaria y otros comportamientos legales e ilegales –como la baja

---

<sup>6</sup> Véase Caroline Stamm, “La democratización de la gestión de las plazas de comercio popular en el centro histórico de la ciudad de México”, en *Trace*, núm. 51, junio de 2007, pp. 83-93.



calidad de los productos e incluso el robo o la piratería— es lo que le permite mantener precios tan accesibles.

Lo cierto es que al analizar las soluciones que se han ensayado en las últimas décadas queda claro que los esfuerzos de los distintos gobiernos por contener el ambulante no han tenido éxito e incluso han sido condición para potenciarlo, reproducirlo y complejizarlo, lo que deja en claro que el tema no puede ser planteado de forma simplista o maniquea. No se trata sólo de poner orden frente al desorden ni de asumir una actitud proteccionista con las y los vendedores ambulantes; el desafío consiste más bien en entender qué consecuencias han tenido esas políticas y cómo han contribuido a potenciar, reproducir y complejizar dicho fenómeno hasta llegar a como se encuentra hoy en día.

### ¿Qué es la informalidad?

La evidencia de que da cuenta la literatura sobre el tema permite suponer en términos genéricos que la informalidad es variable dependiente de la formalidad. En otras palabras, no son ámbitos independientes que, aun cuando se desarrollen con lógicas parecidas, a la postre resultan divergentes sino que uno necesita del otro, lo cual implica ejes que los articulan. En el caso del ambulante, es claro que con frecuencia ha sido definido por contraste respecto del comercio formalmente establecido; sin embargo, esta definición es por lo menos elusiva. Entonces es necesario definir, con el fin de crear una hipótesis, desde dónde se categoriza al ambulante como informalidad.

Si se asumiera que éste tiene como características su ubicación en el espacio público, la ausencia de controles sanitarios y tributarios, y la baja calidad de sus productos se correría el riesgo de agrupar actividades que no siempre responden a lo que en el imaginario público se entiende como ambulante. Pensemos, por ejemplo, en aquellas plazas denominadas bazares que emergieron en la ciudad a finales de los años ochenta, las cuales se hallaban en diversos puntos que les dieron su nombre: Peritrece —denominado de ese modo por su cercanía con el Periférico Sur y las instalaciones de lo que entonces era el canal 13 de televisión, Imevisión, pero sin duda para hacer clara alusión a Perisur, uno de los primeros y más afamados *malls* de la capital—, Pericoapa —hermano menor del anterior, también ubicado cerca del Periférico pero más al sur de la

ciudad, en la zona de Villa Coapa– o el bazar del Hotel de México –el primero que surgió, llamado así por haber estado ubicado en la base del edificio que intentó albergar aquel hotel y que actualmente es conocido como World Trade Center–. En esos casos, las similitudes con los tianguis de vendedores ambulantes o con el emblemático barrio de Tepito eran notables: ahí también se vendía mercancía de contrabando, comida, discos, casetes y aparatos electrónicos a precios muy por debajo de los ofrecidos en los grandes almacenes. De algún modo ello evidenció una especie de descentralización de la oferta de bienes que antes sólo se encontraban en Tepito, pero tenía dos diferencias visibles: un entorno de clase media y a todas luces más amable, y una nueva estirpe de comerciantes provenientes también de las clases medias. Cabe señalar que en estos bazares tampoco se pagaban impuestos.

Lo mismo puede decirse de otro fenómeno surgido ya en el presente siglo a las afueras de los centros comerciales como el propio Perisur o en calles de colonias de zonas acomodadas de las delegaciones Benito Juárez, Coyoacán y Gustavo A. Madero, el cual consiste en que a determinadas horas se estacionan vehículos de buena clase, tripulados por *señoras bien*, que abren sus cajuelas y despliegan en ellas puestos en donde se vendían mascotas, repostería y otros artículos dirigidos a las clases medias y altas. Éstos también usurpaban la vía pública y tampoco pagaban impuestos.

Además, pensemos ahora en las *tienditas* que sobre todo en las últimas décadas se han instalado en pórticos, ventanas e incluso en el interior de casas-habitación o en los cajones de oficinistas en donde se venden dulces, botanas, refrescos, cigarros e incluso algunas drogas. En este caso no hay un uso del espacio público, pero desde luego tampoco se pagan impuestos.

Reflexiones similares llevaron, por ejemplo, a Jérôme Monnet y Juliette Bonaffé<sup>7</sup> a preguntarse por la validez de los conceptos utilizados para referirse al ambulante y a proponer un interesante viraje desde los vendedores hacia los clientes. Estos autores destacan los casos de los boleros y los voceadores, quie-

---

<sup>7</sup> Jérôme Monnet y Juliette Bonaffé, “El prisma del ambulante. Conceptualización del ambulante, de los vendedores a los clientes: un acercamiento a la metrópoli posfordista”, en Jérôme Monnet y Juliette Bonaffé (coords.), *Memoria del seminario El ambulante en la ciudad de México. Investigaciones recientes*, México, Programa de Estudios Universitarios de la Ciudad de la UNAM/Cemca, 2005.

nes desempeñan su labor en la calle aunque con permisos que les dan cierta formalidad; y de los kioscos de periódicos –observación que puede extenderse a las islas dentro de los centros comerciales– que señalan que se parecen más a los puestos de venta callejera que a los comercios establecidos.<sup>8</sup> Luego de un interesante análisis, Monnet y Bonaffé plantearon tres hipótesis: la primera es que a la informalidad la crea el Estado porque de él depende el otorgamiento de los permisos que hacen o no legal la actividad de la que se trata; la segunda refiere que el contexto actual, dominado por el mercado, revalora el ambulante porque responde al ideal del *posfordismo* de que cada quien es un empresario responsable de sí mismo frente a su entorno de proveedores y clientes; y la tercera consiste en que el carácter de ambulante no lo da quien vende sino quien compra.

Problematicemos esas conjeturas, la última de las cuales es sugerente al modificar la perspectiva desde la venta hacia el consumo. En efecto, como apuntan Monnet y Bonaffé, existe un factor principal que radica en la relación que tiene el ambulante con la movilidad de las y los clientes. En el fondo hablamos de un supuesto básico del mercado que en los años sesenta se manifestó claramente mediante estrategias de venta directa al consumidor que incluían legiones de vendedores que ofrecían de casa en casa desde la leche hasta libros y aspiradoras. Sin embargo, la innovación del comercio ambulante es que ha sabido leer la movilidad de las y los clientes que entre su salida de casa, sus diversos destinos cotidianos y su posterior regreso, transitan por el espacio urbano en sus vehículos, a pie, en el transporte público o en una combinación de todo ello. De hecho la oferta la hacen la oportunidad y la demanda, la necesidad crea la propia oferta debido a esa oportunidad; una observación detenida de lo que sucede en la ciudad por la mañana da cuenta de ello.

Imaginemos una pareja que sale temprano en su coche para realizar sus labores cotidianas. Deja a sus hijos en la escuela y luego toma su camino hacia sus oficinas; ella conserva el vehículo y a él lo deja cerca de una estación del Metro. Ninguno de los dos tuvo tiempo de desayunar. En una esquina con tráfico ella se encuentra a un hombre que vende un café; ella no toma café, pero le

---

<sup>8</sup> Aunque con una diferencia sustancial debido a que se trata de relaciones abiertas, visibles y reconocidas como válidas. Esta distinción no es menor, pues –como se argumentará más adelante– es justo lo que les coloca en un contexto de formalidad.

pregunta si tiene jugo de naranja. El hombre le dice que no, pero que mañana le tendrá jugo de naranja; y en efecto, a la mañana siguiente en esa esquina habrá variedad de cafés, jugos de naranja y toronja e incluso pan, todo proveniente de un pequeño local establecido a la vera de la calle.<sup>9</sup>

Volvamos a él. Se detiene en un puesto ubicado afuera de una estación del Metro para comer un tamal y beber un atole. Mientras lo hace, observa el puesto de al lado que vende películas pirata; las mira con atención y pregunta por alguna de cine de arte que “no está en Netflix”.<sup>10</sup> Ahí está, la compra y el vendedor le dice que si quiere otra película de culto él se la consigue porque no sólo tiene los estrenos sino que también domina un mercado al que no se accede por los circuitos convencionales.<sup>11</sup> La oportunidad genera la oferta ahí donde puede ser necesaria, pero además crea un vínculo de servicio, incluso personalizado, que solidificará la relación comercial. Asimismo, ella en su auto y él en el Metro hallarán un sinfín de otras ofertas que incluyen discos, matamoscas, adornos, set de plumas, accesorios, peluches, *gadgets*, lámparas, tarjetas de prepago, y hasta dulces, golosinas, agua, refrescos, helados y otros alimentos que prácticamente llegan a ellos facilitándoles notablemente el consumo y garantizando con ello la vida de esos mercados.<sup>12</sup>

¿Pero es ésta una característica definitoria de lo que llamamos ambulante? Pensamos que no porque, como se ha dicho, se trata de un rasgo de todo el mercado. Actualmente, por ejemplo, la versión virtual de esa atención que persigue al cliente la hallamos en internet donde las ventanas emergentes (*pop-ups*) invaden nuestras pantallas como los limpiaparabrisas nuestros vehículos

---

<sup>9</sup> Observación realizada en el cruce del puente de la Morena y Viaducto, ciudad de México, agosto de 2013.

<sup>10</sup> Netflix es un popular sitio de internet que, mediante suscripción, otorga acceso a películas y series de televisión en la modalidad de servicio a la carta (*on demand*).

<sup>11</sup> Observación realizada a la entrada del Metro General Anaya, ciudad de México, noviembre de 2013.

<sup>12</sup> Sin duda el fenómeno del consumo es mucho más complejo, ya que también requiere que se explique –como lo hace Pierre Bourdieu– la interacción entre estructuras objetivas y subjetivas que llevan a alguien a comprar jugo en lugar de café o una película de culto y no una del circuito comercial y que en ese contexto se interprete la disponibilidad como una oportunidad *portable* de conservar el estilo de vida de una persona de acuerdo con su clase social. Véase Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, Nueva York, Routledge, 2010, 610 pp.

para ofrecernos servicios que no hemos solicitado. Son comunes las llamadas de los bancos a nuestros teléfonos fijos y móviles para ofertar tarjetas de crédito y otros productos, y la venta de periódicos y tarjetas de prepago de servicios telefónicos da cuenta de que ese tipo de venta, asociada a grandes consorcios, no necesariamente define al comercio ambulante.

Tampoco lo hace la movilidad del cliente. La muestra más clara de ello es lo que ha sucedido en los aeropuertos en los últimos años, sobre todo los de tránsito internacional que se han convertido en auténticas *aeroplazas* donde las y los viajeros, a su paso de salida o de llegada, atraviesan por espacios dominados por artículos para comprar, por lo menos en dos modalidades: la del pasillo –que responde al acondicionamiento de los viejos edificios terminales como los casos de la sala internacional de la Terminal 1 del aeropuerto Benito Juárez de la ciudad de México, el aeropuerto de Frankfurt, el de Schipol o el de San Salvador– o la que obliga a las y los pasajeros, antes de salir de las instalaciones, a pasar por un conjunto de islas que los invitan a comprar –como en los nuevos aeropuertos de Montevideo o de Bogotá, que por cierto recuerdan la salida de los juegos mecánicos en Disneylandia, Six Flags y otros centros de diversión–. Desde dicha perspectiva, o consideramos las exclusivas tiendas de Hugo Boss que están en el aeropuerto como manifestaciones del ambulante o abandonamos la idea de que son los clientes quienes definen a este fenómeno.

Ahora vayamos a la segunda hipótesis para validar el comercio ambulante: la consigna *posfordista* de que cada uno es un empresario. Consideramos que ésta puede tener sentido siempre y cuando no se sustraiga del contexto en el que tal afirmación es, sin duda, un presupuesto ideológico y que encierra en sí misma contenidos que lesionan gravemente la dignidad de las y los vendedores ambulantes. Si guardamos las debidas proporciones, pensar que éstos se dedican a dicha actividad porque se asumen como empresarios en potencia equivaldría a creer que las mujeres tratadas y obligadas a prostituirse lo hacen por propia decisión al verse como modelos. De hecho, aun cuando la encuesta realizada por Édgar Esquivel incluye testimonios en este sentido, es cierto que hay un contexto que determina la decisión de realizar estas actividades o afecta la voluntad para evitar hacerlo.

De esta manera llegamos a una reflexión que desde nuestro punto de vista es fundamental, ya que se relaciona con el referente material que evidencia a la desigualdad como uno de los principales factores que revelan lo que ocurre

en estos casos: la necesidad económica que a la postre deja ver por qué las personas que se agremian en las organizaciones son capaces de pagar para poder trabajar. Regresemos al caso de quienes venden tarjetas de prepago de servicios de telefonía. Es sabido que estas personas son reclutadas entre aquellas que tienen necesidad apremiante de conseguir ingresos y que no son contratadas con regímenes apegados a sus derechos laborales; es más, cada mañana deben comprar un *stock* de tarjetas cuya venta es la condición indispensable para obtener una ganancia. La empresa gana al momento de venderles las tarjetas y se despreocupa de que efectivamente sean vendidas y de que las y los vendedores puedan sufrir accidentes de trabajo, ser víctimas de delitos, etc. La necesidad, sin embargo, impulsará a éstos a intentar vender todo el *stock* en que han invertido porque de ello depende su ingreso. Esta práctica revela el lado más oscuro del capitalismo salvaje, el cual se escuda en una ideología libertaria que no toma en cuenta la realidad económica y social de la desigualdad y que, por tanto, es una característica de todo el capitalismo que no define sino más bien aprovecha, tanto ideológica como materialmente, la fuerza laboral de las y los que llamamos vendedores ambulantes a partir de su necesidad de trabajar.

La primera hipótesis de Monnet y Bonaffé es la que sin duda resulta más atractiva, aunque tampoco es en sí misma definitiva. Y es que si algo ha quedado claro a lo largo de la era moderna es que al ser concebidos los discursos ordenadores de ésta se creó también su *alter ego*: el Estado genera la informalidad pero también la ilegalidad, así como la ciencia crea la anormalidad o la medicina la enfermedad.

Aunque cada una de las hipótesis de Monnet y Bonaffé por separado no parecen contribuir a una definición clara del ambulante, una lectura secuencial de ellas permite una aproximación más certera: el Estado origina la informalidad, el mercado establece una ideología legitimadora de la explotación de la fuerza laboral necesitada, y la movilidad del consumo ocasiona la oportunidad para la producción y consolidación de relaciones comerciales entre las y los vendedores y clientes. En principio coincidiríamos con Monnet y Bonaffé en esta secuencia, pero destacaríamos algunos componentes subyacentes: los sujetos de estas prácticas, las condiciones materiales en que deciden participar de ellas y, como un contexto sustancial, el poder del Estado para definir las como legales o ilegales.

Lo que caracteriza al comercio ambulante es, por tanto, el tipo de relación que se establece entre los sujetos que lo realizan –quienes lo hacen posible y no cómo o dónde ocurre–, sus motivos para hacerlo –desde dónde toman la decisión para ello– y el contexto de ilegalidad en el cual inevitablemente se desarrolla. En tal sentido la informalidad no define al ambulante sino que más bien lo explica. Por ello, haciendo honor a la evidencia disponible, la hipótesis se afina al plantear que en la relación de dependencia entre informalidad y formalidad median relaciones.

Sin prejuzgar sobre la validez de la literatura respecto del fenómeno, encontramos que las aproximaciones que se han hecho son vastas en descripción y tienen un gran potencial de interpretación, pero adolecen de una mirada más integral. Por lo tanto consideramos importante adoptar una perspectiva epistemológica que tienda más hacia la integralidad y la complejidad intersubjetiva que conlleva el tema. En tal sentido, el presente ensayo asume un acercamiento que toma en cuenta las perspectivas de los actores para entender mejor el papel que desempeñan y la interacción que tienen con las y los demás, el cual se apoya en el que a finales del siglo xx tuvieron los movimientos de los derechos de las mujeres desde las llamadas *standpoint epistemologies*.<sup>13</sup> En resumen, ello implica identificar relaciones en contextos socialmente situados y adoptar el punto de vista de los sujetos relacionados, en particular el de los llamados *sujetos no privilegiados*.<sup>14</sup>

En cuanto al tema que nos ocupa, es conveniente identificar en principio a los actores: por una parte, los sujetos de la actividad –es decir las y los vendedores ambulantes– y por otra, quienes desde afuera de este grupo mantienen relaciones, aun de distinto tipo, con éste: el gobierno, las y los comerciantes establecidos, los clientes y el público en general. En estos grupos, sin embargo, no todos tienen posiciones equivalentes: el público en general, en su caso, deberá decir o no en función de la amenaza o afectación que perciba de parte

<sup>13</sup> Véanse Sandra Harding, *Whose science? Whose Knowledge? Thinking from Women's Lives*, Nueva York, Cornell University Press, 1991, 319 pp.; y Sandra Harding, "Rethinking Standpoint Epistemology: What is 'Strong Objectivity'?", en Linda Alcoff y Elizabeth Potter (eds.), *Feminist Epistemologies*, Nueva York, Routledge, 1993, pp. 49-82.

<sup>14</sup> Véase Kristina Rolin, "The Bias Paradox in Feminist Standpoint Epistemology", en *Episteme: A Journal of Social Epistemology*, vol. 3, núms. 1-2, 2006, pp. 125-136.

de las y los ambulantes. Por ejemplo, más o menos desde 2006 un grupo de vecinos de la colonia Buenavista ha mantenido una queja constante en contra de los comerciantes ambulantes de la zona, ya que argumentan que sus puestos –colocados sobre la banqueta de Puente de Alvarado– son un riesgo para la seguridad y la salud de quienes habitan en los edificios que se ubican en esa calle; no obstante, el estudio empírico realizado por Édgar Esquivel demostró que en general el público no se siente afectado por la presencia del ambulante.

Por su parte, las y los clientes lo serán mientras encuentren una oferta que les interese. También en este punto el estudio de Esquivel arrojó resultados interesantes que señalan cómo el consumo es independiente de la conciencia de ilegalidad en quienes compran en puestos callejeros: las y los clientes saben y asumen que compran en un mercado que consideran que opera en la ilegalidad, pero se dicen satisfechos con lo que obtienen por los precios que pagan a pesar de los inconvenientes en términos de ausencia de garantía o de controles de calidad.

Una tensión apenas más fuerte se da entre las y los vendedores establecidos y los ambulantes; sin embargo, y a pesar de que los primeros han sido uno de los grupos que ejercen mayor presión ante el gobierno para que elimine el ambulante, los resultados del estudio citado no arrojan diferencias significativas que permitan hablar de un conflicto permanente. Con base en tales resultados, es posible afirmar que en el fondo subyace una cadena de relación más bien armónica entre los actores, una línea de continuidad que suaviza esta relación aun en los momentos de tensión.

Por eso vale la pena identificar, con base en la primera hipótesis de Monnet y Bonaffé, que al ser el Estado quien crea la situación de formalidad e informalidad, ello actúa como telón de fondo de la relación que consiste en una convención en donde ésta cobra sentido en general.

Aquí es necesario hacer una revisión sobre lo que desde nuestro punto de vista es la informalidad a la luz de la aproximación epistemológica asumida. Si la realidad es el producto de las intersubjetividades y éstas se hallan socialmente situadas de acuerdo con una serie de discursos que forman los dominios que muestran lo que está dentro y lo que está fuera, lo normal y lo anormal, lo legal y lo ilegal, podemos entender por *formalidad* el entramado de discursos e instituciones que son intersubjetivamente reconocidos como válidos; aquellos dentro de cuya práctica todo el mundo se siente cómodo, seguro y sin temor de



COMERCIO AMBULANTE E INFORMALIDAD EN LA CIUDAD DE MÉXICO

ser juzgado o sancionado por su visibilidad y apertura. Lo *informal*, por el contrario, se refiere a las prácticas e instituciones –o *contrainstituciones* o *parainstituciones*– que carecen de una forma socialmente validada: toda situación en la cual hay una práctica que, aun cuando en la formalidad es aceptada, en este caso no puede ser visible; debe ocultarse porque puede ser juzgada o sancionada desde el punto de vista de la formalidad. Ello hace suponer la existencia de un relato subyacente que, como ya se afirmó antes, hace de la informalidad una variable dependiente de la formalidad.

Pensemos, por ejemplo, en la sexualidad que se hace válida en el entorno de una institución como el matrimonio o el noviazgo pero que resulta objetable en el ámbito extramarital o extrarrelacional. Dependiendo de la posición desde la cual la *juzgue* el sujeto, de si es hombre o mujer, o de si es quien la lleva a cabo o quien la descubre, se ubicará emocionalmente frente a ella; pero ello sólo tendrá sentido si se comparte dicho relato subyacente que hace de la sexualidad una práctica significativa, visible y aceptada en un contexto convencional específico.

Otro ejemplo es el uso de sustancias que se reconocen como drogas, el cual tiene un significado distinto dependiendo de si ocurre como resultado de una medicación o como consumo recreativo. Aquí hay una serie de matices que se pueden usar en esta distinción: es el carácter intersubjetivo de la definición de lo que es formal o no lo que la hace útil, pues aun en los casos en que una persona o colectivo considere válido el comportamiento que otros no perciben así, su realización se tendrá como un desafío, una suerte de contracorriente o un secreto. De alguna manera el propio carácter contraconvencional de las prácticas informales aprueba el relato que subyace frente a la formalidad.<sup>15</sup> No hay indiferencia porque entre lo formal y lo que no lo es al final opera una especie de censura que sin duda provoca una reacción. Cabe señalar que las relaciones informales no están exentas de reglas; la diferencia radica en que ellas no están escritas, pues son implícitas en un juego de valores entendidos que requiere la aceptación previa, aunque tácita, de las y los participantes. Se trata de normas a las que se aplica, por lo tanto, una cláusula específica: un pacto de

---

<sup>15</sup> Véase Emilio Duhau, “La división social del espacio metropolitano. Una propuesta de análisis”, en *Nueva Sociedad*, núm. 243, enero-febrero de 2013, pp. 79-91.

no delación.<sup>16</sup> La idea de dicho pacto –que sin duda es implícito– permite definir esa característica de las redes de la informalidad: quien participa en ellas sabe que acepta las reglas y que tiene prohibido revelarlas porque eso delata a los otros que también participan en la red. Así, un acercamiento para entender el ambulante tiene que ver con el tipo de relaciones que se dan entre los sujetos que forman parte de él: relaciones ocultas, secretas y al mismo tiempo peligrosamente desafiantes.<sup>17</sup> La informalidad, por ende, no es un *locus* sino una interacción secreta.

Sin embargo, es importante tomar en cuenta que ésta no es precisamente horizontal. Aunque pueda haber un interés común, la posición de las y los vendedores ambulantes está en el extremo más vulnerable de la cadena. Cualquiera que sea su motivación, el abanico de posibilidades para decidir sobre su supervivencia es notablemente más limitado que el de sus líderes o los contactos de éstos, como lo demuestra el destino de tales actores, políticos y servidores públicos que tienen otros medios para solventar sus necesidades, por lo que la relación con las y los comerciantes ambulantes es sólo instrumental. En cambio, éstos sí dependen de los líderes y los contactos que puedan tener para facilitar sus oportunidades para vender.

Las y los clientes, en cambio, no están determinados por esta circunstancia. Existe mucha evidencia de los cruces que se dan en los fenómenos de consumo en una metrópoli los cuales, si bien ocurren en un contexto de “división social del espacio metropolitano”,<sup>18</sup> aprovechan esas pautas para localizar sus productos siempre en la búsqueda de ampliar sus adquisiciones. En las últimas décadas, por ejemplo, ha sido común ver cómo se yerguen en colonias populares centros comerciales con tiendas departamentales como las que hay en otras plazas de zonas más exclusivas, pero con mercancías de saldo, fuera de temporada o simplemente de menor calidad, que han sido pensadas para el poder adquisi-

---

<sup>16</sup> Véase Efrén Sandoval, “Economía de la fayuca y del narcotráfico en el noreste de México. Extorsiones, contubernios y solidaridades en las economías transfronterizas”, en *Desacatos*, núm. 38, enero-abril de 2012, pp. 43-60.

<sup>17</sup> Esto puede explicar la diferencia respecto de quienes venden en las islas de los centros comerciales, en las cajuelas de sus autos o en los bazares. Como sucede con los boleros y los kioscos a los que se refieren Monnet y Bonaffé, las relaciones en esos casos son abiertas por lo que no hay razón para ocultarlas. Jérôme Monnet y Juliette Bonaffé, *op. cit.*

<sup>18</sup> Véase Emilio Duhau, *op. cit.*

tivo de una colonia de menores ingresos. Incluso los supermercados funcionan con lógicas diferenciadas según la población a la que dirigen sus productos. De esta manera, el redescubrimiento del potencial de las salas cinematográficas para atraer grandes cantidades de personas ha hecho de estas plazas un lugar de paseo y recreación para quienes en el pasado no acudían a los *malls*.<sup>19</sup> También se ha vuelto común ver tianguis y mercados sobre ruedas en colonias adineradas o a personas de clase media o alta en los mercados de pulgas. Incluso el reciente fenómeno de los camiones de comida (*food trucks*) es evidencia de que a quienes cuentan con recursos económicos no le disgusta sentarse en la calle a comer un *hot dog*. La cuestión entonces no tiene que ver con las y los clientes, que no reparan en el tipo de mercado de que disponen siempre y cuando el bien o servicio que compran, y a veces hasta el modo en que lo hacen, les permita mantener su estilo de vida y además les resulte accesible.<sup>20</sup>

Esta comprensión es fundamental porque permite situar claramente a la o el vendedor ambulante como un sujeto vulnerado cuya actividad, que realiza para sobrevivir, por efecto de una decisión de Estado queda confinada a depender de las relaciones informales. Desde esta otra perspectiva el concepto de *estilo de vida* –que concierne a las prácticas sociales, las tradiciones y las elecciones que tomamos las personas para desarrollar nuestras identidades, las cuales no son independientes de la situación socioeconómica en que ocurren– permitiría suponer que lo que enmarca el modo de vida de quien se dedica a la venta ambulante se asocia con los recursos con que cuenta para tomar tales decisiones.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Véase Emilio Duhau y Ángela Giglia, “Globalización e informalidad en la ciudad de México. Prácticas de consumo y movilidad”, en *Trace*, núm. 51, junio de 2007, pp. 28-43.

<sup>20</sup> Pierre Bourdieu, *op. cit.*

<sup>21</sup> Una circunstancia límite ocurre con la trata de personas con fines laborales en donde evidentemente no media decisión alguna sino la constricción total de la voluntad de la persona afectada, tal como sucede con las y los niños que son obligados a vender en las calles o en los vagones del Metro o en el de las personas que son virtualmente secuestradas para ser explotadas de manera laboral. Sobre este último punto vale la pena consultar la Recomendación que emitió la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal (CDHDF) en 2011 sobre el caso de poblaciones callejeras que fueron víctimas de trata al ser ingresadas en contra de su voluntad en una supuesta institución de asistencia y rehabilitación para las adicciones denominada Los elegidos de Dios. Véase CDHDF, Recomendación 13/2011, disponible en <<http://cdhdfbeta.cdhdf.org.mx/2011/12/recomendacion-132011/>>, página consultada el 3 de septiembre de 2014.

En este sentido coincidimos con Édgar Esquivel y otros autores citados en su trabajo quienes afirman que optar por dedicarse al ambulante es un acto racional y voluntario; sin embargo, en la misma línea de Pierre Bourdieu, es necesario afirmar categóricamente que ello ocurre en un marco limitado tanto de posibilidades como de los recursos que tiene quien ha de tomar esa decisión.<sup>22</sup> Sin duda esto explica la correlación negativa que señala que a menor educación mayor propensión a la informalidad, comprobada por dichos investigadores; pero también ayuda a entender que en una situación de carencias cotidianas la planeación a mediano y largo plazos no es una opción posible. Aquí las inversiones tienen que ser a corto plazo.

La educación promedio reportada en el estudio referido es de nueve años, lo que equivale al nivel secundaria concluido, que representa el tiempo necesario para aprender a “hacer cuentas para que no nos transen en el puesto”.<sup>23</sup> No hay lugar para los seguros médicos porque son inaccesibles y las visitas médicas nunca son preventivas sino, en todo caso, de emergencia o correctivas y en locales médicos que han sido creados para esos fines. De hecho la disponibilidad inmediata del dinero que se gana, aunada a la inaccesibilidad respecto del mercado formal, puede generar la percepción de que una o un vendedor ambulante gana más en la calle que en una empresa establecida en la que, en caso de acceder, se obtendría un salario bajo que no se consideraría compensado aun con prestaciones cuyos beneficios de mediano y largo plazos se ven lejanos.

Estos réditos de corto plazo pueden expresarse metafóricamente en una declaración obtenida por Emilio Duhau y Ángela Giglia,<sup>24</sup> cuando indagaban sobre prácticas de consumo en el municipio de Chalco, Estado de México, entre otros lugares. Ahí una persona les dijo que a veces el dinero ganado les es insuficiente para adquirir un frasco de café de 30 pesos, por lo que prefieren comprar un sobre diario de éste que por unidad cuesta dos pesos. Si a la postre eso implica un gasto mucho mayor que el costo del frasco, la elección se explica

---

<sup>22</sup> Parafraseando a Pierre Bourdieu en función del capital económico, cultural, social y simbólico de la o el vendedor ambulante. Pierre Bourdieu, *op. cit.*

<sup>23</sup> Natalia Grisales Ramírez, “En Tepito todo se vende menos la dignidad. Espacio público e informalidad económica en el Barrio Bravo”, en *Alteridades*, vol. 13, núm. 26, julio-diciembre de 2003, p. 69.

<sup>24</sup> Véase Emilio Duhau y Ángela Giglia, *op. cit.*

porque 12 pesos a la semana representan un porcentaje menor que 30 pesos respecto de lo que se recibió el fin de semana como salario.

Desde esta óptica la informalidad es para el ambulante una especie de zona de seguridad que, aun cuando conlleva dificultades, amenazas y violencias, entre otras claras desventajas, representa una opción a la mano que exige relativamente poco; además de que, ante la dificultad para acceder a las relaciones formales de trabajo, es con lo que pueden contar para sobrevivir. Así como cualquier persona preferiría un frasco de café de 30 pesos que durara un mes que un sobre diario de dos pesos que en 30 días sumaría 60 pesos, cualquiera se inclinaría por un trabajo formal con un salario seguro y prestaciones a largo plazo. Cualquiera, claro, que tuviese los capitales necesarios para decidirlo.<sup>25</sup>

## La construcción de las redes de informalidad

En un estupendo artículo escrito a finales de los años setenta, Larissa Lomnitz<sup>26</sup> describió el modo en que los liderazgos funcionan como articuladores entre los sectores formales e informales. Hacia abajo, el líder es capaz de organizar redes laborales con parientes y amigos a partir de las habilidades que éstos tengan para trabajar; hacia arriba, crea nexos con personas que pueden ayudarlo a generar protección para sus redes a cambio de la fuerza de trabajo de sus agremiados. La figura del maestro de obras representa muy bien esta relación en la cual una persona que ha desarrollado vínculos con las empresas constructoras –porque probablemente trabajó en ellas como albañil, por ejemplo– con el tiempo formará una cuadrilla de albañiles, carpinteros, plomeros y personas con otros oficios con amigos y parientes a quienes podrá subcontratar para que realicen trabajos para la empresa. Ésta se beneficiará de la confianza del líder de esa cuadrilla y de una mano de obra calificada a precios razonables; los miembros de ésta se verán favorecidos por el empleo, y el líder ganará la comisión que cobre y logrará que la relación se consolide al garantizar nuevos contratos en el futuro.

<sup>25</sup> Nuevamente en el sentido de Pierre Bourdieu, *op. cit.*

<sup>26</sup> Larissa Lomnitz, “Mecanismos de articulación entre el sector informal y el sector formal urbano”, en *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 40, núm. 1, enero-abril de 1978, pp. 131-153.

Una década más tarde Guillermina Grisel Castro Nieto<sup>27</sup> pudo caracterizar tres tipos de liderazgo entre las y los vendedores ambulantes a partir del esquema descrito por Lomnitz, aunque con matices interesantes. Desde luego identificó el *liderazgo tradicional*, asociado con funcionarios menores del entonces partido en el poder –el PRI–, que basa su relación con las y los comerciantes que lo siguen en la amistad, compadrazgo, parentesco, aportaciones económicas para fiestas populares, préstamos y empeño de valores a cambio de que éstos participen en los mítines y actos proselitistas del partido. También identificó a otro tipo de líder al que llamó *independiente*, el cual se define por oposición al anterior debido a que hace descansar su liderazgo en su capacidad para recoger los descontentos y críticas a la hegemonía del PRI y de los líderes y organizaciones que se mueven en su órbita; es un líder opositor. El tercero lo denominó *moderno*; se identifica con el tradicional en la forma en que sostiene su liderazgo, pero su mayor capacidad de influencia en el sector formal le permite generar organizaciones más complejas y con intermediarios que hacen posible que su presencia en el barrio no sea necesaria, porque ello es subsanado por personas que trabajan para él. Todos los liderazgos coinciden en la utilidad económica o política que buscan, pero difieren en los modos de obtenerla: el espacio y el prestigio político son de gran valor para articular redes de proselitismo que representarán mayor eficacia dependiendo de cuánta capacidad tengan para moverse entre los mundos formal e informal.

Estas descripciones dan la idea de un proceso de dos vías que consiste en la generación de liderazgos en los grupos marginales que permiten la formación de quienes destacan como *primus inter pares*<sup>28</sup> por sus habilidades de negociación y sus contactos; pero si se considera que esas cualidades forman parte de las características de determinadas personas, difícilmente se puede pensar que los liderazgos exitosos se forman solos. El liderazgo al que se refiere Castro Nieto como *independiente* es un buen ejemplo de que no sólo se necesitan habilidades y contactos para que el líder sobresalga y obtenga beneficios para una mayor cantidad de agremiados sino que también la calidad y el poder real de

<sup>27</sup> Guillermina Grisel Castro Nieto, “Intermediarismo político y sector informal: el comercio ambulante en Tepito”, en *Nueva Antropología*, vol. xi, núm. 37, abril de 1990, pp. 59-69.

<sup>28</sup> Dicha expresión se emplea para destacar a quien tiene una posición preferente aun en una situación donde formalmente todos deberían ser iguales.

influencia de éstos es imprescindible. ¿Entonces cuál es el incentivo que hará que un contacto con poder establezca una relación con un líder intermediario? Castro Nieto señala que “el intermediarismo político está relacionado con el fenómeno informal sólo si su relevancia en los aspectos político, económico y social, para el Estado, representan un potencial elector de consideración”.<sup>29</sup> La doble vía, por lo tanto, se configura a partir de la construcción de un interés común, de una ganancia que puede ser política, económica o social para ambas partes del contacto.

En esta lógica, la estrategia de Uruchurtu hace pensar que el exregente sabía que no era necesario relacionarse con toda la base de vendedores ambulantes porque la cooptación de algunos y los incentivos adecuados le darían el control de todos. El líder, por tanto, fue elegido como intermediario para jugar un papel instrumental que hiciera posible dejar intacta la marginalidad del grupo de sus representados y al mismo tiempo darle funcionalidad para el beneficio del régimen.

Asimismo, hay que reconocer que en sentido psicológico el roce del líder con la autoridad y el poder tiene un componente aspiracional que, a diferencia de lo que ocurre con el gremio, lo motiva e impulsa a salir de la marginalidad, lo cual lo va alejando paulatinamente de sus bases. En tal sentido, el liderazgo moderno al que alude Castro Nieto representaría el escalón más alto: un líder que no se identifica del todo con su gremio, que se ha separado del grupo y que ahora forma parte, o cree formar parte, de la elite del poder, pero que mantiene una relación instrumental con sus agremiados; un pie en el suelo donde nació y el otro en el que quiere vivir.

De esta manera, si en efecto las cualidades personales del líder sólo son relevantes cuando lo que ofrece al régimen es útil, su carácter de intermediario será fungible, por lo que de agotarse su utilidad será sustituido por otro líder igual o más funcional. Lo anterior sugiere una espiral de continuidad que se antoja como un ganar-ganar perpetuo que es independiente de las personas. Desde esta perspectiva, podría conjeturarse que el objetivo de las intervenciones del gobierno no ha sido resolver sino sólo administrar el tema, y que debido a que su interés radica en el respaldo que pueda obtener del gremio con

---

<sup>29</sup> Guillermina Grisel Castro Nieto, *op. cit.*, p. 68.

intermediación del líder eso significa dos cosas: la primera es que no importa quién sea el líder siempre que garantice la ganancia que el gobierno espera; y la segunda, que el que el número de vendedores ambulantes crezca es funcional para tales fines. Ello reafirma la condición de desventaja de quien es parte del gremio porque, a menos que llegue a ser líder, se encuentra condenado a aceptar las condiciones que éste le consiga para poder trabajar.

## Un nuevo escenario para la informalidad

Con base en esa dinámica, el intento de Manuel Camacho por controlar a las y los ambulantes mediante las nuevas plazas populares habría sido exitoso, pero no lo fue porque una importante variable cambió: la globalización planteó un escenario nuevo que sin duda afectó las relaciones en las redes de la informalidad.<sup>30</sup> En él la emergencia del mercado y su posición de supremacía frente al Estado implicó la pérdida de fuerza de éste en sus nexos con aquél y la sociedad civil.

En un contexto de mercado controlado desde las autoridades, que el comercio ambulante afecte al establecido puede verse como un costo asumible en cuanto a la ganancia que representa el clientelismo para el propio Estado en materia de poder político. Pero cuando el mercado asumió el papel central, el vínculo con éste se convirtió en la prioridad para el Estado, lo que tornó residuales sus relaciones con el sector social. Para decirlo de otro modo, el líder perdió valor frente al Estado porque al final la fuente de legitimidad del Estado neoliberal no se halla en las bases sociales sino en su capacidad para relacionarse positivamente con el mercado. Seguramente esa mentalidad facilitó que en 1993 se recurriera incluso a la criminalización del ambulante como un mecanismo para someter a las y los vendedores a la voluntad gubernamental o para intentar menguarlos. Sin embargo, ese desdén pudo haber implicado un grave error: el gobierno creó un sujeto con una gran capacidad de interlocución y le enseñó que su supervivencia dependía de los arreglos informales que pudiera

---

<sup>30</sup> Sobre esta cuestión también puede consultarse el interesante análisis respecto del ambulante en el centro histórico de Puebla en Gareth A. Jones y Ann Varley, "The Contest for the City Centre: Street Traders versus Buildings", en *Bulletin of Latin American Research*, vol. 13, núm. 1, 1994, pp. 27-44.



lograr, pero de ningún modo limitó esa capacidad y esos arreglos sólo a los que pudieran hacerse con el gobierno; de hecho la apertura de los mercados ha tenido efectos muy importantes en la configuración del comercio ambulante en las últimas décadas al definir nuevas formas de relación entre el mercado legal y el criminal.

Los últimos años del salinismo implicaron que, por lo menos en la ciudad, el PRI se alejara de los liderazgos de vendedores ambulantes. En las narraciones que se hacen sobre ello se percibe en el gremio una sensación de haber sido traicionados, que pudo haber pactos secretos con ciertos líderes y que el interés por ellos como fuerza social ya no era el mismo. Desde nuestro punto de vista ello ocurrió porque, como se mencionó más arriba, el incentivo para conservar buenas relaciones con quienes intermediaban entre el Estado y las bases formadas por el gremio de vendedores ambulantes se perdió con el PRI neoliberal. Entonces el discurso popular fue asumido por la izquierda, representada en la ciudad de México por el Partido de la Revolución Democrática (PRD) desde 1997 y hasta la fecha en que es quien gobierna en la capital.

Por una parte, es un hecho que el primer gobierno de izquierda cobijó al ambulante. Las organizaciones crecieron de 13 en 1997 –todas afiliadas al PRI– a 120 en 2007, la mayoría afiliada al PRD. La prensa de la época da cuenta de la forma en que se trabajó para atomizar a las organizaciones relacionadas con el PRI y de cómo, después de la muerte de la lideresa Guillermina Rico, su hija fue encarcelada, lo que motivó el desmantelamiento y fragmentación de la que fuera la más importante organización de comerciantes ambulantes de la ciudad en la era priísta.

Por la otra, la dinámica que siguió el ambulante definió una relación de naturaleza diferente respecto de la que se tenía con el PRI. Para un partido que desde siempre ha presumido que posee una legitimidad de origen derivada del voto popular que les ha hecho ganar la Jefatura de Gobierno del Distrito Federal desde 1997, el valor de la relación con las organizaciones de vendedores ambulantes se transformó de un interés instrumental por el número de personas agremiadas en tales organizaciones a uno por el control de territorios. En la ciudad de México el PRD es un partido territorial y es claro que las denominadas *tribus* se disputan esos territorios en cada elección local.

No es ningún secreto que el valor de los territorios se dé en función de una variable económica fuertemente asociada con la corrupción, disfrazada de me-

canismos de aportación para la causa de la tribu. Por ello tiene sentido que las delegaciones más disputadas sean las que tienen mayor potencial comercial –Cuauhtémoc, Iztapalapa, Álvaro Obregón, Gustavo A. Madero– por sus bares, por el valor de la venta ilegal de servicios, por sus construcciones o por las posibilidades para hacer un uso faccioso del espacio público. Las supervisiones a bares y construcciones con el paso del tiempo han generado prácticas de tolerancia que han convertido a los dueños de establecimientos y responsables de obras en rehenes de la extorsión por parte de las y los inspectores. Es sabido que cualquier pretexto servirá para cerrar sus negocios o suspender sus obras; por ello, los empresarios afectados prefieren calcular un sobreprecio que amortigüe las mordidas que deben dar, en algunos casos periódicamente, para que les dejen operar. En zonas como Iztapalapa, con una importante carencia de agua, está documentado que las pipas que pertenecen a la delegación deben distribuir gratuitamente el líquido pero cobran pequeñas cuotas –10 pesos– por hacer su trabajo. Naturalmente, la gente les paga porque de otro modo no tendría agua.

En el caso de los comerciantes ambulantes, profusamente distribuidos en estas zonas, la contraprestación se halla en la tolerancia para privatizar el espacio público. El testimonio de una mujer mazahua, con motivo de una queja presentada ante la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal (CDHDF) en 2006, no deja lugar a dudas:

Mi familia llegó a la ciudad en los cincuenta; desde entonces nos hemos dedicado a vender comida en las calles, es lo que sabemos hacer. A mí ya me tocó hacer papas fritas para venderlas en un carrito. Me levanto muy temprano y llego al local donde guardamos los carritos; de ahí me voy al centro, a la calle que siempre fue nuestra, de mi mamá y de mi familia. O más bien llegaba, porque un día llegó la policía y me dijo que no podía vender ahí, que me quitara. Yo les dije que por qué, pero *nomás* me dijeron que si no lo hacía me iba a ir muy mal porque estaba infringiendo la ley del Centro Histórico. Me fui pero luego se me acercó alguien que dijo que me podía ayudar. Me dijo que me uniera con ellos y que me daría una credencial para que la policía no me molestara. Yo le hice caso. Me dieron un lugar junto a otros puestos en la banqueta, pero me dijeron que tenía que pagar una cuota para estar ahí. Luego me dijeron que la comida se la tenía que comprar a una señora que pasaba por todos los puestos a preguntar qué íbamos a pedir,

## COMERCIO AMBULANTE E INFORMALIDAD EN LA CIUDAD DE MÉXICO

y que al terminar el día tenía que dejar todo el espacio limpio, pero que no me preocupara porque ellos me alquilaban la escoba, la cubeta y me vendían el agua. Al final me dijeron que no me olvidara de cooperar también para la seguridad porque de eso dependía que la policía no nos molestara. Pero fíjese, si de vender mis papas me quedan 100 pesos y tengo que pagar 70 por todo lo que me piden, apenas me quedan 30.<sup>31</sup>

Sin duda el testimonio deja ver cómo la privatización del espacio público por parte del comercio ambulante tiene por lo menos dos etapas: una previa que toca al gobierno y que establece en qué zonas se tolerará el ambulante, el cual seguramente se negocia con las organizaciones o más bien con sus líderes; y una posterior que se da al interior de las organizaciones en donde los líderes ponen las condiciones para que sus agremiados usen el espacio a cambio de seguridad. Por ello no es exagerado hablar de feudos, pues la relación que se genera es una forma de servidumbre posmoderna. Como afirma Natalia Grisales, citando a Monge y Campa, “gran parte del espacio público –calles, plazas y jardines– ha sido ‘privatizado’”.<sup>32</sup>

La misma autora retoma lo dicho por Cristina Oehmichen, quien afirmó que “las cuotas cobradas a los comerciantes por las tolerancias constituían una cuantiosa fuente de recursos para los líderes de las organizaciones de comerciantes”,<sup>33</sup> y enseguida llama la atención sobre los ingresos que obtenía una importante dirigente sólo de las cuotas que –consistentes en pagos de entre 40 y 60 pesos–, multiplicadas por los cien mil comerciantes que controlaba, debían ascender a cerca de cuatro millones de pesos semanales.

Estos niveles de ganancia hacen suponer que era muy poco probable que la autoridad simplemente contemplara el ambulante sin intervenir; por el contrario, más que sólo votos, los permisos debieron y aún deben tener un costo que haga redituable gobernar las demarcaciones en donde dicho fenómeno

---

<sup>31</sup> Dicho testimonio es una paráfrasis de la declaración obtenida por uno de los autores cuando fungió como visitador general de la CDHDF y está amparada por la fe pública que éste poseía en el momento de recibir a la persona declarante. Por contener datos personales, el acta respectiva no es de acceso público.

<sup>32</sup> Natalia Grisales Ramírez, *op. cit.*, p. 77.

<sup>33</sup> *Idem.*

está más extendido, lo que revela cómo el gobierno y el partido –o más bien sus tribus– asumieron un rol de entidades explotadoras y usufructuarias del comercio en la vía pública.

Pero si las relaciones con el gobierno se modificaron debido al nuevo papel del mercado, aquellas entre el ambulante y este último también tuvieron importantes transformaciones. Una de las características del mercado es que define sus relaciones en términos de maximizar sus ganancias. Desde esa perspectiva, la venta ambulante no representa un desafío real para las grandes empresas, pues de hecho constituye una manera de hacer llegar sus excedentes a esos clientes que de otro modo no tendrían acceso a tales marcas. Difícilmente es creíble que los canales que hacían posible el contrabando –la *fayuca*– en los años ochenta hubieran desaparecido del todo tras abrirse la economía una década después. La gran pregunta sobre el origen de las lociones de marca, los cigarros y otros artículos que se venden en los puestos ambulantes puede hallar respuesta en las redes que sirven a estos fines en el norte del país y que involucran indistintamente a pequeños comerciantes y a personas capaces de hacer cruzar contenedores completos de mercancía de contrabando.<sup>34</sup> Una visita a los puestos ambulantes en cualquier parte de la ciudad deja ver que su funcionalidad es útil para todo el mercado, formal o informal, legal o ilegal.

Los nexos que se dan en este sentido vinculan informalidad con formalidad –por ejemplo, en el caso de la venta de productos legales obtenidos legalmente como los alimenticios industrializados, pastelitos, chicles, pastillas, dulces, refrescos y cervezas–, informalidad con ilegalidad –como queda claro en la venta de productos ilegales obtenidos de modo *legal*, es decir, comprados como en la *fayuca* y los productos pirata– e ilegalidad con ilegalidad –que es el caso cuando se venden artículos robados–. Pero el tema no se agota sólo en la mercancía sino que abarca la transformación de las y los vendedores en traficantes y de los líderes en mafias. El primer caso ha sido documentado por Natalia Grisales, quien vincula el éxito económico que significó la *fayuca* para las y los vendedores de Tepito y la posterior caída de su valor por la apertura económica frente al libre mercado, lo que dejó hábitos de consumo y estilos de vida que sólo pudieron ser colmados con la venta de armas y drogas. En el segundo caso, Édgar Esqui-

---

<sup>34</sup> Véase Efrén Sandoval, *op. cit.*

## COMERCIO AMBULANTE E INFORMALIDAD EN LA CIUDAD DE MÉXICO

vel señala el comportamiento mafioso de las organizaciones de comerciantes ambulantes que, al igual que ocurre con las mafias, instauraron sus prácticas de servidumbre en ausencia de un Estado que los regulara.

En todo caso, dichas transformaciones permitirían afirmar que actualmente la fuerza del ambulante no proviene de su relación con el gobierno o un partido sino de su dependencia a una entidad explotadora, la cual puede estar en el gobierno, en el partido –o sus tribus– o en el mercado. El papel de los líderes también podría modificarse en este sentido, si es que no se ha hecho ya, para intermediar con esos interlocutores y tratar de garantizar que se permita su despliegue a cambio de una participación económica. En lo que se refiere a la delincuencia organizada, esta idea apoya la tesis de Efrén Sandoval en el sentido de que el mercado criminal halló en ese mecanismo de relación informal una oportunidad para explotarlo en su favor, no sólo incorporando mercancías sino también obteniendo recursos a través de la extorsión de autoridades, líderes y vendedores. En el centro de esta nueva dinámica prevalecen los intereses particulares, la corrupción y las redes de informalidad preexistentes. Lo que es distinto, en todo caso, es la coerción violenta que caracteriza a estas nuevas entidades explotadoras.

### **A manera de conclusión**

Un intento por explicar la reciente fenomenología del ambulante nos lleva a concluir que en la actualidad es la propia formalidad la que no se beneficia de una abierta relación con éste. La circunstancia de informalidad es condición para garantizar el interés que mantiene el pacto de no delación. En tal sentido, lo que cambió fue que de una relación de control político entre el gobierno y las y los vendedores ambulantes se pasó a una de explotación a la que también se han sumado los mercados legal y criminal. La mala noticia es que, hoy por hoy, mientras la situación de desigualdad material se mantenga para quienes ven en el comercio ambulante su mejor opción, éste no sólo no desaparecerá sino que se verá condenado a crecer y a hacerse cada vez más complejo.

En dicho punto se vuelve relevante la necesidad de aportar un marco de análisis distinto para esta actividad, uno que –como se apuntó al principio– tenga mayores alcances explicativos y que al mismo tiempo brinde respuestas

más amplias que las se han dado, las cuales hemos visto que sólo contribuyen a hacer más complicado el fenómeno y más intrincada la relación entre sus actores. Proponemos que ese marco sea el de la seguridad humana, en el entendido de que buscarla es una forma de satisfacer el acceso a los derechos; y que éstos, al verse insatisfechos u obstaculizados, producen una condición de privación que limita el capital económico, cultural, social y simbólico de las personas quienes, en un contexto de desigualdad material y de asimetría simbólica, no tienen más opción que sobrevivir al amparo de eso que reconocemos como ambulante.

Las carencias en las que se da este fenómeno y la construcción ex profeso de un contexto de informalidad que permite e incluso justifica la servidumbre, aun desde quien ocupa la posición de siervo porque no tiene otra opción para sobrevivir, sin duda representan una situación de ausencia de derechos que interpela de manera franca y directa las obligaciones que tiene el Estado mexicano frente a tales derechos. Por lo tanto, en el fondo se busca plantear la idea de que un Estado, al avalar relaciones en las que sus agentes y/o determinadas personas coloquen al resto de la ciudadanía en una situación de servidumbre, está permitiendo y ejerciendo violencia en contra de sus ciudadanos; y que desde ese punto de vista los derechos humanos constituyen herramientas jurídicas idóneas no sólo para denunciarlo sino también para limitarlo e incluso sancionarlo.

Si el análisis que realizamos en este texto es correcto, ahora podrá proponerse que la perspectiva de la seguridad humana conduciría a la deconstrucción del fenómeno de la informalidad, lo que a su vez sería la base para resignificar las relaciones que actualmente hacen posibles las manifestaciones legales e ilegales del ambulante en cuanto a traicionar el pacto de no delación, desproteger los privilegios y construir una sociedad menos desigual, más simétrica y en consecuencia menos violenta.

## Bibliografía

- BOURDIEU, PIERRE, *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, Nueva York, Routledge, 2010, 610 pp.
- CASTRO NIETO, GUILLERMINA GRISEL, “Intermediarismo político y sector informal: el comercio ambulante en Tepito”, en *Nueva Antropología*, vol. XI, núm. 37, abril de 1990, pp. 59-69.
- CDHDF, Recomendación 13/2011, disponible en <<http://cdhdfbeta.cd hdf.org.mx/2011/12/recomendacion-132011/>>, página consultada el 3 de septiembre de 2014.
- CROSS, JOHN C., “Debilitando al clientelismo: la formalización del ambulante en la ciudad de México”, en *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 59, núm. 4, octubre-diciembre de 1997, pp. 93-115.
- DUHAU, EMILIO, “La ciudad informal, el orden urbano y el derecho a la ciudad”, trabajo presentado durante el Congreso de la ANPUR, Belo Horizonte, 2003, disponible en <<http://www.fcp.uncu.edu.ar/upload/duhau-2003.pdf>>, página consultada el 3 de septiembre de 2014.
- , “La división social del espacio metropolitano. Una propuesta de análisis”, en *Nueva Sociedad*, núm. 243, enero-febrero de 2013, pp. 79-91.
- , y ÁNGELA GIGLIA, “Globalización e informalidad en la ciudad de México. Prácticas de consumo y movilidad”, en *Trace*, núm. 51, junio de 2007, pp. 28-43.
- ESQUIVEL, ÉDGAR (COORD.), *La república informal. El ambulante en la ciudad de México*, México, Miguel Ángel Porrúa/ITESM-CEM, 2008, 288 pp.
- FERNÁNDEZ PEREIRA, JUAN PABLO, *La seguridad humana*, Barcelona, Ariel, 2006.
- GRISALES RAMÍREZ, NATALIA, “En Tepito todo se vende menos la dignidad. Espacio público e informalidad económica en el Barrio Bravo”, en *Alteridades*, vol. 13, núm. 26, julio-diciembre de 2003, pp. 67-83.
- HARDING, SANDRA, *Whose science? Whose Knowledge? Thinking from Women's Lives*, Nueva York, Cornell University Press, 1991, 319 pp.
- , “Rethinking Standpoint Epistemology: What is ‘Strong Objectivity’?”, en Alcoff, Linda, y Elizabeth Potter (eds.), *Feminist Epistemologies*, Nueva York, Routledge, 1993, pp. 49-82.
- JONES, GARETH A., Y ANN VARLEY, “The Contest for the City Centre: Street Traders versus Buildings”, en *Bulletin of Latin American Research*, vol. 13, núm. 1, 1994, pp. 27-44.

LUIS GONZÁLEZ PLACENCIA Y DIANA M. MAGAÑA HERNÁNDEZ

- LOMNITZ, LARISSA, “Mecanismos de articulación entre el sector informal y el sector formal urbano”, en *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 40, núm. 1, enero-abril de 1978, pp. 131-153.
- MONNET, JÉRÔME, Y JULIETTE BONAFFÉ, “El prisma del ambulante. Conceptualización del ambulante, de los vendedores a los clientes: un acercamiento a la metrópoli posfordista”, en Monnet, Jérôme, y Juliette Bonaffé (coords.), *Memoria del seminario El ambulante en la ciudad de México. Investigaciones recientes*, México, Programa de Estudios Universitarios de la Ciudad de la UNAM/Cemca, 2005.
- ROLIN, KRISTINA, “The Bias Paradox in Feminist Standpoint Epistemology”, en *Episteme: A Journal of Social Epistemology*, vol. 3, núms. 1-2, 2006, pp. 125-136.
- SANDOVAL, EFRÉN, “Economía de la fayuca y del narcotráfico en el noreste de México. Extorsiones, contubernios y solidaridades en las economías transfronterizas”, en *Desacatos*, núm. 38, enero-abril de 2012, pp. 43-60.
- SILVA LONDOÑO, DIANA ALEJANDRA, “Comercio ambulante en el Centro Histórico de la ciudad de México (1990-2007)”, en *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 72, núm. 2, abril-junio de 2010, pp. 195-224.
- STAMM, CAROLINE, “La democratización de la gestión de las plazas de comercio popular en el centro histórico de la ciudad de México”, en *Trace*, núm. 51, junio de 2007, pp. 83-93.