



INTERNACIONALES

Revista en Ciencias Sociales del Pacífico Mexicano

Dirección

Erika Cecilia Montoya Zavala
Universidad Autónoma de Sinaloa

Consejo Editorial

Ana Luz Ruelas
Universidad Autónoma de Sinaloa

Anna Ochoa O' Leary
University of Arizona

Santos López Leyva
Universidad Autónoma de Baja California

Guillermo Ibarra Escobar
Universidad Autónoma de Sinaloa

Ofelia Woo Morales
Universidad de Guadalajara

Raquel Rubio Goldsmith
University of Arizona

Blas Valenzuela Camacho
Universidad Autónoma de Sinaloa

James Creechan
University of Alberta

Alejandro Mercado
Universidad Autónoma Metropolitana Cuajimalpa

Gloria Ciria Valdez
Colegio de Sonora

Consejo de Redacción

Ernesto Sánchez Sánchez
Universidad Autónoma de Sinaloa

Jaime Sainz
CIDE

Miriam Nava Zazueta
Universidad Autónoma de Sinaloa

José Guadalupe Rodríguez
Universidad de Sonora

Jorge Ibarra Martínez
Universidad Autónoma de Sinaloa

REVISTA INTERNACIONALES, Año 3, No. 5, Enero-Junio de 2017, es una publicación semestral editada por la Universidad Autónoma de Sinaloa a través de la Facultad de Estudios Internacionales y Políticas Públicas, Prol. Josefa Ortiz de Domínguez, s/n, Ciudad Universitaria, Culiacán, Sinaloa, C.P. 80040, Tel. (667) 712-7937, <http://interpol.uas.edu.mx/> Editor responsable: Erika Cecilia Montoya Zavala. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No.04-2014-121716535600-102, ISSN: 2395-9916, ambos ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Licitud de Título y Contenido No. 16501, otorgado por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Impresa por Servicios Editoriales Once Ríos S. A. de C.V., domicilio Río Usumacinta No. 821, Col. Industrial Bravo, Culiacán, Sinaloa, C.P. 80120. Este número se terminó de imprimir en el mes de diciembre con un tiraje de 500 ejemplares.

La responsabilidad de los artículos, notas críticas y reseñas es estrictamente de sus autores.

Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización.

Impreso en México.

Edición y diseño de portada:
Miguel Angel Hernández Gutiérrez

Publicación web:
Francisco Rodelo León



INTERNACIONALES

Revista en Ciencias Sociales del Pacífico Mexicano

Vol. 3, Núm. 5, Enero-Junio de 2017



Contenido

Presentación	06
Cambiando las categorías morales en el discurso político: De la calle al espacio público en la Ciudad de México. Verónica Crossa	14
Des-diferenciación de los espacios del turismo en Mazatlán. La calle, el espacio público, en la construcción del producto turístico. Miriam Nava Zazueta	40
Desarrollo urbano y geografía del comercio ambulante en Culiacán. Guillermo Ibarra Escobar	88
Espacio público como híbrido Digital. Ana Luz Ruelas	136
Creating Safe Spaces: Strategies and unintentional consequences of Latina street vendors in Los Angeles. Emir Estrada	168
Industrias creativas en la calle: ambulante, estetización y uso de redes sociales en bazares de diseño y food trucks en la Ciudad de México. Alejandro Mercado-Celis y Susana Gómez	194
Los mercados al aire libre como vías de inserción económica protegida para migrantes mexicanos indocumentados en Arizona. Blas Valenzuela Camacho	230
La calle como experiencia social. Reflexión para entender el auge de las manifestaciones y movimientos sociales en la ciudad de Culiacán. Jorge Ibarra	256

Migración familiar de retorno en Culiacán: cuando el lugar de origen llama. Martha Cecilia Herrera	298
Reseña:	325
Colaboradores	000

PRESENTACIÓN

Las nuevas ciudades y los espacios públicos

Los estudios urbanos y territoriales han venido implantándose de forma acelerada en las ciencias sociales. El mundo neoliberal experimenta grandes cambios en las ciudades que parecieran concretar la revolución urbana que previó Henry Lefebvre a principios de los setenta. Por esa circunstancia, nos propusimos preparar en este número 5 de Internacionales, un conjunto de ensayos que recogen investigaciones de experiencias en metrópolis y ciudades de Norteamérica: Los Ángeles, Phoenix, Ciudad de México, Culiacán y Mazatlán. Se trata de trabajos académicos que se caracterizan por abordar con originalidad y una rigurosa metodología, la nueva realidad de la calle como espacio público en disputa por agentes urbanos y su nueva gobernanza.

El objeto específico de atención es lo que está ocurriendo en la vía pública, en calles y banquetas, espacios que compartimos cotidianamente. La calle, concebida originalmente para el transporte de personas y cosas, para la exhibición y el espectáculo, la socialización de la vida en la ciudad, ha sido tocada por una nueva economía social metropolitana que la convierte en un territorio para la sobrevivencia económica de nuevos agentes urbanos.

Bajo esta óptica, el comercio ambulante en la vía pública, que sigue siendo parte de un sector terciario informal, adquiere nuevas características correspondientes a

formas de reurbanización neoliberal, por la existencia de una disputa por los espacios públicos que entran a la órbita de un nuevo empresarismo urbano, pero que agentes expulsados de los mercados laborales formales, retoman para desarrollar actividades de autoempleo y hasta empresariedad callejera. Al mismo tiempo, el comercio en la vía pública adquiere nuevas modalidades de flexibilidad, innovación e incluso subsume algunas estrategias de sectores creativos y culturales, imprimiéndole cierta sofisticación a algunas de las actividades que tienen por objetivo la compra y venta de comida, vegetales, frutas y artículos domésticos, entre otros. También, surge una nueva gobernanza de la calle, la cual funciona como espacio económico más allá de la normatividad y la autoridad formal, convirtiéndose en un ámbito social de lucha y tensión. De la misma forma, la calle y su apropiación por diferentes actores, contribuye a la formación de nuevos imaginarios e identidades sociales que enriquecen la forma de vivir y pensar a la ciudad.

Con el propósito de tener una variedad de investigaciones sobre estos tópicos, el número 5 de Internacionales fue convocado para la temática sobre “La gobernanza de los espacios públicos”. Como parte del proyecto de investigación CONACYT 254988, nos reunimos en la ciudad de Mazatlán, Sinaloa en los días 2 y 3 de febrero de 2017, para realizar el Seminario “Gobernanza de los espacios públicos y la economía de la calle”, para discutir colectivamente algunos trabajos que habían sido propuestos para ser dictaminados e incluidos en esta publicación. Ello nos permitió compartir en una primera jornada el conjunto de ensayos que se prepararon para cubrir la temática. Una vez concluidas las discusiones del Seminario, los coordinadores de este número 5, trabajamos con la dirección de Internacionales para una dictaminación por especialistas de cada uno de los temas, gracias a ello tuvimos la oportunidad de que se reelaboraron la mayoría de los trabajos aquí contenidos.

En el primer ensayo, “Cambiando las categorías morales en el discurso político: De la calle al espacio público

en la Ciudad de México”, Verónica Crossa discute a partir de la revisión de textos de periódicos nacionales, el uso del concepto de espacio público en el discurso político urbano, para destacar que se convierte en parte de una narrativa propia del modelo de capitalismo neoliberal que construye imaginarios de ciertos espacios y de algunos grupos sociales, es decir, un sentido común excluyente, que pretende esconder estructuras simbólicas más violentas de desigualdad, precariedad y pobreza, que afectan crecientemente a los vendedores en la vía pública.

En la segunda colaboración, “Des-diferenciación de los espacios del turismo. La calle, el espacio público, en la construcción del producto turístico en Mazatlán”, Miriam Nava muestra cómo en las últimas décadas ha ocurrido una diversificación de lugares y nichos del mercado turístico, y cómo se ha transitado de empresas que producen servicios para consumidores pasivos, a un proceso de producción simultánea entre productores y turistas. Sobre esa base, estudia la función que adquiere el Centro Histórico de Mazatlán como elemento que se integra al producto turístico integral que ofrece el Puerto. Asimismo, demuestra que la rehabilitación del Casco Antiguo de la Ciudad exhibe una amalgama de elementos sociales y culturales adheridos a una nueva economía simbólica, donde las diversas prácticas de vida y consumo dotan al espacio urbano de elementos intangibles que lo hacen deseable.

En el tercer artículo “Desarrollo urbano y geografía del comercio ambulante en Culiacán”, Guillermo Ibarra expone los cambios económicos y geográficos del comercio en la vía pública en Culiacán que arriban con lo que llama reurbanización neoliberal, presente desde hace dos décadas. Con base en un conteo de vendedores ambulantes construye una cartografía urbana y una caracterización sociodemográfica de estos agentes económicos, que epitomizan una nueva forma de pobreza urbana, en una gobernanza de los espacios públicos en Culiacán cada vez más inseguros. A partir de una revisión de la literatura sobre el ambulante en las principales ciudades del mundo, el autor propone una estrategia para hacer un estudio comprensivo del mismo en esa ciudad.

Ana Luz Ruelas, en “El espacio público como híbrido digital”, estudia las formas geográficas que adopta el espacio público con la masificación de tecnologías de información, teléfonos digitales, antenas de telecomunicaciones, cámaras de video, sensores de tráfico, antenas de redes celulares, controladores de señales, despliegue de drones, conexiones a redes inalámbricas, entre otros, cuyos registros dan lugar al Big Data. La autora sostiene que la digitalización en línea configura espacios híbridos digitales, y explica cómo los espacios públicos se transforman por la imbricación de una miríada de aplicaciones y tecnologías digitales, en los más disímiles sitios, momentos y circunstancias que dan pauta a conductas individuales y comportamientos sociales inéditos.

Emir Estrada en “Formando Espacios Seguros: Estrategias y consecuencias involuntarias de vendedoras ambulantes en Los Ángeles”, ofrece una investigación con apoyo en 66 entrevistas a niños y jóvenes de ambos sexos, entre 10-18 años de edad, que se dedican a la venta ambulante con sus padres, donde discute cómo ese trabajo infantil promueve y reta las expectativas de género entre las familias Latinas en Los Ángeles. Demuestra que las niñas realizan un tipo de actividad afeminada como la preparación de comida, pues trabajar en la calle es tradicionalmente una ocupación masculina. Al mismo tiempo, no obstante, la aparente fragilidad de la mujer, observa que los hombres son afectados más por episodios de violencia.

Alejandro Mercado-Celis y Susana Gómez postulan que algunos segmentos de la economía de la calle se han incorporado al paradigma económico estético-creativo dominante en las economías urbanas contemporáneas. Realizan el estudio de dos casos en el artículo “Industrias creativas en la calle: ambulante, estetización y uso de redes sociales en bazares de diseño y *food trucks* en la Ciudad de México”. En su análisis destacan que algunas estrategias de apropiación y el uso del espacio público son clave para algunos emprendedores que incursionan en la producción y consumo de las industrias creativas en la economía de la calle, que se diferencian del tradicional comercio ambu-

lante en la vía pública por el uso de las tecnologías de la información y efectos estetizadores que imprimen a los productos que venden y a su imagen como unidad económica.

Blas Valenzuela Camacho pone su mirada analítica en la ciudad de Phoenix, en el artículo: “Los mercados al aire libre como vías de inserción económica protegida para migrantes mexicanos indocumentados en Arizona”, donde argumenta que las condiciones adversas a los inmigrantes en Estados Unidos dificulta la inserción ocupacional de los inmigrantes mexicanos indocumentados, especialmente en Arizona, ante lo cual esta población penetra la economía informal. Toma como caso de estudio a los mercados al aire libre o tianguis (*swap meets o flea markets*) en Phoenix, para explicar el papel que juegan como receptáculo ocupacional de inmigrantes en los mercados al aire libre, que funcionan en lotes baldíos y estacionamientos desocupados, proponiendo a la vez, su pertenencia a una especie de economía étnica informal en estos espacios, donde vendedores, proveedores, empleados y consumidores tienden a ser coétnicos.

Jorge Ibarra participa con el ensayo “La calle como experiencia social. Reflexión para entender el auge de las manifestaciones y movimientos sociales en Culiacán”, la cual constituye una reflexión histórica y sociológica del significado de la calle en la ciudad, para luego hacer una lectura de que su representación en Culiacán como experiencia social vinculada a la lógica de la modernidad y a los ciclos del capitalismo. El autor se enfoca en mostrar que, a pesar de las desigualdades sociales persistentes, en Culiacán, la experiencia de la calle está dominada en la actualidad por una notoria vitalidad económica, política, que generan una nueva experiencia lúdica.

El ensayo octavo “Migración familiar de retorno en Culiacán: cuando el lugar de origen llama”, de Martha Herrera, es una contribución a un tema también de actualidad; estudia los efectos de la crisis iniciada en 2008 sobre los inmigrantes mexicanos en Estados Unidos que tienen que retornar a su lugar de origen a empezar una nueva

vida. Mediante una investigación etnográfica, estudia el caso de familias de retorno en Culiacán.

El conjunto de trabajos de este número temático permite adentrarnos en algunos fenómenos emergentes en las nuevas ciudades neoliberales y la transformación de los espacios públicos, que esperamos genere un debate en torno a la economía callejera en la época de la globalización.

Guillermo Ibarra y Miriam Nava

ARTÍCULOS



Cambiando las categorías morales en el discurso político: De la calle al espacio público en la Ciudad de México

Verónica Crossa¹
CEDUA, El Colegio de México

Resumen

Este artículo analiza el crecimiento del concepto de espacio público en el discurso político urbano a partir del análisis de textos periodísticos de circulación nacional. El argumento central del artículo es que el creciente uso del concepto de espacio público forma parte intrínseca de un *modus operandi* basado en un modelo de capitalismo neoliberal que construye imaginarios de ciertos espacios y de ciertos grupos sociales. Dichos imaginarios penetran de manera muy tajante el imaginario colectivo produciendo así un sentido común que naturaliza la desigualdad y esconde las estructuras simbólicas más violentas de desigualdad, precariedad y pobreza.

Palabras clave: *Espacio público, textos periodísticos, imaginario colectivo, desigualdad.*

Abstract

This article explores the growth in the use of the concept of public space within urban political discourses. Through the analysis of a series of national newspapers in Mexico, the central argument is that the increasing use of the notion of public space is emblematic of the multiple ways in which neoliberal capitalism operates, by constructing particular normative visions of desired spaces, people, practices, and desired cities. These imaginaries frame and (re) shape our collective imaginaries and form a central part in the production of a common sense, which naturalizes inequality and hides the most violent symbolic structures of inequality, precariousness and poverty.

Keywords: *Public space, newspapers, collective imaginaries, inequality.*

¹ Doctora en Geografía. Profesora-Investigadora en el Centro de Estudios Demográficos, Urbanos y Ambientales en el Colegio de México. Correo electrónico: vcrossa@colmex.mx

Introducción

El espacio público es de esos términos que se ha masificado y reproducido de manera exponencial en el discurso político en las últimas dos décadas. El espacio público es todo y nada a la vez. El concepto remite a espacios físicos, a formas de actuar, a actores específicos, a procesos de construcción colectiva, a un orden social, a un elemento central en el proceso de democratización, a lo abierto, a lo visible, a la discusión, a la opinión abierta y accesible, a lo político. En efecto, es un poquito de todo y a la vez termina siendo fácilmente revocable. En este trabajo no pretendo dar una definición concreta de lo que es el espacio público, porque creo que es un poquito de todo eso y su definición depende mucho del problema concreto que uno quiera estudiar. Lo que me interesa más bien es acercarme a entender cómo este concepto, este objeto, este fenómeno – en todas sus variaciones y dimensiones – ha penetrado el discurso político y la acción pública, siendo así objeto irrevocable de políticas urbanas que buscan cambiar la imagen de la ciudad, el estado y también de nuestra concepción de lo político y lo público. Lo que quiero argumentar en este artículo es que el espacio público, como concepto, y su creciente uso en el discurso político es bastante nuevo y esta novedad no es casual. Más bien forma parte intrínseca de un lenguaje neoliberal que reduce grandes problemas sociales a inconvenientes solucionables por medio de medidas técnicas. Y por proyecto neoliberal, me refiero no solamente a acciones político-económicas, sino también a un proyecto cultural, traducido en un cambio de lenguaje, incorporado en sistemas de valores, tradiciones, ideas, discursos, e intereses. Esta dimensión cultural penetra nuestro sentido común y que desemboca en juicios (morales) sobre aquellos que son más o menos merecedores de estar presentes y visibles en dichos espacios.

Para desarrollar este argumento, haré hincapié en un aspecto que me parece demostrativo para entender la neoliberalización de la cultura y economía-política urbana.

Examinaré el surgimiento de la idea de espacio público en la esfera pública en México a partir del análisis de una serie de textos periodísticos de circulación nacional producidos entre 1999 y 2010. Específicamente me concentro en el análisis de reportajes y artículos de opinión publicados en *El Universal*, *El Reforma* y *La Jornada*, tres periódicos que tienen un valor distinto entre públicos también diversos por las posiciones político-ideológicas que expresan a través de sus textos. En este análisis quiero analizar las transformaciones en el uso del lenguaje y los adjetivos calificativos adjudicados a ciertos espacios urbanos así como también a ciertas prácticas y actores sociales en dichos espacios. Como mostraré, el concepto de espacio público fue sutilmente reemplazando el concepto de calle, y dicha modificación no ha sido casual. Así, mientras que a la calle se le adjudican calificativos de desorden, violencia, deterioro, caos y peligro, el espacio público es utilizado sin mayores cuestionamientos para describir un esfuerzo por humanizar la vida urbana colectiva. Pero ojo, esta “nueva colectividad” merecedora de esfuerzos por mejorar la vida pública urbana a través de la regeneración de sus espacios públicos es una colectividad basada en una noción muy particular del sujeto individual perteneciente a dicha colectividad. Es una colectividad individualizada, abstracta, apolítica, y consumidora de lo estético. Mientras tanto, la colectividad de la calle es de otra índole. A ellos sí se les da identidad: son ambulantes, mendigos, franeleros. Son colectividades engañosas, mafiosas a quienes se les adjudica el calificativo de abusadores del orden público. Son colectividades sin mérito ciudadano, que no merecen atención porque son irracionales y sobre todo, son ilegales. Interrumpen el orden público, se manejan por medio de relaciones clientelares, intereses privados y prácticas anti-sociales. En cambio, las familias, los ciclistas y peatones, los vecinos, los adultos mayores, los niños, los discapacitados, los residentes, los paseantes, son colectividades más amables. Son colectividades merecedoras de la atención y de la intervención pública. A ellos sí hay que darles banquetas nuevas, iluminación, ciclistas, espa-

cios limpios. Esas son las colectividades del espacio público: los verdaderos ciudadanos urbanos.

Antes de entrar en materia de espacio público, permítanme hacer un breve paréntesis teórico para hablar respecto al concepto de neoliberalismo, sobre todo desde el punto simbólico-cultural.

El neoliberalismo como proyecto moral

Se dice que el neoliberalismo está ya en todas partes (Peck y Tickell, 2002; Peck 2010a). Sin duda el neoliberalismo es un proceso, un proyecto que difícilmente se puede ignorar, sobre todo si se quiere entender una gran cantidad de los cambios vividos en las ciudades en las últimas cuatro décadas. Pero, ¿qué es el neoliberalismo? y ¿cómo se abordará dicho concepto en el análisis de los procesos micro-espaciales a nivel urbano? En términos generales, el neoliberalismo es una teoría y filosofía económica orientada hacia la construcción de un proyecto político basado en doctrinas del libre mercado. Tomando como modelo explicativo las ciencias exactas con bases epistemológicas positivistas, el neoliberalismo ubica, define y trata al mercado como un ente natural, una necesidad ineludible, y un mecanismo que existe por sí solo, independientemente de contextos socio-históricos (Escalante, 2015: 56). Dicho proyecto supone que el bienestar social se logra a través de la maximización de la libertad del mercado dentro de un contexto político-institucional que facilita la lógica de la propiedad privada, la libertad individual, el libre mercado y comercio (Harvey, 2007).

En el imaginario neoliberal, el acceso fácil y abierto a mercados es el contexto óptimo para lograr una mejor distribución de recursos y para estimular el crecimiento económico (Purcell, 2008: 13). Sin embargo, el neoliberalismo no únicamente establece los criterios por los cuales se debe regir una economía, sino que también se utiliza la misma lógica de mercado para el funcionamiento de lo político, a través del Estado. Como argumenta Purcell:

La lógica del mercado y la disciplina competitiva debe ser fomentada en la economía y debe ser también extendida más allá de la economía, hacia las instituciones como el estado, las universidades, hospitales, escuelas y demás (Purcell, 2008: 13).

Es por esto que el neoliberalismo ha sido estudiado como un proyecto económico-político, donde el papel del estado es decisivo para el cumplimiento del orden económico imaginado en el modelo neoliberal.

Como filosofía y proyecto económico-político el neoliberalismo ha sido objeto de numerosos trabajos en múltiples ámbitos de las ciencias sociales y ha venido a significar muchas cosas dependiendo de los intereses particulares de cada autor, perspectiva o disciplina. Más allá de las diferencias disciplinarias o de postura, lo que en general comparten estas perspectivas es un interés por entender la (re)configuración del poder a través del acercamiento a la relación estado-economía y estado-sociedad. La preocupación epistemológica compartida es entender cómo es que el estado está cambiando a la luz de este proyecto/filosofía política-económica global en la que los procesos políticos se redefinen a partir de los principios del libre mercado.

Dentro de la amplia gama de literatura sobre el tema, existen cuatro vertientes generales no excluyentes en las que se pueden agrupar estas perspectivas. Aunque no me limitaré únicamente a ella, haré referencia principalmente al estudio del neoliberalismo dentro del campo de la geografía, ya que ha contribuido de manera importante a los debates dentro de las ciencias sociales sobre el tema. La *primera* dimensión tiene que ver con un análisis temporal en el que el neoliberalismo se entiende como un proceso histórico coyuntural. El *segundo* enfoque toca el tema del neoliberalismo a partir del poder cambiante del estado, sobre todo a partir del ejercicio de su poder en términos espaciales. Esta segunda perspectiva habla de un reajuste espacial en las funciones del estado ya sea hacia escalas supranacionales o a entidades más locales. La *tercera* perspectiva tiende a enfocarse también en un reajuste del

poder del estado, pero no a partir de una dimensión estrictamente espacial, como es la segunda dimensión, sino un reajuste en términos de las funciones que le atañen al estado. Así esta tercera dimensión ha puesto su atención en las formas en que el estado está reconfigurando sus funciones frente al poder del mercado. El argumento principal es que bajo el neoliberalismo, la organización, regulación y gestión de la vida social, es decir, el poder primordial del estado está siendo subcontratada a empresas, individuos o bien a organizaciones privadas, dando como resultado un estado en retracción que está, perdiendo o redefiniendo funciones y por ende, para algunos autores, debilitándose frente a los poderes del mercado. Cabe destacar que dicha perspectiva ha sido cuestionada por autores que, más que hablar del debilitamiento, retracción o abandono del Estado frente a decisiones económicas y políticas de carácter público, postulan una nueva modalidad de la función política caracterizada por la intermediación entre el sector público y el privado, en algunos casos también como facilitador de la acumulación de capital (Hibou, 2013). Finalmente, la *cuarta* perspectiva pone más énfasis en la dimensión ideológica del neoliberalismo por medio del cual se constituye un imaginario del ciudadano como individuo emprendedor y empresarial, construyendo así al sujeto ciudadano como un sujeto neoliberal. Para propósitos del argumento que presento en este artículo, me centraré en los últimos dos enfoques al estar directamente vinculados con los puntos que quiero abordar sobre el espacio público y el comercio ambulante.

Partiendo de una postura que reconoce el cambio que ha vivido el Estado en términos del ejercicio de su poder a nivel espacio-territorial, la tercera perspectiva ha puesto énfasis en el balance de fuerza en la relación estado-economía. Esta perspectiva resalta la naturaleza cambiante entre el poder del estado y las fuerzas del mercado, analizando la transición de un estado de bienestar (Keynesiano) a un estado en creciente retracción de sus poderes frente a las fuerzas del mercado. Así el reajuste del estado en relación con el mercado alude a la disolución del estado

a partir de la subcontratación de sus facultades, poderes y responsabilidades a una diversidad de actores, organizaciones o instituciones que no forman parte de la estructura formal del estado, principalmente al sector privado. Mientras que para algunos autores este cambio en la relación estado-mercado ha sido caracterizada por una retracción del poder del estado, para otros ha sido una redefinición y reconfiguración del estado como poder facilitador de la lógica de mercado (Hibou, 2013). Es decir, no es que estamos viviendo la desaparición del estado, sino más bien lo que vemos es una redefinición de sus funciones y responsabilidades, proceso que el mismo estado siempre ha buscado y profundizado. Es decir, la idea del retroceso e incluso desaparición del Estado viene de una idea del poder político puro, aludiendo a un estado en su dimensión normativa-racional y no como un aparato empírico y concreto que aterriza en formas de poder presuntamente contradictorias, con intereses encontrados, actores en conflicto, y acciones institucionales muchas veces contrapuestas. Así, y como lo menciona Hibou (2013), más que partir del supuesto que el Estado, en su forma pura, está perdiendo peso político, sirve pensar en la recomposición o incluso descomposición del Estado como parte del proceso de la continua formación del Estado mismo. Es decir, es “darse la oportunidad de considerar como una nueva modalidad de producción de lo político las estrategias que parecen estar en retirada, en declinación, casi en descomposición” (17). Partir de una concepción del Estado en su forma empírica, como un *proceso* de construcción facilita estudiar el cambiante papel (primordial y activo) que sigue jugando en la vida pública-política de la sociedad. Por lo pronto, lo importante es entender que dentro de los cambios que se viven bajo el proyecto político-económico denominado neoliberalismo, muchos estudiosos argumentan que el proceso de gobernar una sociedad (a cualquier escala – nacional, estatal, municipal o urbano) ha cambiado. Los actores, instituciones e instrumentos de acción para el ejercicio del poder ya no se ubican únicamente en las manos del gobierno, sino que muchas responsabilidades se han transferido a esferas que están “fuera” de lo público.

La cuarta dimensión aborda el neoliberalismo desde un ángulo antropológico-cultural, valorando sus aspectos ideológicos. Partiendo en muchos casos de epistemologías posestructuralistas, esta rama de los estudios sobre el neoliberalismo reconoce la importancia de los cambios anteriormente mencionados, sin embargo se enfoca principalmente en los aspectos simbólicos, discursivos, ideológicos y morales que rigen con la misma fuerza la relación estado-mercado-sociedad. En efecto, para muchos (Larner, 2000; Giroux, 2004) entender el neoliberalismo no se hace únicamente a partir de un análisis de políticas públicas y el papel del estado frente a dichas políticas, sino también como una ideología que permea múltiples aspectos de la vida cotidiana, convirtiendo al neoliberalismo en un discurso que forma parte de y le da forma al “sentido común” (Keil, 2002), a un universalismo no pensado y dado por hecho, explicado por el “así son las cosas” o incluso por un discurso normativo basado en el “así deben ser las cosas” para salir adelante. Para Larner (2000), por ejemplo, el neoliberalismo es “tanto un discurso político sobre la naturaleza del gobernar como también una serie de prácticas que facilitan el proceso de gobernar individuos a distancia” (Larner, 2000:6). El concepto de discurso del cual se parte en estos análisis es aquel que reconoce que el discurso no es simplemente un ejercicio retórico creado y reproducido por estructuras hegemónicas de poder, sino que es un sistema de significados que constituyen instituciones, prácticas, e identidades y que crean realidades concretas e imaginarios materiales (Larner, 2000: 12). El estudio del neoliberalismo como proceso ideológico toma auge durante la época de Thatcher y Reagan, donde se reconoce el peso no únicamente de sus políticas económicas, sino también de su proyecto moral (Escalante, 2015: 119). Un proyecto donde el individuo es el eje central del progreso económico, pero un individuo con espíritu empresarial, caracterizado por la confianza en sí mismo, con autoestima, emprendedor y con capacidad de sacrificio (Escalante, 2015: 120). Un individuo que se ajusta al orden legal en su sentido estricto. Es decir, es

aquel individuo emprendedor tanto en términos económicos como también en su calidad política. En contraste con este individuo empresarial, está el aquel dependiente del estado de bienestar, sin espíritu emprendedor, con mentalidad asistencialista. O bien aquel individuo que su espíritu emprendedor se encuentra mal dirigido, mal posicionado o simplemente al margen de la ley. Es así como comienza a construirse de manera muy sutil una ideología de libertad individual y de un instinto emprendedor. La ideología neoliberal ha sido difusa pero ha tenido efectos importantes en el imaginario social a múltiples escalas. Como argumentan Evans y Sewell (2013):

El imaginario social neoliberal alaba la mentalidad empresarial, de auto suficiencia y de individualismo profundo; equipara la búsqueda ilimitada del auto-interés y la satisfacción del consumidor con libertad humana; glorifica la acumulación individual de riqueza; identifica al voluntarismo como la forma adecuada de resolver los problemas sociales y asocia a los programas de gobierno con ineficiencia, corrupción e incompetencia. Este imaginario social tiene importantes efectos en la construcción de los objetivos y comportamientos individuales, haciendo que parezca una ideología “natural” (Evans y Sewell, 2013: 37-38).

Más allá de los discursos que encasillan a ciertas prácticas o personas, dentro de un abanico limitado de juicios de valor basados en parámetros ideológicos liberales, el punto de esta perspectiva es reconocer la manera en que el neoliberalismo como ideología se va tejiendo a partir de prácticas cotidianas que son aparentemente mundanas, naturales y universales (Larner, 2003). Como bien dice Escalante (2015), el neoliberalismo se puede estudiar también como un “conjunto de ideas, valores [...] un “imaginario social”: una manera de entender la vida cotidiana, los avatares del trabajo, las relaciones sociales, un modo de interpretar nuestras propias aspiraciones” (2015: 294). Es decir, un sentido común y un modus operandi que estructura nuestra vida cotidiana volviéndose la

manera “natural” de conducirnos como individuos y como sociedad. Dicha “naturalidad” limita el cuestionamiento de la ideología, haciendo de ella un instrumento político a veces sutil, pero efectivo. Para algunos autores, el poder de la ideología del neoliberalismo es que presenta los problemas sociales como problemas meramente técnicos, con soluciones también técnicas, escondiendo así las profundas bases ideológicas de las que se parte para definir el problema. Así, para muchos es importante entender las técnicas e instrumentos de gobernanza por medio de las cuales ciertas ideologías son construidas y constituidas. Prácticas como auditorías, estilo de contrataciones, indicadores de desempeño, estándares de comparación son, de acuerdo a Larner (2003) técnicas neoliberales de gobernanza que deben ser tomadas en serio para entender no únicamente como las políticas públicas han cambiado, sino también como se va construyendo el sujeto neoliberal dentro del imaginario colectivo.

Un elemento central en la construcción de ideologías e imaginarios que refuerzan este sujeto neoliberal es la esfera pública, entendiéndola en este contexto como los medios de comunicación. En este artículo me centraré principalmente en los periódicos de distribución nacional, aunque obviamente dichos imaginarios no se limitan a este medio. De hecho, las imágenes, videos y grabaciones que salen en la televisión, los noticieros y la radio juegan también un papel central en la creación de imaginarios que refuerzan una serie de valores sociales sobre realidades cotidianas urbanas como son el comercio ambulante y el espacio público.

Cambio de léxico, cambio de ideología: de la calle al espacio público

“Cuando pierdes todas tus posesiones y estás sin nada, te queda, sin embargo, la calle, ésa nadie puede quitártela [...] la calle es la expresión misma de la libertad” (Hiriart, 2002)

Hace más de diez años, en su muy entretenido librito “Circo Callejero”, Hugo Hiriart, hace una descripción, si bien quizás accidental, muy pertinente para lo que quiero compartir en este artículo. Hiriart (2002) nos narra el valor de la calle tanto en el léxico común, como también en la cotidianidad de la vida en México. Nos recuerda que la calle es la expresión de la libertad: “Cuando perdemos todo, por lo menos nos queda la calle”. Pero bien, no todos perdemos. O por lo menos no todos perdemos todo. O no de la misma manera. Así, la libertad que te da la calle frente a esa pérdida que describe Hiriart es aquella que vive esa colectividad pasiva o receptora, dependiente y con actitud asistencialista. No es, claro está, la clase política. Tampoco es la élite urbana y nacional. E incluso tampoco es la sociedad civil (Leal, 2014). La sociedad civil se apropia de las calles. El pueblo recae en ella para su sobrevivencia. La sociedad civil hace uso activo de la calle, como espacio de manifestación colectiva y de descontento. El pueblo es apropiado por la calle para darle visibilidad a la más turbia ingeniería de la miseria.

Hoy, la calle, como concepto que describe el escenario más aparatoso de las múltiples contradicciones de la vida pública, ha sido sustituida por la noción de espacio público. Uno podrá preguntarse, cuál es exactamente la diferencia entre un concepto y otro ¿A caso no es la calle un tipo de espacio público? Quizás. En su uso coloquial, podría confundirse por lo mismo. Pero lo que quiero argumentar aquí es que los dos conceptos, incluso en su uso cotidiano, y cuando aterrizan en descripciones concretas, tienen cargas morales distintas. La calle es el espacio del pueblo. Como lo describe elocuentemente Alejandra Leal, el concepto de pueblo pasó de ser un símbolo de colectividad nacional a ser un actor colectivo caduco, o bien “la antítesis de la sociedad civil” (2014: 443). En cambio el espacio público es aquel apropiado por la sociedad civil. El espacio público, como concepto, está entrelazado con otros conceptos como son la participación, la democracia, la sociedad civil, el estado, lo privado, los derechos, la justicia: conceptos que son centrales para analizar y entender

el ejercicio del poder en contextos específicos. El espacio público es una categoría moral, un modelo normativo que implica una serie de virtudes, una manera de entender la vida pública, una actitud frente a un problema. La calle también es una categoría moral, pero con una carga social distinta.

Dicha transición del uso de la noción de calle a espacio público ha sido una transformación gradual y no-accidental. Más bien, es una evolución que se da junto con, o más bien como resultado de importantes cambios en políticas públicas urbanas en la ciudad de México. Políticas de corte neoliberal vinculadas a un cambio en las formas de gobernar la ciudad, en relaciones particulares entre estado-sociedad-mercado que se caracteriza por una redistribución de responsabilidades del estado a la sociedad. A un tipo de sociedad, de colectividad.

En la ciudad de México, y en concreto, en la esfera pública, el tema del espacio público, como herramienta discursiva política comienza a entrar en la agenda pública (registrada en los periódicos), como objeto de discusión normativo aproximadamente en el año 2005. Específicamente con la llegada del metrobús. Anteriormente, son muy pocos los artículos que hablan del espacio público. Los referentes espaciales son la vía pública, la calle, las áreas verdes, el espacio urbano en general. Pero poco se centra en el espacio público. Cuando se hace referencia a tal concepto, se hace de manera casi casual, y siempre vinculada al valor cultural nacional. En el 2002, por ejemplo, se hace mención de la importancia de "reconquistar el espacio público con actividades tradicionales, manuales para darle contenido a la tradición y a la costumbre (Lagunas, 2002, El Universal). Asimismo, algunos textos periodísticos publicados antes del 2005, el espacio comienza a cobrar importancia como camino donde depositar la esperanza de un futuro urbano amable, recreativos y de cohesión social. Es el caso del 16 de Julio del 2000, en El Universal, donde se hace alusión a la posibilidad de ampliar el horario de las escuelas. La entonces secretaria de Desarrollo Social, Clara Jusidman precisa la importancia

de impulsar proyectos comunitarios "con el fin de que los habitantes de la comunidad puedan disfrutar de un espacio público de recreación y convivencia" (16 de Julio de 2000, sección DF).

A pesar de la casi nula mención de la noción de espacio público en los textos periodísticos, esto no quiere decir que el Gobierno de Distrito Federal no había ya comenzado a realizar importantes esfuerzos en materia de rehabilitación de lo que hoy entra parte de programas de "recuperación de espacio públicos". El punto, y lo interesante es que dichos esfuerzos, como son la rehabilitación del Bosque de Chapultepec, del Parque México, del Parque la Hormiga, del Kiosko de Santa María la Ribera, y el más ambicioso, el Rescate del Centro Histórico, no se explican a partir de un lenguaje de espacios públicos, pero sí se hace alusión a una necesidad de reivindicar espacios emblemáticos para devolverle a la ciudadanía algo que carecía: una vida urbana digna. Bajo dicha dignidad cobra peso la importancia de la memoria, materializado en la idea de un patrimonio cultural perdido. Subyacente a dichos esfuerzos penetra la idea de crisis: crisis de espacios, crisis de la ciudad, y de la indudable necesidad de una intervención estatal. Pero no en referencia al espacio público, como sucede a partir del año 2005.

Uno de los aspectos que puede resultar sorprendente (o no) es que muchos de los esfuerzos en materia de espacio público surgen de gobiernos urbanos de partidos llamados de izquierda. En efecto, el rescate del centro histórico de la ciudad de México, como uno de los proyectos más ambiciosos por sus dimensiones sociales, económicas, culturales y estructurales, fue liderado por Andrés Manuel López Obrador, el entonces jefe de gobierno del DF, del llamado partido de izquierda, PRD. Incluso resultó sorprendente para muchos (expresado en los medios de comunicación) que López Obrador estableciera un vínculo tan estrecho con Carlos Slim para generar mayor confianza entre los inversionistas privados. El proyecto del rescate del Centro Histórico se llegó a denominar "Slim City" y llamaba la atención que la izquierda política mexicana

favoreciera convertir esta zona urbana en una “especie de isla de bonanza en un mar de pobreza” (Monge, 2003: 7). Sin embargo, como bien lo menciona Peck (2010b), el neoliberalismo, como proyecto político-económico (y también ideológico), rebasa las fronteras políticas del izquierdismo-derechismo. Según Peck, el estado neoliberal tiene la característica de ser ambidiestro, se maneja y moviliza discursos que alimentan una relación muy particular entre sociedad-estado, que supera las tanto en la izquierda como en la derecha. Incluso, para Wacquant (2009), hoy en día tanto la izquierda como la derecha trabajan de manera funcional y organizacionalmente complementaria, para así crear nuevas formas de gobernabilidad activa y punitiva en el contexto del orden contradictorio que es el capitalismo desregulado. Este proyecto no es simplemente un proyecto neoconservador, sino un proyecto neoliberal que es defendido no únicamente por la política del centro-izquierda como también de la derecha (Peck, 2010b: 105).

En el caso concreto de la ciudad de México, el 2005 marca un momento importante en el uso político-público del concepto de espacio público. Incluso, en el 2003, con la visita del ex-alcalde Rudolf Giuliani, como consultor externo contratado por el GDF para brindar medidas para incrementar la seguridad en las calles de la ciudad de México, el espacio público, permanece lacónico en el discurso político. No es sino hasta el 2005, con la participación de varias autoridades del DF (Encinas, Ebrard y el mismo López Obrador) en el Foro Internacional del Espacio Público, celebrado en Bogotá, que el espacio público comienza a adquirir valor propio en el discurso político. Esto tampoco es casual. Desde el 2003, el GDF, junto con el Banco Mundial comienza a planear el nuevo modo de transporte colectivo (hoy conocido como metrobús) basado en las experiencias “ejemplares” de los casos de Bogotá, y Curitiba. Lo interesante, al ver las memorias de dicho foro, es que el espacio público adquiere un valor económico reconocido y explícito.

Simplemente hay que dar un ligero esbozo a las presentaciones en dicho Foro para darse cuenta que el mensaje de aquel evento es que el espacio público material-

za la nueva esperanza de competitividad urbana. Títulos como “La visión empresarial del espacio público en Bogotá” o “El aprovechamiento económico del espacio público en las grandes ciudades o Gestión Económica del espacio público” (Foro internacional, 2005) son solamente algunos ejemplos del tipo de vínculo que se comienza a gestar en el discurso político entre el espacio público y la economía urbana. Alejandro Encinas, el entonces secretario de gobierno del DF regresa de dicho Foro y el concepto de espacio público entra en la agenda pública. El número de artículos periodísticos sobre el espacio público en la ciudad de México se multiplican. Titulares como: “El espacio público está en crisis”, “la degradación del espacio público”, “Hay que rescatar y recuperar los espacios públicos y la imagen urbana”, “La invasión privada del espacio público”. Queda claro que el espacio público, sea lo que sea, en el 2005 estaba en crisis.

La pregunta entonces es, ¿quiénes eran los culpables de dicha crisis? Y ¿qué tiene que ver el espacio público con el neoliberalismo? Uno de los rasgos centrales del neoliberalismo, como bien lo comenta Escalante (2015) es la exaltación del individualismo, que implica a su vez la erosión o degradación del sujeto colectivo social. Pero más que la abolición del sujeto colectivo, lo que noto es que existen ciertas nociones de colectividad que son más valorados que otros. En efecto, existen colectividades que son un engaño, una mafia. Son así, por ejemplo los comerciantes ambulantes, los franeleros, incluso los sindicatos, los gremios organizados dentro del sector popular. Estas formas de colectividad van acompañadas de un lenguaje de descrédito social vinculado a una moral pública basada en la legalidad/ilegalidad, la racionalidad/irracionalidad y el mérito individual y emprendedor. Este descrédito se produce en parte a través de la utilización de adjetivos explícitamente descalificativos, como son “caos” “violentos” “agresivos” “abusivos” y demás. Pero también se logra a partir de la construcción de historias más benévolas sobre, por ejemplo, el comercio en la calle. Así lo refleja un artículo titulado “La vida en la Calle”, publicado en el 2001 en El Universal. El mensaje deja entredicho dos puntos

cruciales: por un lado, que la vida en la calle no es fácil. El ambulante tiene que ajustarse a las reglas del juego, de la calle. Dichas reglas implican una relación particular con los líderes de ambulantes, con las autoridades delegacionales y con los granaderos. Por otro lado, los códigos cotidianos del comerciante ambulante tienen un tinte de ferocidad (“el que no grita, no vende”) que son difíciles de erradicar y también de comprender en su totalidad. Las calles se regulan con aguadores que avisan y vigilan. Las calles son también espacios de simulación, donde existe el permanente juego del gato-rato entre el comerciante y las autoridades. Todo es “pura apariencia... [Las autoridades] pasan lentamente por la calle, lanzan miradas amenazadoras, nos tienen ubicados pero no ocurre nada. Nada de nada. Todos con mercancías, refugiados en el callejón, como si nos dividiera una frontera invisible”, dice un vendedor ambulante (19, noviembre, 2001).

Las calles son violentas, son inseguras, son sucias y desordenadas. Así, las páginas de los periódicos, al hacer referencia a la calle, desde 1999 hasta el 2010 las describe. En esta llamada crisis, una de las problemáticas más latentes y más fáciles de ubicar ha sido la del comercio en la calle. Sobre todo la del comerciante, como individuo que ejerce, con libertad abusiva, su poder privado sobre lo público. El ambulante “extorsiona a las autoridades”, “agrede a los ciudadanos”. Pero sobre todo, su quasi-salvajismo lo lleva a agredirse entre ellos. La calle es un “campo de batalla” entre intereses de ambulantes. Calles caracterizadas por “disputas, peleas y grescas” entre comerciantes (Alcántara y Cano, 1999, El Universal).

Lo que marca dichas descripciones es una crisis de lo público, materializado en la vida de la calle. La contradicción entre la llamada crisis del espacio público y su uso discursivo también como la salida y solución a dicha crisis es una contradicción entre, por un lado una idea normativa del espacio público – entrelazado con un modelo deseable de ciudad y ciudadanía – y la vida cotidiana que rige las reglas del juego en la calle. El espacio público que está en crisis, es aquel que se vive diariamente en la calle. El espa-

cio público que puede sacarnos de dicha crisis es uno que se deposita en el ámbito del deber ser y de lo deseable, un ámbito profundamente moral. Para Heller (1989) las características que adquiere las relaciones que establecen los individuos con las normas y reglas (de conducta) necesariamente nos hablan de una dimensión de lo público-privado perteneciente al ámbito de la moral. La relación público-privado, en el plano de la filosofía política es un concepto normativo que al ser aterrizado en fenómenos concretos, como puede ser la construcción del espacio público urbano, adquiere tintes morales, propios de la postura normativa del concepto. Bien lo dice Rabotnikof (1995: 15): uno de los problemas de la noción de lo público y en concreto el espacio público, como concepto normativo, es que “está inscrito en una ‘red’ que lo relaciona con las ideas de opinión y voluntad colectivas, de representación y discusión, de comunidad y autonomía, de ciudadanía, de legitimidad, con una imagen de racionalidad (51).

Aunque parece trivial, las palabras que usamos para describir espacios, acciones, personas importa. Difícilmente un lector puede desarrollar empatía frente a acciones mafiosas, de extorsión, prácticas violentas. Llamar a los comerciantes y sus formas de actuar en las calles violentas significa crear cierta distancia con respecto a su realidad, a su cotidianidad. Frente a un “campo de batalla”, resultado de grescas entre ambulantes, ¿quién podría formar un juicio empático? Al contrario, cualquier lector seguramente querrá salir corriendo. Sobre el comerciante ambulante como una forma de colectividad en las calles de la ciudad de México se afirma una ansiedad social traducida en una moral pública (Leal, 2016). El comerciante de la calle se volvió, una vez más, el chivo expiatorio de una moral pública no compatible con un modelo económico-político neoliberal basado en el desmantelamiento y privatización de los bienes públicos, la desregulación de los mercados, la supuesta eficiencia del sector privado, la individualización de la desigualdad y la pobreza. Más aún, el comerciante ambulante resultó ser sujeto de una angustia social que se traduce en nociones de (in)seguridad y violencia. En el

imaginario urbano, el ambulante es fuente de la inseguridad vivida en las calles de la ciudad. Por eso, necesitamos espacios públicos, rescatados. En efecto, la acción pública tiene el deber de “devolver, rescatar, rehabilitar y ayudar a renacer” la descomposición de estos espacios (Lagunas, 2003, El Universal)

Hay otras colectividades más abstractas, que juegan en nuestro imaginario, las del ciudadano amable, participativo, democrático. Una colectividad amorfa, aterrizada en concepciones como familias, vecinos, ciclistas, discapacitados, niños. Todos aquellos ciudadanos a los que se les ha privado el derecho de recibir lo que merecen como ciudadanos legítimos de una sociedad, una ciudad. Hay colectividades que son merecedoras de lo público. Los ciudadanos, por ejemplo, tiene que “apropiarse de los espacios públicos de la ciudad” (Cervantes, 2007, El Universal). Mientras que mientras que otras colectividades son abusadores de dicho bien, porque también se apropian del espacio, pero a costa del orden público, para beneficio privado. Es así que hay formas de apropiación, por parte de los comerciantes ambulantes, que no son confiables ni merecedores. Hay que retirarlos, desalojarlos, o bien reubicarlos.

Uno de los rasgos centrales del neoliberalismo, como bien lo comenta Escalante (2015) es la exaltación del individualismo, que implica a su vez la erosión o degradación del sujeto colectivo social. Pero más que la abolición total del sujeto colectivo, lo que se proyecta es la articulación de diferentes tipos de colectividades, algunas más valoradas en el discurso político que otras. En efecto, existen colectividades que son un engaño, una mafia. Son así, por ejemplo los comerciantes ambulantes, los franeleros, incluso los sindicatos, los gremios organizados dentro del sector popular. Estas formas de colectividad van acompañadas de un lenguaje de descrédito social vinculado a una moral pública basada en la legalidad, la racionalidad y el mérito individual y emprendedor.

A esta distinción entre colectividades también se le agrega una dimensión espacial que vale la pena subrayar.

Al concepto de espacio público se le adjudica un conjunto de significados que son casi siempre deseables y positivos. Cuando no lo son, es porque algo hace falta. El espacio público, tiene dos connotaciones en la esfera pública. La primera se refiere a un espacio concreto o abierto, como puede ser un parque, una plaza o jardín. La segunda es una valoración normativa del espacio público para acentuar la dimensión de lo deseable en la vida urbana cotidiana. Es una especie de idioma utópico. El vocabulario de espacio público sirve para indicar la formación de una idea de lo que debe ser lo público y por ende lo urbano. Sobre todo porque no nos dice mucho. El espacio público es una categoría moral, un modelo normativo que implica una serie de virtudes, una manera de entender la vida pública, una actitud frente a un problema. Así lo expresa la Dra. Alejandra Moreno Toscano, la entonces directora de la Autoridad del Centro Histórico: “repensar el Centro Histórico nos obliga a repensar nuestro papel como gente que vive espacios públicos, que no es sólo la vialidad, es también donde te expresas, das tus puntos de vista, es el lugar, por excelencia, de la ciudad” (Martínez y Cancino, 2007, El universal). El espacio público sirve para afirmar un conjunto de valores sociales. Valores que tienen que ver con la vida colectiva deseable, “la gente” versus una colectividad indeseable, privada y menos merecedora. Este lenguaje de colectividades viene estrechamente ligadas a formas de describir el espacio urbano.

Reflexiones Finales

Evidentemente hablar de la transformación del espacio público es necesariamente un problema político. En el momento en que se construyen imaginarios sobre un ideal de ciudad a través de ideas normativas de sus espacios públicos, hay prácticas y personas que quedan dentro y otras que quedan fuera de dichos imaginarios. Es por eso que las políticas de transformación del espacio público son inherentemente un problema político. Sin embargo, dicha

política se resguarda bajo el escudo de lo técnico, como un proceso neutral y apolítico. Y esto tiene un lenguaje, un vocabulario, una arquitectura discursiva. El espacio público es un término que se le ha adjudicado una especie de fantasía de objetividad, al ser definido como no-político. A diferencia de la calle, los espacios públicos son espacios con potencial de socialización; de un tipo particular de socialización, dominada por el entretenimiento, el consumo (Duahu y Giglia, 2016), y lo lúdico. En efecto, retomando la idea de Peck (2005: 760), se busca potencializar la vida semi-colectiva a partir de políticas urbanas “de capuchino”. La discusión en torno a dichos espacios y proyectos se concentra en problemáticas de diseño: dónde poner los banquitos de colores, dónde colocar los meses, qué tipo de mesas elegir, qué plantas van *ad hoc* con el ambiente. En fin. Para las autoridades del gobierno de la ciudad de México, el espacio público es un problema técnico, perteneciente a la rama de los diseñadores, los arquitectos, ingenieros y otros “expertos” que se dotan de la habilidad de imaginar espacios seguros, amables, fiables, limpios, ordenados, espacios predecibles y que generan cierta certidumbre.

Pero reducir los problemas públicos y políticos a la infraestructura física, es hacer de lo político un problema técnico. Porque es más fácil hablar de la iluminación, de banquetas, fuentes y juegos de niños, que hablar de pobreza, de condición de calle, del comercio ambulante, de mendicidad, y de desempleo, por mencionar algunos problemas visibles en los espacios públicos. Es menos problemático políticamente, aludir al problema de diseño que a un problema de clase. El espacio público, se utiliza como concepto neutral y apolítico. La calle no.

Detrás de la justificación de dicha tecnificación se pierde de vista o simplemente se ignora si los proyectos de transformación de los espacios públicos se hacen con criterios de justicia. Más allá de criterios de ingeniería corporal y de diseño, cabe preguntarse si estas políticas de transformación del espacio público urbano se basan en razonamientos de justicia. Las pocas veces que se remi-

te a la justicia, se hace a través del uso de un lenguaje irrefutable, pero vacío. Conceptos como sustentabilidad, la movilidad urbana, ciudades seguras, cohesión social, el derecho a la ciudad, espacios públicos incluyentes, son todas construcciones sociales que tienen un enorme peso político precisamente porque juegan un papel central en la producción de imaginarios de lo que es justo en la ciudad, lo que es deseable. Pero son conceptos vacíos. Atractivos y difíciles de cuestionar, pero vacantes de un valor social concreto. Eso, sin contenido. Y el espacio público urbano se ha convertido en medio para lograr ese fin vacío. Porque el espacio público es lo visible. Lo podemos ver, le podemos sacar fotos y ponerlo en los folletos de mejoramiento de la imagen urbana. Porque el espacio público es la fachada de lo público. Y lo público, bajo el modelo neoliberal, indudablemente está en crisis. Es por eso que propongo pensar en lo público como la interrelación entre lo que normativamente se construye como deseable y lo que se vive en la vida cotidiana. Lo público así remite a conflictos, a definiciones encontradas, a problemas de inclusión y exclusión, a transgresiones, a procesos de resistencia y negociación. Lo público es así un asunto político. Pensar en un espacio urbano con criterios de justicia se empieza reconociendo el valor eminentemente político que tiene el espacio público, tanto a nivel discursivo, como también en la materialización de la vida cotidiana. Dicho reconocimiento puede ser un primer paso desnaturalizar la injusticia, reconociendo las estructuras de poder (político, económico y simbólico) que le dan forma, lo crean. Esto puede abrir importantes espacios para comenzar a pensar en formas distintas de pensar lo político.

En esta llamada crisis de espacio público, una de las problemáticas más latentes y más fáciles de ubicar ha sido la del comercio en la calle. Sobre todo la del comerciante, como individuo que ejerce, con libertad abusiva, su poder privado sobre lo público. Sobre el comerciante ambulante en los espacios públicos del centro histórico se afirma una ansiedad social traducida en una moral pública (Leal, 2016). El comerciante de la calle se volvió, una vez más,

el chivo expiatorio de una moral pública naciente que no era compatible con un modelo económico-político neoliberal basado en el desmantelamiento y privatización de los bienes públicos, la desregulación de los mercados, la supuesta eficiencia del sector privado, la individualización de la desigualdad y la pobreza. Más aún, el comerciante ambulante resultó ser sujeto de una angustia social que se traduce en nociones de (in)seguridad y violencia. En el imaginario urbano, el ambulante es fuente de la inseguridad vivida en las calles de la ciudad. En sus espacios públicos.

Bibliografía

- Alcántara, L. y D. Cano, (1999) "Se pelean el Centro Histórico", *El Universal*, Sección Metrópoli. 13, diciembre, 1999.
- Cervantes, A., (2007) "Recuperan 167 espacios públicos", *El Universal*, Sección Metrópoli. 28, abril, 2007.
- Duhau, E. y A. Giglia, (2016) *Metrópolis, espacio public y consume*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Lagunas, I., (2002) "Rescatan del crimen al quiosco Morisco", *El Universal*, Sección Metrópoli, 16. Diciembre, 2002
- Escalante, F., (2015) *Historia mínima de el neoliberalismo*. México: El Colegio de México.
- Evans, P. y W. Sewell, (2013) "The Neoliberal era: Ideology, policy, and social effects". En Peter Hall y Michele Lamont, *Social Resilience in the Neo-Liberal Era*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Foro Internacional Espacio Público y Ciudad, (2005) *Memorias*. Colombia: Cámara de Comercio de Bogotá y Alcaldía Mayor de Bogotá D.C
- Harvey, D., (2007) "Neoliberalism as creative destruction". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 610 (1): 21-44.
- Heller, Á., (1989) "Ética ciudadana y virtudes cívicas". En Heller, Ágnes y Fehér, Ferenc. *Políticas de la posmodernidad: ensayos de crítica cultural*. Barcelona: Ediciones Península: 215-231.

- Hibou, B., (2013) *De la privatización de las economías a la privatización de los estados: Análisis de la formación continua del Estado*. México: Fondo de Cultura Económica (Umbrales).
- Hiriart, H., (2002) *Circo Callejero*. México: Ediciones Era. (2002)umentar es que urso poltividades, algunas masesota University Presso pscursos, intereses y por supuestos en tanizaciones
- Keil, Roger, (2002) "Common-Sense" Neoliberalism: Progressive conservative urbanism in Toronto, Canada". *Antipode* 34, 3: 578-601.
- Lagunas, I., (2003) *Proyectan nueva cara para la Zona Rosa*. El Universal, Sección Metrópoli, 20 de febrero, 2003.
- Larner, W., (2000) "Neoliberalism: policy, ideology, governmentality". *Studies in Political Economy* 63: 5-25.
- Larner, W., (2003) "Neoliberalism: Guest Editorial". *Environment and Planning D: Society and Space* 21: 509 – 512.
- Giroux, H., (2005) "The Terror of Neoliberalism: Rethinking the Significance of Cultural Politics." *College Literature*, vol. 32 núm. 1, 2005, pp. 1-19.
- Leal, A., (2014) "De pueblo a sociedad civil: el discurso político después del sismo de 1985", *Revista Mexicana de Sociología*, (76)3: 441-469.
- Leal, A., (2016) "You cannot be here": The urban poor and the specter of the indian in neoliberal Mexico City", *Journal of Latin American and Caribbean Anthropology*, 21(3):539-559.
- Martínez, A. y F. Cancino, (2007) "No hay solución fácil, el centro es un patrimonio vivo", *El Universal*, Sección Metrópoli, 11, enero, 2007.
- Monge, R., (2003) "La apropiación del Centro Histórico", *Revista Proceso*, 1405 (5 de octubre).
- Peck, J., (2005) "Struggling with the creative class", *International Journal of Urban and Regional Research*, 29 (4): 740-770.
- Peck, J., (2010a) *Constructions of neoliberal reason*. Oxford: Oxford University Press.
- Peck, J., (2010b) "Zombie neoliberalism and the ambidextrous state", *Theoretical Criminology*, 14 (1): 104-110
- Peck, J. y A. Tickell, (2002), "Neoliberalizing Space", *Antipode*, 34(3): 380-404.

Purcell, M., (2008) *Recapturing Democracy: Neoliberalization and the struggle for alternative urban futures*. New York: Routledge.

Rabotnikof, N., (1995) "El espacio público: variaciones en torno a un concepto". En Nora Rabotnikof, Ambrosio Velasco y Corina Yturbe (coords) *La tenacidad de la política*. Universidad Nacional Autónoma de México: México: 49-68.

Wacquant, L., (2009) *Punishing the poor: The neoliberal government of insecurity*. Durham, NC: Duke University Press.

Fecha de recepción: 8 de febrero de 2017
Fecha de aceptación: 21 de marzo de 2017

Des-diferenciación de los espacios del turismo en Mazatlán. La calle, el espacio público, en la construcción del producto turístico

Miriam Nava Zazueta¹
Universidad Autónoma de Sinaloa

Resumen

En el siglo XXI el turismo transita de ser una industria en donde las empresas fabrican y producen para el consumidor pasivo, a un proceso de co-creación entre productores y turistas. Este documento tiene como objetivo explicar el rol que el espacio público del Centro Histórico de Mazatlán asume como parte del producto turístico que los visitantes consumen in situ al transitar y experimentar la zona. Se parte de la tesis de que con la rehabilitación del Casco Antiguo de la Ciudad y su posterior revitalización, aunado a la sincronía de elementos sociales y culturales se propició un entorno proclive a la economía simbólica, donde las diversas prácticas de vida y consumo dotan al espacio urbano de elementos intangibles que lo hacen deseable, y las actividades se escapan del espacio privado - restaurantes, galerías, teatro, bares -, trasladándose al espacio público, incitándose a la creación de nuevas experiencias turísticas, que los empresarios aprovechan para mejorar la oferta del destino.

Palabras Clave: *Espacio Público, producto turístico, Centro Histórico, Mazatlán.*

Abstract

In the twenty-first century tourism goes from being an industry where companies manufacture and produce for the passive consumer, to a process of co-creation between producers and tourists. This document aims to explain the role that the public space of the Historic Center of Mazatlán assumes as part of the tourism product that visitors consume on the spot when they travel and experience the area. It's based on the thesis that with the rehabilitation of the Old Town and its later revitalization, coupled with the synchrony of social and cultural elements, an environment conducive to the symbolic economy was favored, where the different practices of life and consumption endow the urban space of intangible elements that make it desirable, and activities escape from the private space - restaurants, galleries, theater, bars -, moving to the public space, inciting to the creation of new tourist experiences, which entrepreneurs use to improve the offer of destiny.

Keywords: *Public space, tourist product, Historic Center, Mazatlán.*

¹ Miriam Nava Zazueta es Profesora-Investigadora de la Universidad Autónoma de Sinaloa; Doctora en Estudios de América del Norte, miembro del SNI Correo: mirnava@uas.edu.mx. La autora desea señalar que este trabajo es parte del Proyecto PROFAPI2015/193.

Introducción

La ciudad es, por excelencia, objeto de crítica en virtud de que en ella se reproducen los instintos más básicos de la sociedad humana; sin embargo, como sugiere Zukin (1995) la visión cosmopolita cultural de la cual se dota a la urbe es un intento por desdibujar esta imagen y se enfatiza su postura como facilitadora y promotora de la diversidad cultural e inclusión social a través de políticas para el multiculturalismo. Al vincular a la ciudad con el ámbito del entretenimiento y las emociones las posturas no son desarticuladas a la propuesta de Zukin; Montgomery (1997) ilustra cómo el origen del entretenimiento en la urbe, en el espacio público, está vinculado al consumo de alcohol y comportamientos que deben ser regulados, pues de no hacerlo se socaba la moralidad. Es a partir del siglo XX cuando la industria del entretenimiento empieza a alejarse del vínculo entre diversión, entretenimiento público y reputación, o dicho de otra manera, el entretenimiento en el ámbito público adquiere una connotación más respetable. La proliferación de cines, cafés y teatros con mejor estructura e iluminación escindieron la relación negativa entre respetabilidad del individuo y el entretenimiento público.

Sin embargo, en todo este contexto, cuál es el rol que tiene la ciudad como facilitadora del entretenimiento y por qué en ella prolifera; más aún, cuál es la función del espacio público como punto de diversión y cómo es que se convierte en parte de los recursos turísticos de la urbe. En este tenor nos proponemos explicar el rol que el espacio público del Centro Histórico de Mazatlán tiene como parte integral del producto turístico que los visitantes consumen *in situ* al transitar y experimentar la zona, considerándose que al ser el turismo una actividad de la economía de la experiencia, las emociones, la individualidad sensorial, cada hecho significa algo diferente para quien lo vive (Fraga, Khafash y Córdova, 2015). Para realizar este documento se utilizó información bibliográfica y empírica; se fundamentó en los conceptos de ciudad, urbanismo, y espacio público de diversos autores, así como preceptos

del turismo y la economía de la experiencia. En gran medida el análisis es de corte antropológico, se ha realizado a través de varios años, presenciándose cómo escenarios públicos, - banquetas, plazuelas, la calle y el propio urbanismo - se han incorporado a la construcción del producto turístico, retroalimentando al espacio y permitiéndose al turista "*vivir el centro histórico*".

Ciudad, urbanismo y espacio público

La ciudad desde tiempos inmemoriales ha sido producto de fuerzas económicas, sociales y tensiones culturales; se cimienta y transforma con la evolución social, por ello, al ser construida por el ser humano, se convierte en un espacio histórico en permanente cambio donde se reflejan las modificaciones de la vida económica y social a través del tiempo (Park, 1999). Lefebvre (1973) considera que la ciudad es un espacio apropiado por el hombre en el cual éste deja huella de su vivencia a través de símbolos. Pero, qué es la ciudad, cómo se conforma, qué elementos la dotan de vida. Silva (2006) argumenta que un elemento fundamental, del que no es factible de abstraerse respecto a la ciudad, es su connotación de territorialidad como factor primario (aunque no el único), pues desde sus orígenes y su existencia misma está anclada a un elemento físico, tangible, con demarcación diferencial reconocida; es decir, a partir de su propio origen es clara su condición de territorialidad. En este mismo eje de argumentación Marrero (2008) explica que la ciudad es un objeto espacial que ocupa un lugar, sin embargo, ésta es moldeada por la vida que en ella se desarrolla; tenemos entonces que la ciudad es una cosa, un objeto, que da cabida o permite que en ella se desarrollen dinámicas de vida: lo urbano.

Previo a enfocarnos en el desarrollo de la actividad urbana en la ciudad, entendido el urbanismo como el entorno resultado de dinámicas sociales que en la urbe se generan y permiten crear una identidad (Wirth, 2005) - asumimos la premisa postulada por Evers (1984) y Zhu

(2004), quienes argumentan que antes de hablar de lo urbano, de la creación del entorno de vida de individuo, el ser humano requiere acceso a una *tierra*, a un espacio físico, de ahí que retornemos a la postura primigenia de ciudad desde la perspectiva de su connotación geográfica. Si bien autores clásicos respecto a los estudios sobre la ciudad como, Lewis Mumford, Robert Erza Park, George Simmel, entre otros, refieren a la existencia de procesos en la urbe que trascienden la connotación física y tangible de la ciudad, son David Harvey (1973), Henri Lefebvre (1976) y Louis Wirth (2005) quienes explícitamente marcan la diferencia entre los ámbitos material y social que subyacen en la ciudad, es decir, ésta como objeto y soporte de encuentro social; se establece la diferenciación entre la ciudad como asentamiento y el urbanismo como una forma de vida. Posteriormente, Sauder (1981) considera que la ciudad por sí misma no representa un objeto fundamental de análisis, y explica que su función primordial es la de "contenedor geográfico de diversos fenómenos económicos, políticos y sociales" (Sauder, 1981. Citado por Scott y Storper, 2013: 9).

A partir de diferenciar a la ciudad como espacio físicamente construido y al urbanismo como forma de vida, la ciudad representa el escenario en que la actividad social se materializa y gesta lo urbano; sin embargo, sólo en algunos espacios específicos de la ciudad es factible de propiciarse. Joseph (2002), explica que lo urbano está en permanente construcción, "*se produce sobre la marcha y nunca se llega a terminar*" (Citado por Marrero, 2008:78). En esta interpretación de la urbe como espacio físico y relaciones, Sennett (2001) sostiene que las ciudades están en permanente construcción, son lugares de intersección de tiempo, espacio y prácticas sociales que dejan huella en los ámbitos emocional y material. Zukin (1995) afirma que la construcción de la ciudad trasciende el aspecto material, la territorialidad e incluye cómo los individuos en

su interactuar combinan los factores económicos tradicionales con la manipulación de símbolos, el uso de lugares y la determinación de quién los utiliza y quién es excluido. Este postulado refiere tanto a los espacios físicos y sociales de la urbe, como a la capacidad de exclusión que el propio urbanismo ejerce en los ciudadanos, generándose capas selectivas de reunión social para determinados y cuales individuos.

La ciudad es un conglomerado de espacios y lugares, pero no todos son propicios para gestar el urbanismo, éste encuentra su razón de ser en la dinámica de anonimato de la urbe, por ello las calles, plazas, museos, centros comerciales, transporte público, estadios, marchas, allí donde todo tiene una cercanía anónima, donde hay movilidad, co-presencia y desconocimiento personal, es que se genera; sus elementos particulares son las interacciones sociales no identitarias ni de pertenencia, los personajes sin nombre, la sociedad anónima en donde nos conocemos sólo en el momento del contacto sin que tenga mayor significado. Cabe aclarar que lo urbano no es el único tipo de vida social que se produce en la urbe, existen aquéllas interacciones del ámbito intermedio que escapan del círculo más íntimo del individuo, como las que se producen en las comunidades, grupos de interés, entre otros, empero, aquéllas que refieren a lo urbano representan a los vínculos secundarios, sin trascendencia, a las relaciones de la sociedad anónima (Marrero, 2008; 2016).

El lugar que permite que se lleve a cabo lo urbano, es aquél no identitario en el que se realizan los nexos entre desconocidos y las interacciones efímeras. Joseph (1999; 2002) afirma que el área primigenia de producción de lo urbano es el espacio público incógnito en el que confluyen los individuos; sustenta que este espacio es de accesibilidad universal, con libertad para quienes a él acuden y en él se manifiestan; son estos elementos los que, fuera de la connotación jurídica, le dotan del distintivo *público*; esto

es, el adjetivo de público lo adquiere al construirse como lugar en que los usuarios son libres de expresarse².

No obstante de la claridad expuesta por Joseph (2002) respecto a lo que concibe como espacio público, Carrión (2004); Casellas y Pallares-Barbera (2009); Mota, Rosa y García (2013) consideran que definir el espacio público entraña diversas dificultades. En primer momento si el enfoque sólo será desde la perspectiva jurídica-administrativa; o bien si se toma en cuenta su dimensión socio - cultural, la cual está vinculada al urbanismo pues refiere no sólo al aspecto físico de la ciudad, sino a las interacciones que ahí se producen (Borja y Muxi, 2000). De igual manera, existe la visión del espacio público irrestricto que lo considera como un lugar físico, al aire libre o encerrado, sin importar su connotación jurídica catastral, y en él pueden permanecer todos los habitantes de la localidad por tiempo y acceso irrestricto en función de sus intereses (Breitfuss, *et al.*, 2006, citado por Mota *et al.*, 2013:53). Espacio público en su aspecto más elemental refiere a aquel territorio de la ciudad donde cualquier persona tiene derecho a estar y circular libremente, ya sean espacios abiertos como plazas, calles, parques, banquetas, etc., o cerrados como bibliotecas públicas, centros comunitarios, entre otros.

A partir de lo antes expuesto la ciudad refiere al aspecto físico, material, al asentamiento poblacional, mientras que el urbanismo o lo urbano representa a las relaciones heterogéneas, anónimas, no identitarias que se producen en la ciudad y, el espacio primigenio de la urbe en que lo urbano se gesta es el público por ser punto anónimo de

² Si bien espacios privados como centros comerciales se consideran puntos de encuentro o espacios públicos (Sennet, 2001; Carrión 2004; Marrero 2008,) para efectos de este documento se considerarán espacios públicos aquéllos que permiten la gestación de lo urbano, pero que también tienen la connotación jurídica de público, es decir, administrados por la autoridad gubernamental y no está etiquetado en el catastro como propiedad de un individuo. Sin embargo, autores como el mismo Sennet (1990), Davis (1990), Jacobs (1992) y Caldeira, entre otros, argumentan que el espacio público tradicional ya no existe, pues se enfocan en ese espacio que sobrepone funciones, espacio de manifestaciones, encuentro social y conflicto.

encuentro de los individuos y al que todos tienen, jurídicamente el derecho de acceder. En este contexto, el urbanismo crea entornos en la urbe, construye escenarios que son atractivos para el visitante, porque además son interpretados bajo su propia historia, sus propias vivencias, y estos escenarios para cada turista pueden significar algo diferente en virtud de que los está interpretando y experimentando a través de sus imaginarios, por ello el producto turístico se consume *"a través del color de la lente con que se mira"*.

Economía de la experiencia, espacio público y turismo

Los avances tecnológicos de las últimas décadas han propiciado que cada lugar en el orbe sea un potencial destino turístico, nos encontramos ante la posibilidad de desplazarlos a cualquier parte del mundo y cada vez más, lo diferente, lo exótico, atrae al turista que ha dejado de ser un receptor pasivo para asumir un rol activo y de protagonista de su experiencia turística; por ello, la diversificación de nichos de mercado y tematización de los espacios urbanos está ganando preeminencia³. En la nueva economía de la experiencia, de la cual el turismo forma parte, los consumidores buscan vivir situaciones únicas que les produzcan emociones memorables (Pine y Gilmore, 1998) y en virtud de que las experiencias son algo personalísimo e intrínseco del ser humano, dos personas no tienen exactamente la misma sensación, para cada individuo la vivencia turística es única debido a en ella influyen tanto lo que el

³ Las críticas a esta postura enfatizan que las ciudades están pasando por un proceso de pérdida de identidad para entrar al "ambiente Disney", esto es, que las ciudades transforman sus elementos endógenos para crear entornos atractivos al turista, pero esto conlleva a la pérdida de identidad en virtud de que el espacio urbano se hace más artificial y comercial (Jansen-Verbeke, 1998; Rogerson, 2013; Maitland, 2010; 2013; 2016).

destino ofrece, como el bagaje cultural del visitante. Pine y Gilmore (1998) argumentan que mientras en la economía de las mercancías los productos son tangibles y en la de los servicios intangibles, en el ámbito de la economía de la experiencia, éstas se ubican en lo memorable, en aquella sensación que tanto al momento de vivirla, como al recordarla, genera placer al individuo; por ello, en este tipo de economía lo que el cliente adquiere es una vivencia especial. Lee (2015) y Sthapit y Coudounaris (2017) explican que no obstante que el turismo forma parte de la economía de la experiencia, el concepto de *experiencia turística memorable* es relativamente nuevo y refiere a aquella vivencia que produce en el individuo remembranzas positivas y nostalgia; la esencia radica en producir en la imaginación del consumidor un escenario que lo excite, una emoción que lo atrape. Este turista no sólo pretende ver o aprender, también busca entender, experimentar y estar en contacto con el lugar que visita (Stasiak, 2013). Dentro de los ámbitos de diversificación de mercados turísticos y consumo de experiencias memorables, el turismo urbano está cobrando mayor relevancia en virtud de que las ciudades son lugares de intersección de tiempo, espacio y prácticas sociales que dejan huella en los ámbitos emocional y material de la sociedad (Senett, 2001).

Karski (1990) explica que el turismo en la urbe es un fenómeno antaño al que no se le había atribuido tal connotación; afirma que este tipo de turismo existe desde la época de Mesopotamia y Sumeria, cuando se engendraba la urbanización. Estas ciudades fueron crisoles de cultura nacional, arte, música, literatura, arquitectura y diseño urbano. Fue la concentración, variedad y calidad de estas actividades que pusieron ciertos pueblos y ciudades en el mapa del turismo, y posteriormente la segmentación de la oferta turística en nichos de mercado muy focalizados. Empero, es a partir de la segunda mitad del siglo XX que la masificación turística cobró relevancia, aunque en sus orígenes se orientó al mercado de sol y playa, paulatinamente ha evolucionado a una variedad de mercados (Sánchez, Archila, Pliego y Azzarohi, 2011).

En este contexto es que el turismo urbano vuelve a tener relevancia, por momentos perdió su etiqueta pues se le atribuía como cultural, de negocios, monumentalista, patrimonial, de convenciones, deportivo, entre otros; es decir, un apellido acorde a lo que ofrecía la urbe en cuestión (Violier y Zarete, 2007). Empero, la nueva economía también ejerce presión sobre las ciudades y los procesos que dentro de ella se desarrollan, actualmente, como señalan Judd y Fainstein (1999), la urbe cada vez más se concibe como lugar de diversión; además de las funciones administrativas tradicionales, los gobiernos locales tienen que hacer de sus ciudades un espacio atractivo y ello les ha llevado a impulsar convenios público – privados para detonar proyectos que pongan a la ciudad en el mapa de los atractivos turísticos nacionales; una de las estrategias implementadas es la revitalización de espacios icónicos que tienen como eje la economía de la experiencia a través de la cultura o industrias culturales (Gibson y Kong, 2005; Ek, Larsen, Hornskov y Mansfeldt, 2008). Estos proyectos implican la restauración y recuperación física de los edificios, esto es la ciudad construida, y en ella se impulsan estrategias para reactivar su dinamismo socioeconómico y lograr que el área se revitalice, es decir, se recupera el espacio físico para que la dinámica social propicie el urbanismo, las relaciones anónimas entre los habitantes de la urbe, los transeúntes, las personas (Gaja, 1993; Yague, 2010; Gülden y Giritlioglu, 2008), y este mismo entorno propiciado como espacio de vida y de consumo para los habitantes locales se convierte en atractivo para los turistas, lo ordinario se traslada a lo extraordinario.

Zukin (1996; 2008) arguye que estos procesos favorecen que la cultura – como producto – sea el principal bien de consumo que mercantilicen las urbes, en sus palabras “la cultura es cada vez más y más el negocio de las ciudades” (1996:2), esto en virtud del mayor ímpetu en la tercerización de la economía, el auge de las industrias culturales y la economía de la experiencia en la promoción del desarrollo económico (Lorentzen, 2009). Al referirnos

a industrias culturales, nos circunscribimos a la propuesta de Talbot (2004), quien argumenta que éstas pueden ser móviles o inmóviles, en el caso del consumo turístico urbano, estas son inmóviles y refieren a aquéllas cuyos productos se consumen en el mismo lugar de producción, como turismo, gastronomía, recintos culturales, eventos, entre otros. Sin embargo, a pesar de estos servicios tienen una vertiente económica, y en estricto sentido son mercantilizados por un actor económico, dígase privado, los servicios de las industrias culturales no quedan contenidos en el espacio privado, trascienden al espacio público, lo viven, lo usan y colaboran en la gestación de lo urbano, del urbanismo, en la construcción de las relaciones efímeras, anónimas, heterogéneas, sin identidad. Y entonces, tenemos que el espacio urbano público es el escenario en que se *manifiesta* lo urbano (Diniz-Carvalho y Torres-Silva; 2014). La ciudad misma se instituye como el teatro en que se despliega el urbanismo y se construye un entorno, un ambiente único y distinto para cada actor y cada observador, en donde todos son parte de la gran escena: la construcción del producto turístico.

En este tenor, el propio turista al tiempo que es consumidor también es creador del bien de consumo, pues su presencia incide en la construcción del entorno que *el otro* canibaliza. Así, los “no lugares”⁴ de la ciudad, sugeridos por Augé (1998), adquieren una nueva connotación, de ser lugares anónimos en la racionalidad del habitante cotidiano, se convierten en un elemento más en la construcción del producto y la vivencia que el turista tiene en el destino. Una calle que para un transeúnte habitual puede no significar nada, en contraparte, para un visitante que la recorre en un contexto de ocio, significa algo totalmente diferente. Misma calle, mismo recorrido, misma hora,

⁴ Augé (1998) afirma que en la urbe existen espacios denominados “no lugares”, instalaciones básicas para la existencia de la ciudad pero que son tan anónimos, como las calles, aeropuertos, que al carecer de identidad, no refieren a la memoria del individuo ningún tipo de lugar.

diferentes significados. Maitland (2013; 2016) explica que el turismo es un sector de creciente importancia económica para las ciudades y que en la construcción de la urbe como producto turístico, tanto el entorno construido como el intangible - aquí denominado urbanismo -, son fundamentales, inclusive en ciudades globales y turísticas como Londres, Berlín, Nueva York, en las cuales se ha evidenciado una mutación de la actividad turística tradicional, para transitar a un visitante que busca experimentar a la metrópoli a través de prácticas que rompen la frontera entre los espacios segmentados para el turismo y el de los habitantes locales; una “des-diferenciación de prácticas” como sugiere Condevaux *et al.*, (2016:4).

En esta des-diferenciación se incorpora al ámbito turístico lo *ordinario*, convirtiéndose en sinónimo de *lugar no necesariamente para los foráneos*, refiriéndose al hecho de ser espacio de lugar de vida y entretenimiento pero no exclusiva o primigeniamente para el visitante (Maitland, 2010; Condevaux, *et al.*, 2016); paradójicamente la incorporación de lo ordinario representa una forma novedosa de turismo. El desbordamiento del turismo a espacios ordinarios no es accidental, pues si bien los visitantes transitan a espacios urbanos no específicamente turísticos para *experimentar a la ciudad real*, su incursión en la urbe no es difusa, se localiza en barrios que si bien están habitados, cuentan con una oferta de entretenimiento y se perciben como zonas seguras (Maitland, 2010; 2013; 2016); por otro lado, también se rompe la idea de sector turístico como relaciones diferenciadas en donde el habitante local es un mero receptor pasivo y no se involucra en la actividad turística (López y Marín, 2010). El nuevo escenario turístico implica una sinergia entre residentes y visitantes, y la oferta de economía de la experiencia en la ciudad no separa entre consumidores locales y foráneos, disolviéndose la frontera entre turistas y habitantes, entre espacios sólo para turistas y áreas para residentes. Esta des-diferenciación de espacios también incide en la conformación

del urbanismo y de la creación del producto turístico en el cual el visitante es un *pro-sumer*⁵.

Los lugares ordinarios de la ciudad, el espacio público, representa el escenario en que lo urbano se manifiesta, y mientras el urbanismo refiere al anonimato donde las particularidades se diluyen, en el ámbito del turismo estas generalidades se convierten en elementos particularísimos pues el visitante en ese anonimato puede representar a su yo interno, pero además para cada individuo ese entorno urbano significa algo diferente, al consumir la experiencia de habitarlo y transitarlo, su propio bagaje histórico y social hace que lo viva y perciba diferente a otro (Nava, 2013; Maitland, 2013). Así pues, en la construcción de la experiencia turística se mezclan varios elementos, los contactos cara a cara de habitantes locales y visitantes en el espacio público produce un entorno, una escena que es consumida por otros, y experimentada de manera diferenciada de acuerdo a sus expectativas, bagaje y participación de los visitantes en diversas actividades, implica un grado de involucramiento físico y/o emocional (Pappalepore, Maitland y Smith, 2015). Richards y Wilson (2007) afirman que el turismo como experiencia, -turismo creativo en donde el visitante es *pro-sumer*-, implica una mutación en el uso de los recursos, transitándose de lo tangible como museos, playas, monumentos, a lo intangible como estilos de vida de los habitantes que circundan determinadas zonas, la imagen, el entorno, y el ambiente que se produce y que el visitante *respira*. En este tenor, Andersson (2009) y Szmigin, Bengry-Howell, Morey, Griffin y Riley, (2017) completan la postura de Richards y Wilson enfatizando que en el ámbito turístico, *el ser más que el*

⁵ Pro-sumer: vocablo formado por las palabras productor y consumidor, indica que el individuo a la vez que consume también contribuye en la producción del bien que adquiere, pero también refiere a que su presencia forma parte del entorno y del producto que otra persona consume. El concepto está vinculado al turismo a través de la mercantilización de entornos que transmiten un significado para quien lo consume; refiere a un turista que crea su propio producto evitando paquetes estándar, y crea su paquete de acuerdo a sus gustos y la oferta de los lugares turística.

hacer, ha ganado predominio. El ser implica: ser uno mismo, participar física o emocionalmente, involucrarse en el espacio con los residentes locales y con otros turistas, generar urbanismo; sin embargo, aclaran que no todos los visitantes están dispuestos a transitar a esta forma de turismo, pero que es una práctica que está ganando preeminencia en ámbitos como espacios históricos, eventos y ciudades globales.

Caracterización del objeto de estudio

Mazatlán desde sus orígenes como destino turístico fue ligado al mercado de sol y playa, sus primeros hoteles para turismo extranjero se ubicaron en el paseo Olas Altas⁶. En 1923, con la inauguración del Hotel Belmar, y en 1950 con la apertura del Hotel Freeman, ambos en el paseo del mar, inició en el Puerto una nueva industria que se convertiría en el eje motriz de su economía a finales del siglo XX (Ibarra, 1995). Originalmente, el espacio del Centro Histórico albergó a las casas comerciales que ahí se asentaron durante el siglo XIX y XX, constituyéndose como el punto nodal de población y comercio, actividad que dio origen a la ciudad. Por eso, en su época temprana, el espacio turístico local se circunscribía a Olas Altas y sus alrededores, pues ahí se ubicaba la zona hotelera y, a pocas cuadras, el principal circuito comercial; además esa área también era la cuna del carnaval local.

En la década de 1940 el complejo arquitectónico que conformaba al Centro Histórico empezó a ser abandonado por las casas comerciales y algunas instituciones oficiales, lentamente se transformó en un espacio de edificios vacíos. Aunado a ello, a partir de 1960, cuando se erigió en la zona dorada el Hotel Playa Mazatlán y se inició

⁶ El Paseo Olas Altas constituye uno de los atractivos que identifica a Mazatlán; sus vistas desde esta bahía, han sido difundidas en el país y el extranjero al ser la única de las antiguas calles de la ciudad cuyo nombre no ha sido modificado (Gamboa, 2012: 61).

una transición del polo turístico del Casco Antiguo a la hoy zona dorada, los espacios que dieron origen a la industria quedaron desarticulados de la oferta turística (Santamaria, 2007). Esto trajo consigo daños colaterales como el deterioro urbano de las fincas abandonadas del Centro Histórico, que poco a poco quedó en ruinas a pesar de su valor patrimonial. El centro de la ciudad perdió su categoría de punto nodal y lentamente se desvaneció su articulación como espacio de reunión de los habitantes oriundos. Así, una de las principales zonas del Puerto quedó en el olvido de la urbanización, deteriorándose hasta el punto de considerar la alternativa de demolerlo para optimizar el uso del suelo y darle plusvalía a la zona, dejándose de lado su valor cultural (Alvarado, 2005). En 1972, los agrimiados de la Cámara Nacional de Comercio gestionaron en las instancias municipales la restauración del Teatro Ángela Peralta con el objetivo de ampliar la oferta turística del destino y dotar a la sociedad de un espacio cultural, pero no existió un plan de restauración definido y la autoridad no dio una respuesta clara para su recuperación; pero la población se negó a ver morir el Teatro y en 1974 connotados mazatlecos organizaron el Patronato Pro Restauración Teatro Ángela Peralta, para la restauración del inmueble (Santamaria, 2007; Nava y Valenzuela, 2014).

Entre 1974 y 1992 el Patronato lideró la acción colectiva que logró la recuperación del Ángela Peralta. Además de lograr la restauración del Teatro, el Patronato tuvo éxito en hacer ver a las autoridades –en sus diversos niveles– la necesidad de recuperar el espacio que dio origen a la ciudad y hoy constituye el patrimonio histórico local. Así, después de estar abandonada por casi cuatro décadas, a fines de los años noventa, el Centro Histórico se reincorporó a la vida económica de la ciudad, Enrique Vega Ayala (Cronista oficial de Mazatlán, Sinaloa. Julio. 2013), considera que el objetivo primario que subyace en la acción colectiva de los ciudadanos por la recuperación del casco antiguo de la ciudad refiere a un sentido de pertenencia, de nostálgica del pasado y la intención de regresarle a la zona su antiguo esplendor para uso y disfrute de los mazatlecos.

A partir del proceso rehabilitación y revitalización del Teatro Ángela Peralta, y su zona circundante, de nueva cuenta se pone al Centro Histórico como eje de actividades culturales y sociales en la ciudad, favoreciéndose que este espacio público sea nuevamente apropiado por los mazatlecos y propicie las relaciones sociales que engendran el urbanismo. Sin embargo, el área del casco antiguo de la ciudad, por su dinamismo social y proliferación de negocios de entretenimiento ha trascendido como espacio sólo para Mazatlecos y los propios empresarios lo ven como complemento de la oferta turística del destino etiquetado como de sol y playa. De esta manera, el Centro Histórico de Mazatlán representa una zona en la que confluyen actividades administrativas del municipio, viviendas, negocios y turistas, es un espacio des-diferenciado.

Metodología

A partir de la tesis de que los destinos como producto turístico mercantilizan *“la experiencia de habitar el lugar”*, y que actualmente en este sector existe un proceso de *“des-diferenciación de prácticas”* (Condevaux *et al.*, 2016:4), indicándose una disolución de fronteras entre el espacio preeminentemente turístico y el resto de la ciudad, consideramos que el propio visitante, al tiempo que es consumidor también es creador del bien de consumo, pues su presencia incide en la construcción del entorno que *el otro* canibaliza, y al subsumirse en las prácticas y eventos que en la espacio público se realizan, también se convierte en *pro-sumer*, es decir, productor y consumidor de su experiencia turística única. Este hecho se materializa en los espacios públicos, la calle, en los cuales se genera el urbanismo, relaciones anónimas que construyen un entorno e inciden en la creación del ambiente de consumo turístico que se comercializa. Así, los *“no lugares”* de la ciudad (Augé, 1998), las instalaciones fundamentales para la existencia de la urbe que para el residente no significan nada por su cotidianidad, para el otro, para el visitante,

construyen la experiencia turística a partir de los propios significados que el foráneo le atribuye y las sensaciones que le genera. Para efectos de nuestro objeto de estudio, al construir la definición de espacio público recurriremos tanto a preceptos legales como al postulado de Joseph (1999; 2002) antes mencionado. En este sentido, por espacio público nos referiremos a aquel cuya connotación jurídica implica propiedad pública (del municipio en este caso), está sometido a una regulación específica por parte de las normativas que establece la administración gubernamental; es de accesibilidad universal con libertad para quienes a él acuden y en él se manifiestan. De manera específica, como demarcan Dahua y Giglia (2004:171), “espacio público constituye el medio físico que permite poner en relación a los diferentes espacios privados. Es el espacio que está entre los espacios individuales de las viviendas y las edificaciones privadas, el espacio físico entre las casas particulares donde se encuentran los servicios y vialidades disponibles para todos los habitantes. Es un espacio material, definido en términos de relaciones a partir de un criterio de tipo jurídico”.

En este tenor es que nos proponemos explicar el rol que el espacio público del Centro Histórico de Mazatlán tiene como parte integral del producto turístico que los visitantes consumen in situ al transitar y experimentar la zona, considerándose que al ser el turismo una actividad de la economía de la experiencia cada hecho significa algo diferente para quien lo vive (Fraga, Khafash y Córdova, 2015). Para realizar este documento se utilizó información bibliográfica y empírica; se fundamentó en los conceptos de ciudad, urbanismo, y espacio público de diversos autores, así como preceptos del turismo y la economía de la experiencia. Respecto al trabajo de campo, la primera fase consistió en determinar la extensión territorial que representan el Centro Histórico. Esta preocupación surgió de tres documentos oficiales que lo identifican como elemento importante para la herencia cultural (material e inmaterial) del Puerto, pero consideran diferentes extensiones territoriales. El primero data de 1975 es el Plan Di-

rector de Mazatlán; el documento indica que la zona comprende 124 hectáreas de extensión. A su vez, en 1985 el Estudio de Protección del Centro Histórico, realizado por la Secretaría de Desarrollo Urbano, define un perímetro de 141 hectáreas como zona centro. El último, es el Decreto Presidencial publicado el 12 de marzo de 2001 en el Diario Oficial de la Federación, que establece que el Centro Histórico de Mazatlán será considerado “zona de monumentos históricos” en virtud a su herencia cultural, considerándose que el primer referente de asentamientos humanos (post-colonización) en la ciudad y puerto de Mazatlán data de 1576⁷. El decreto estipula como Centro Histórico 180 manzanas que albergan 479 edificios con valor histórico; éstos fueron construidos durante el siglo XIX y los primeros veinticinco años del siglo XX. El valor de estas edificaciones no sólo tiene que ver con su antigüedad, sino que combinan diversas manifestaciones arquitectónicas con características académicas y religiosas.

Con fundamento en los parámetros contenidos en los 3 documentos antes mencionados, se encuentran convergencias en cuanto a la extensión de lo que se considera Centro Histórico y que su eje central gira en torno al antiguo circuito comercial Benito Juárez, lo que hoy se circunscribe a la Plazuela Machado. No obstante, para efectos de este estudio, se delimita el espacio físico de investigación sólo a la porción del Centro Histórico de Mazatlán considerado zona habitacional en cuyo espacio público existe una notoria presencia de turistas, nacionales o extranjeros, y además se llevan a cabo los eventos que utilizan el espacio público como punto de esparcimiento y ocio, y se localizan la mayor proporción de los negocios vinculados a la economía de la experiencia, para determinarlo realizamos reiterados recorridos por la zona en diferentes temporadas, levantamos un censo que registró las empresas y recursos culturales localizadas en el área, su giro y tipo de clien-

⁷ Existen discrepancias en los historiadores respecto a la fecha de fundación de Mazatlán, pero para efectos de esta investigación tomamos fecha la establecida en el documento federal.

tes, esto para esclarecer si sus clientes sólo eran locales o también turistas. De igual manera, también levantamos un censo de los vendedores ambulantes que se localizan en la Plaza Machado, consideramos realizarlos en censos separados en virtud de la naturaleza de los negocios y de su permanencia en la zona.

Asimismo, para tener una mayor comprensión del objeto de estudio, se realizó observación no participante⁸ con el fin de comprender la manera en que en el espacio público confluyen foráneos y locales generándose entornos atractivos para el turismo. A partir del censo sobre empresas y recursos culturales se calculó una muestra representativa y se aplicó una encuesta para determinar la importancia del mercado – local o foráneo– en el éxito de los negocios ahí localizados. De igual manera, se hizo seguimiento de los eventos que se organizan en el Centro Histórico y asistimos a ellos para identificar la manera en que los foráneos participan en ellos y se convierten en *pro-sumers*, productores y consumidores de su propia experiencia, pero también incidiendo en el entorno y contribuyendo a crear una atmósfera que otro visitante consume. Al desarrollar “*el ser*” propuesto por Andersson (2009) y Szmigin, *et al.*, (2017), los visitantes influyen en la construcción del entorno y del producto que el otro experimenta. En gran medida este análisis es de corte antropológico, su estudio se ha realizado a través de varios años, presenciando cómo se han incorporado escenarios públicos, -- aceras, plazuelas, calles --, a la construcción

⁸ En esta técnica, el investigador observa desde fuera el comportamiento del grupo investigado sin convertirse en parte del grupo. Para garantizar la validez científica de esa herramienta, tal como afirma Ander-Egg (1995: 151), “la observación no debe ser totalmente espontánea y casual. Un mínimo de intención, de organización y de control se impone en todos los casos para llegar a resultados válidos”. En el caso de esta investigación, la observación no participante fue aplicada al recurrir reiteradamente a la zona de estudio como visitantes, es decir, se examinó in situ el fenómeno a investigar. El equipo se informó como cualquier turista sobre las actividades que realizaban, se observó la forma de organización y se llevó a cabo un registro sistematizado de lo observado. Para evitar sesgos, cada observador realizó su propio registro.

del producto turístico, así como las interacciones que en ellos se llevan a cabo, el urbanismo, retroalimenta al espacio y permite que al paseante “*vivir el centro histórico*”. El impulso de eventos en la zona ha sido fundamental para la integración de foráneos y locales en el espacio del Centro Histórico, y como sugiere Fainstein (2007), la promoción de actividades o eventos populares que también atraen foráneos, dota al espacio de un entorno que viabiliza la creación de experiencias diferenciadas, de ahí la importancia del seguimiento y participación en los eventos icónicos realizados en la zona, entre los que destacan las festividades del día de muertos, día de la música, el festival de Jazz y el art walk; todos ellos se vinculan al urbanismo pues se practican por los habitantes locales en el espacio público, la calle, plazuela, banquetas y permiten los contactos anónimos entre los participantes.

El espacio público del Centro Histórico: la construcción de un lugar turístico a partir de un espacio ordinario

Identidad social y producto turístico

La identidad social urbana es parte de la memoria histórica de un pueblo, existe a través de recuerdos, leyendas y se materializa en barrios específicos de los asentamientos humanos, le dota de distintivo en virtud del propio imaginario urbano retrocedido en el tiempo, recordando lo antaño identitario con la ciudad moderna. En turismo esto cobra especial relevancia pues esta experiencia del pasado consumido en la urbe contemporánea le dota al visitante de una vivencia que al confluir con su propio bagaje histórico y cultural, se convierte en única, *sólo para sí mismo*, pero también le dota de libertad de ser y actuar permitiéndole

dose que su otro yo, su yo imaginario, *el ello freudiano*⁹, salga a la luz a consumir el entorno que se mercantiliza, pero también participar activamente y convertirse en un *pro-sumer*, es decir, no sólo un receptor pasivo, sino corresponsable o coparticipe de la creación del producto turístico que consume, Richards y Wilson (2007), tipifican este fenómeno como turismo creativo.

Entendido el turismo como forma de mercantilización que cada persona consume y experimenta de manera única y personal, Urry (2002) lo define como una práctica de ocio racionalizado y transitorio, es decir, pensado y organizado por quien lo consume, a sus tiempos y modos; por ello, el turista *canibaliza*¹⁰ los lugares que previamente ha seleccionado y en la calidad y exigencia de su vivencia turística influyen las expectativas que ha preconcebido del producto a través de imágenes generadas por el marketing, la publicidad boca a boca, internet, literatura, prensa, y música, entre otros. La renovación o reinención de las urbes en el marco en que la propia ciudad se convierte en producto turístico y se mercantiliza ha sido analizada por diversos autores, destacándose los fenómenos colaterales resultantes. La transformación de la urbe y su urbanismo es caracterizada por convertirse en espacios de consumo, con mayor tendencia al desarrollo de la industria del ocio y entretenimiento, donde los servicios, el espectáculo, la explotación de la herencia cultural y la comercialización de la imagen predominan en sus pautas de desarrollo y sus

⁹ La teoría del psicoanálisis propuesta por Sigmund Freud explica el comportamiento del ser humano a partir de una estructura psíquica compuesto por tres elementos centrales: el ello, el yo y el superyó. El *ello* refiere al contenido o acciones del inconsciente y consiste fundamentalmente en la expresión psíquica de las pulsiones y deseos. En este caso en concreto no nos referimos a que el turista exprese los instintos más básicos del ser humano, sino que se siente en la libertad de expresarse, cantar, brincar, ser la persona que le gustaría ser en un ambiente de mayor libertad a su entorno cotidiano.

¹⁰ El vocablo canibalizar, en este contexto, refiere a consumir al lugar turístico a través de las vivencias y experiencias que en el turista vive en el destino, que a su vez representa el producto que se mercantiliza (Nava, 2013).

formas de vida (Zukin 1996, 2008; Judd y Fainstein 1999; Hannigan 2002, 2007; Judd 2003). En ellas “la cultura es cada vez más el negocio de las ciudades, la base de sus atracciones turísticas y su única ventaja competitiva” (Zukin 1996: 2).

La difusión de la cultura como el negocio primigenio de las ciudades empezó con mayor énfasis en la década de 1980 con el auge de la terciarización económica que se compaginó con modelos de recuperación y reconversión de áreas icónicas de diversas ciudades, especialmente áreas centrales o cascos antiguos, con el objetivo de regresarles su dinamismo y reincorporarlas a la vida de la urbe, pues habían quedado progresivamente abandonados derivado de la desindustrialización, el crecimiento de la ciudad y el surgimiento de suburbios. Debido al vínculo de estas zonas con su legado histórico, el tipo de negocios que ahí se localizan tienden a ofrecer servicios que emanan de la industria cultural inmóvil (Talbot, 2004), es decir, aquéllas cuyos productos se consumen en el mismo lugar de producción.

En el caso de Mazatlán la cultura no es la única base de sus atracciones turísticas, su origen en este ámbito económico fue como lugar de sol y playa, pero la incorporación de la cultura y el turismo urbano está adquiriendo relevancia, aunado a que está tipificado por el gobierno nacional como el único destino de sol y playa en el noroeste mexicano que cuenta con un Centro Histórico Patrimonio Nacional, lo que le da ventajas de marketing en el diseño de marca de ciudad.

El espacio público del Centro Histórico, la lucha por el espacio ordinario: *el orgullo de ser de Mazatlán*

En Mazatlán, a partir de 1974, se gesta un proceso de acción colectiva entre mazatlecos que entienden el valor

patrimonial de la zona por el origen histórico y el valor inmaterial de los inmuebles en virtud de la combinación de elementos arquitectónicos diseñados para sobrevivir al clima caluroso “es invaluable la existencia de edificios neoclásicos tropicales en Mazatlán, son edificios que difícilmente se encuentran en otro lugar” (María Luisa Domínguez. Habitante de Centro Histórico. Junio, 2013). En 1980 vecinos connotados del Centro Histórico se vincularon al proyecto y que empezaron de nuevo las gestiones y presiones políticas para la restauración de la zona. Entre los principales elementos que confluyeron para la acción conjunta de actores locales, están el “sentido de arraigo mazateco, el orgullo de ser de Mazatlán” (Enrique Vega Ayala, 2013). Es decir, si bien existían razones económicas –de las autoridades– para la recuperación del área, el factor psicológico jugó un rol preponderante como motor del movimiento social en favor de la rehabilitación.

... este factor psicológico, de nostalgia, no es un mecanismo que habitualmente se considere como muy propio para poder interpretar ese tipo de renovaciones pero a mi gusto de alguna manera ahí está... los mazatlecos somos muy dados a mantener el arraigo, a mantener las raíces, “el orgullo de ser de Mazatlán” -dice la canción-, entonces, yo me explico sobre la base de ese orgullo, el renacimiento del centro histórico... Pero la recuperación no va a ser impulsada en todas las edificaciones del Centro Histórico, sino en las más simbólicas, las que están alrededor del Circuito Benito Juárez. Ahí es donde la parte psicológica tiene su intervención – y fuerte – porque digamos que es la que va a promover, primero, esa idea de recuperación del espacio, pero no de todo el espacio perdido, sino de ciertos lugares simbólicos como el teatro, la plazuela, sus alrededores. La importancia del teatro es que remite a la época dorada, refleja el glamour de antaño, la edificación data de 1869 cuando inicia su construcción, pero además era uno de los más lujosos para su época... De ahí la nostalgia de antaño (Enrique Vega Ayala, 2013).

Como sugiere Alvarado (2007), espacio y tiempo cambian, estos cambios se reflejan en el Centro Histórico que se instaura como contenedor de tiempos y espacios, con historias guardadas que están siempre al acecho, esperando ser contadas, descubiertas y revividas. El proceso de recuperación del casco antiguo de la ciudad responde a la inquietud propuesta por Alvarado, traer el pasado para vivirlo en tiempo actual, confluir pasado y presente. Sin embargo, para lograr dicho objetivo el sentimiento de añoranza era insuficiente; recuperar el Teatro y el espacio público requería de vínculos con determinados funcionarios gubernamentales, como explica Santamaria:

Para lograr el apoyo político a la restauración se necesitaban los contactos y nombres importantes, la llegada de José Ángel Pescador a la presidencia municipal y de Francisco Labastida Ocho a la gubernatura de Sinaloa, fueron básicos para que las demandas de restauración fueran atendidas (Santamaria, 2010).

En 1987, José Ángel Pescador se convirtió en presidente municipal de Mazatlán y se concatenaron esfuerzos entre gobierno y los ciudadanos, para cumplir un objetivo común: la restauración de edificaciones simbólicas, en primer término, el Teatro Ángela Peralta. Ese mismo año, la administración local dio a conocer el Programa de Rescate, Revitalización y Conservación del Patrimonio Nacional del Centro Histórico de Mazatlán. En él se indicaban tres ejes que pretendían la recuperación del casco antiguo de la ciudad como un polo de desarrollo económico más que como un centro cultural para los mazatlecos. El objetivo era incorporar el área a la dinámica económica de la localidad y regresarle su antiguo esplendor para “venderse” turísticamente. La estrategia gubernamental entendía que el espacio ordinario, al estar restaurado crearía un flujo permanente de habitantes que al apropiarse del espacio público, generaría un entorno en el que confluiría el esplendor de antaño, con la tecnología y prácticas del presente, propiciándose un espacio atractivo para el turismo; la rehabilitación del hábitat edificado atrae a personas de

diferentes lugares (Torres, 2015), refiere a una autenticidad simbólica proyectada desde el lado de la oferta turística a partir de un conjunto de objetos o creencias (Rico, 2016).

La propuesta de la administración mazatleca compaginó con la tesis de Stern y Seifert (2010) quienes encontraron que un aspecto medular respecto a la cultura como elemento de renovación urbana y económica es que primeramente debe funcionar como factor de atracción para los habitantes quienes, al demandar más servicios y productos, coadyuvarán a crear un clúster cultural y con su interacción propiciarán una atmosfera atractiva para el visitante. En esta línea de argumentación tenemos entonces que por ello en Mazatlán fue fundamental regresarle al casco antiguo su función de *centro* como punto de reunión y esparcimiento para los habitantes, así como optimizar el uso del suelo y dar plusvalía a la zona, de ahí que no podemos dejar de lado que si bien el espacio se construye a partir de la vida social, son las dinámicas económicas las que determinan las diversas apropiaciones que el individuo hace del espacio, implicándose que en cada lugar -- aunque sea ordinario--, la identidad que el ser humano le atribuye es lo que culturalmente lo diferencia de cualquier otro sitio que ha sido habitado en el orbe (Alvarado, 2007).

La administración estatal de Francisco Labastida Ochoa (1987-1992) concretó el trabajo de recuperación de la zona al lograr que el gobierno federal destinara el financiamiento para rescatar el Teatro. El Patronato también aportó trabajo y dinero a la restauración. El 5 de diciembre de 1987, en pleno proceso de restauración, el Ángela Peralta dio su primera función. Tres años después, el 9 de diciembre de 1990 fue declarado Monumento Histórico y Patrimonio de la Nación. El 23 de octubre de 1992 fue reinaugurado por el presidente Carlos Salinas y se concretó el objetivo que motivó la acción colectiva de académicos, intelectuales y la sociedad que pugnó por su restauración y recuperación del área circundante como espacio de esparcimiento para los mazatlecos. Una vez restaurado el Teatro inició la segunda etapa para la recuperación de la

zona, para lo cual se incorporaron nuevos actores conformándose un sistema de gobernanza para gestionar y regular la recuperación de otros espacios aledaños al teatro. Se incorporó no sólo la entidad municipal y la sociedad civil organizada, también intervino el Instituto Nacional de Antropología e Historia para cuidar que se preservara el legado arquitectónico. Aunque los vecinos continuaban con la gestión para la recuperación del área, diversificaron las formas de participación, ya no sólo desde la trinchera social. Sobre este tenor, un entrevistado afirma:

... Un actor fundamental en esta segunda etapa de la rehabilitación de eje circunscrito al Ángela Peralta es el "Cayo" Urquijo, en ese entonces director del Teatro y de la Escuela de Artes, empieza una época de mucho trabajo productivo y bien para el Centro Histórico, se hacen muchos eventos, se organiza con tiempo y siempre hay algo para que el Teatro reviva su esplendor y la gente empieza a venir más al Centro Histórico. El Cayo Urquijo fue de las personas más importantes para el desarrollo del Centro Histórico, también vivía por aquí como todos los vecinos que nos gusta el área y nos negamos a irnos a otro lado (Presidente Asociación Proyecto Centro Histórico AC y Propietario del Restaurante Pedro y Lola. Julio 2013).

A mediados de la década de 1990 el Teatro estaba en funciones. La Plazuela Machado era el espacio de estudiantes que tomaban clases vespertinas en la Escuela de Artes y de sus padres que esperaban. Con el Teatro restaurado y el mejoramiento urbano pequeños negocios empezaron a instalarse. Sin embargo, la primera etapa fue muy difícil porque la afluencia de personas era insuficiente para un dinamismo económico, muchos quebraron.

...pero el lugar estaba en transición, nuevamente era el centro de reunión, antes sólo estaban aquí los que vivían por aquí, los vecinos de siempre. El proceso de reconstrucción y dinamismo económico fue por etapas, primero que se reconstruyera el Teatro, después, en los

noventas, que la gente viniera, la escuela de artes fue detonante para empezar eso, a partir de ahí se ve vida en la zona y entonces es posible un nuevo proceso... Los primeros negocios, pequeños, iniciaron para brindar servicios a los padres que esperaban a sus hijos, o a los jóvenes que esperaban por sus clases, inclusive había una parada de camiones que luego se cambió la ruta para dejar más libre la zona que rodeaba al teatro (Presidente Asociación Proyecto Centro Histórico, A.C. y Propietario Restaurante Pedro y Lola. Julio 2013).

El 22 de diciembre de 1997 los hermanos Gómez-Rubio, al darse cuenta del potencial económico del área, inauguraron el primer restaurante frente a la Plazuela, el "Pedro y Lola" con un estilo que concordaba con el ambiente cultural y de *glamour* de la Escuela de Artes y del Teatro; una de las características del Pedro y Lola es la incorporación del espacio público al privado, o dicho de otra manera, trascendió la actividad privada al espacio público ya que una estrategia para hacer indivisible el ambiente cultural de la zona con el del restaurante, fue el uso de banquetas como extensión de la propiedad privada, ubicando mesas y brindando servicio en las aceras. Si bien, casi una década antes, en la misma cuadra se abrió el bar "Café Pacífico" y se consideró por muchos años referente del área, el segmento de mercado era diferente y la actividad mercantil estaba contenida en el espacio privado. La apertura del "Pedro y Lola" marcó el inicio del proceso de transición del Centro Histórico como espacio de la sociedad mazatleca a espacio mixto, en el cual confluyen tanto locales como visitantes. El nicho de mercado del "Pedro y Lola" está encaminado a un cliente de clase media alta que disfrute de la buena música y un ambiente cultural, *un pro-sumer*. La incursión de la familia Gómez Rubio en la zona marcó nuevas pautas, por un lado era claro el objetivo de dar mayor plusvalía a sus predios, pero también se encontraba presente lo que Vega-Ayala (2013), indica como nostalgia del pasado, en virtud de son personas que aún habitan en el viejo Mazatlán, familias de antaño cuyos padres vivieron el antiguo esplendor mazatleco (Sociedad

Histórica Mazatleca, 1997). En este tenor, un año después, la misma familia adquirió un inmueble cercano al restaurante y el teatro e incorporan el primer hotel boutique en el área, denominado "The Melville", en honor a un viajero mercante estadounidense, reiterado visitante de Mazatlán en la década de 1840, quien afirmó: "todos vinieron a Mazatlán en esta época, no sólo estadounidense, también británicos, alemanes, rusos y franceses, esto hace a la ciudad única y multicultural" (Robertson-Lorant, 2006:184). Se regresa de nueva cuenta, a la reconstrucción del pasado para vivirlo en el presente.

... el momento que reconstruye el escenario de la plaza Machado es el que materializó la identidad multicultural como el primer lugar público de eventos sociales aristocráticos y populares, suntuosos y trágicos, de solemnes fiestas patrias, de jóvenes emocionadas y caballeros paseando alrededor mientras que escuchan música... de disfraces para los festejos del carnaval; un lugar donde alguna vez se hospedó Ángela Peralta y por cuyas sendas transitó el poeta Amado Nervo; pervive un espíritu del siglo XIX que aún se respira en la plazuela y en las calles que la rodean, un Mazatlán tradicional que se niega a morir (Torres, 2015:15).

La intervención de los hermanos Manuel y Alfredo Gómez Rubio marcó la pauta para dar un mayor uso al espacio del Centro Histórico, incorporándolo a la oferta turística del destino, utilizando para tal objetivo, la mixtura de espacios, es decir, una des-diferenciación de funciones entre el espacio privado y el espacio público en el área. En 2002 nació la Asociación Proyecto Centro Histórico, A.C., que con objetivos muy precisos buscó revitalizar económicamente el área. La meta central fue que el espacio ordinario se convirtiese en recurso turístico *"pero sin perder la esencia de ser un espacio de vida, que los vecinos de toda la vida sigan ahí, continúen habitándolo y haciendo de él un lugar diferente"* (Presidente Asociación. Mayo, 2013). Este último elemento indicado por el entrevistado permite observar la claridad que se tiene respecto a que el Centro

Histórico sólo funcionará como parte de los recursos turísticos del destino si en él persiste la sociedad que lo habita, pues el hecho de ser lugar de vida y ordinario para sus habitantes, es lo que le atribuye la connotación de diferente para el visitante.

A partir de este hecho, el incipiente sistema de gobernanza que organiza y regula el funcionamiento del circuito aledaño al Ángela Peralta y la plazuela Machado, adquiere fuerza para impulsar con mayor eficacia el proceso de revitalización (Nava y Valenzuela, 2014). En esta nueva etapa es necesario analizar cómo los negocios que ahí se localizan mezclan el uso del espacio privado y público para brindar servicio y facilitar la construcción de experiencias de los clientes, quienes no sólo consumen el servicio o producto por el que directamente pagan en el establecimiento, sino el que consumen la experiencia de vivir el ambiente, el urbanismo del Centro Histórico, que se gesta con la afluencia de individuos, locales y foráneos. De igual manera, es necesario estudiar cómo el uso del espacio público para eventos locales construye un entorno que invita al turista a participar y construir su experiencia *“viviendo”* las actividades que se realizan en el espacio público del *viejo Mazatlán*.

Creación de entornos y consumo del lugar: espacios des-diferenciados

Aquí hasta un pobre se siente millonario, aquí la vida se pasa sin llorar, cita la frase enfática de la canción de José Alfredo Jiménez en su corrido a Mazatlán, haciéndose alusión al ambiente, al urbanismo que se vive en la ciudad la cual, acostumbrada a la afluencia permanente de extranjeros, permite que los foráneos vivan la ciudad, sientan y experimenten este entorno único de cobijo, de integración y libertad que describe el canta-autor y otros visitantes. Estos elementos se conjuntan en ambiente que se vive en el espacio público del Centro Histórico, en donde la amabilidad de los habitantes al foráneo logra que este último se

sienta parte del lugar, integrándose y viviendo ese espacio en un momento específico del tiempo, creando su experiencia turística.

El proceso de revitalización modificó el entorno urbano pero logró una sintonía entre la confluencia de negocios, espacios habitacionales, e inclusive fincas que tienen un doble uso, funcionan como espacio de vida y laboral, como es el caso de algunos talleres-galerías (Nava, 2015). Además, la identidad de la zona se plasma en los edificios que dan cuenta de diversos lenguajes arquitectónicos, mantienen sus parámetros alineados a la calle, y guardan simetría en sus fachadas, arcos rebajados y de medio punto (Torres, 2015). González (2007) afirma que un Centro Histórico es la expresión de la historia más antigua de una sociedad, plasmada en su trama urbana, edificios, tradiciones y costumbres, y por ello mismo, son factibles de convertirse en zona atractiva para visitantes. En el caso de la incorporación del espacio público del Centro Histórico al ámbito turístico, ésta se propició desde el momento mismo de la apertura de negocios para regresarle el dinamismo socio-económico al casco antiguo de la ciudad. Si bien, los primeros consumidores fueron los padres de familia cuyos hijos asistían a la Escuela de Artes, lentamente, la oferta se diversificó y atrajo a otros consumidores locales y foráneos. El propietario de uno de los hoteles ubicados en la zona explica:

... a los turistas les gustan las cosas (el Centro Histórico) porque ven el gusto de los locales en las cosas. Los locales obviamente descubrimos y amamos la Plaza Machado mucho antes que los turistas... Pero los visitantes llegaron a Plaza Machado por el gusto que los locales tenemos de la zona, es el atractivo (Propietario de Hotel Machado. Enero, 2014).

En la fase inicial de consumo turístico del Centro Histórico, el mercado de cruceros fue fundamental, pues entre los principales atractivos se encontraba el caminar por *el viejo Mazatlán*, como argumenta un guía de turistas.

... en un inicio, cuando apenas el Centro Histórico empezaba a cobrar vida, los cruceros arribaban en la mañana y era casi obligado la visita al teatro y a la plazuela Machado, y el mercado; otros turistas querían ir a los pueblos de la sierra. Los que iban al centro caminaban viendo edificios, si se podía entraban a ver el teatro, se sentaban en la plazuela, había pocos negocios aunque ya existía la galería Nidart, la que vende las máscaras de cuero. El dinamismo del viejo Mazatlán llegó poco a poco, pero se fue cuando empezó la ola de violencia en el puerto, aunque otra vez llegan los cruceros ya no está el negocio como antes, ahora llegan muchos menos... (Juan Guzmán. Guía de Turistas. Feb. 2014).

Si bien el mercado de cruceros disminuyó drásticamente, ...

... su aportación en el consumo turístico en la zona era de mediana importancia, la principal actividad de los turistas era caminar y experimentar el área por un corto tiempo, ya que sólo desembarcaban por pocas horas y las distribuían en varias zonas de la ciudad (Propietario Hotel Machado. Marzo, 2014).

El mayor efecto negativo de la caída del mercado de cruceros se reflejó en otros servicios como la venta de souvenirs, transporte, servicio de guías de turistas, alimentos, arrendamiento de autos, deportes acuáticos y gravámenes entre otros (Santamaria y Flores, 2012:74-75). Sin embargo, a pesar de la contracción de este nicho de mercado en el destino, la creciente importancia de la zona se refleja en el incremento de los negocios e instituciones vinculadas al entretenimiento y ocio, todos ellos que, a partir del lado de la oferta turística aprovechan la atmósfera de antaño para ofrecer al visitante una autenticidad existencial, es decir, aquella que pone en relación a la experiencia turística con la dimensión personal y emocional del individuo, misma que es activada a partir de su propia experiencia (Rico, 2016).

En los primeros años del proceso de revitalización, de 1989 a 2000, sólo se instalaron 13 entidades vinculadas a la economía de la experiencia, 3 de ellas instituciones culturales: el INAH, el Teatro y la Escuela de Artes, pero que funcionaron como eje para que a ellas se circunscribieran la afluencia de personas y apertura de negocios. La tabla 1 muestra que, no obstante la zona estuvo abandonada casi por 4 décadas, de las empresas que actualmente existen en el área, 7 de ellas fueron instaladas desde la época original del Centro Histórico. La información revela que de las unidades que al cierre de 2014 existen en el Centro Histórico, 60% se instalaron a partir de 2008, lo que permite conjeturar que la zona ha madurado como punto de atracción de visitantes locales y foráneos, pues el aumento del número y diversidad de empresas hace evidente la demanda de productos vinculados no sólo a la economía de la experiencia, sino también a la economía nocturna¹¹, es decir, aquella cuyos negocios cuyo principal tiempo de servicio es a partir de las 6 de la tarde.

A su vez, la figura 1 ilustra el crecimiento exponencial de estos negocios a partir del año 2000, pero con mayor énfasis en 2012 y 2013, años en que se instalaron 29 de los 107 elementos existentes.

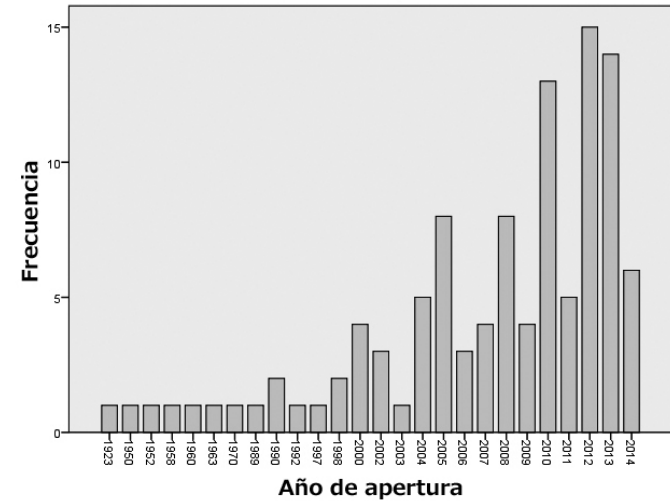
¹¹ La economía nocturna hace referencia a la industria del entretenimiento que opera durante la noche (Graça, 2008) sus alcances implican la transformación visual del entorno urbano, así como los ámbitos económicos y sociales del individuo, por lo que se considera como un aspecto importante para la renovación y revitalización de los centros históricos (Nouwelant y Steinmetz, 2013). Este tiempo de economía no refiere exclusivamente a locales o turistas, sino a consumidores.

TABLA 1. INSTALACIÓN DE EMPRESAS E INSTITUCIONES CULTURALES EN EL CENTRO HISTÓRICO 1923-2014

Año de apertura	Frecuencia	Porcentaje del total	Porcentaje acumulado
1923	1	,9	,9
1950	1	,9	1,9
1952	1	,9	2,8
1958	1	,9	3,7
1960	1	,9	4,7
1963	1	,9	5,6
1970	1	,9	6,5
1989	1	,9	7,5
1990	2	1,9	9,3
1992	1	,9	10,3
1997	1	,9	11,2
1998	2	1,9	13,1
2000	4	3,7	16,8
2002	3	2,8	19,6
2003	1	,9	20,6
2004	5	4,7	25,2
2005	8	7,5	32,7
2006	3	2,8	35,5
2007	4	3,7	39,3
2008	8	7,5	46,7
2009	4	3,7	50,5
2010	13	12,1	62,6
2011	5	4,7	67,3
2012	15	14,0	81,3
2013	14	13,1	94,4
2014	6	5,6	100,0
Total	107	100,0	

Fuente: Elaboración propia con SSPS a partir de Nava Zazueta, M. (2015). Censo de unidades económicas y recursos culturales en el Centro Histórico de Mazatlán.

FIGURA 1. DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIÓN DE EMPRESAS E INSTITUCIONES VINCULADAS AL ENTRETENIMIENTO Y OCIO CENTRO HISTÓRICO, 1923-2015



Fuente: elaboración propia con SSPS a partir de Nava Zazueta, M. (2015). Censo de unidades económicas y recursos culturales en el Centro Histórico de Mazatlán.

Respecto a la diversidad de las firmas localizadas, 42.1% corresponden al sector de alimentos, el rubro de alojamiento ocupa el segundo lugar al contabilizar 13 establecimientos que van desde hoteles de 2 a 4 estrellas, hoteles boutique y aquéllos que se catalogan como bed and breakfast. Los negocios de centros nocturnos también juegan un rol preponderante en el dinamismo de consumo, representan 10.3% del total, evidenciándose que el espacio del Centro Histórico cuenta con diversos nichos de mercado respecto a los rangos de edad (ver tabla 2), y compagina con la aseveración del Propietario del Hotel Machado quien argumenta que *la juventud mazatleca ha jugado un rol importante en el renacimiento del Centro Histórico pues han enfatizado mucho su diversión en la*

TABLA 2. GIRO DE EMPRESAS E INSTITUCIONES EN EL CENTRO HISTÓRICO DE MAZATLÁN VINCULADAS A ECONOMÍA DEL ENTRETENIMIENTO Y OCIO

Giro	Frecuencia	Porcentaje individual	Porcentaje acumulado
Alimentos	45	42,1	42,1
Gourmet o artesanal	4	3,7	45,8
Renta de bicicletas	2	1,9	47,7
Joyería	3	2,8	50,5
Teatro	1	,9	51,4
Escuela de Artes	1	,9	52,3
Centros nocturnos	11	10,3	62,6
Alojamiento	13	12,1	74,8
Estacionamiento	5	4,7	79,4
Galerías o taller de arte	11	10,3	89,7
Librerías	3	2,8	92,5
Museos	3	2,8	95,3
Spas	3	2,8	98,1
Tiendas de ropa	2	1,9	100,0
Total	107	100,0	

Fuente: elaboración propia con SSPS a partir de Nava Zazueta, M. (2015). Censo de unidades económicas y recursos culturales en el Centro Histórico de Mazatlán.

zona (Marzo, 2014). De igual manera, en concordancia con el flujo de visitantes a la zona, existen estacionamientos públicos que brindan servicio de 5 de la tarde a 3am, durante los días de mayor afluencia, de jueves a domingo.

Por su parte, las actividades que tradicionalmente están vinculadas a la producción cultural, éstas ascienden a 23 establecimientos y equivalen a 21.49% del total. Éstas son empresas como el Teatro, la Escuela de Arte, museos,

talleres de arte, diseño gráfico, diseño fotográfico, galerías de arte, librerías, mercado gourmet, heladería artesanal, entre otros. Excepto las galerías de arte que argumentan que su principal mercado es el extranjero, el resto de los establecimientos explicó que su principal mercado es local.

Además de las empresas e instituciones culturales localizadas en la zona, en la Plazuela Machado, los fines de semana se instalan alrededor de 24 vendedores ambulantes, entre ellos existen creadores que producen artículos emblemáticos de la zona, inclusive algunos ahí mismo los fabrican; son productores de cultura que censamos por separado en virtud de que no cuentan con un establecimiento formal, pero a través de la observación no participante y las reiteradas visitas al objeto de estudio, encontramos que éstos dotan de un entorno de unicidad al espacio fundamental del casco antiguo de la ciudad, sin embargo, éstos sólo se instalan de jueves a sábado por las tardes, pocos de ellos, colocan su puesto los domingos. Estos vendedores al utilizar el espacio público para ubicarse, y confluir con el espacio material utilizado para realización de eventos culturales como el festival de Jazz, la celebración de día de muertos y el festival cultural de Mazatlán, entre otros, contribuyen a que el visitante se sumerja en el pasado, pero además utilice su bagaje histórico e imaginación para vivir su propia experiencia turística (ver figura 2 y 3). La apropiación del espacio público por parte de los locales ha sido fundamental para que se genere ese entorno de lo ordinario siendo extraordinario, como argumenta el Propietario del Hotel Machado "a los extranjeros les gusta el Centro Histórico porque a los locales les gusta, y eso es atractivo para el turismo" (Marzo, 2014).

En este tenor, la práctica de algunos restaurantes de utilizar aceras y banquetas al brindar sus servicios, sumado al escenario creado por los vendedores culturales localizados en la plazuela, y los escenarios visuales y auditivos creados por los diferentes eventos como la del día de muertos, las callejoneadas, el día de la música, implica la reproducción de escenarios de antaño, el consumidor se puede ubicar en una mesa localizada en el espacio público

FIGURA 2. ESCENARIOS DEL CENTRO HISTÓRICO Y LA ECONOMÍA DE LA EXPERIENCIA



La imagen izquierda muestra un evento del Festival Cultural de Mazatlán, escenario montado sobre la calle Heriberto Frías, la imagen derecha muestra la afluencia en los restaurantes de la zona, utilizando el espacio público para ofrecer servicios privados.
Fuente: Instituto Municipal de Cultura, Arte y Turismo de Mazatlán, 2016.

FIGURA 3. CREADORES EN EL CENTRO HISTÓRICO Y CONSTRUCCIÓN DE ENTORNOS



La imagen izquierda muestra a una artesana creando una Muñeca de Maíz, con el atuendo típico de las mujeres pudientes en el auge de Mazatlán como punto comercial. Imagen central muestra artesana que elabora sus productos con insumos locales. La imagen derecha muestra a un vendedor que fabrica de manera artesanal cuadernos con insumos reciclados y pintado a mano.
Fuente: Miriam Nava Zazueta, enero 2017.

y sentirse parte – y consumir – el producto turístico que recrea el Mazatlán decimonónico, ambientado con luces y colores en las fachadas de los predios, que rememoran o intentar rememorar lo antaño¹², esto gracias a la estetización del área y el urbanismo que ahí se genera, esas interacciones entre los individuos que muestran que hay vida, pero que son vínculos anónimos, sin mañana, entornos de libertad y anonimato. Por ello, este circuito se ha convertido en un espacio con tintes del pasado y las ventajas de la modernidad, de tal manera que el turista, al igual que el local, puede participar físicamente y emocionalmente de los eventos al caminar, cantar, vivirlos, o únicamente experimentarlos visual y emocionalmente (ver figura 4). Es importante enfatizar que la mayoría de los eventos en el espacio público se realizan en la tarde-noche, esto se debe a que la principal afluencia se registra después de las 5 - 6 de la tarde, cuando las familias han terminado jornadas laborales y/o escolares. Respecto a los días de las actividades, no obstante a que el mayor flujo es el fin de semana, en un intento por incrementar la afluencia entre semana se ha implementado la estrategia de eventos culturales en el espacio público de lunes a viernes, predominantemente en horario vespertino (ver figura 4).

¹² Si bien existen posturas teóricas en contra de la extensión de los servicios de restaurantes y cafés al espacio de las aceras, banquetas y calles, eso sólo sucede en los días de alta afluencia vacacional y en la oferta de eventos especiales. Aunado a ello, a la población que circunda el área no parece molestarle el hecho que en determinadas fechas los negocios utilicen el espacio público para brindar servicios, una razón puede ser que los transeúntes utilizan el espacio de la Plazuela para desplazarse o bien el Malecón en el área de Olas Altas.

FIGURA 4. CALLEJONEADAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE MAZATLÁN



Callejoneada de día de muertos, se le dota de elemento identitario al hacerlo una actividad vinculada a elementos particulares de la localidad, denominándolo Carnaval de los muertos, combina elementos prehispánicos del día de muertos y los elementos alegóricos del carnaval.

Fuente: Instituto Municipal de Cultura, Arte y Turismo de Mazatlán.

Aunado a los eventos que permiten que los turistas se mezclen con los oriundos, la localización permanente de extranjeros en el Centro Histórico ha dotado al espacio urbano, público y privado, de un nuevo entorno, una identidad y un entorno diferente en el que los habitantes tradicionales han aceptado y asumido que los extranjeros ya forman parte del barrio como habitantes (aunque no todos se integran a la comunidad) y eso dota a la zona identidad diferenciada, pero también crea un entorno atractivo para el turismo; el habitar de los vecindarios se convierte en parte del producto turístico, el crisol de culturas, color de piel, idioma hace la diferencia (Nava, 2015).

En este tenor, el espacio público del Centro Histórico de Mazatlán juega el rol de escenario en el cual se llevan a cabo las interacciones sociales que generan el urbanis-

mo, y éste último manifestado en el casco antiguo de la ciudad produce entornos que son atractivos para el visitante, mismos que pueden ser consumidos pasivamente, sólo estando presente, o permitiéndose que el turista se convierta en un pro-sumer al participar activamente de las fiestas, las caminatas, el cantar, bailar, aun y cuando sea en el asiento mientras comparte una mesa, de esa manera, cada experiencia turística es diferente para cada individuo, pues él mismo determina su nivel de involucramiento y la forma de vivirlo a través de su bagaje y sus memorias.

Conclusiones

La transformación de las ciudades para el consumo turístico ha propiciado la mercantilización de espacios que tradicionalmente son utilizados o habitados por los residentes locales. Por ello, este documento inició con interrogantes básicas respecto a cuál es el rol que tiene la ciudad como impulsora de la economía de la experiencia a partir de la industria del entretenimiento y por qué en ella prolifera; más aún, cuál es la función del espacio público como punto de diversión y cómo es que éste se convierte en parte de los recursos turísticos de la urbe. La ciudad al albergar asentamientos humanos, no sólo es el soporte material para que el ser humano ahí se localice, sino que la interacción entre los individuos permite que se generen una serie de relaciones que propician lo urbano, de ahí que el lugar como espacio social es una conjunción de objetos materiales, personas, sistemas de relaciones sociales que implica diversidad cultural y pluralidad de significados, identidades y prácticas (Hudson, 2006; Nava y Soto, 2012). Por ello, en los destinos turísticos los espacios como lugar de vida emergen con uno de sus principales capitales, el cual es generado de manera no intencionada por el hombre pero emana de todas sus actuaciones y forma parte de la vida social, dotando así a estos lugares de una identidad que muestra la interacción del individuo con el espacio, propi-

cia el urbanismo y crea entornos atractivos para el visitante que se mezcla y vive los espacios públicos ordinarios.

El Centro Histórico de Mazatlán es un destino único con pequeñas calles y casas coloniales. Es seguro y permite que los visitantes se adentren en sus calles, en el bullicioso mercado, pero también en la Plazuela Machado, a la que llegan músicos y trovadores, artistas y vendedores de artesanías. La mayoría de los edificios en el Centro Histórico tienen una arquitectura neoclásica colonial y datan del Siglo XIX. Todo ello forma parte del espacio urbano y público del destino, y permite a los consumidores sumergirse en sus memorias y construir su experiencia turística. Aunado a ello, el casco antiguo de la ciudad es un lugar “vivo”, vibrante que con la intensa actividad cultural permite que un visitante pueda experimentar una puesta en escena y cenar en una casona de 150 años; y si bien gran parte de la actividad se realiza durante horario vespertino debido a la afluencia de personas, eso no significa que durante el día la zona sea un espacio inerte, continúa siendo un espacio público con dinamismo, menor en lo que refiere a consumo de entretenimiento, pero es un espacio *vivo* y *latente*, en el que confluyen casas habitación, negocios de entretenimiento, bancos, lavanderías, pastelerías, oficinas gubernamentales, de bienes raíces entre otros. Esta realidad se compagina entonces con la propuesta de Maitland (2010; 2013; 2016), y Condevaux, *et al.*, (2016), la práctica turística contemporánea ha modificado los espacios tradicionales construidos para el visitante impulsándose una des-diferenciación de espacios, pero si bien este fenómeno lleva a los turistas a incursionar en ámbitos diversos de la ciudad, consideramos que no es factible afirmar que los nuevos escenarios no son turísticos, pues si bien no fueron propuestos preeminentemente como tales, el visitante no se adentra a cualquier espacio público de la ciudad, aun con esta des-diferenciación de espacios, si bien los “no lugares” de Auge (1998), y la incorporación de lo ordinario representa una forma diferente al turismo clásico o tradicional, el desbordamiento de los visitantes a

los espacios ordinarios es selectivo en el sentido de que refiere a espacios con oferta de entretenimiento y ocio, pero además seguros y con permanente afluencia de clientes, la economía de la experiencia no hace diferencia entre consumidores locales y foráneos, se rompe la etiqueta de las burbujas turísticas.

Bibliografía

- Alvarado, L., (2005) “Viejo Mazatlán, donde todo comienza. Identidad, representaciones e historia” en Tesis Doctorado en Ciencias Sociales, UAS.
- Alvarado, F., L., (2007) “El Centro Histórico de Mazatlán: muchos espacios, muchos tiempos” en Lizárraga, A. *Nací de aquí muy lejos. Actores locales y turistas en el centro histórico*. México: UAS.
- Andersson, E., (2009) “Being-with-others: framing the ordinary as an extraordinary experience” en *ATLAS Annual Conference, Experiencing Difference-Changing Tourism and Tourists' Experiences*, Aalborg: 27-29.
- Ashworth, G., y S. J. Page, (2011) “Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes” en *Tourism Management*, 32(1): 1-15.
- Borja, J. y Muxi, Z., (2000) *El espacio público, ciudad y ciudadanía*. Barcelona: Diputación de Barcelona.
- Bramwell, B., (1998) “User satisfaction and product development in urban tourism” en *Tourism Management*, 19(1): 35-47.
- Carrión, F., (2004) “Espacio público: punto de partida para la alteridad” en Velásquez, F. (Comp.) *Ciudad e inclusión: Por el derecho a la ciudad*. Bogotá: Foro Nacional por Colombia, Fedevivienda y Corporación Región: 1-27.
- Casellas, A., y M. Pallares-Barbera, (2009) “Public-sector intervention in embodying the new economy in inner urban areas: the Barcelona experience” en *Urban Studies*, 46(5-6): 1137-1155.
- Condevaux, A.; Djament-tran, G., y M. Gravari-Barbas, (2016) “El antes y el después del turismo. Evolución de los lugares y el papel de los actores del turismo «fuera de lo común»” en *Análisis bibliográfico, Via@*, 1(9): 2-29.
- Diario Oficial de la Federación, (2001) Decreto que el Centro Histórico de Mazatlán será considerado zona de monumentos histórico, 12 de marzo de 2001.

Diniz-Carvalho, K., y R. Torres-Silva, (2014) "El teatro urbano como experiencia turística: Un análisis del potencial del municipio de Alcântara, Maranhão, Brasil" en *Estudios y perspectivas en turismo*, 23(3): 566-584.

Eisinger, P., (2000) "The politics of bread and circuses: Building the city for the visitor class" en *Urban Affairs Review*, 35(3): 316-333.

Ek, R.; et al., (2008) "A dynamic framework of tourist experiences: Space-time and performances in the experience economy" en *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8(2): 122-140.

Evers, H. D., (1984) "Urban landownership, ethnicity and class in Southeast Asian cities" en *International Journal of Urban and Regional Research*, 8(4): 481-496.

Fainstein, S.S., (2007) "Tourism and the commodification of urban culture" en *The Urban Reinventors*, (2): 1-20.

Fraga, J.; Khafash, L., y J. Córdova, (2015) "Turismo y ocio: mercantilización y consumo de espacios, lugares, objetos y emociones" en Fraga, J.; Khafash, L. y J. Córdova (Coords). *Turismo y ocio. Reflexiones sobre el caribe mexicano*. España: PASOS Edita: 25-43

Füller, H. y B. Michel, (2014) "'Stop being a tourist!' New dynamics of urban tourism in Berlin-Kreuzberg" en *International Journal of Urban and Regional Research*, 38(4): 1304-1318.

Gaja, F., (1993) *Métodos e instrumentos de intervención urbanísticas en las ciudades históricas*. México: Universidad Politécnica.

Gamboa, M. P., (2012) "El capital social de la comunidad anfitriona y la percepción de los turistas. Caso de los propietarios o empleados en el Centro Histórico de Mazatlán" en *Tesis de Maestría en Ciencias Sociales con énfasis en Estudios Regionales*. Facultad de Ciencias Sociales Mazatlán-UAS.

Gelter, H., (2006) "Towards an understanding of experience production" en *Articles on experiences*, (4): 28-50.

Gospodini, A., (2001) "Urban design, urban space morphology, urban tourism: an emerging new paradigm concerning their relationship" en *European Planning Studies*, 9(7): 925-934.

Godart, F., (2015) "Trend Networks: Multidimensional Proximity and the Formation of Aesthetic Choices in the Creative Economy" en *Regional Studies*, 49(6): 973-84.

González, R., (2007) "Metodología para establecer orden de prioridad de intervención en un centro histórico con vista a su desarrollo turístico", en *Retos turísticos*, 6(2): 9-13.

Gülden, D., y C. Giritlioglu, (2008) "The evaluation of urban quality and vitality of the Istanbul historical peninsula, Eminönü district" en *Transportation*, 5 (1): 97-117.

H. Ayuntamiento de Mazatlán, (1975) Plan Director de Mazatlán.

H. Ayuntamiento de Mazatlán, (2003) Plan Maestro de Turismo, Mazatlán XXI.

Hannigan, J., (2002) "Cities as the physical site of the global entertainment economy" en Raboy, M. (Edr.). *Global Media Policy in the New Millennium*. United Kindom: University of Luton Press: 181- 195

Hannigan, J., (2007) "From fantasy city to creative city" en Richards, G. y J. Wilson (Edrs.) *Tourism, creativity and development*. London: Roudledge: 48-56.

Hudson, R., (2006) "Regions and place: music, identity and place" en *Progress in Human Geography*, 30(5): 626-634.

Jacobs, J., (1992) *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Vintage Books. Versión original 1961.

Jansen-Verbeke, M., (1998) "Tourismification of historical cities" en *Annals of Tourism Research*, 25(3): 739-742.

Joseph, I., (1999) *Retomar la ciudad: el espacio público como lugar de la acción*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Joseph, I., (2002) *El transeúnte y el espacio urbano. Ensayo sobre la dispersión del espacio urbano*. Barcelona: Gedisa.

Judd, D. R. y S. Fainstein, (1999) *The touristic City*. New Haven: Yale University.

Judd, D.R., (2003) "El turismo urbano y la geografía de la ciudad" en *Eure*, 29(87): 51-62.

Karski, A., (1990) "Urban tourism: A key to urban regeneration" en *The Planner*, 76(13): 15-17.

Lee, Y., (2015) "Creating memorable experiences in a reuse heritage site" en *Annals of Tourism Research*, (55): 155-170.

Lefebvre, H., (1973) *De lo rural a lo urbano*. España: Península.

Lorentzen, A., (2009) "Cities in the experience economy" en *European Planning Studies*, 17(6): 829-845.

- Maitland, R., (2010) "Everyday life as a creative experience in cities", en *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(3): 176-185.
- Maitland, R., (2013) "Backstage behaviour in the global city: Tourists and the search for the 'real London'" en *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (105): 12-19.
- Maitland, R., (2016) "Everyday Tourism in a World Tourism City: Getting backstage in London" en *Asian Journal of Behavioral Studies*, 1(1): 13-20.
- Marrero, G., (2008) "La producción del espacio público. Fundamentos teóricos y metodológicos para una etnografía de lo urbano" en (Con) *textos: revista d'antropologia i investigació social*, (1): 74-90.
- Marrero, G., (2016) "Objetos textuales y dispositivos colaborativos: de la etnografía como plataforma pública" en *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 71(1): 31-38.
- Mota, J.; Rosa, P. y A. García, (2013) "Perspectivas y tensiones del espacio público: los habitantes de la calle en la ciudad autónoma de Buenos Aires" en *Cuaderno urbano*, 15(15): 49-69.
- Nava, M., (2013) *Innovación en el territorio y capacidad competitiva de los destinos turísticos. Redes y capital territorial en Mazatlán*. México: Juan Pablos Editor – Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Nava, M., (2015) "Censo de unidades económicas y recursos culturales en el Centro Histórico de Mazatlán". Proyecto Profapi2013/122.
- Nava, M., (2015) "Inmigrantes en el Centro Histórico de Mazatlán: difusión del arte visual y modificación del espacio urbano. El caso del Art Walk" en Montoya, E. y M. Nava, (Coords). *Migración de retorno en América Latina. Una visión multidisciplinaria*. México: Juan Pablos Editor-UAS.
- Nava, M. y B. Valenzuela, (2014) "Acción colectiva y gobernanza del Centro Histórico de Mazatlán. Recuperación y conversión a espacio turístico" en *Ánfora*, 21(36): 125-148.
- Pappalepore, I.; Maitland, R., y A. Smith, (2010) "Exploring urban creativity: visitor experiences of Spitalfields, London" en *Tourism Culture and Communication*, 10(3): 217-230.
- Pappalepore, I.; Maitland, R., y A. Smith, (2014) "Prosuming creative urban areas. Evidence from East London" en *Annals of Tourism Research*, (44): 227-240.
- Park, R., (1999) *La ciudad y otros ensayos de ecología urbana*. Traducción Emilio Martínez, España: Ediciones del Serbal (Versión original 1929).

- Pine, J. y J. Gilmore, (1998) "Welcome to the experience economy" en *Harvard Business Review*, Julio-Agosto, (76): 97-105.
- Ramírez-Kuri, P., (2015) "Espacio público, ¿espacio de todos? Reflexiones desde la ciudad de México" en *Revista mexicana de sociología*, 77(1): 7-36.
- Reverté, F., y S. Pérez, (2009) *Ciudades efímeras: transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos* (Vol. 4). Editorial UOC.
- Rico, E., (2016) "La correspondencia entre la construcción de experiencias auténticas y la interpretación del patrimonio. Reflexiones desde la autenticidad existencial" en *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(2): 495-508.
- Richards, G., y J. Wilson, (2007) "The creative turn in regeneration: Creative spaces, spectacles and tourism in cities" en Smith, M. (Coord). *Tourism, culture and regeneration*. London: CAB International:12-24.
- Robertson-Lorant, L., (2006) "Melville en Mazatlán" en Shobert, L. y E. Hernández (Edrs). *Raíces de Mazatlán: Fundación, política, música y viajeros*. México: Facultad de Ciencias Sociales-UAS, Instituto Municipal de Cultura, Turismo y Arte de Mazatlán, Asociación de Gestores del Patrimonio Histórico y Cultural de Mazatlán, A.C.
- Rogerson, C., (2013) "Urban tourism, economic regeneration and inclusion: Evidence from South Africa" en *Local Economy*, 28(2):188-202.
- Salcedo-Hansen, R., (2002) "El espacio público en el debate actual: Una reflexión crítica sobre el urbanismo post-moderno" en *Eure*, 28(84): 5-19.
- Sánchez, J.; et al., (2011) "El turismo urbano en dos continentes. Sur de Europa versus Norte de África" en *Arqueología y Turismo en el Círculo del Estrecho, Colección de Monografías del Museo Arqueológico del Tetuan* (III): 89-106.
- Santamaria, A., (2002) *El nacimiento del Turismo en Mazatlán, 1923-1971*. México: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Santamaria, A., (2005) *Del alba al anochecer, el turismo en Mazatlán (1972-2004)*. México: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Santamaria, A., (2007) "El Centro Histórico de Mazatlán como oferta turística" en Lizárraga, A. (coord.), *Nací de aquí muy lejos. Actores locales y turistas en el centro histórico*. México: Universidad Autónoma de Sinaloa: 61-120.
- Santamaria, A. y S. Flores, (2012) *Escenarios de violencia e inseguridad en los destinos turísticos: Mazatlán como estudio de caso*. México: UAS.

Scott, A. y M. Storper, (2013) "La naturaleza de las ciudades: el alcance y los límites de la teoría urbana" en *Espacialidades*, 3(2): 6-33.

SEDUE, (1990) Mazatlán, Plan Parcial Centro Histórico Mazatlán.

Sennett, R., (2001) "El capitalismo y la ciudad" en Martin Ramos, A. (Ed). *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Ediciones UPC, 213-220.

Silva, A., (2006) *Imaginario urbanos*. Quinta Edición. Bogotá: Arango Editores

Sociedad Histórica Mazatleca, (1997) *Mi viejo Mazatlán. Memorias del Jegro*. México: Time Editores.

Stasiak, A., (2013) "Tourist product in experience economy" en *Tourism*, 23(1): 27-36.

Stern, M., y S. Seifert, (2010) "Cultural clusters: The implications of cultural assets agglomeration for neighborhood revitalization" en *Journal of Planning Education and Research*, 29(3): 262-279.

Sthapit, E., y D. Coudounaris, (2017) "Memorable tourism experiences: antecedents y outcomes" en *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 1-23 [En línea] Inglaterra, disponible en: <http://dx.doi.org/10.1080/15022250.2017.1287003> [Consultado el 08 de febrero de 2017]

Szmigin, I., et al., (2017) "Socio-spatial authenticity at co-created music festivals" en *Annals of Tourism Research*, (63): 1-11.

Torres, P., (2015) *El escenario posmoderno del turismo cultural. Caso: Centro Histórico de Mazatlán*. México: Universidad Autónoma de Sinaloa – Juan Pablos.

Uriely, N., (2005) "The tourist experience: Conceptual development" en *Annals of Tourism research*, 32(1): 199-216.

Urry, J., (2008) "La globalización de la mirada del turista. Barcelona Metrópolis" en *Revista de información y pensamientos urbanos*, (72): 48-57.

Urry, J., (2002) "Mobility and proximity" en *Sociology*, 36(2): 255-274.

Veblen, T., (1974) *Teoría de la clase ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica.

Violier, P. y M. Zarete, (2007) "Turismo urbano y políticas para su gestión en Francia y España" en *Estudios geográficos*, 68(262): 321-347.

Wirth, L., (2005) *Urbanism as a way of life. The Urban Sociology Reader*. New York: Routledge: 32-42. Versión original, 1938.

Yagüe, J., (2010) "Revitalización vs Rehabilitación" en *Congreso Internacional Rehabilitación y Sostenibilidad: el futuro posible*. Barcelona, 4 al 6 de octubre.

Zhu, J., (2004) "From land use right to land development right: institutional change in China's urban development" en *Urban Studies*, 41(7): 1249-1267.

Zukin, S., (1996) *The cultures of cities*. USA: Wiley-Blackwell.

Zukin, S., (2008) "Consuming authenticity: From outposts of difference to means of exclusion" en *Cultural Studies*, 22(5): 724-748.

Fecha de recepción: 28 de marzo de 2017

Fecha de aceptación: 5 de mayo de 2017

Desarrollo urbano y geografía del comercio ambulante en Culiacán

Guillermo Ibarra Escobar¹
Universidad Autónoma de Sinaloa

Resumen

En este artículo se estudia el comercio ambulante callejero que ha cobrado fuerza en las últimas tres décadas en la ciudad de Culiacán, México, coincidiendo con una reurbanización neoliberal. Se realiza una caracterización de este proceso urbano, los mercados laborales, el avance de la pobreza y el autoempleo, mostrando a la expansión del comercio ambulante y callejero como respuesta a la contracción del espacio económico formal. A partir de un trabajo exploratorio, se presenta una cartografía urbana que muestra la distribución geográfica de estos vendedores en el territorio de la ciudad y se formula un perfil sociodemográfico de los mismos. A la luz de una revisión de la literatura académica sobre el comercio ambulante en diferentes ciudades del mundo y las metodologías utilizadas en su estudio, se problematiza sobre los desafíos teóricos del estudio del comercio ambulante en ciudades como Culiacán.

Palabras clave: *Geografía urbana, vendedores ambulantes, urbanización neoliberal.*

Abstract

In this paper we shall analyze the street vendors in Culiacan, Mexico in past three decades. Culiacan experiences at this time a neoliberal re-urbanization, characterized for the impoverishment of labor markets and growth of self-employment. As a result, there is an expansion of street vending activity and mobile vendors, growing of informal economy, and precarious self-employment. We offer an explorative survey of street vendors of Culiacan, creating an urban cartography of those economic units, and their socioeconomic profile. Based upon a theoretical and methodological review of academic literature, the article discusses theoretical challenges of street vending in cities like Culiacan.

Keywords: *Urban geography, street vendors, neoliberal urbanization.*

¹ Doctor en Economía. Profesor-Investigador en la Universidad Autónoma de Sinaloa. Correo Electrónico: gibarra@uas.edu.mx

Para este trabajo contamos con apoyo financiero de Conacyt, proyecto de ciencia básica 254988. Asimismo, agradecemos a dos revisores anónimos sus observaciones, que fueron determinantes para mejorar este artículo, y al equipo de investigación del proyecto en la Facultad de Estudios Internacionales y Políticas Públicas de la Universidad Autónoma de Sinaloa: la profesora Tania Ceballos, y los estudiantes de la licenciatura en Estudios Internacionales, Hussien Badwan, Andrea Loaiza, Fernanda Lizárraga y Carlos Rea.

Introducción

Una de las características de la nueva urbanización que avanzó con la restructuración del capitalismo global desde finales de los setenta, fue el crecimiento de la pobreza y la exclusión del mercado laboral de individuos que en el anterior modelo del capitalismo keynesiano eran incorporados a la economía por medio de un sistema productivo orientado al consumo, que utilizaba a los mismos trabajadores como consumidores, es decir, los salarios reales mejoraban con el aumento de la productividad y las ganancias, creando una creciente demanda efectiva que favorecía la acumulación de capital. Desde el Estado se complementaba este mecanismo con un sistema de bienestar que garantizaba acceso a servicios básicos de salud, educación, vivienda, para los que no accedieran a ellos por vía del mercado.

Con el capitalismo neoliberal, crece el conjunto de la población excluida tanto del mercado laboral, como del acceso a bienes públicos de seguridad social. Esta exclusión y empobrecimiento han sido caracterizados por Sassen (2014) como parte de la nueva lógica del capitalismo corporativo, que privilegia al sector financiero por sobre el aparato productivo de bienes y servicios. La remoción de las personas de la vida productiva y por consiguiente del consumo, forma parte de un conjunto de expulsiones de alcance global, que reduce de manera predatoria espacios económicos y sociales. Con ello se ha intensificado la incorporación de fuerza laboral e incluso de pequeños empresarios a la economía callejera en metrópolis de diferente tamaño. Ya no se trata de un fenómeno de marginalidad urbana (Oliven, 1980), pues no ocurre en los "márgenes" de la vida económica y social de las ciudades, sino que está integrado en el centro mismo de las formaciones predatorias del capitalismo a las que se refiere Sassen.

A fines de los setenta y principios de los ochenta surgió en la sociología urbana, una literatura neomarxista con influencia de Lefebvre, Harvey y Castells que incorporó a la calle en los espacios públicos como objeto de estudio

(Cruz, 2015). Asimismo, con el tránsito del uso de categorías de clases sociales al de grupos identitarios específicos, cambió el análisis de macroprocesos como "industrialización y modernización" a microprocesos urbanos y de actores sociales específicos, incluyendo la vida cotidiana, y proliferaron estudios sobre los vendedores ambulantes. El análisis de la población que se dedicaba al comercio informal ganó atención a partir de los sesenta, asociado al fenómeno de la migración rural y urbana, el crecimiento de las ciudades y aparición de nuevas formas de pobreza y desempleo, denominada como "marginalidad". Aparecieron estudios sobre pobreza, enfocándose en familias, como en los libros "Antropología de la pobreza" y "Los hijos de Sánchez" (Lewis, 1965; 2012) y "Cómo sobreviven los marginados" (Lomnitz, 1989). Posteriormente avanzó el estudio de la economía informal en las áreas urbanas de México, sobre todo en las actividades de comercio y servicios, generando una creciente literatura académica, centrada en la ciudad de México, seguida de estudios sobre Guadalajara, Monterrey, puertos y ciudades fronterizas (Jaramillo, 2007; Silva, 2010; Cross, 1998; Monnet, 1990; Fuentes *et al.* 2012; Medina, 2005; Peña, 1999; Niño, 2013; Aldrete, 2005; García, 2011; De Alba, 2005; Wilson *et al.* 2012; Crossa, 2008; Olivo, 2009; Suárez *et al.* 2016).

En las ciudades sinaloenses, este fenómeno ha sido abordado de forma colateral en el análisis de la economía y la vida urbana, mercados de trabajo y la calidad de vida de las familias (Santiesteban, 2014; Ibarra, 1997, 2007, 2008, 2010; Beraud, 2001, 2004, 2006; Roldán, 2006; Rivas, 2006; Velarde, 2008; Watanabe, 2006). Al mismo tiempo, hay una atención de la prensa y diferentes medios de comunicación sobre la problemática de los vendedores ambulantes en las ciudades mexicanas. En Culiacán es todavía un tópico con poca intensidad en la opinión pública. En una consulta en Google, se introdujeron las palabras "vendedores ambulantes" complementados por el nombre de diferentes ciudades y encontramos que Culiacán tiene menores entradas. Por ejemplo, Mérida apareció con 122000; Saltillo, 70000; Los Cabos, 68000; Tijuana-

na, 38400; Tepic, 32300; Hermosillo, 27800; Reynosa, 19200; Mazatlán, 20900 y Culiacán solo 9780 (Consulta propia del 25 de abril de 2017). Esto permite conjeturar de inicio, que la cuestión de la economía informal no se encuentra de forma prioritaria en las agendas de política, aunque existen conflictos cíclicos sobre reubicación de comerciantes callejeros en el centro de la ciudad y los tianguis.

En las últimas décadas avanzó en Culiacán una reurbanización neoliberal, caracterizada por un empresarialismo en la gestión pública y gobernanza orientada a la competitividad económica y la creación de una imagen atractiva a la inversión y el turismo. Como contraparte, favorece la aparición de una economía terciaria extendida y de mayor flexibilidad, profundiza las desigualdades sociales, aumenta la pobreza, intensifica la inseguridad (Soja, 2010; Scott, 2008; Smith, 2002; Kipfer y Keil, 2002). Como parte de esta nueva urbanización se masifican las expulsiones de trabajadores del mercado laboral, provocando el crecimiento de la economía informal y los vendedores de la calle. En este artículo realizamos una caracterización de las unidades económicas callejeras ambulantes de comercio de Culiacán, así como su geografía urbana, para comprender cómo los espacios públicos son lugares cada vez más importantes para la sobrevivencia económica.

Urbanización, pobreza y precarización laboral

Ibarra y Ceballos (2015) muestran cómo Culiacán fue impactada por la reciente ronda de globalización que inició en el mundo a mediados de la década de los sesenta. A nivel planetario se experimentó una crisis urbana que impactó no solo a las grandes metrópolis como Nueva York, Londres, París, Chicago, Los Ángeles, Berlín, Ciudad de México, sino al conjunto de ciudades en los diferentes países de diferente tamaño, mostrando una realidad anunciada por Lefebvre (1970) en el libro *La Revolución urbana*.

Se configuró un sistema urbano planetario interconectado por nuevos sistemas de comunicación, tecnologías digitales, cadenas de producción transnacionales, integración comercial y política, hibridación cultural, universalización de estilos de vida individualista impulsada por el populismo consumista de la economía neoliberal y los medios masivos de información y comunicación. Las nuevas formas urbanas físicas y sociales, aparecieron en las ciudades-regiones globales, pero se replicaron en todos los continentes, con nuevos procesos: reurbanización de la antigua ciudad, suburbanización policéntrica, fractalización social, gentrificación, avance de la inseguridad, aparición de ecologías del miedo, construcción de fortalezas y comunidades cerradas, arquitectura posmoderna, entre otros cambios.

En este artículo solo nos enfocaremos en uno de los rasgos de esta nueva urbanización, la precarización de los mercados laborales y la aparición de una creciente economía callejera donde encuentran ocupación quienes tienen desventaja en acceder a empleos formales bien remunerados.

Culiacán Rosales es la ciudad capital de Sinaloa y cabecera del municipio del mismo nombre, tiene actualmente 738 747 habitantes (2017); concentra 31.1% de la población y 40.1% del PIB del estado. Su PIB per cápita de 11 297 dólares en 2014 fue superior al de los demás municipios y similar al promedio nacional (Ibarra, 2015). Según Banamex (2011), el municipio de Culiacán es una economía de similar tamaño a los estados de Colima y Tlaxcala, su captación bancaria por habitante es 1.6 veces el promedio estatal y 1.3 veces el nacional, funcionando así como centro financiero en la región noroeste de México. Esto es resultado de la fuerte transformación económica y urbana de las últimas décadas.

Hasta los setenta la urbanización de Culiacán fue lenta, al funcionar como centro de servicios de una región agroexportadora subindustrializada. No tuvo el empuje de una industrialización que le hiciera crecer más aceleradamente. El siglo XX heredó la vieja traza urbana de la

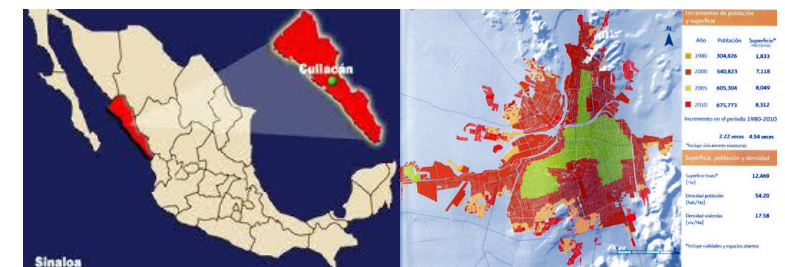
villa colonial existente desde el siglo XVI y las edificaciones acumuladas por siglos en el margen sur del río Tamazula (Ibarra y Ruelas, 1994). En la década de 1940, en una superficie de alrededor de 800 hectáreas se concentraban todos los edificios públicos, universidad, congreso estatal, catedral, presidencia municipal, negocios, fábricas, teatro, hoteles, barrios de ricos y barrios de pobres (Verdugo, 1981). Esto empezó a cambiar en 1948 cuando entró en operación la presa Sanalona que introdujo la agricultura intensiva de riego al Valle de Culiacán. En 1960 superó los 150 mil habitantes y poco a poco articuló a su alrededor antiguos pueblos y ranchos subsidiarios, transformándose en una metrópoli que es actualmente el área urbana número 13 en el país. Con esta nueva dinámica se convirtió en la principal ciudad de Sinaloa superando a Mazatlán que era el centro industrial y comercial más importante. Ahora, constituye una posmetrópoli del tercer mundo, aunque marginal en el sistema de ciudades de México, pues es superada en complejidad e importancia económica por Guadalajara, ciudad de México y Monterrey, sino también por Puebla, Querétaro y Tijuana.

La explosión demográfica y ampliación de la mancha urbana que inició en los 1970 avanzó en todas direcciones, aunque con mayor fuerza hacia el noreste (figura 1). El antiguo centro urbano que venía retransformándose, perdió importancia por la aparición de nuevos asentamientos y la aparición de suburbios, tanto opulentos como precarizados. En 1980 la mancha urbana de Culiacán cubrió 1 833 hectáreas, y casi se cuadruplicó al llegar a 7 118, en 2000, ampliándose aún más a costa de las riveras de los ríos en los años subsiguientes, elevándose en 2010 a 8 312 hectáreas (Sedesol, 2012a). Es decir, en tres décadas se duplicó la población de la ciudad y su mancha urbana se expandió en 4.5 veces. Actualmente supera a las 12 mil hectáreas.

Esto cobra mayor relevancia que en las dos décadas previas, entre 1960 y 1980 la población de la ciudad creció 3.5 veces, con ello avanzaron procesos de segregación social y residencial, parte de una reurbanización neoliberal

que hizo a Culiacán una metrópoli policéntrica, fragmentada física y socialmente, con una economía flexible y conectada a los circuitos económicos y de cultura global, la formación de imaginarios urbanos cosmopolitas, aumento de la desigualdad, pobreza e incremento de la inseguridad.

FIGURA 1. MANCHA URBANA DE LA CIUDAD DE CULIACÁN ROSALES



Fuente: Sedesol, (2012b).

El nuevo Culiacán germinó entonces a partir de una ciudad parroquial, de la que sólo quedan restos y retazos de diversas épocas en el centro histórico. Sus calles eran irregulares, pavimentadas solo en algunas partes (Verdugo, 1980), con un sistema de transporte público deficiente, y existía un comercio ambulante rudimentario, consistente en vendedores de carbón, leña, aceite para las cachimbas (lámparas caseras), leche, paletas, dulces, nieves. Los pocos puestos de comida o mariscos en la calle eran semifijos (Villaseñor, 2015). Esto cambiaría drásticamente al crecer la mancha urbana. Se multiplicaron negocios, fábricas, instituciones, centros comerciales, instituciones educativas, centros de recreo, nuevas vialidades, de tal suerte que la ciudad recibía a una población inmigrante que se incorporaba a esa "fábrica social", conformándose un proletariado urbano que encontró dificultades para conseguir empleos para garantizar niveles básicos de bienestar, creando una extendida economía informal, y como parte de ella, un comercio ambulante que fue ocupando gradual-

mente los espacios públicos, constituyendo una economía de la calle, cuyos actores son personas con escaso capital social y desventaja laboral, que encuentran en la vía pública una oportunidad de autoempleo.

La urbanización neoliberal ha transformado los mercados laborales urbanos, deteriorando de manera continua las remuneraciones del sector formal desde la década de los ochenta y expandiendo las ocupaciones informales también con ingresos bajos (Ibarra, 1997). En la década actual la depauperización laboral se intensificó, con dos características: más población trabajadora con peores ingresos.

Crecimiento del mercado laboral

El crecimiento de la población trabajadora es sorprendente, pues en 2010-2017, según cifras de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), 80 por ciento del crecimiento neto de la población de la ciudad de Culiacán fue equivalente al total de nuevos entrantes al mercado laboral. La población total de la ciudad creció en ese periodo de 693 515 a 738 747, a una tasa de crecimiento media anual (TCMA) de 0.9%, contrastando con un mayor crecimiento de la población ocupada a una tasa de 1.6%, el doble que la población en su conjunto. En términos absolutos, la población total creció en forma neta 6 462 personas en promedio al año, mientras que la población ocupada aumentó 5 180 (80%) (ver tabla 1). Por sector económico, las ocupaciones terciarias predominan, y elevan su contribución al total de las ocupaciones de 73.3% en 2010, a 79.1% en 2017, significando que cuatro de cada cinco individuos que cuentan con una ocupación se ubican en comercio y servicios. Esto refuerza la histórica subindustrialización de Culiacán (Ibarra, 1993), pues la manufactura en la década de los ochenta tuvo una contribución al empleo total superior a 12%, en 2010 apenas alcanzó 9.4% y en 2017 se redujo a 8.8%, siendo superado por el sector de construcción impulsado por el fuerte crecimiento urbano, al contribuir con 9.0%.

La terciarización de Culiacán es paradójica, pues el comercio sigue siendo alrededor de la cuarta parte del total de la economía (pasó de 26.5 a 24.5% del total), sin embargo, se puede identificar a un sector que es de alta productividad y más moderno como los servicios profesionales, financieros y corporativos que fueron los de mayor tasa de crecimiento en 2010-2017 con 6.2% promedio anual, elevando su contribución a la población ocupada en la economía urbana de 6.8% a 9.3%. También el sector terciario se convirtió en gran generador de ocupaciones. Si consideramos que en 2010-2017, la economía urbana en su conjunto, creó en promedio anual, en términos netos, 5 180 ocupaciones, tan sólo el sector terciario contribuyó a crear 4 935 de todas ellas, es decir, una cifra equivalente a 95%. Esto profundiza una bipolaridad de esta terciarización económica, pues junto a las actividades terciarias tradicionales de baja productividad, avanza también un sector moderno minoritario (ver tabla 1) (Ibarra, 1995).

Pauperismo laboral

El carácter precario de la expansión de la economía urbana y sus mercados laborales, se advierte en el crecimiento de la población ocupada que recibe hasta dos salarios mínimos que pasó de 22.5% a 26.9% del total, o bien, visto en términos absolutos, de las 5 180 nuevas ocupaciones creadas en promedio anual en el periodo, 3 319 fueron de esta categoría de ingresos. Esto significa que 64% de las nuevas ocupaciones fueron de personas que ganan hasta dos salarios mínimos, es decir, se tiene una urbanización con mayor pobreza.

Por contraste, hubo una pérdida de ocupaciones de personas que reciben ingresos de más de tres salarios mínimos. En 2010 la población ocupada con ingresos superiores a tres salarios mínimos fue 49.3% del total de la economía urbana, en 2017 constituyeron solo 32.9%. Esta reducción se advierte con mayor claridad en términos absolutos, pues desaparecieron al año en la economía de

TABLA 1. CIUDAD DE CULIACÁN, 2010,2017: POBLACIÓN OCUPADA POR SECTOR DE ACTIVIDAD

	2010	%	2017	%	CN	CNA	TCMA
Población total	693515		738747		45,232	6,462	0.9
Población ocupada	309,336	100.0	345,593	100.0	36,257	5,180	1.6
Primario	9,529	3.1	6,476	1.9	-3,053	-436	-5.4
Agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca	9,529	3.1	6,476	1.9	-3,053	-436	-5.4
Secundario	59,152	19.1	64,391	18.6	5,239	748	1.2
Industria extractiva y de la electricidad	2,442	0.8	2,894	0.8	452	65	2.5
Industria manufacturera	29,077	9.4	30,502	8.8	1,425	204	0.7
Construcción	27,633	8.9	30,995	9.0	3,362	480	1.7
Terciario	238,988	77.3	273,535	79.1	34,547	4,935	1.9
Comercio	81,959	26.5	84,656	24.5	2,697	385	0.5
Restaurantes y servicios de alojamiento	27,063	8.7	30,657	8.9	3,594	513	1.8
Transportes, comunicaciones, correo y almacenamiento	14,849	4.8	16,635	4.8	1,786	255	1.6
Servicios profesionales, financieros y corporativos	21,039	6.8	32,130	9.3	11,091	1,584	6.2
Servicios sociales	34,434	11.1	44,497	12.9	10,063	1,438	3.7
Servicios diversos	39,313	12.7	42,496	12.3	3,183	455	1.1
Gobierno y organismos internacionales	20,331	6.6	22,464	6.5	2,133	305	1.4
No especificado	1,667	0.5	1,191	0.3	-476	-68	-4.7

Fuente: ENOE, 2010-2017 (<http://bit.ly/2qbfyTv>)

la ciudad de Culiacán 5 663 ocupaciones con este nivel de ingresos —que superan a los 5 180 nuevas ocupaciones

anuales— Y fueron reemplazadas con otras que reportan ingresos menores. No obstante, podemos conjeturar que junto a la precarización de la economía urbana y sus mercados laborales, surge un sector (registrado de manera difusa en la ENOE), que pudiese tener ingresos similares al promedio. Se trataría de la economía callejera en permanente expansión, de la que nos ocuparemos en este artículo, pues se advierte que en el rubro de ingreso “no especificado”, se pasó de 1.4% del total de la población ocupada a 15%; en términos absolutos de 4 384 a 51 729 (ver tabla 2).

TABLA 2. CULIACÁN, 2010, 2017. POBLACIÓN OCUPADA POR NIVEL DE INGRESO

	2010	%	2017	%	CN	CNA	TCMA
Total	309,336	100.0	345,593	100.0	36,257	5,180	1.6
Hasta un salario mínimo	17,101	5.5	22,136	6.4	5,035	719	3.8
Más de 1 hasta 2 salarios mínimos	52,491	17.0	70,691	20.5	18,200	2,600	4.3
Más de 2 hasta 3 salarios mínimos	69,849	22.6	77,635	22.5	7,786	1,112	1.5
Más de 3 hasta 5 salarios mínimos	91,892	29.7	73,592	21.3	-18,300	-2,614	-3.1
Más de 5 salarios mínimos	60,596	19.6	39,254	11.4	-21,342	-3,049	-6.0
No recibe ingresos	13,023	4.2	10,556	3.1	-2,467	-352	-3.0
No especificado	4,384	1.4	51,729	15.0	47,345	6,764	42.3

Fuente: ENOE, 2010-2017 (<http://bit.ly/2qbfyTv>)

Tenemos entonces que en Culiacán creció más la población ocupada que la población total. Al mismo tiempo, crecieron más las ocupaciones de bajos ingresos que la de ingresos medios y altos. Esto se corresponde con una elevación de los trabajadores asalariados que en el mismo periodo pasaron de 66.8% a 71.2% del total, a la vez, se presentó una disminución relativa de empleadores que bajaron en 2010-2017 de 7.6% a 6.6%.

En síntesis, se tuvo en el periodo un crecimiento de las ocupaciones asalariadas con disminución de los ingresos, es decir, un aumento relativo de la pobreza de los trabajadores (ver tabla 3).

TABLA 3. CULIACÁN, 2010, 2017: POBLACIÓN OCUPADA POR POSICIÓN DE LA OCUPACIÓN

	2010	%	2017	%	CN	CNA	TCMA
Total	309,336	100.0	345,593	100.0	36,257	5,180	1.6
Trabajadores subordinados y remunerados	223,078	72.1	260,575	75.4	37,497	5,357	2.2
Asalariados	206,690	66.8	246,000	71.2	39,310	5,616	2.5
Con percepciones no salariales	16,388	5.3	14,575	4.2	-1,813	-259	-1.7
Empleadores	23,399	7.6	22,826	6.6	-573	-82	-0.4
Trabajadores por cuenta propia	49,836	16.1	51,636	14.9	1,800	257	0.5
Trabajadores no remunerados	13,023	4.2	10,556	3.1	-2,467	-352	-3.0

Fuente: ENOE, 2010-2017 (<http://bit.ly/2qbfyTv>)

El crecimiento de la economía urbana también se expresó en el aumento de las unidades económicas en 2010-2017, pasando de 309 336 a 345 593, con una TCMA de 1.6% y un cambio neto de 5 180 en promedio al año, de los cuales 1 940 fueron pequeños establecimientos (ver tabla 4). Esto contrasta con el estancamiento de los micronegocios, pues solo crecieron 280 anuales, y la pérdida neta anual de 40 micronegocios sin establecimiento. Esta situación supondría que se redujo la economía callejera, caracterizada por un segmento de unidades económicas de comercio y servicios ambulante sin establecimiento

fijo. Sin embargo, podemos conjeturar que no ocurrió así, pues aunque el aumento de trabajadores asalariados haya absorbido a muchos de los demandantes de ocupación, el rubro de "no especificado" como anteriormente vimos, aumentó en promedio 3 135 unidades económicas al año. Estos registros implican que 60 por ciento de ellas no logran ser registradas por ENOE, generando interrogantes sobre el tipo de establecimiento que son, y abre la posibilidad de considerarlas un tipo de economía callejera.

TABLA 4. CULIACÁN, 2010, 2017: ÁMBITO Y TAMAÑO DE LAS UNIDADES ECONÓMICAS

	2010	%	2017	%	CN	CNA	TCMA
3.6. Ámbito y tamaño de la unidad económica	309,336	100.0	345,593	100.0	36,257	5,180	1.6
Ámbito agropecuario	9,529	3.1	6,476	1.9	-3,053	-436	-5.4
Ámbito no agropecuario	298,418	96.5	315,784	91.4	17,366	2,481	0.8
Micronegocios	130,392	42.2	132,354	38.3	1,962	280	0.2
Sin establecimiento	65,716	21.2	65,434	18.9	-282	-40	-0.1
Con establecimiento	64,676	20.9	66,920	19.4	2,244	321	0.5
Pequeños establecimientos	64,267	20.8	77,848	22.5	13,581	1,940	2.8
Medianos establecimientos	52,087	16.8	49,221	14.2	-2,866	-409	-0.8
Grandes establecimientos	16,915	5.5	19,414	5.6	2,499	357	2.0
Gobierno	20,331	6.6	22,464	6.5	2,133	305	1.4
Otros	14,426	4.7	14,483	4.2	57	8	0.1
No especificado	1,389	0.4	23,333	6.8	21,944	3,135	49.6

Fuente: ENOE 2010-2017 (<http://bit.ly/2qbfyTv>)

Finalmente, estamos ante una ciudad con un dinamismo laboral superior al promedio de las áreas más urbanizadas de México, con mayor tasa de participación de la PEA y de

tasa de trabajo asalariado; a su vez, con menor tasa de desocupación, presión sobre el mercado laboral, menor tasa de ocupación informal y de condiciones críticas de ocupación. No obstante, su tasa de informalidad económica, en 2017 es de 21.3%, afectando a más de la quinta parte de la población ocupada (ver tabla 5).

TABLA 5. CULIACÁN, 2010,2017: INDICADORES DEL MERCADO LABORAL (%)

	Áreas más urbanizadas 2010	Culiacán 2010	Áreas más urbanizadas 2017	Culiacán, 2017	Variación áreas más urbanizadas 2010-2017	Variación Culiacán 2010-2017
Tasa de participación	61.1	63.9	60.6	64.0	-0.5	0.1
Tasa de desocupación	6.3	4.6	3.9	3.4	-2.4	-1.2
Tasa de ocupación parcial y desocupación	11.1	10.7	8.2	9.8	-2.9	-0.9
Tasa de presión general	10.9	8.9	7.1	6.7	-3.8	-2.2
Tasa de trabajo asalariado	67.9	66.8	70.9	71.2	3.0	4.4
Tasa de subocupación	8.5	7.1	6.6	5.5	-1.9	-1.6
Tasa de condiciones críticas de ocupación	8.7	3.5	10.5	4.7	1.8	1.2
Tasa de ocupación en el sector informal (TOSI 1)	26.2	23.0	24.4	21.3	-1.8	-1.7
Tasa de informalidad laboral (TIL 1)	46.8	43.1	44.1	43.3	-2.7	0.2

Fuente: ENOE, 2010-2017 (<http://bit.ly/2qbfyTv>)

Economía callejera

Los espacios informales urbanos de comercio y servicios callejeros en las ciudades de regiones atrasadas son una respuesta de miles de personas, a las crisis económicas, desempleo, desventajas de capital humano para acceder a empleos formales y bajos ingresos, por lo cual, aparecen geografías de sobrevivencia y atenuación de la pobreza. Al mismo tiempo, su proliferación obedece a razones ju-

rídicas relacionadas con la regulación del comercio, problemas para cumplir con los requisitos para la apertura y mantenimiento de negocios formales, registro fiscal y requerimientos sanitarios, seguro social y carencia de recursos para acceder a créditos. También influyen en su expansión factores políticos, por la posibilidad de encontrar protección en un gremio, o participar en redes clientelares que permiten operar al margen de la ley. Finalmente, responde a tradiciones culturales, una proclividad a asumir el riesgo, la incertidumbre propia del emprendedurismo y el autoempleo, aún en condiciones de desventaja económica.

En general, los patrones de localización de las unidades económicas del comercio informal urbano, operan bajo la lógica de la teoría del lugar central, en función de los umbrales de demanda, alcance geográfico, jerarquización (Ibarra, 1995), y tienden a aglomerarse a lo largo de las vías más transitadas, edificios públicos, escuelas, el centro histórico y polos suburbanos, donde existe mayor tránsito y concentración de personas/consumidores.

La vía pública, calles, avenidas y parques, configuran, además, espacios de aprendizaje para la sobrevivencia económica, influyen en la formación de identidades sociales y forjan un conocimiento geográfico de los agentes que participan en el comercio ambulante informal. Y también de los consumidores (que se benefician por una mejor accesibilidad y menores precios), mientras que los vendedores lo asumen como un espacio público en donde se puede actuar con mayor libertad y eludir los controles estatales, lo que conlleva a una forma de apropiación o uso de un patrimonio colectivo. Igualmente, acceder a la calle puede ser una especie de recurso de última instancia para garantizar la sobrevivencia. Entonces, los sitios urbanos de informalidad económica constituyen una geografía determinante para la reproducción social de las familias de algunos grupos sociales en condiciones de pobreza, con polaridades de género y edad, donde la mujer es tanto activa económicamente como responsable de tareas domésticas, y los niños son utilizados como fuerza de trabajo sin pago. En condiciones excepcionales, el comercio y la pres-

tación de servicios callejeros, mantienen el crecimiento del empleo (autoempleo) y sirven de atenuante de la pobreza.

A continuación estudiaremos a estas actividades económicas de la calle en Culiacán, particularmente a los vendedores ambulantes, y al final reflexionar sobre los desafíos teóricos de su investigación.

Gobernanza de la venta callejera

El comercio en la vía pública, o en la calle como aquí lo denominamos, es objeto cada vez más, de marcos regulatorios formales, aunque, por constituir una actividad que se realiza mayormente al margen de la ley, existen regulaciones informales, y se ve afectada por la acción de grupos y organizaciones que influyen en la posibilidad de realizarlo, y en los resultados que obtengan quienes se dedican a esa actividad, de tal suerte, que el gobierno aparece como un actor más en su compleja gobernanza. La venta callejera se integra por una multiplicidad de participantes, pues se estima que en todo el municipio operan cerca de tres mil comerciantes en la vía pública, de todo tipo (Rojo, 2015); existen diferentes organizaciones, afiliadas o no a partidos políticos, que ejercen presión sobre las autoridades o participan en el monopolio de la venta en lugares privilegiados. También son parte de la gobernanza de la calle los grupos del crimen organizado dedicados a la venta de droga que tienen un sistema de vigilancia y control en toda la ciudad a través de una red de agentes informales que se denominan “punteros, o halcones”, que coadyuvan a la realización de actividades ilícitas como tráfico de drogas, robos, secuestros, que según la comandancia militar de la ciudad superan a tres mil activos (Sicairos, 2016).

La crisis de la década de los ochenta que afectó a México se resintió en Sinaloa y Culiacán, provocando inflación, desempleo, deterioro del poder adquisitivo. Ibarra (1995) estimó con cifras de los censos económicos que en 1980-1988 las remuneraciones del personal ocupado en Culiacán bajaron en promedio 44% en términos reales.

Tal recesión combinada con un crecimiento demográfico y migración de zonas rurales a Culiacán, generó presiones sobre el mercado laboral, saturándose las oportunidades de ocupaciones formales. Una válvula de escape a esa presión fue la emigración a Estados Unidos (Ibarra, Ramírez, Camacho, Ochoa, 2010), y otra recurrir a la economía informal y el comercio ambulante.

Al crecer los vendedores en la calle se reformó el Reglamento municipal sobre comercio en la vía pública el 12 de febrero de 1994, enfocándose más en los puestos semifijos del centro de la ciudad, y luego se aprobó el Plan Parcial Centro Histórico de Culiacán en 1995 considerando a los vendedores de puestos semifijos como un problema a regular. Comenzaron a aparecer conflictos en el casco central y en la Plazuela Álvaro Obregón, la llegada de comerciantes de otras ciudades y la proliferación de vendedores sin licencia por todos los rumbos de la ciudad, lo que obligó a una fuerte reforma al reglamento que sentó las bases del actual marco regulatorio que entró en vigor desde el 29 de octubre de 2010. La exposición de motivos de la propuesta del Reglamento sintetiza los objetivos:

Introduce las modalidades del comercio ambulante y el comercio temporal, y clasifica el espacio de su realización con las categorías de locales fijos o semifijos, además del comercio que se realice en ferias o verbenas. Regula el uso y ocupación de áreas y bienes municipales, al tiempo que incluye a los oficios y servicios que guardan relación con las actividades comerciales que se ejercen en la vía pública, así como a las realizadas en lugares que sean acondicionados para el ejercicio temporal del comercio en propiedad privada.

Son importantes las definiciones en el artículo 3, del comerciante ambulante como:

Las personas físicas que se dedican al comercio en la vía pública, trasladándose de un lugar a otro constantemente sin tener lugar específico autorizado para ello, previa licencia otorgada por la autoridad municipal competente.

Lo que distingue del comerciante ambulante foráneo, que son “las personas radicadas fuera del municipio que se trasladan al territorio municipal para ejercer el comercio, ya sea en determinadas fechas del año, épocas festivas o eventos especiales”. Para ejercer esta actividad se establecía como obligatorio en el artículo 15 contar con licencia o permiso expedida por la Unidad de Recaudación de Ingresos Diversos de la Tesorería Municipal. El artículo 18 define prioridades para el otorgamiento de permisos: personas de escasos recursos económicos con incapacidad para trabajar, de edad avanzada, o desempleados con incapacidad parcial para el trabajo. Los sitios prohibidos en donde realizar comercio o servicios se establecen en el artículo 38: frente a los cuarteles militares; accesos y salidas de espectáculos públicos; paradas de camiones, sitios de taxis, y automóviles; frente a lugares como edificios de planteles educativos oficiales y particulares, edificios públicos, fábricas y centros de trabajo, los templos e instituciones religiosas, edificios de bomberos, centros de salud, hospitales, sanatorios, puertas de acceso a los mercados públicos, camellones de las vías públicas, prados y parques públicos, y finalmente “en los lugares donde se pueda provocar una inadecuada competencia entre comerciantes en la vía pública”. Los productos autorizados para su venta son diversos según el artículo 55: carnes rojas, frutas, huevos, pescados y mariscos, plásticos; pollos, ropa en general, telas y jergas, verduras y legumbres, flores y plantas de ornato; comidas, especias y chiles secos, calzado, mercería y bisutería; alimentos envasados o empacados, semillas y granos, cerámica, artesanías y alfarería, papelería, electrodomésticos, y los demás que determine la autoridad municipal. El artículo 59 reconoce el derecho de los comerciantes de formar uniones o asociaciones, sin que esto signifique que sea obligatorio pertenecer a una asociación para ejercer esta actividad.

El Reglamento requirió reformarse ante la creciente complejidad del comercio en la vía pública, y se publicó el nuevo el 5 de julio de 2013, donde cambia el órgano responsable de controlar la actividad, al Departamento de

Mercados y Comercio en la Vía Pública. Se elevaron las multas por infracciones y faltas de permisos, se requirió demostrar residencia legal en el país para impedir que extranjeros se dedicaran a esa actividad, se limitó la edad a menores de acuerdo a la legislación federal, otorgar permisos previo estudio socioeconómico para demostrar carencia de recursos económicos, exige registro de las asociaciones de comerciantes, establece control de pesos y medidas sanitarias de los artículos vendidos, entre otros.

Este conjunto de normas solo se cumplen parcialmente y son objeto de una permanente negociación de vendedores en la vía pública con la autoridad, lo que ha permitido que por ejemplo, en la plaza central y alrededor de la catedral operen con permiso oficial, puestos semifijos. El municipio se ha preocupado por identificar a los vendedores para efectuarles el cobro de una cuota, pero salvo los que operan en el casco central de la ciudad, es relativamente fácil incursionar en esta actividad. Junto a la problemática derivada de la relación entre comerciantes y la autoridad, existe otro espacio de conflicto relacionado con un control que han impuesto grupos delictivos en las calles de la ciudad que avanza junto a la economía informal en la vía pública, en los últimos años. Estos grupos operan con alto grado de impunidad, sin que el estado logre, con el monopolio de la violencia legítima *weberiana*, imponer el imperio de la ley; y ante vacíos de legalidad, controlan a los espacios públicos y a la misma calle, conformándose una peculiar gobernanza, en donde existe una dualidad de poder; una república civil que coexiste con una república del crimen. Esto quebranta el estado de derecho, corrompe al sistema institucional, las instancias de procuración de justicia, tribunales, policías, autoridades, cabildo, organizaciones no gubernamentales, partidos políticos, medios de comunicación e instituciones de educación superior. Esta república del crimen tiene posibilidad de ejercer hegemonía sobre el territorio urbano, a manera de concesión subrepticia por parte de las autoridades incapaces de combatir y/o coludidas con ellos, por lo que operan como si tuviesen “licencia para delinquir”, generan, de la misma

manera, una emulación, una cultura violenta para la solución de conflictos o la consecución de propósitos de toda índole (Ibarra, 2015).

Se tiene así que la actividad de comercio en la vía pública ocurre en un ambiente de alto riesgo. Es posible que en muchos lugares los comerciantes tengan que obtener permisos no formales de delincuentes o pagar “derecho de piso”. Asimismo muchos de los vendedores ambulantes operan como “halcones”. Resulta entonces paradójico que esté creciendo una economía de la calle en un ambiente de mayor inseguridad.

Culiacán es considerada una de las ciudades con más homicidios per cápita en el mundo, ocupando el lugar 17 en 2015, según la organización Seguridad, Justicia y Paz (2015), y entre las más violentas de México. A pesar de ello, según la Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (2016), la ciudad, en comparación con el conjunto de metrópolis de México, aparece con una moderada percepción de violencia por parte de su población, ocupando el lugar 22, con un porcentaje de 69% de personas que responden sentirse inseguros de vivir en este lugar (el municipio en general es lugar 8), contrastando con 91% en Villahermosa, 88.3% de Acapulco y 85.2% de la ciudad de México (ver tabla 6). Además, es lugar 16 en el indicador de cifra negra, es decir, el nivel de delitos no denunciados o que no derivaron en averiguación previa. En realidad, sí se tiene una vida urbana insegura y violenta en Culiacán, pero hay una especie de aculturación de la población para convivir con la violencia y generar autoprotección. Por ejemplo, la misma ENVIPE registra que es la número 6 en percepción de inseguridad en centros comerciales; la segunda en porcentaje de personas que dejan de usar el transporte público por temor a ser víctima de un delito, la cuarta en evitar ir al cine o teatro y octava en portar dinero en efectivo. En tasa de delitos por cada cien mil habitantes se tienen varios indicadores: es lugar 8 en amenazas verbales, pero 32 en robo total o parcial de vehículo y 26 en robo de casa habitación.

Los esfuerzos de la población por coexistir en condiciones de la mencionada “dualidad de poder”, se corresponde con una marcada desconfianza en la autoridad. En la percepción sobre las fuerzas del orden, Culiacán es la número 1 entre las metrópolis del país con una población que tiene “poco o nada” nivel de confianza en la Marina y el Ejército, con 35.1% de la población en ambos casos, y la segunda frente a la policía federal y policía preventiva, con 47% y 65.3%, respectivamente. Por contraste, aparece entre las ciudades con mayores lazos de confianza de las personas con sus cercanos, resultado de esta autodefensa material y psicológica. A la pregunta de a quién le tiene mucho grado de confianza, las personas encuestadas en Culiacán respondieron que 83.4% a sus amigos, siendo la segunda entre las metrópolis del país; 95.3% a familiares y parientes, lugar tercero; y 59.1% a compañeros de trabajo, negocio y escuela con tercer lugar también; en el caso de los vecinos es 68.9%, pero es lugar 10 en el conjunto de ciudades de la muestra.

En su vida cotidiana, Culiacán funciona entonces como si hubiese dos gobiernos, el civil, y otro encargado de hacer viable la economía del delito que cuenta con una “policía propia”, que perfila una especie de gobernanza de la calle alterna. El comercio ambulante que opera en las calles de esta ciudad, tiene que funcionar atendiendo a esta compleja gobernanza.

Geografía urbana

A medida que la mancha urbana de Culiacán crece, se expanden en todas direcciones los comerciantes ambulantes callejeros, preferentemente en sitios concurridos, escuelas, hospitales, oficinas públicas, y principales calles y avenidas (ver figura 2). Están ubicados en sitios que la normatividad establece como prohibidos.

TABLA 6. CULIACÁN, PERCEPCIÓN DE

Indicadores generales	Rango	%
Percepción de inseguridad en la ciudad	22	69
Percepción de inseguridad en su municipio	8	71.9
Tasa delictiva por cada cien mil habitantes	29	24.2
Cifra negra	16	91.6
Percepción de inseguridad en sitios		
Centro comercial	6	53.2
En el banco	11	72.4
En el transporte público	12	71.6
Parque o centro recreativo	12	58.9
En la carretera	14	63.2
En la escuela	15	33.2
Cajero automático vía pública	19	81.8
En el trabajo	20	30.6
En el mercado	21	55.9
En la calle	21	55.9
En la casa	33	14.3
Por ser víctima de un delito, deja de:		
Usar transporte público	2	17.0
Ir al cine o teatro	4	12.4
Llevar dinero efectivo	8	37.9
Tomar taxi	22	26.6
Salir de noche	27	42.7
Permitir que hijo salga	28	65.6
Visitar parientes	28	22.5
Llevar tarjeta de crédito	30	18.9
Salir a caminar	30	20.0
Usar joyas	31	42.4

Fuente: Envipec, 2016 (<http://bit.ly/2dhNquw>)

INSEGURIDAD SEGÚN ENVIPEC 2016

Grado de confianza (mucha a alguien)	Rango	%
Amigos	2	83.4
Familia y parientes	3	95.4
Compañeros de trabajo, negocio, escuela	3	59.1
Vecinos	10	68.9
Nivel de poco a nada de confianza		
Marina	1	35.1
Ejército	1	35.1
Policía federal	2	47.0
Policía preventiva	2	65.3
Tipo de delito que fue víctima		
Extorsión	16	7025
Robo o asalto calle o camión	16	5772
Robo a casa habitación	26	4167
Robo total o parcial de vehículo	32	5230
Tasa de delitos por cada cien mil habitantes		
Amenazas verbales	8	2613
Extorsión	16	7025
Robo-asalto en calle o transporte público	16	5762
Robo en casa habitación	26	4167
Robo total o parcial de vehículo	32	5320

FIGURA 2. VENDEDOR DE RASPADOS ENFRETE DE UNA ESCUELA PRIMARIA DE CULIACÁN



Fuente: Ibarra, 2016

En un conteo rápido de vendedores ambulantes en 2016, pudimos advertir una geografía dispersa que se concentra en las grandes avenidas de la ciudad, cercana a escuelas, hospitales, edificios públicos, mercados.

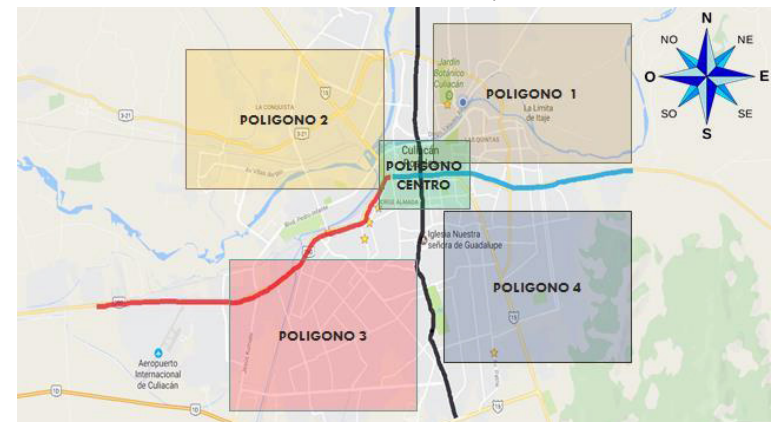
El levantamiento privilegió a unidades económicas móviles. El registro fue llevado a cabo mañana y tarde, en dos periodos, verano (agosto) e invierno (noviembre-diciembre) de 2016. Se contabilizaron 757 unidades, 259 en la mañana y 498 por la tarde (ver tabla 8), en cinco polígonos escogidos en función de la delimitación que las avenidas trazan entre ellas, incluyendo al centro de la ciudad como un polígono. Constituyen 8.8% de todos los establecimientos formales de comercio censados por DENEUE en el territorio de estos polígonos, en las categorías NAICS en actividades equivalentes a las que realizan los ambulantes registrados, que ascendieron a 8,602 (ver figuras 3, 4 y 5). Los establecimientos de la figura 3 corresponde a parte de los grupos 461 Comercio al por menor de abarrotes, alimentos, bebidas y tabaco; 463 comercio al por menor de bisutería, accesorios de vestir y calzado.

FIGURA 3. CULIACÁN 2017, ESTABLECIMIENTOS FORMALES DE COMERCIO REGISTRADOS POR DENEUE²



Fuente, Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas de INEGI. <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/deneue/>

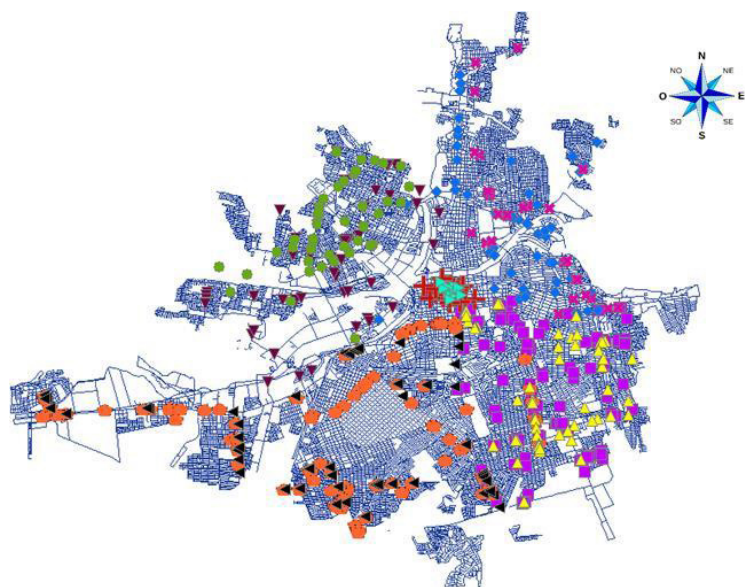
FIGURA 4. CULIACÁN, ÁREAS DE CONCENTRACIÓN DEL COMERCIO AMBULANTE, 2017



Fuente: Badwan, H.; Lizárraga, F. y K. Rubio, (2017). Proyecto Conacyt CB-2015/254988

² En los grupos 461 y 463, a los que hacen competencia los vendedores ambulantes

FIGURA 5. CARTOGRAFÍA DEL COMERCIO AMBULANTE EN CULIACÁN ROSALES 2016



Fuente: Badwan, H.; Lizárraga, F. y K. Rubio, (2017). Proyecto Conacyt CB-2015/254988

TABLA 8. CULIACÁN, 2016. CONTEO DE COMERCIANTES AMBULANTES CALLEJEROS

Polígono	Mañana	Tarde	total
1	31	68	99
2	62	75	137
3	61	130	191
4	89	167	256
Centro	16	58	74
Totales	259	498	757

Fuente: Badwan, H.; Lizárraga, F. y K. Rubio, (2017). Proyecto Conacyt CB-2015/254988

Los resultados mostraron que en toda la ciudad el principal producto que se expende es comida de todo tipo, con 55.3% del total, concentrándose esta actividad en la tarde donde representan 61.9%, le siguen con 15% frutas y verduras, tanto en la mañana como en la tarde, luego bebidas con 9.2%, prendas de vestir con 5.5% y artículos para el hogar con 4.9% del total (ver tabla 9).

TABLA 9. CULIACÁN, 2017. TIPO DE COMERCIANTES CALLEJEROS (N= 758)

	Mañana	%	Tarde	%	Total	%
Comida	161	61.9	258	51.8	419	55.3
Frutas y verduras	39	15.0	74	14.9	113	14.9
bebidas	6	2.3	64	12.9	70	9.2
Prendas de vestir	14	5.4	28	5.6	42	5.5
Artículos del hogar	29	11.2	8	1.6	37	4.9
Autopartes	8	3.1	9	1.8	17	2.2
Otros artículos	3	1.2	57	11.4	60	7.9
Total	260	100.0	498	100.0	758	100.0

Fuente: Badwan, H.; Lizárraga, F. y K. Rubio, (2017). Proyecto Conacyt CB-2015/254988

Algunos estudios han advertido prácticas de empresaria- lidad en el trabajo de la calle y el autoempleo (Valenzuela Jr. et al, 2006; Valenzuela Jr., 2006). Esto parece tener presencia en Culiacán por las respuestas obtenidas en un sondeo preliminar y observación participante en dos polígonos del territorio analizado, dando prioridad a principales avenidas, bulevares y escuelas. Se encuestó a vendedores de gran variedad de productos: raspados, chicharrones, cocos, donas, ceviche, camarón, churros, todos ellos sin patrón; y con patrón se encontraron entre quienes vendían paletas, raspados, chicharrones, ceviche y churros. También se registraron vendedores de gorras, blu-

sas, camisas, y pantalones, máquinas de coser, artículos escolares, limpiadores y aromatizantes. Resaltaban como autoempleados los vendedores de tepache, y con patrón, los de aguas de cebada y horchata/coco-horchata. Entre los que venden fresas había de ambos, vendedores con patrón y solos. Se detectaron marchantes independientes que vendían mayor variedad de productos vegetales y frutas (plátano, manzana, calabaza, acelgas), expendedores de frijol que se cosecha en los valles. Luego vendedores de lonas y mallasombras, con patrón. En general, más de la cuarta parte de vendedores en la calle tienen un patrón. En el caso de bebidas es 80%; entre quienes venden comida representan 22.7% y en los de bebidas 20% (ver tabla 10).

TABLA 10. CULIACÁN, 2017. TASA DE COMERCIANTES AMBULANTES CON PATRÓN (N= 54)

Tipo de producto	%
Bebidas	80.0
Alimentos	22.7
Frutas y verduras	20.0
Total	25.9

Fuente: Badwan, H.; Lizárraga, F. y K. Rubio, (2017). Proyecto Conacyt CB-2015/254988

Con apoyo en una anterior encuesta, realizada en diferentes sectores de la ciudad de Culiacán durante el mes de julio de 2015, es posible determinar provisionalmente un perfil socio-demográfico de estos vendedores ambulantes. Los resultados muestran que trabajar en la informalidad y de manera ambulante es una ocupación que tiene una gran constancia para muchos de sus participantes, los cuales en promedio tienen dieciséis años de estar en ese oficio y solo 21% tiene un año o menos (ver tabla 11).

Predominan las personas mayores de edad, con 42 años en promedio, y baja escolaridad, la media de todos ellos es de 8.6 años de educación formal (en Sinaloa 2013-14 fue de 9.4 años), aunque 21% tiene bachillerato o más. En ese trabajo la experiencia es determinante y su ejercicio es demandante, puesto que realizan jornadas laborales similares a las de un empleo formal, seis días por semana, lo que permite generar ingresos netos medios de 1 700 pesos semanales, entre dos y tres salarios mínimos. Por tratarse de temporada de verano, se tuvo que 41% se dedicaban a la venta de aguas frescas y frutas y verduras de temporada, 22% tacos y mariscos, 13% pan y otros antojos, lo cual muestra que la mayor venta callejera es de alimentos. La complejidad de esa actividad económica favorece conductas creativas, 82% consideró estar “completamente de acuerdo” en que en la calle ha aprendido a hacer negocios, lo cual significa que existe una fábrica social informal de emprendedores en el día a día y que en medio de las calles adquieren perfiles de empresarialidad elemental.

TABLA 11. VENDEDORES INFORMALES EN LA VÍA PÚBLICA DE CULIACÁN, 2015

Característica	Promedio
Edad	42 años
Escolaridad	8.6 años
Estudios mínimos de bachillerato	21%
Número de dependientes	3
Años trabajando en la calle	16 años
Un año o menos como vendedor ambulante	21% (del total)
Días de trabajo a la semana	6
Ingreso neto semanal	1700

(n=152) Perfil socio económico

Fuente: Elaboración propia.

Informalidad y comercio ambulante

Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2013) el sector informal son unidades pequeñas con organización rudimentaria que crean bienes o servicios con la finalidad de generar empleos e ingresos; con poca distinción entre el trabajo y el capital como factores de producción; relaciones de empleo sin contratos, más basadas en parentesco o las relaciones personales y sociales; incluye a hogares donde el activo fijo y otros valores pertenecen a los propietarios y no a la empresa; con autofinanciamiento a partir de patrimonio propio, deudas; operaciones y uso de bienes confundidos con la dinámica de reproducción familiar, eludiendo al fisco y otra normatividad.

Tipple (2005) enfatiza otras características del sector informal: abarca un amplio espectro de agentes con preponderancia del comercio al menudeo, inestables, mezclando diferentes actividades en una sola unidad económica; los productos son hechos donde se consumen; unidades pequeñas sin empleados regulares y escasos; relaciones laborales flexibles, casuales, manejados por familiares, con largas horas de trabajo y trabajadores sin protección; relaciones informales con proveedores, clientes y el gobierno; pocos tienen licencias o contratos, operan en horarios discontinuos, con contactos irregulares, tienden a ser "invisibles", no llevan contabilidad ni pagan impuestos, licencias o permisos; las capacidades laborales se aprenden informalmente, pocos de sus participantes tienen capacitación formal; las barreras a la entrada son escasas y se requiere poco capital y capacitación para iniciar; operan con bajos ingresos, cerca del salario mínimo; reciben capital de familiares, amigos, prestamistas; tienen limitada tecnología que puede dificultar la eficiencia y limitar la inversión y mejoras; las ventas, los ingresos, los activos, ingresos y el empleo están ligados al hogar.

Por su parte, Chirisa (2009) clasifica a estas unidades económicas en seis categorías: 1) Por su localización espacial: que operan a nivel de barrio; cerca de un sector industrial o comercial; en el centro de la ciudad. 2) Por el

tipo de apoyo para operar: familiar, institucional, organizacional, alianzas sociales. 3) Por la composición de sus operadores: propietarios únicos; con empleados; cooperativa. 4) Por los niveles de ingreso y ganancias: bajo, medio, alto. 5) Por la naturaleza de bienes y servicios que proveen: alimentos; artesanías; ropa; servicios domésticos o de reparación. 6) Por si generan o no valor agregado.

En el sector informal urbano opera una miríada de actividades como la venta callejera y ambulante de alimentos y otros bienes, y servicios diversos, la mayoría en autoempleo, y tiene una expansión correspondiente al aumento de la población urbana de México. De 1994 a 2014 el número de localidades urbanas pasó de 3,718 a 4,574, y en el mismo periodo el porcentaje de población urbana pasó de 64.5% a 78% (Guerrero, 2015; Sobrino, 2011). De acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE, 2017), en Culiacán, 38.3% de las unidades económicas fueron micronegocios, y la mitad de ellos carecían de establecimiento (ver tabla 4). Esta situación tiende a generalizarse, pues a nivel de las áreas más urbanizadas de México, 50% de los micronegocios funcionan sin local fija. Asimismo, de acuerdo a la Encuesta Nacional de Micronegocios 2012, del total de esas empresas, 74.5% se dedican a comercio y servicios, y 67.4% no tienen local, es decir son puestos ambulantes o semifijos (INEGI, ENAMIN; 2012), que conforman un gran segmento informal; 70% no está registrado ante ninguna autoridad, 65% no lleva contabilidad y 64% nunca ha tenido contratado a algún trabajador. La misma Encuesta Nacional de Micronegocios (ENAMIN, 2012) reporta su ubicación en el espacio: 26.9% opera en un domicilio particular, 17.2% en el domicilio de los clientes, 10.1% son puestos fijos o semifijos, 5.8% es ambulante de casa en casa, 5.4% se mueve en vehículo con o sin motor, y 1.7% pertenecen a otra modalidad. Además, 30% gana mensualmente hasta un salario mínimo (sm), de uno a dos sm 22.3%, de dos a tres sm 15.4%, y más de tres a cinco sm solo 13.5%. Son entonces una población en condiciones de pobreza, pues 86.5% ingresa menos de tres salarios mínimos.

El estudio de los mercados laborales informales y de autoempleo precario, viene superando a una literatura que ponía más énfasis en lo sectorial. Por ejemplo, la perspectiva teórica estructuralista explica las distorsiones del cambio sectorial que entorpecen la industrialización y generan un sector terciario extendido y de baja productividad (Mamalakis, 1976). Otras visiones neoliberales institucionalistas, enfatizan en la “sobre-regulación” del estado en la economía, que hace evadir la ley para evitar costos (De Soto, 1987). Con la perspectiva de la nueva división internacional del trabajo, se pone atención en la globalización, la irrupción de formas flexibles de producción, subcontratación, desventaja laboral masiva y autoempleo (Veleda Da Silva, 1994). Asimismo, desde la sociología de trabajo se ha estudiado la marginalidad social, depauperación de los mercados de trabajo, incapacidad del sector moderno para absorber en su totalidad la oferta de mano de obra, alta rotación de personal y persistencia de espacios económicos no modernos que facilitan trabajar por cuenta propia con mayor remuneración que en un empleo asalariado (Rosenbluth, 1994). Estos análisis soslayan la dimensión geográfica, el significado atribuido al lugar donde opera la unidad económica (Veleda Da Silva, 2006). En ocasiones los negocios informales son vistos como males necesarios de la urbanización, y en México las políticas federales están orientadas a que estos asuman el “costo de la legalidad” (Austin, 1994), soslayando que aprender algo creativamente, incluso la empresariedad, pudiera ocurrir, en ciertos casos, de mejor manera en la calle (Acho-Chi, 2002).

A finales de la década de los ochenta, la agenda neoliberal que se implementa en los gobiernos locales avanzó hacia una gestión empresarialista de la urbanización y el desarrollo económico. Surgen alianzas entre el estado y empresas para competir con otras ciudades en la atracción de inversiones y ganar mercados, mejorar servicios públicos, infraestructura, impulsar proyectos culturales, parques científicos, centros comerciales. Esta gobernanza se finca en valores eficientistas, mayor vigencia del estado

de derecho, rendición de cuentas, transparencia, ciudadanía de políticas públicas, gestión por medio redes (Harvey 2009, 2007; Held, D. and Koenig, M. 2003; Kipfer y Keil 2002). En contraparte se socava el estado de bienestar y se incrementa la pobreza. Esta gobernanza urbana terminó excluyendo de las intervenciones para el desarrollo local, a múltiples grupos, que no encajan como actores urbanos considerados “positivos” en la visión dominante sobre la ciudad, los cuales terminan haciéndose cargo de su propia reproducción social en una supuesta “ilegalidad”, entre ellos se encuentran los vendedores ambulantes y callejeros. Algunas autoridades persiguen a ambulantes como infractores, perturbadores de la urbanización, reeditando estrategias “revanchistas” contra los habitantes más pobres en ciudades desarrolladas como Nueva York y Toronto (Kipfer and Keil, 2002; Swanson, 2007; Smith, 2002). En ciudades de países pobres la situación es igualmente dramática.

Wongrada (2013) realizó un ejercicio de depuración de una abundante literatura académica sobre el comercio ambulante que resulta reveladora para los propósitos de este artículo. Vinculó la búsqueda del tema a otras problemáticas de las grandes ciudades como migración, superpoblación, inseguridad, delincuencia, infraestructura urbana y social deficiente, todos ellos asuntos relacionados con la presencia de comercio ambulante. Entre las ciudades estaban: Kumba, Camerún; Gaborne, Botswana; Harare, Zimbawe; Kinshaza, Congo; Johannesburgo, Sudáfrica; Phnom Penh, Camboya; Tamale, Ghana; Mumbai, India; Dalian, China; Vung Tau y Hanoi, Vietnam; Beirut, Líbano; Bangkok, Tailandia; Caracas, Venezuela; Sao Paulo, Brasil; La Paz, Bolivia; Puebla, Ciudad de México, México; incluso en Manhattan y South Dakota, Estados Unidos, entre otros. La autora revisó 67 bases de datos en línea usando Ebsco Single Search, como ABI/INFORM, ERIC, EBSCO, Wilson, Science Direct y Emerald Management. La búsqueda utilizó las palabras clave de vendedor ambulante (para ambos sexos), economía subterránea, microempresas, microempresario, sector informal, vendedor calleje-

ro, vendedor itinerante, negocio familiar. Encontró más de cinco millones de artículos en revistas arbitradas entre 1980 y 2012, en inglés. Después de varios refinamientos de información, seleccionó 33 artículos que abordaron temas como las características de los vendedores, clientes, empresas competidoras, funcionarios del gobierno y agencias no gubernamentales; luego la política gubernamental, los factores psicológicos de los proveedores, el entorno operativo y la actitud del cliente, la medición del éxito (ingresos por hora, ganancias), así como la metodología: encuesta, observación participante, cuestionarios, *focus group*, entrevista estructurada, entrevista a profundidad. La mitad de estos trabajos incluyeron estas técnicas. Entre los temas sobre los que se extrajo información a través de encuestas, entrevistas u observación participante están: características sociodemográficas de los vendedores, tipología de los vendedores, jerarquía, motivaciones para realizar esa actividad, factores de localización y distribución socioespacial, dificultades para realizar la actividad, medios para resolver esos problemas, organizaciones, cooperación y redes sociales entre vendedores, capital social y apoyos formales a los que acuden los vendedores, seguridad física y social, competencia con comercios establecidos, impacto de las políticas del gobierno, problemas legales y con la autoridad, formas de resistencia al acoso oficial, cuestiones sanitarias sobre todo en ventas de alimentos, percepciones social sobre estos actores, microfinanzas y uso de crédito, costos, competencia, estrategias de venta, participación de mujeres e inmigrantes ilegales, uso de computación y tecnologías para la operación, impactos en el ambiente y la calidad de la vida urbana, contribución del comercio callejero a generar empleo y aliviar la pobreza, percepción sobre el uso de espacios públicos. La mayoría de estas cuestiones se articulan a la problemática de la formación de identidades sociales, y la apropiación del espacio público por parte de los vendedores callejeros de Culiacán.

El comercio ambulante ha reforzado muchas de las características socioeconómicas como actividad de so-

brevencia, pero contribuye a crear nuevas identidades sociales, y siendo afectada por una nueva forma urbana, en particular, por un espacio público que propicia formas alternativas de experimentar la calle. De ello da cuenta también una amplia literatura. En el caso de México destacan Peña, 1999, Crossa, 2009; Staudth, 1996. En Asia se cuentan con estudios de Hanoi (Turner y Schoerber, 2012), Taipei (Chiu, 2013), en Kyoto (Imai, 2008), (Hanser, 2016) en ciudades chinas, en Indonesia (Yatmo, 2009; Timothy y Wall, 1997)). En África se tienen estudios en Nigeria (Omemu, 2007), (Magher, 2011), Sudáfrica Lund y Skinner, 2004), en Kampala y Masaka en Uganda (Mujanje, *et al.* 2011). En África Subsahariana (Potts, 2008) (Choudhury, *et al.* 2011). En los Países Bajos (Borst, *et al.* 2009; Kestellot and Meert, 1999), Reino Unido (Williams, *et al.* 2015). En América Latina, Buenos Aires (Withson, 2019), en Cusco (Steel, 2012), en Guatemala (Mahon, *et al.* 1999). En la frontera México –Estados Unidos (Sharkey, *et al.* 2011; Valdez, *et al.* 2012). Las temáticas abordadas cubren abundantes temas entre los que resaltan educación y capital humano de los vendedores ambulantes, formas de organización, estrategias de venta, conflictos gremiales, rutas de venta, uso del espacio público, y cruzados esos temas con los problemas de gobernanza urbana. Por ejemplo, al estudiar cómo operan los agentes del comercio informal en las áreas urbanas de Zimbabwe, Dube y Chirisa (2012) destacan esta actividad como una de las formas de sobrevivencia de los habitantes de este país africano, como respuesta a los proyectos de reforma económica neoliberal que provocaron la elevación de la pobreza a niveles sin precedentes, de 2003 a 2008 la tasa de desempleo pasó de 70 a 80 por ciento. Asimismo, Marapira (2013) muestra la degradación en las prácticas de hacer negocios en las calles del área urbana de Masvingo, donde el propio gobierno utiliza a los vendedores ambulantes para especular con dólares. En el caso de Hanoi, Turner y Schoenberger (2012), analizan las formas de autodefensa de los comerciantes callejeros desafiando la noción de que el neoliberalismo crea “economías diversas alternativas” que

posibilitarían la sobrevivencia de los habitantes excluidos de la economía formal. En Vietnam esto no es así, por el contrario, hay un permanente conflicto donde se victimiza a los comerciantes de la calle. Este país siguió a China en sus reformas para introducir economías de mercado y con ello, políticas urbanas que terminaron siendo “revanchistas” contra las clases pobres al igual que las ensayadas en metrópolis capitalistas. En agosto de 2008, el gobierno amplió el territorio de la circunscripción oficial de Hanoi, pasando de 920 a 3 345 km², elevando el número de personas bajo su gobierno, de 3.5 a 6.2 millones, provocando que muchos de los habitantes de la periferia tuvieran que incorporarse a la venta en las calles. Se investigan las estrategias que siguen esos comerciantes después de un decreto de julio del mismo año prohibiendo esa actividad en 62 calles y 48 espacios públicos, principalmente, alrededor de hospitales, escuelas, estaciones de tren y en el centro de la ciudad. Frente a ello, las investigadoras encuentran diversas estrategias de los ambulantes para resistir a la policía, desde utilizar sobornos, relaciones de afinidad con la autoridad, estrategias de itinerancia, conformando una geografía económica de comerciantes callejeros fijos y móviles, desarrollando formas de resistencia, con diferente fortuna, creando cierta jerarquía entre ellos. Crossa (2009) analiza en la ciudad de México las estrategias de contrapoder de los ambulantes para enfrentar las políticas excluyentes del nuevo empresarismo urbano neoliberal, tomando como caso de estudio la forma en que los vendedores ambulantes reocupan los espacios de donde han sido excluidos mediante el Programa de Rescate del Centro Histórico que inició en 2001, utilizando múltiples formas para “torear” a la autoridad. Con ello queda manifiesto el conflicto político, de identidad y cultural que entraña el comercio callejero con el nuevo empresarismo que se ha aposentado en las ciudades del mundo. Esto se relaciona también con el sentido de pertenencia de los sujetos al espacio urbano donde llevan a cabo actividades de sobrevivencia económica. Veleda (2006) estudia a los Camelós urbanos en Brasil, enfocándose en las relaciones

entre lugar, trabajo precario, familia y consumo, mostrando cómo se construye una cultura singular. Su pretensión es analizar cómo “los espacios y los lugares son interpretados y utilizados por las personas (y determinar), cuál es su significado para ellas y cómo estos lugares ayudan a perpetuar su cultura” (Veleda, 2006: 36). Asimismo, estudia cómo los individuos construyen significados y comparten valores y creencias en las posibilidades que ofrece trabajar en la calle.

¿Cómo estudiar el comercio ambulante callejero?

La complejidad del comercio ambulante en las ciudades mexicanas y de Sinaloa ofrece un conjunto de desafíos a la investigación académica que aún están en espera de estudios sistemáticos: ¿Cuáles son las causas que determinan la incursión de una persona en el comercio callejero y bajo qué condiciones básicas es posible permanecer operando? ¿Qué modalidades de comercio ambulante se presentan en la vía pública y cómo cambian estacionalmente? ¿Cuáles son los patrones de distribución de estas unidades económicas en la geografía urbana? ¿Cuál es la diversidad y tipos de unidades económicas y cuáles son los factores que determinan su éxito o fracaso? ¿Cuáles son las redes de interacción que están presentes en el comercio de la calle y en qué tipo de división del trabajo urbano se insertan? ¿Qué procesos significativos de aprendizaje o emprendedurismo están presentes en estas actividades? ¿Cómo afecta la inseguridad y la violencia a estos comerciantes? ¿Cuáles son las percepciones de estos individuos sobre su propia actividad y el espacio público como escenario para la generación de medios para la sobrevivencia? ¿Qué tipo de identidad social adquieren? ¿Qué gobernanza se ha conformado para la regulación formal e informal de la economía callejera? Responder estas preguntas, implicaría realizar estudios sobre la geografía económica de las

actividades de comercio y servicios informales callejeros, sus patrones de distribución territorial, formas de operación desde la perspectiva empresarial, interacción con el desarrollo local, contribución al crecimiento y al bienestar de las familias, las externalidades positivas o negativas que genera un desarrollo sustentable y cómo influyen en la forma física, función urbana y las identidades sociales de sus actores económicos.

Bibliografía

- Acho-Chi, C., (2002) "The Mobile Street Food Service Practice in the Urban Economy of Kumba, Cameroon" en *Singapore Journal of Tropical Geography*, 23 (2): 131-148.
- Alba de, M., (2005) "Los significados del comercio ambulante y su importancia en las representaciones socioespaciales de la Ciudad de México" en Monnet, J. y J. Bonnafé (comps.) *El ambulante en la Cd. de México*. México: UAM/CEMCA.
- Aldrete, M., et. al., (2005) "Condiciones laborales y repercusiones en la salud de mujeres que trabajan en la economía informal de Guadalajara", *Investigación en Salud*, 7(2): 121-127.
- Austin, R., (1994) "An honest living: Street Vendors, Municipal Regulation, and Black Public Sphere", *Yale Law Journal* (103): 2119-2131.
- Ayuntamiento de Culiacán, (2013) "Reglamento de Comercio en la Vía Pública del Municipio de Culiacán, Sinaloa" [En línea] México, disponible en: <http://bit.ly/2uTrknh> [Consultado el 30 de noviembre de 2016]
- Badwan, H.; Lizárraga, F. y K. Rubio, (2017) "Geografía Urbana de comercio ambulante en Culiacán. Seminario: Gobernanza de los espacios públicos y la economía de la calle" (ponencia no publicada). Mazatlán, México, 2 y 3 de febrero. Proyecto CONACYT 2015/254988
- Banamex, (2011) *México. Indicadores Regionales de Actividad 2011* [En línea] México, disponible en: <http://bit.ly/1figTSo> [Fecha de consulta 30 de enero de 2017]
- Beraud, J. L., (2001) "Vida cotidiana y lucha por la ciudad", *Revista Arenas*, (6): 15-28.

- _____, (2001) *Condiciones de vida y medio ambiente en las principales ciudades sinaloenses*. Culiacán: Editorial UAS.
- _____, (2006) *Riesgos y oportunidades de Mazatlán*. Culiacán: Gobierno del Estado de Sinaloa - Distribuciones Fontamara - UAS.
- Chirisa, I., (2009) "The geography of informal sector operations (ISOs): A perspective of urban Zimbabwe" en *Journal of Geography and Regional Planning*, 2(4): 66-79.
- Chiu, C., (2013) "Informal management, interactive performance: street vendors and police in a Taipei night market" en *International Development Planning Review*, 35(4): 335-352.
- Cross, V., (1998) *Informal Politics. Street Vendors and the State in Mexico City*. Stanford: Stanford University Press.
- Crossa, V., (2009) "Resistiendo la Ciudad Empresarial: Lucha Vendedores Ambulantes en el Centro Histórico de la Ciudad de México" en *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(1): 43-63.
- _____, (2008) "Los trabajadores en la vía pública: elementos para discutir su legitimidad" en Salazar, J.L (ed.). *Construir ciudad: un análisis multidimensional para los corredores de transporte en la ciudad de México*. Mexico: El Colegio de México (COLMEX).
- Cruz, M., (2015) "Sociología urbana en México, de los problemas urbanos a la diversidad y heterogeneidad de enfoques en el siglo XXI" en Fitch, J.M. y M. Aragón. *Estudios Urbanos: una mirada desde la transdisciplina*. Mexico: Universidad de Nuevo León.
- De Soto, H., (1987) *El Otro Sendero*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Dube, D. and I. Chirisa, (2012) "The informal city: assessing its scope, variants and direction in Harare, Zimbabwe" in *Global advanced Research Journal of Geography and Regional Planning*, 1(1): 16-25.
- Fuentes, H., et. al., (2012) "Determinantes de las ganancias de los vendedores ambulantes en México" en *El Trimestre Económico*, 79(3): 693-723.
- García, D., (2011) "Una etnografía económica de los tacos callejeros en México. El caso de Monterrey" en *Estudios Sociales*, 19(37): 32-63.
- Guerrero, C., (2015) *Implicaciones ambientales de la distribución de Población* en INEGI [En línea] México, disponible en: <http://bit.ly/2op-dKrC> [Consultado el 15 de enero de 2017]

Harvey, D., (2007) *Breve Historia del Neoliberalismo*. (Cristina Piña Aldao Trad.) Madrid: Ediciones Akal.

Held, D. y M. Koenig-Archibugi, (2003) *Taming Globalization. Frontiers of Governance*. USA: Polity Press.

Ibarra, D., (2009) *Espacios de Capital. Hacia una geografía crítica*. (Cristina Piña Aldao Trad.) Madrid: Ediciones Akal.

Ibarra, G., (1995) *Economía terciario y desarrollo regional en México*. Mexico: Instituto de Estudios Urbanos de Nuevo León-Universidad Autónoma de Sinaloa.

_____, (1997) *Economía regional y mercado de trabajo en Sinaloa*. Mexico: Universidad Autónoma de Sinaloa y Sistema de Investigación del Mar de Cortés-CONACYT.

_____, (2015) *Culiacán, ciudad el miedo. Economía, violencia y urbanización neoliberal*. México: Jorale Editores.

_____, Ruelas, A., (1994) *Culiacán a través de los siglos*. Culiacán: Coedición de la Universidad Autónoma de Sinaloa y El Ayuntamiento de Culiacán.

_____, Ramírez A. González F., (2007) "Repartidores de empresas de alimentos en Culiacán", *Sinaloa: Causa Común*, Coordinación General de Asesoría y Políticas Públicas, 3(25): 11-13.

_____, (2008) "The neoliberal urbanization of Culiacan, the environment, and the new grassroots movements", First ISA Forum of Sociology, Sociological Research and Public Debate Barcelona, Spain, 5 - 8.

_____, Ramírez, A. Camacho, D. Ochoa, C., (2010) "Desempeño económico regional y migración sinaloense", en García, I. Montoya, E. Woo, O. *Migraciones globales. Población en movimiento familias y comunidades migrantes*. Mexico: Jorale Editores.

_____ y Ceballos, T., (2015) "Culiacán, ciudad-región global", *Internacionales. Revista de Ciencias Sociales del Pacífico Mexicano*, 1(2):183-244.

Imai, H., (2008) "Senses on the Move: Multisensory Encounters with Street Vendors in the Japanese Urban Alleyway Roji" en *The senses and society*, 3(3): 329-229.

Inegi, (2012) Encuesta Nacional de Micronegocios, ENAMIN [En línea] México, disponible en: <http://bit.ly/2qXdEZA> [Consultado el 30 de marzo de 2017]

_____, (2010). *Censo General de población y vivienda*, Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

_____, (2010) *Censos Económicos 2009* [En línea] México, disponible en: <http://bit.ly/1EhlsYr> [Consultado el 15 de enero de 2017]

_____, (2015) *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*, DENU [En línea] México, disponible en: <http://bit.ly/1dwhT1b> [Consultado el 15 de enero de 2017]

_____, (2010) *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, Instituto Nacional de Estadística y Geografía* [En línea] México, disponible en: <http://bit.ly/2qbfyTv> [Consultado el 30 de enero de 2017]

_____, (2017) *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, Instituto Nacional de Estadística y Geografía* [En línea] México, disponible en: <http://bit.ly/2qbfyTv> [Consultado el 29 de junio de 2017]

_____, (2016) *Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública* [En línea] México, disponible en: <http://bit.ly/2dhNquw> [Consultado el 15 de enero de 2017]

Jaramillo, N. A., (2007) "Comercio y espacio público: una organización de ambulantes en la Alameda Central" en *Alteridades*, 17(34): 137-153.

Kar, S. y S. Marjit, (2009) "Urban informal sector and poverty" en *International Review of Economics and Finance*, (18): 631-642.

Kestellot, C. y H. Meert, (1999) "Informal Spaces: The Geography of Informal Economic Activities in Brusells" en *International Journal of Urban and Regional Research*, 23(2): 232-251.

Kipfer, S. y R. Keil, (2002) "Toronto Inc? Planning the Competitive City in New Toronto" en *Antipode*, 34(2): 227-264.

Kumar A. y R. Zillur, (2016) "Are Street vendors really innovative toward self-service technology?" en *Information technology for development*, 22(2): 334-356.

Lefebvre, H., (1970) *La revolución urbana*. Madrid: Alianza editorial.

León, M., (2014) *Economía sinaloense estrategias de desarrollo*. Mexico: Ediciones del lirio.

Lewis, O., (1965) *Antropología de la pobreza: cinco familias*. México: Fondo de Cultura Económica.

_____, (2012) *Los hijos de Sánchez. Autobiografía de una familia mexicana*. México: Fondo de cultura económica.

Lomnitz, A., (1989) *Cómo sobreviven los marginados*. México: Editores Siglo XXI.

Lucan, S., et al., (2013) "Assessing mobile food vendors (a.k.a. street food vendors) -methods, challenges, and lessons learned for future food -environment research", *Public Health*, (127): 766-776.

Lund F. y C. Skinner, (2004) "Integrating the informal economy in urban planning and governance. A case of the process of policy development in Durban, South Africa" en *International Development Planning Review*, 26(4): 431-456.

Magher, K., (2011) "Informal Economies and Urban Governance in Nigeria: Popular Empowerment or Political Exclusion?" en *African Studies Review*, 54(2): 47-72.

Mahon, B., et al., (1999) "Surveying vendors of Street-vended food: a new methodology applied in two Guatemalan cities" en *Epidemiol Infect*, (122): 409-416.

Mamalakis, M., (1976) "Urbanización y Transformación Sectorial de América Latina, 1950-1965", *El Trimestre Económico*, 43, 170(2): 351-419.

Marapira, S., (2013) "Social capital and the informal vendor economy in the dollarized Zimbabwe: a case of mucheke suburbs in Masvingo urban" en *International open and distance learning journal*, 1(2): 9-17.

Medina, R., (2005) "Comercio callejero: Sistema racional de distribución minorista" en *Universitas Humanística*, 32(60): 38-59.

Monnet, J., (1990) "Comercio y centralidad en la Ciudad de México: una aproximación a las lógicas de estructuración espacial" en *Trace* (17): 35-50.

Namugumya, B. y C. Mujanje, (2012) "Contribution of street foods to the dietary needs of street food vendors in Kampala, Jinja and Masaka districts, Uganda" en *Public Health Nutrition*, 15(8): 1503-1511.

Niño, L., (2013) "Hacia una mayor comprensión del empoderamiento: Las vendedoras ambulantes mixtecas en Tijuana y la participación del Estado" en *Estudios Fronterizos*, 14 (27): 97-122.

OIT, (2013) *La economía informal en Centroamérica y República Dominicana* [En línea] Costa Rica, disponible en: <http://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/2013/485163.pdf> [Consultado el 30 de noviembre de 2014]

Oliven, R., (1980) "Marginalidad urbana en América Latina" en *Revista De Estudios Urbano Regionales*, 7(19): 49-62.

Olivo, M. A., (2009) "Fragmentaciones y solidaridades entre los vendedores ambulantes de la Ciudad de México Iztapalapa" en *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, (66): 97-114.

Omemu, A. M. y S.T. Aderoju, (2008) "Food safety knowledge and practices of Street food vendors in the city of Abekuta, Nigeria" en *Food Control*, (19): 396-402.

Peña, S., (1999) "Informal Markets: Street Vendors in Mexico City", en *Habitat Intl.*, 23(3): 363-372.

Potts, D., (2008) "The urban informal sector in sub-Saharan Africa: from bad to good (and back again?)" en *Development Southern Africa*, 25(2): 151-165.

Rincón, W. y A. Soler, (2015) "Perspectiva socioeconómica de los vendedores informales de Chapinero en Bogotá, Colombia" en *Cooperativismo y desarrollo*, 23(107): 107-124.

Rivas J. D., (2006) "Los usos del suelo en el área central de la ciudad de Culiacán, Sinaloa: 1988-2003" en *Arquigráfica* [En línea] México, disponible en: <http://bit.ly/2uwgpTA> [Consultado el 17 de enero de 2017]

Rojo, C., (2015) "Acusan medias recaudatorias y abusos de parte del Ayuntamiento" en *Línea Directa* [En línea] México, disponible en: <http://bit.ly/2tRoAts> [Consultado el 27 de enero de 2017]

Roldán, H., (2006) *La urbanización metropolitana de Culiacán*. UAS; Fontamara; Gobierno del Estado de Sinaloa; ABC de Sinaloa.

Rosenbluth, G., (1994) "Informalidad y pobreza en América Latina" en *Revista de la CEPAL*, (52): 157-177.

Sassen, S., (2015) *Expulsiones. Brutalidad y complejidad en la economía global*. España: Katz.

Sedesol, (2012a) *La expansión de las ciudades 1980-2010: 135 ciudades*, 2ª edición, México: Sedesol.

Sedesol, (2012b) "Sistema Urbano Nacional. Consejo Nacional de Población" [En línea] México, disponible en: <http://bit.ly/2sVsrwI> [Consultado el 17 de enero de 2017]

Scott, A. J., (2008) *Social Economy of the Metropolis Cognitive-Cultural Capitalism and the Global Resurgence of Cities*. USA: Oxford University Press.

- Seguridad, Justicia y Paz., (2015) "Consejo ciudadano para la seguridad pública y Justicia Penal" [En línea] México, disponible en: <http://bit.ly/1Py7CQA> [Consultado el 25 de marzo de 2017]
- Sharkey, J. R.; Dean, W. R., y C. M. Johnson, (2011) "Association of Household and Community Characteristics with Adult and Child Food Insecurity among Mexican-Origin Households in Colonias along the Texas-Mexico Border" en *International Journal for Equity in Health*, 10(19): 1-14.
- Sicairos, A., (2016) "'Punteros' del narco. Un oficio bien pagado en Sinaloa" en *Revista Espejo*. Febrero 11, Culiacán. <http://bit.ly/2uPkDTI> [Consultado el 15 de febrero de 2017]
- Silva, D. A., (2010) "Comercio ambulante en el Centro Histórico de la ciudad de México, 1990-2007" en *Revista Mexicana de Sociología*, 72(2):195-224.
- Smith, N., (2002) "New Urbanism: Gentrification as Global Urban Strategy" en *Antipode*, 34(3): 427-450.
- Smith, P. Metzger, M., (1998) "The return to education: Street vendors in Mexico" en *World Development*, 26 (2): 289-296.
- Sobrinho, J., (2011) "La urbanización en el México contemporáneo", CEPAL [En línea] México, disponible en: <http://bit.ly/2qm1fuJ> [Consultado el 15 de enero de 2017]
- Soja, E., (2010) *Seeking Spatial Justice*. Estados Unidos: University of Minnesota Press.
- Staudt, K., (2016) "Struggles in urban space. Street vendors in El Paso and Ciudad Juárez" en *Urban affairs review*, 31(4): 435-454.
- Steel, G., (2012) "Whose paradise? Itinerant street vendors individual and collective practices of political agency in the tourist streets of Cusco, Peru" en *International journal of Urban Regional Research*, 36(5): 1007-1021.
- Suárez, M.; Murata, M. y J. Delgado, (2015) "Why do the poor travel less? Urban structure, commuting and economic informality in Mexico City" en *Urban Studies*, 53(12): 2548-2566.
- Swanson, K., (2007) "Revanchist Urbanism Heads South: The Regulation of Indigenous Beggars and Street Vendors in Ecuador" en *Antipode*, 39(4): 708-728.
- Timothy D. y G. Wall, (1997) "Selling to tourists Indonesian street vendors", *Annals of Tourism Research*, 24(2): 322-340.

- Tipple, G., (2005) "The Place of Home-based Enterprise in the Informal Sector: Evidence from Cochamba, New Delhi, Surabaya and Pretoria", en *Urban Studies*, 42(4): 611-632.
- Turner, S. y L. Schoenberger, (2012) "Street vendor livelihoods and everyday politics in Hanoi, Vietnam: The seeds of a diverse economy?", en *Urban Studies*, 49(5): 1027-1044.
- Valdez, Z.; Dean, W. y J. Sharkey, (2012) "Mobile and home-based vendors' contributions to the retail food environment in rural South Texas Mexican-origin settlements" en *Appetite*, (29): 212-217.
- Valenzuela Jr., A. et al., (2006) *On the corner, day labor in the United States*. Estados Unidos: UCLA.
- _____, (2006) "Trabajar como jornalero urbano, ¿última opción? O ¿empleo alternativo?" en Ibarra, G. y A. Ruelas. *Inmigrantes y economía informal en Los Ángeles*, México: UAS/Casa Juan Pablos/Difocur.
- Velarde, L., (2008) La reconfiguración del espacio urbano en Mazatlán Sinaloa, México; ciudad dual. Estudio de caso: fraccionamiento El Dorado y la colonia Azteca. Instituto de Estudios Geográficos de la Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Tucumán [En línea] México, disponible en: <http://bit.ly/2uw9dqD> [Consultado el 26 de marzo de 2017]
- Veleda da Silva, S., (2001) "Trabajo informal en América latina: el comercio callejero" en *Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, Universidad de Barcelona. 317 (6): [En línea]. Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-317.htm> [Consultado el 15 de enero de 2017]
- _____, (2006) "El comercio callejero y la nueva geografía cultural: una propuesta teórica-metodología" en *Anales de Geografía*, (26): 31-48.
- Verdugo, F., (1981) *Las viejas calles de Culiacán*. Mexico: Universidad Autónoma de Sinaloa-Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales. Colección Rescate.
- Villaseñor, M., (2015) "Restaurantes de Culiacán, 1960-1970" en *Tesis de Maestría en Historia*, Facultad de Historia, Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Wabatanave, A., (2006) *Calidad de vida en Culiacán: condiciones objetivas capacidad y bienestar subjetivos*. México: Fontamara-Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Whitson, R., (2007) "Hidden struggles: spaces of power and resistance in informal work in urban Argentina" en *Environment and planning*, (39): 2916-2934.

Wilson, T.; Gámez, A. y A. Ivanova, (2012) "Women Beach and Marina Vendors in Cabo San Lucas, Mexico: Considerations about Their Marginalization" en *Latin American Perspectives*, 39(6): 83-95.

Williams, C.; Horodnic, I. y J. Windebank, (2015) "Explaining participation in the informal economy: An institutional incongruence perspective", en *International Sociology*, 30(3): 294-313.

Wongtada, N., (2013) "Street Vending Phenomena: A Literature Review and Research Agenda" en *Thunderbird International Business Review*, 16(1): 55-75.

Fecha de recepción: 30 de marzo de 2017

Fecha de aceptación: 9 de mayo de 2017

Espacio público como híbrido Digital

Ana Luz Ruelas¹
Universidad Autónoma de Sinaloa

Resumen

En este artículo se discute cómo el espacio público ha sido impactado por la adaptación de tecnologías de información y comunicación de uso individual pero también por la proliferación de aditamentos en la infraestructura urbana (visibles e invisibles) como cámaras de video, sensores de tráfico, antenas de redes celulares, controladores de señales, despliegue de drones, conexiones a redes inalámbricas, entre otros, cuyos registros dan lugar a grandes bases de datos que eventualmente pueden ser explotadas para uso comercial, para ejercer políticas públicas o actos el gobierno. Discutimos cómo la digitalización en línea está configurando espacios híbridos digitales, y cómo los espacios públicos se transforman por la imbricación de un sinnúmero de aplicaciones y tecnologías digitales, en los más disímiles sitios, momentos y circunstancias que dan pauta a conductas individuales y comportamientos sociales. Inciden desfigurando los tradicionales conceptos de espacio público, e incluso los espacios privados, para verse avasallados por espacios digitales. Se sostiene que el impacto de las tecnologías digitales depende estrechamente del contexto social según el enfoque social de la tecnología (social shaping of technology, SST) de Mackenzie y Wajcman (1999). Se concluye que es ineludible tener presente el contexto social en que se adopta, qué adecuaciones se le hacen y cómo se le manipula para usos diversos, de tal suerte que no podemos hablar solo de sus ventajas, sino de los efectos no deseados de la hipercomunicación.

Palabras clave: *Espacio público, espacio digital, tecnologías digitales.*

Abstract:

This article discusses how the public space has been impacted by the adaptation of ICT of individual use and the attachment of devices at the urban infrastructure (visible and invisible) as videocameras, traffic sensors, cellular antennas, drones, wireless networks connections, etcetera. Through all of those devices are collected big data that eventually could be exploited for commercial uses or making public policies. Likewise, it is discussed how the digitalization are configuring digital hybrid spaces, and how those public spaces are transformed because the connection of massive applications and digital technologies at different places, moments and circumstances, that conduces to social and individual behaviors. Those ICTs had transformed traditional concepts of public space and private space converting on digital spaces. In the article is held that the impact of digital technologies depends on the social context as the social shaping of technology theory of Mackenzie and Wajcman (1999). It is concluded that it is inescapable taken into account the social context in which they are adopted, which adjustments they suffer and how they are manipulated according different uses. Not only must we talk about the advantages but also the unwanted effects of hypercommunication.

Keywords: *Public space, digital space, digital technologies.*

¹ Doctora en Derecho. Profesora-Investigadora en la Universidad Autónoma de Sinaloa. Correo electrónico: aruelas@uas.edu.mx

Introducción

Las ciencias sociales en las últimas décadas experimentan una simbiosis para poner énfasis en que la vida social tiene una espacialidad, independientemente de su escala y su ámbito (Soja, 2000). La noción de espacio cobró centralidad en la explicación de los procesos sociales, desde narrativas fuertemente cartográficas hasta acercamientos geográficamente comprensivos, para utilizar la noción de *comprehensive geography* de Soja (2010), que ubica en el mismo nivel de poder explicativo a la geografía —que pone énfasis en el espacio— y a las ciencias sociales —que ponen énfasis en el tiempo histórico. Por ello es importante precisar a qué nos referimos con el concepto “espacio” al explicar los asuntos humanos.

Arendt (2009) realiza una reveladora recuperación del pensamiento clásico para codificar tres categorías centrales: espacio privado, espacio social, y espacio público, diferenciados entre sí por el tipo de vínculos, compromisos y visibilidad que tienen los individuos. El espacio público que no debería confundirse con el social (que apunta más hacia lo colectivo en términos de proyecto), se diferencia de lo privado, (consustancia a la intimidad de las personas), en que en el espacio público los individuos están visibles, expuestos al ojo y entendimiento de los demás, y por tanto, se convierten en objeto de interés y conflicto. Resulta una esfera donde entes privados se organizan para defender fuera de su intimidad o su familia, sus intereses y riqueza privada. Para que la vida humana pueda funcionar como un espacio en donde los individuos concurren para defender sus intereses, aparece lo que la misma autora llama “cuerpos políticos”, que son sistemas por medio de los cuales se configura y se disputa el gobierno. Lo social es una consecuencia de convertir lo privado en público y confundirse con él, de tal suerte que, a medida que avanza la esfera pública con la vida moderna, aparece una emocionalidad colectiva que por sí misma constituye un espacio donde discurre la vida social. De esta manera,

cuando hablamos de espacio público, nos referimos a la espacialidad humana de su vida pública y social, la cual ocurre de forma plena en la aglomeración de la vida urbana, la ciudad.

Esta sociedad presenta una paradoja en las últimas décadas, con el advenimiento de la digitalización y la revolución tecnológica, pues frente a una especie de difuminación de la esfera pública, reaparece en un espacio digital o virtual privado, que frecuentemente se traslapa, desplaza o toma preeminencia frente al espacio público.

El nuevo espacio público muta a un espacio híbrido digital complejo por el despliegue de las tecnologías de comunicación a escala planetaria, por la fiebre de la tecnología que invade desde los lugares más domésticos e íntimos hasta los más públicos, lo que se puede apreciar, según De Souza e Silva (2004: 15-16), en cambios en la percepción de la distancia geográfica; en la ubicuidad mientras nos movemos en el espacio; en el ambiente multiusos que se genera en el espacio urbano y su conversión en espacios de circulación o desplazamiento.

Este artículo se centra en discutir cómo ciertas tecnologías digitales vienen dando pauta para la transformación del espacio público de acuerdo al contexto social de que se trate, nos referimos al teléfono móvil inteligente y a las videocámaras dotadas con capacidades extraordinarias para registrar, transmitir información valiosa para el funcionamiento de la ciudad. Nos proponemos explicar los principales cambios que adquiere el espacio público en la sociedad digital, ante diversos fenómenos que vienen sacudiendo las relaciones de las personas entre sí, y con los demás; y la transformación del espacio público urbano en espacio digital.

Cuando se empezó a hablar de ciberespacio se definió como algo inmaterial ya que provenía del concepto cibernético que el matemático Claude Shannon (tomado de Martínez, 2009), considerando que la información era una función inmaterial, sin dimensiones. El profesor de

MIT, Norbert Wiener² pensó a mediados de los 80s, que la información representaba una opción a escoger entre mensajes posibles. Es decir, un concepto completamente desconectado de interfaces materiales donde necesariamente se inscriben. Estas teorías contribuyeron a su vez a la adopción de la palabra ciberespacio para describir a Internet. Así, para William Gibson, el ciberespacio es un espacio inmaterial, un espacio de datos, que se puede habitar al margen del cuerpo físico o cuando te liberas de él" (tomado de De Souza e Silva, 2004: 17).

La información digital pronto adquirió un valor de dimensiones económicas, políticas, culturales y personales, que en los últimos años se catapultó y recibe la denominación de Internet de las Cosas que se convirtió en Internet de Todo. El primero se mencionó por vez primera en 2009 por Ashton Kevin y la idea central fue la construcción de nuevos sistemas de información y comunicación para enlazar al consumidor de cosas con el vendedor, es decir, dispositivos electrónicos inteligentes (Mongay et al., 2017) para el manejo remoto de cualquier cosa a la que se le adapte tal dispositivo. Con el eslogan de Internet de las cosas se trata de significar que las cosas adquieren más importancia que las ideas, y por Internet de Todo se denota a una estructura de información global y dinámica capaz de autoconfigurarse con estándares y protocolos de comunicación interoperables que permiten que lo físico y las cosas virtuales denoten tributos físicos, identidades, personalidad virtual, utilizando interfaces inteligentes, todo lo cual queda integrado en redes de información (Zielinski, 2015). Además el soporte del Internet de Todo son los desarrollos tecnológicos acumulados para la actividad y registro de información como los GPS, redes de sensores, terminales de usuario, redes de sensores inalámbricas, computo en la nube, entre otros (Mongay et al. 2017).

² Wiener, formalizó la palabra cibernético en 1948 para referirse a la relación de control o comunicación entre el humano y la máquina y, luego popularizaría las implicaciones sociales de la cibernética, al establecer analogías entre los sistemas automáticos y las instituciones. Tomado de Martínez (2009). El valor probatorio de la información electrónica en el juicio en línea) <http://200.94.19.138/tesisXXV/lineC1.html>

En los últimos años ha crecido de forma inimaginable el número de aparatos y objetos conectados (aparatos electrónicos, muebles, automóviles). En 2006 eran 2 billones de cosas enlazadas; para 2015 alcanzaron los 15 billones y se calcula que para 2020 serán 50 billones. Surge así la denominación de Internet de Todo (Internet of Everything IoE).

Se trata de una verdadera infraestructura global de información, que consiste en adaptar inteligencia y capacidad de conectividad en red a cada cosa u objeto ya sea que pertenezca a ámbitos privados o públicos (casa, supermercado, equipamiento urbano para tránsito, oficina, escuela), incrementando la eficiencia, la seguridad, confort, pero también el control de la vida de las personas y grupos. Un aditamento clave para que se produzca el Internet de las Cosas y el Internet de Todo, son los sensores que se empotran a todo tipo de muebles, artefactos electrónicos, semáforos, videocámaras, aparatos de teléfono, televisores, automóviles, cuya función es registrar el desempeño técnico, pero lo más importante es que registran actividades sociales y comportamientos humanos que tienen lugar en un ámbito espacial determinado. De ahí su incidencia en las relaciones sociales e interpersonales que ocurren en espacios públicos o privados que implican asuntos de privacidad, seguridad, regulación, comercialización y control.

Precisamente se adopta el término Internet de las Cosas, porque al censar objetos y comportamientos, se genera una inmensidad de datos que se potencializan por la hiperconectividad de personas, cosas, procesos y datos, arribando a Internet de Todo (Mongay, et al. 2017: 9). Ello conduce a una incesante producción de nuevas formas de utilización de las tecnologías digitales para integrarlas y darles sentido en "minas de datos" que vienen invadiendo todos los espacios posibles, aposentándose en los espacios reservados a la privacidad, o bien en el espacio público, transformándolo en espacio digital.

En el capitalismo, el mundo construido cosifica a las relaciones sociales, hace que los hombres se relacionen

unos con otros a través de los objetos que producen en una condición que Marx (1844) siguiendo a Hegel llamó alienación. Con la irrupción de la sociedad de masas, los individuos parecían alejarse cada vez más unos de otros ante el ensanchamiento de la esfera pública en donde la representación, por ejemplo, se dilataba y la identificación de unos con otros tendía a disolverse. Arendt (2009) lo planteaba así:

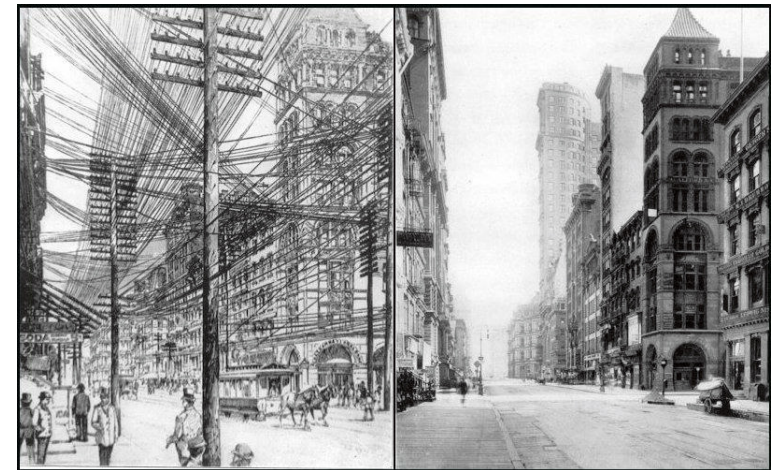
La esfera pública, al igual que el mundo en común, nos junta y no obstante impide que caigamos uno sobre otro, por decirlo así. Lo que hace tan difícil de soportar a la sociedad de masas no es el número de personas, o al menos no de manera fundamental, sino el hecho de que entre ellas el mundo ha perdido su poder para agruparlas, relacionarlas y separarlas. Esta extraña situación semeja a una sesión de espiritismo donde cierto número de personas sentado alrededor de una mesa pudiera ver de repente, por medio de algún truco mágico, cómo ésta desaparece, de modo que dos personas situadas una frente a la otra ya no estuvieran separadas, aunque no relacionadas entre sí por algo tangible (Arendt, 2009: 62).

Con las tecnologías de información y comunicación, remarcadamente Internet y los dispositivos para el contacto inmediato y cara a cara, pareciera también recuperarse una evanescente vida pública y colectiva, de tal suerte que, las personas nos podemos comunicar con quien sea, como sea y a la hora que sea, lo que otorga al espacio público o espacio social, un nuevo significado, híbrido que conjuga relación entre cosas al mismo nivel que relación entre individuos, y relación de individuos con las cosas.

A través de la historia, se ha visto que la introducción de tecnologías para la comunicación en el espacio público provoca efectos de diversa naturaleza, siendo el impacto visual el más inmediato. Cuando se introdujo el servicio de teléfono a mediados del siglo XIX en grandes ciudades como Nueva York, Londres, Ciudad de México, el equipamiento urbano lucía tupidos tendidos del cableado por los aires (véase figura 1), dependiendo del número de compañías telefónicas que hubiera, lo que daba imagen

de modernidad y progreso. Tiempo después, en muchas zonas de alta plusvalía y grandes metrópolis, empezaron a ocultarse en convenientes zanjas en el suelo para proteger el cableado, y así sus cielos lucieron despejados de esa maraña visual (véase figura 1), que volvería a poblarse posteriormente con otros artefactos igualmente para la comunicación (Ruelas, 1996). También, antes de terminar el siglo XIX, empezaron a poblar el espacio urbano miles de casetas de teléfonos públicos, ajustándose las compañías telefónicas a las exigencias del principio de universalidad obligatorio llegando para 2015 en México a 748 mil 418 según Ifetel (Mendieta, 2016). Ellas fueron acomodadas en puntos estratégicos muy accesibles y visibles a los peatones de las ciudades donde las personas pudieran hablar en circunstancias poco propicias para la privacidad. Dichas cabinas públicas casi desaparecen hoy de la geografía urbana, arrolladas por la tecnología celular inalámbrica.

FIGURA 1



Fuente: Calle de Nueva York (1890) con y sin tendidos de cables telefónicos (primeras décadas del siglo XX) tomadas de: https://es.wikipedia.org/wiki/Planta_externa / (10 de abril de 2017)

Con la emergencia de la telefonía celular, pero hasta su masificación a principios de los noventa del siglo XX, aparecieron un sinnúmero de torres, altas estructuras de fierro para soportar antenas receptoras y direccionadoras de las radiofrecuencias, que aún vemos en los techos de edificios y viviendas o en las zonas de mayor altitud de las ciudades, multiplicándose cada 30 kilómetros o menos, según la densidad poblacional o la demanda del servicio (véase figura 2). Pero, algo muy perturbador para los ciudadanos es lo que ocurre en nuestros días con el espacio atmosférico, donde empiezan a surcar los cielos de las ciudades con drones para la comunicación e información (véase figura 3). Adquieren formas de alacrán con aditamentos para poderlas hacer aterrizar y que carguen videocámaras o cámaras fotográficas para registrar imágenes o graben eventos y mandar señales de comunicación (véase figura 3). También se experimentan para prestar servicios de entrega de mercancías en cuestión de horas. Su despliegue, si prospera en grandes dimensiones, nos hará sentir como en una “guerra de pequeñas galaxias”, amén de los impactos regulatorios de esa parte del espacio aéreo nunca antes utilizado para la comunicación móvil.

En algunas regiones de España, la altura de vuelo está limitada a 120 metros y deben controlarse remotamente por personas o pilotos que puedan tener alcance visual de ellos a una distancia de 500 metros, incluso se autoriza que circulen dentro de edificios siempre y cuando haya espacio suficiente para maniobrarlos. En Estados Unidos se reportó desde 2014, que algunos pilotos han llegado a verlos hasta a 3 mil metros de altura, alertando los riesgos con la navegación de aviones comerciales. (EFE, Washington 2015, 16 de agosto).

Como vemos en las figuras 1, 2 y 3 los artefactos o tecnologías de comunicación como las antenas celulares, los cableados telefónicos y los drones, son plenamente visibles. Aunque la telefonía fue tardíamente objeto de estudio de las ciencias sociales y las humanidades, para conocer sus impactos en las relaciones humanas, el comercio, la política, la familia y otros, en la actualidad las tecnolo-

FIGURA 2.



Fuente: Tomadas de: <http://bit.ly/2gV7tCk>, 16 de mayo de 2017

FIGURA 3



Fuente: Tiempo.com (<http://bit.ly/2roGMea>)

gías digitalizadas de comunicación e información, si han merecido un interés científico y de difusión casi semejante a su acelerada innovación tecnológica.

Un aspecto común a las tecnologías mencionadas es su visibilidad en el espacio público, donde las personas son conscientes que ahí están presentes, que son parte de una infraestructura común, pero lo que no se alcanza a entender son sus alcances, y los propósitos para los cuales son operadas, es decir, más allá de sus propiedades técnicas, estos artefactos deben analizarse con enfoques apropiados para conocer los impactos sociales, para la competencia, la seguridad, la vida urbana, la vida doméstica, la concentración de información y su utilización.

Tecnologías digitales

Por fortuna, algunas de las aplicaciones de las tecnologías digitales de comunicación de última generación como Internet de las Cosas, las "burbujas" y las noticias falsas han recibido intensa atención primero en canales de difusión y luego en estudios especializados. Cosa que no ocurrió, como ya señalamos, durante la emergencia del teléfono tradicional y el celular (principios de los ochenta), que fueron abordados primordialmente desde la perspectiva del desarrollo tecnológico y la economía (Ruelas, 2005: 17-22).

Las primeras investigaciones sobre las consecuencias sociales del uso del celular en Estados Unidos se llevaron a cabo a principios de los noventa. Cuando se empezó a analizar el impacto en el mercado residencial, aunque sería hasta entrado el año 2000 que recibió atención más sostenida en ese país (Lenhart *et al.*, 2010). En Europa y Japón aparecieron estudios muy influyentes en 2002 (Brown, Green y Harper) sobre los aspectos sociales y de interacción a través del teléfono móvil; sobre la vida a través del móvil en Japón (Mizuko, Okabe y Matsuda) y acerca de la comunicación móvil (Katz y Aakhus), que aún tienen vigencia no obstante lo acelerado de la diseminación

e innovación tecnológica que ha superado cualquier especulación sobre los efectos sociales que tendrían posteriormente. El teléfono fijo apenas recibió atención selectiva en los setenta, siendo mayormente de carácter histórico y sobre las características regulatorias de los conglomerados telefónicos.

Las tecnologías digitales que dominan la segunda década del siglo XXI, y sus efectos humanos y sociales, han sido abordadas con una asiduidad inversamente proporcional a lo oscuro de cómo se operan. Son conocidas como la zona gris de la comunicación ya que muchos de sus múltiples efectos pueden gestarse subrepticamente. Cada vez llaman más la atención por el cariz que han adquirido en aspectos sensibles globalmente como las revelaciones de inmensas bases de datos de los gobiernos, los *hackeos* a las mismas compañías de Internet y navegadores, las intervenciones ilegales de gobiernos extranjeros en procesos electorales internos, entre otros.

El despliegue de la digitalización incide en las conductas que tienen lugar en el espacio público, en la forma como es planeado, utilizado y gobernado. Precisamente, la diseminación de grandes volúmenes de información de interés económico y político mundial por el ex empleado estadounidense Edward Snowden, ha sido útil para que se conozca en toda su magnitud el despliegue y eventual aplicación de tecnologías con capacidades para almacenar grandes bases de datos, obtenidas por operaciones algorítmicas precisas, y que se manipulan en zonas ocultas, que apenas se están conociendo y teniendo mayor difusión por sus impactos globales.

Una problemática de enorme interés para analistas de las TICs, como hemos referido es la oscuridad con la que se operan, así como la multiplicidad de aplicaciones y éxito comercial que tienen. Es decir, la visibilidad hace una diferencia importante entre las tecnologías de comunicación. Mientras las redes telefónicas alámbricas, de microondas y celulares se despliegan ostensiblemente, las aplicaciones digitales de última generación son zonas casi secretas, aunque "los objetos digitales y las prácticas digitales", como afirma Greene (2016), producen espacios, lugares y relaciones espaciales.

Espacio público y espacio digital

Precisamente, los cambios tecnológicos referidos, han dado pauta a una nueva transformación de concepto de espacio público, que da lugar a una discusión multidisciplinaria por efecto de la comunicación en red y la digitalización. El concepto no solo para los estudiosos de lo urbano (Amin, 2006), los geógrafos o la ciudad, sino para las disciplinas sociales y humanidades, ha cambiado radicalmente debido al poblamiento de un sinfín de tecnologías digitalizadas para la comunicación muy visibles y otras redes como las inalámbricas que no lo son, pero que tienen un impacto tremendo en la vida urbana, en la movilidad, en la seguridad y en los comportamientos de los individuos en las calles y plazas públicas. En los noventa, el geógrafo urbano Bertaut (2000:283) estudió, a partir de los patrones espaciales con que se tendía la infraestructura de telefonía celular en las ciudades norteamericanas, si ello significaba un nuevo espacio por la fuerza de trabajo móvil que se creó, a la vez que contribuía a la gestación de una economía urbana emergente. También, Mitchell (1995:5) advertía en su obra *City of Bits*, cuando aún no se masificaba el uso de Internet, una “vida social crecientemente mediada por redes de cómputo que estaba reconstruyendo las relaciones interpersonales en los espacios digitalizados” y que debían importarnos los arreglos sobre “la infraestructura cívica y los acuerdos espaciales” que se sentían en las ciudades, pues tendrían “efectos insoslayables en las oportunidades de servicios públicos, en el carácter y contenido del discurso público, las formas de la actividad cultural, y cómo le damos forma y textura a nuestras rutinas”.

Espacio público y teléfonos inteligentes

Actualmente, lo digital es definitivamente un elemento perturbador del espacio público y de lo que ocurre en él. Catapulta las capacidades para ejercer control o utilizarlo

para ejercer poder, o bien para quebrantar reglas de comportamiento en los espacios y sitios públicos. De hecho, una de las primeras preocupaciones que trajo consigo la disponibilidad del celular en las ciudades fueron las molestias que ocasionaba hablar a través de él en sitios públicos como el cine, trenes, autobús, parques, o bien en los restaurantes frente a acompañantes, lo que fue catalogado por Goffman (1963) como *civil inattention*. Es decir, en ciertas situaciones en público las personas que dirigen la mirada al otro le envían un mensaje de que lo toma en cuenta y de que tiene un comportamiento apropiado, aunque luego le quite la vista para mostrarle que no es objeto de su especial curiosidad. Con el celular eso se perdió en sus primeras manifestaciones por el ensimismamiento y por la omnipresencia de este artefacto. Los celulares, “virtualizan el espacio al traer o desdoblar contextos distantes a contextos presentes, ya sea vía telefónica o por internet” (De Souza e Silva, 2004: 15).

Un estudio comparativo del comportamiento de estudiantes universitarios al usar el celular en Suecia, Estados Unidos y Japón, intentó conocer el grado de aceptación de la autoexpresión en público, o la propensión a tolerar la autoexpresión, y cómo el espacio público cede frente al espacio privado. Se tomó en cuenta si era apropiado usar el celular en espacio público, o si causaba molestia oír a alguien hablar en voz alta (Baron, *et al.*, 2010). Se considera que hablar en público sobre asuntos íntimos o de trabajo es algo que tradicionalmente se realizaba en espacios cerrados o apropiados para esos efectos, y que las personas que comparten un espacio público no tienen interés en escuchar o tomar parte en conversaciones absolutamente ajenas o la autoexpresión. Tampoco se dan cuenta de las molestias que provoca la apropiación de un espacio público para convertirlo en un espacio digital, así como el hecho de que escuchar conversaciones extrañas semeja la invasión de un espacio abierto, que no es exclusivo para tales o cuales personas; o bien que se está empujando un espacio común.

También, fenómenos recientes como autofotografiarse en público o hacer *selfies* se advierten más perturbadores aún, puesto que hablar por teléfono puede ser en estos momentos más tolerable que desplegar conductas de vanidad, autocomplacencia, presunción, por tomarse fotografías de uno mismo en cualquier sitio y a toda hora; aunque al paso del tiempo se podrá asumir como algo mundano.

Fenómenos recientes que vienen trastocando la vida social se han visto catapultados por la digitalización en red, la aplicación de algoritmos para incitar conductas, empotrar aditamentos digitales que dan lugar al Internet de las Cosas, encapsulamiento del individuo (*filter bubbles*), noticias falsas (*fake news*), entre otros, pero sus múltiples impactos están estrechamente determinados por el impulso social, por llamar así a los más diversos intereses: comerciales, de entretenimiento, de gobierno, financieros, de evasión de la ley. Para los activistas políticos, por ejemplo, los espacios digitalizados, son propicios para las acciones disímolas como la expresión, el encuentro y la protesta.

Tenemos pues, que un sinnúmero de problemáticas de estudio se tienen que repensar a la luz de la convergencia de lo público y las redes digitales: el espacio mismo, la construcción de lo público en línea, la crisis de lo público en las redes sociales, el empoderamiento a través de las redes sociales digitales, las perspectivas históricas de lo público digital, la mediación de lo público por la tecnología y el cómputo, el futuro de lo público en línea, la publicidad en redes en temas sobre raza, etnicidad, género, sexualidad, clase, religión; el activismo y la agencia ante las redes digitales; la afectividad, la vigilancia personal y a través de los datos; la privacidad; la intimidad, el duelo; el odio en las redes sociales; los Big Data y los algoritmos; el gobierno electrónico y lo público; la radicalización en las redes (AoIR, 2017).

La espacialidad de lo público en la era digital

La digitalización no solo ha trastocado un sinnúmero de actividades físicas personales y colectivas, sino también el carácter del espacio público por efecto de la masiva digitalización que se despliega a través de artefactos visibles como los aparatos inteligentes portátiles y de acciones que transcurren en lo invisible como las operaciones algorítmicas y la conformación de las grandes bases de datos.

Las características de lo público es lo abierto, libre, opuesto a la propiedad privada, y en particular, lo expuesto a los más diversos usos. Así al espacio público se le adapta, adopta, se le apropia para los intereses más divergentes e impredecibles. La digitalización o tecnologías digitales son diseñadas con ciertos propósitos: para comunicación, para la coordinación, para la vanidad, para la gratificación; pero también para desestabilizar, para ejercer poder, para influir, para controlar, en el sentido que propone el enfoque de la construcción social de la tecnología, de que es la acción humana la que determina o le da forma a la tecnología y que el uso de la esta se debe entender a partir de cómo está involucrada o incrustada en el contexto social (Bijker, Hoge y Pinch, 1999).

Para contrastar hechos divergentes en un espacio público donde se acude a la digitalización como política pública de vigilancia, control y aplicación de medidas legales, nos referiremos a dos fenómenos sociotécnicos divergentes que condicionan al espacio público: el despliegue de videocámaras y el uso de teléfonos inteligentes.

Espacio digital en conflicto

El concepto de espacio público y su traslapamiento con el de espacio digital, toma variaciones dependiendo de la escala geográfica y las particularidades históricas y culturales de cada lugar.

Si nos ubicamos en la ciudad de Culiacán, Sinaloa, una ciudad típica del acelerado crecimiento urbano y la realidad convulsa que caracteriza a México en la última década, veremos que el espacio público se ha visto trastocado por la adopción de emblemáticas tecnologías de comunicación que se han vuelto parte del paisaje urbano y que chocan con comportamientos individuales y colectivos.

Abordar las vicisitudes de las tecnologías digitales en espacios públicos determinados como nuestra ciudad, nos lleva a descubrir una arista desconcertante de las reacciones ante dichas tecnologías. Se esperaría que en Culiacán, donde la tranquilidad pública y personal se ha minado considerablemente por los ataques de criminales organizados, las videocámaras fueran una herramienta bien recibida para que funcionen como disuasorias de la comisión de delitos o infracciones a las normas públicas. El gobierno local ha invertido en instalación de videocámaras en semáforos y calles más transitadas, así como en algunos edificios céntricos y de aglomeración de personas y transeúntes, lo que lo convierte en espacio digital tecnológicamente hablando.

No obstante, se ha documentado que las videocámaras de vigilancia en grandes ciudades poco han servido para atajar los crímenes: en Londres por cada un mil cámaras se ha resuelto menos de un crimen al año; en Chicago se dice que ayudaron a arrestar cuatro mil personas desde 2006 personas y aunque pareciera muy considera solo dan una proporción de uno por cada 200 arrestos. En San Francisco es mucho menor la eficacia pues en tres años después de su instalación la policía apenas pudo poner cargos a seis sospechosos con auxilio de las cámaras.

Culiacán con sus 738,747 habitantes es una ciudad moderna y pujante. Está catalogada como una ciudad violenta, dominada por el narcotráfico con su secuela de crímenes, robos y ataques en la vía pública. Aunque pudiera pensarse que el uso de la tecnología digital en red para llevar a cabo estrategias de vigilancia a través de videocámaras empotradas en el equipamiento urbano, sería una medida óptima para disuadir, combatir, perseguir y acusar al crimen, ha ocurrido lo contrario.

El primero de octubre de 2016, los habitantes de Culiacán constataron (Noroeste, 1º de octubre de 2016) cómo la tecnología en el espacio público está condicionada por los intereses de grupos influyentes, la corrupción y el miedo ciudadano. Después de una emboscada de delincuentes a un convoy militar en la zona norte de la ciudad, se descubrió que las videocámaras apostadas en el espacio público urbano estaban inservibles³. Se dio a conocer que de las 230 cámaras colocadas en semáforos y algunos postes del cableado eléctrico, solo servían nueve. Es decir, los propósitos de vigilancia de las rúas urbanas, instalando los artefactos electrónicos en puntos clave del tráfico automovilístico y de personas, para brindar seguridad a los pobladores, no se cumplen por el simple hecho de adquirir el equipo e instalarlo, pues ante acontecimientos trágicos donde sería clave la grabación o registro de un evento, lo que impera es la falta de estrategia gubernamental para que la tecnología digital sea eficaz, o bien que de manera preconcebida se inutilice el equipo para impedir o permitir la comisión de delitos.

De igual forma, las reacciones a la instalación de videocámaras en las principales avenidas de la ciudad de Culiacán, tampoco han cumplido propósitos alternos como ser disuasivos de conductas ilícitas como lo puede ser la iluminación de las calles, o de ser una política pública efectiva para la seguridad pública. En abril 10 de 2017, se reportó un hecho impactante ocurrido en las calles de Culiacán, pues los grupos de delincuentes, habían venido disparando contra las cámaras de videovigilancia localizadas en los puntos críticos de la ciudad, destrozando al menos 22 de ellas. Aunque alcanzaron a quedar grabadas las imágenes de los atracadores, no hubo autoridad que los persiguiera. Ello muestra las reacciones de fuerzas poderosas y desafiantes no tanto contra la tecnología, sino contra la auto-

³ El reporte pericial de la Procuraduría General de la República (PGR), acusaba que la inoperancia de las videocámaras, operadas por el Centro de Emergencias y Respuesta Inmediata (CERI) y el C4, era del conocimiento de la célula criminal que atacó a los soldados.

ridad pública y de la ciudad completa (Café Negro Portal, 2017); y constata el argumento de De Certeau (1984) sobre “la existencia de prácticas alternativas, y la diversidad de usos que puede adoptar el espacio”. Es decir, “las distintas apropiaciones del espacio no deben entenderse en términos de una competencia entre dos proyectos alternativos, sino como el resultado de interacciones sociales que ocurren en el espacio vivido y que pueden dar lugar a diversos significados y propósitos.”

Por tanto, tendríamos que concluir que las políticas para preservar el espacio público utilizando las tecnologías digitales que pueden ser útiles en otros espacios geográficos, se revierten en nuestro caso, pues evidencia a un sistema de gobierno incompetente e incapaz de resguardarlo.⁴ Entonces tenemos un espacio público urbano que no alcanza a ser poblado por la tecnología, puesto que esta depende de las acciones de grupos poderosos delincuenciales.

Efectivamente, el espacio público en Culiacán en los primeros años del siglo XXI presenta atributos de una hibridación, pues por una parte las tecnologías digitales para la vigilancia y control, han sido manejadas de manera ineficientes y han concitado a su destrucción; y por la otra, la disponibilidad de teléfonos inteligentes ha venido a poblar cualquier reducto público y privado, provocando desconexión social e individual en un espacio históricamente concebido para desplegar actitudes no privadas.

En contraste, tenemos un caso de utilización de las tecnologías digitales en las calles, que se ha catalogado como exitoso, al menos para las autoridades de la ciudad. Se trata de las redadas policiacas contra el crimen en la ciudad de Memphis, Tennessee.

⁴ Las investigaciones de la PGR y la Secretaría de la Defensa Nacional (Sedena) arrojaron que las cámaras que se habían instalado desde 2009, no estaban en operación pues no se había cubierto la póliza de mantenimiento desde 2014. Fue catalogado como caso de negligencia de la autoridad municipal y se cree que “fue un acto deliberado para favorecer a la delincuencia”. Alejandro Sicairos, “Entorpecen investigación del Ejército ‘cámaras ciegas’ de video-vigilancia”, Revista Espejo, Culiacán 14 de octubre de 2016, tomado de <http://bit.ly/2uek88Z>

The Guardian publicó en julio de 2013, una nota muy importante para los estudiosos de la violencia en las ciudades y el uso de tecnologías digitales en el espacio público, que despertó las más disímolas reacciones y que nos permiten conocer otro ángulo de los impactos de la tecnología digital. En Memphis, en tan solo tres días de agosto de 2005, la policía detuvo en una redada exitosa a 1,200 personas como parte de la operación llamada Blue Crush⁵. ¿Cómo lo lograron? Un grupo de criminólogos y científicos de la Universidad de Memphis desarrolló un algoritmo utilizando estadísticas del crimen y su diseminación en la ciudad, las cruzaron con bases de datos de mapas de las viviendas y la temperatura ambiente principalmente y con ello instruyeron a los algoritmos para que pudieran buscar correlaciones en los datos para identificar los focos rojos del crimen en esa ciudad. Así, el día del operativo la estrategia fue dirigirse a puntos específicos para hacer las detenciones.

Esta estrategia se ha replicado en otras ciudades de Israel, Polonia y el Reino Unido. Son políticas públicas para predecir eventos, y en este caso tienen como soporte importante la existencia de un conjunto de tecnologías empotradas en el equipamiento urbano que registran movimientos y los almacenan en bases de datos con los cuales se diseñan algoritmos. Es decir, el poder que proporcionan las tecnologías digitales desplegadas en el equipamiento público urbano reside en la capacidad de generar datos para la toma de decisiones. Las prácticas computacionales de recolección de datos masivamente, modelarlos y darles funciones concretas a través de los algoritmos, incrementa la capacidad de quienes tienen recursos y acceso a esas herramientas y usarlas efectivamente para los más diversos intereses (comerciales, propagandísticos, de persuasión). Según Tufekci (2016), ahora “las estrategias son dirigidas no a grupos o segmentos de la población, sino a individuos, pues se puede recurrir a las ciencias de la conducta con objetivos de persuasión política, lo que

⁵ Crush es un acrónimo de Criminal Reduction utilizing Statistical History.

acrecienta el poder de verdaderos *brokers* de los datos de personas o del ambiente social en un momento determinado". Con esto, brinda lecciones de que a las tecnologías digitales se les saca del ámbito de lo público para convertir los datos extraídos a través de ellas en un bien codiciado, que es información estratégica.

Históricamente, la emergencia de tecnologías digitales de comunicación encuentra patrones de respuesta social semejantes. Desde el telégrafo hasta hoy con el Internet de las Cosas, siempre se ha reaccionado ambivalentemente, con optimismo y pesimismo, casi de manera simultánea. Los optimistas de la digitalización sostienen que las tecnologías conducen al progreso social, ayudan al avance en el cuidado de la salud (Andersen, et al. 2012), la educación se esparce (Unesco, 2017), conllevan nuevas formas de aglutinamiento comunitario, nuevas formas de conocer (Meyer y Shroeder, 2016; Rupert, Law y Savage, 2013), de participar en el gobierno (Lowatcharin y Menifield, 2015), de engrandecer la democracia (Chadwick, 2006; Jenkins 2008; Parkinson, 2012). Negroponte (1995), en *Being Digital* predijo con mucho optimismo y acertadamente que la tecnología evolucionaría hacia la "digitalización de todo", lo que hoy sería el Internet de Todo.

Los cautos y pesimistas, por su parte, sostienen que las tecnologías digitales facilitan el control político, amenazan la seguridad personal y de los estados, atentan contra la privacidad de las personas (Villaseñor, 2011) fomentan el trabajo desmedido (Jones, 2010), la deshumanización, y por supuesto algo que nos ha invadido: el socavamiento de los espacios públicos o su privatización. Pero también vuelve atractivos los lugares para la convivencia, incita las reuniones y crea centros urbanos activos (Abdel-Aziz *et al.*, 488). Así, a los diseñadores urbanos se les está exigiendo que adopten otras visiones para planear los espacios físicos de la ciudad, por ejemplo tener en cuenta el contexto en que se establecen de manera espontánea y temporal algunos vendedores de comida en las calles y que operan con base en las comunicaciones por *twitter* o *whatsapp* (Wessel, Ziemkiewicz y Sauda, 2016). Es decir,

guiarse por un enfoque integral para analizar y planear las relaciones entre el espacio físico y las actividades en línea. Algo que ineludiblemente se manifiesta en los más insólitos espacios públicos.

Mediante la instalación de sensores en el equipamiento urbano y el uso de sistema de información geográfica se puede recolectar información en tiempo real y controlar muchos procesos urbanos a partir de información sobre el flujo del tráfico, la contaminación del aire, la densidad poblacional, el clima (Wessel, Ziemkiewicz y Sauda, 2016:1642). Aplicaciones en los teléfonos inteligentes, en la Ciudad de México por ejemplo alertan con fracción de segundos de anticipación de actividad sísmica y alerta también a los sistemas de protección civil y seguridad. Lo mismo se puede hacer en casos de incendios, inundaciones, u otros desastres naturales en distintas latitudes.

Se dice que para reducir los congestionamientos de tráfico en ciertas ciudades, es apropiada la tecnología de geolocalización en los teléfonos celular bajo la que operan compañías de taxis como Uber; o también las compañías dedicadas a organizar la compartición de automóviles como Lyft Sidecar. No obstante, de acuerdo al enfoque de la construcción social de la tecnología, las consecuencias de concentrar en un sistema que monopoliza la información sobre los hábitos de desplazamiento de las personas puede provocarles problemas a las personas que se controlan por estos sistemas en sus empleos, aun cuando no están en sus horarios de trabajo.

Teléfono celular

Si una tecnología de comunicación ha impactado sobremedida al espacio público y privado, ha sido el teléfono celular hoy transformado en un artefacto multiusos, principalmente por las adaptaciones que le empotran inteligencia digital. Es el artefacto que más se porta en el mundo por las personas en el espacio público: es ubicuo, es vestible, es adaptable, es indispensable. Precisamente, Ampanavos

y Markaki (2014) refieren a que uno de los cambios sociales más influyentes de los últimos años es la prevalencia de conexiones inalámbricas sobre las de cable que han conducido a una ubicuidad de las personas por las capacidades de cómputo que portan en sus artefactos, ofreciendo nuevas formas de percibir al espacio y la participación en el ambiente urbano (Abdel-Azis *et al.*, 2016: 490). De esta manera, el espacio público de las ciudades tiende a convertirse en un “hospedaje de actividades privadas que realizan las personas en sus aparatos personales”.

En México y el mundo cada día se pierde el sentido de contabilizarlos. Según el Instituto Federal de Telecomunicaciones, el número de suscriptores móviles a principios de 2016, alcanzó los 108.8 millones, siendo 84% de prepago y 16% de pospago. Es decir, 89 de cada 100 personas tienen celular, pero habría que tomar en cuenta el sinnúmero de aparatos que se compran de manera libre en el mercado, su intercambio por mecanismos informales (IFT, 2016).

Por sus efectos, se despliegan conductas de ensimismamiento, aislamiento, menosprecio al otro, lo que trastoca el concepto mismo de espacio público, en el sentido de que ahí se socializa, comparte, participa y se considera al otro en cada uno de nuestros movimientos. La movilidad que permiten los teléfonos inteligentes posibilita que en las últimas dos décadas las personas estén cambiando el significado de espacio público: ahora se relacionan con él de manera muy diferente, puesto que lo constriñen y manipulan imprimiéndole otros significados. Con la conexión a internet desde el celular, se crean movilidades miniaturizadas como afirman O Keeffe y Kerr (2015), a la vez que se negocia la socialización basada en patrones ampliamente diseminados en cualquier parte del mundo, con conductas de ausencia, distancia, y desconexión” del entorno. Con ellos se crea una esfera privada de interacción en cualquier espacio, y reduce la posibilidad de encuentros casuales o no buscados en público, es más los ahuyenta.

Algo más perturbador para los sociólogos es la complejidad de sostener la idea de lo público y lo privado como

una idea binaria. Lo que hoy se piensa es que la esfera privada está dominando a la esfera pública. Al hablar en un espacio público, los usuarios no solo tienen la impresión de moverse en una burbuja privada, sino que hacia el espacio que se muevan, lo convierten en una burbuja privada, a lo que se le denomina “territorios privados, personales y portátiles” (Badger, 2015).

Control del espacio público

A partir de diversos artefactos colocados en el equipamiento urbano, como los que hemos mencionado, se ha dado lugar a un espacio público digitalizado y controlado con efectos bivalentes. Ello implica que lo que tenga lugar en esos espacios es susceptible de ser grabado y almacenado en grandes bases de datos, dando lugar al fenómeno mejor conocido en inglés como *Big Data*. Las grandes bases de datos son el conjunto de datos recopilados intermitentemente, minuto a minuto, de actividades sociales e individuales registradas en aparatos de comunicación inteligentes (teléfonos, tabletas, computadoras, consolas de videojuegos), o bien a partir de la movilidad en el espacio urbano detectada por sensores colocados en puntos estratégicos o grabada en cámaras de video, o bien sensores en objetos o aparatos domésticos. Es tal la magnitud de las bases de datos que solo pueden ser construidas, y asignar relevancia a la información automáticamente a partir de operaciones algorítmicas, que ya están siendo objeto de escrutinio por grupos vulnerables y estudiosos no matemáticos. A través de los algoritmos se producen dos conjuntos de operaciones muy importantes; por un lado se realizan búsquedas, se observa y vigila; se pueden hacer predicciones, filtrar información, hacer recomendaciones y localizar contenidos. Pero a su vez, se han identificado algunos riesgos que conlleva la selección algorítmica, como: la manipulación, reducción de la variedad de información y la creación de “cámaras de eco” (filter bubbles), se constriñe la libertad de comunicación y

expresión, pues hay filtros inteligentes que son verdaderas censuras, vigilan y amenazan la privacidad y la protección de datos; dan pauta para la discriminación social, la violación de los derechos de propiedad intelectual y el abuso de poder (Saurwein, Just y Latzer: 2016).

El despliegue en la infraestructura urbana de tal cantidad de artefactos, sean de propiedad pública o privada, implica que cualquier actividad que tiene lugar en el espacio público digital es susceptible de ser rastreada e integrarse en bases de datos para propósitos muchas veces desconocidos. Es decir, nuestras actividades (privadas) en redes sociales, las visitas a la web, o mientras nos movemos por las calles o en el automóvil pueden ser grabadas, almacenadas y sujetas a análisis para utilizarse según intereses públicos o privados, de comercialización (Harper, 2016: 2).

Los *big data* causan problemas a la esfera pública, no solo porque fragmentan el debate público, sino porque tienden a imponer una hegemonía epistemológica poderosa sobre un público fragmentado, y también por lo que Webster (2014) describe como un masivo traslapamiento cultural de consumo de medios. Para Harper (2016: 5) el principal problema con los *big data* es que quien los recopila y produce tiene información valiosa concentrada y su estatus legal es oscuro e incierto. Ahora que están en franca crisis los grandes conglomerados de medios de comunicación masiva de televisión y radiodifusión, la posesión de la información está en esos productores de medios que tienen una audiencia mucho más amplia y lo que es más grave, reitera este autor: “las herramientas analíticas solo ellos las conocen, son privadas, inaccesibles, e incluso ellos mismo moderan el acceso a su conocimiento.”

Quizás el fenómeno que refiere a este espacio público híbrido es del juego caza bots. En México y muchas partes del mundo, en agosto de 2016 se lanzó el llamado “Pokémon Go Bot” diseñado por el programador Carlos Cabada, que lo asemejó con el vicio que despierta el café y la cerveza. Bajo esa lógica de adicción se utilizó como “materia prima” para crear los bots.

El Botfighter y otros son juegos virtuales con la particularidad que las personas, armadas de un teléfono inteligente, persiguen robots o bots “escondidos en sitios públicos”. Los sensores de los teléfonos son los que detectan los bots que crea la compañía creadora del juego. Su funcionamiento inicia con un registro en un sitio web, “en el que los jugadores crean un robot virtual al que dotan de unas características determinadas que lo harán diferente del resto de bots de los demás jugadores. Mediante el envío de un mensaje de la compañía que desarrolla el juego, los jugadores reciben la ubicación de los bots cercanos y por tanto son susceptibles de un ataque. “Los ataques se basan en la comparación de los atributos de cada bot, ya sea fuerza, escudo. Los ganadores de estas contiendas virtuales son recompensados con puntos canjeables para la actualización de sus bots” (de Souza e Silva, 2004, p15). Se pueden también intercambiar mensajes entre los jugadores.

Aunque el juego depende en gran medida de las visitas a su sitio web para la actualización y el canjeo de puntos por atributos, su acción y desarrollo tienen lugar en los dispositivos móviles que funcionan como armas para detectar y ser detectado por los demás jugadores. La peculiaridad de este juego reside en la posibilidad de encontrar otros jugadores en cualquier momento y en cualquier parte en un radio de un kilómetro aproximadamente.

Los cazabots tuvieron un éxito rotundo, como cada novedad tecnológica. Sin embargo, el impacto individual y colectivo fue de los más rotundo, pues se trataba de contrarrestar el encierro o ensimismamiento que por décadas han provocado con los videojuegos de consola y en línea, sacando a las personas e incitándolos a que recorrieran sitios públicos en búsqueda de los dichos bots. Al jugarse, las personas se hicieron “zombies” por las calles, parques, jardines, centros de compras, buscando con la pantalla del teléfono inteligente esos monitos detectados. Es lo que se cataloga como convivencia social transferida al espacio virtual público. Así, el espacio público se convirtió en espacio de juego digital.

El ciclo de conversión al espacio híbrido digital no se ha completado pues la tecnología debe verse como una construcción social cuyos factores condicionantes son la funcionalidad, disponibilidad, regulación, administración pública y gobernanza, no se han completado.

La digitalización ha orillado a reconstruir las metodologías de estudio de temáticas tan relevantes como la privacidad, la participación, control, poder, y espacio público, entre otros muchos. Particularmente lo público en la red digital juega un papel nodal en darle forma a la política, lo social, lo económico y lo cultural; pero también a lo moral, lo ético, a los valores (AoIR 2017) que permean nuestra vida contemporánea. No obstante, la emergencia desde hace 20 años de cientos de tecnologías, aplicaciones y plataformas digitales, el concepto genérico de esfera pública se había mantenido como un ideal inalcanzable o como una ideología poco confortable (AoIR 2017). Lo cierto es que lo público es hoy en día otra vez un concepto en reconstrucción. Muchos académicos han trabajado en su conceptualización, tomando en cuenta desde lo íntimo afectivo hasta las implicaciones sociales.

Bibliografía

Abdel-Aziz, A. A., et al., (2016) "The role of ICTs in creating the new social public place of the digital era", *Alexandria Engineering Journal*, (55): 487-493.

Ampanavos, S. y M. Markaki, (2014) *Digital cities: towards a new identity of public space. The mediated city conference*. London: Woodbury University.

Andersen, K. N., et al., (2012) "Social media in public health care: Impact domain propositions", *Government Information Quarterly*, 29 (4): 462-469.

Arendt, H., (2009) *La condición humana*. 1era ed. 5ta reimp. Buenos Aires: Paidós.

Amin, A., (2006) "Colective culture and urban public space" en *The Urban Library*, [En línea] Disponible en <http://www.publicspace.org/en/text-library> [Consultado el 22 de enero de 2017]

AoIR, (2017) *Convocatoria al 18th annual meeting of the Association of Internet Researchers*. Estonia: Tartu. 18-21 October. [En línea] Disponible en: <https://aoir.org/> [Consultado el 13 febrero de 2017]

Badger, E., (2015) How smarth phones are turning out public places into public one? Citylab [En línea] Disponible en: <http://bit.ly/2u4gnmA> [Consultado el 20 de febrero de 2017]

Baron, N. S. y Y. Hård af Segerstad, (2010) "Cross-cultural patterns in mobile-phone use: public space and reachability in Sweden, the USA and Japan" en *New Media and Society*, 12 (1): 13-34.

Bertaut, Ch., (2000) "Restructuring writ invisibly. Cellular telephone systems as a means for tracking urban circulation". en J. O. Wheeler, Y. Aoyama y B. Warf (eds.). *Cities in the telecommunications age. The fracturing of geographies*. Nueva York: Routledge.

Bijker, W.; Huge, T. y T. Pinch, (Eds.), (1993) *The social construction of technological system. New Directions in the sociology and history of technology*. Cambridge: The MIT Press.

Brown, B.; Green, N. y R. Harper, (eds.), (2002) *Wireless world. Social and interactional aspects of the mobile age*. Londres: Springer-Verlag.

Cafénegroportal, (2017) "Narcos tumban a balazos cámaras de videovigilancia", Culiacán, [En línea] México, disponible en: <http://bit.ly/2uzz-LoI>, [Consultado el 10 de junio de 2017]

Chadwick, A., (2006) *Internet Politics: States, Citizens, and New Communication Technologies*. Nueva York: Oxford University Press.

De Certeau, M., (1984) tomado de Rodrigo Salcedo Hansen (2002), "Una reflexión crítica sobre el urbanismo postmoderno" en *EURE*, 28 (84): 5-19.

De Souza e Silva, A., (2004) "Mobile networks and public spaces: bringing multiuser environments into the physical space" en *Convergence*, 10 (2): 15-25.

EFE, Washington, (2015, 16 de agosto) "Los drones vuelan alto y más rápido que las regulaciones gubernamentales" [En línea] Disponible en: <http://bit.ly/2s9LiMn> [Consultado el 16 de enero de 2017]

Goffman, E., (1963) *Behaviour in public places. Notes on the social organization of gatherings*. Nueva York: The Free Press.

Greene, D., (2016) "Digital geographies lightning talks and social hour", [En línea] Disponible en: <https://digitalgeographies.github.io/SocialHour/> [Consultado el 31 de enero de 2017]

Harper, T., (2016) "The big data public and its problems: Big data and structural transformation of the public sphere", *New Media and Society*, [En línea] Disponible en <https://doi.org/10.1177/1461444816642167> [Consultado el 19 de abril de 2016]

Humpreys, L., (2005) "Cellphones in public" en *New Media and Society*, (7): 810-833.

Jenkins, H., (2008) *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. Nueva York: New York University Press.

Jones, K., (2010) "Going home: new technology's impact on remote work engagement" en *Advances in Business Research*, 1 (1): 168-175.

Katz, J. E. y M. A. Aakhus, (2002) *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk*. Cambridge, MA.: Cambridge University Press.

Lenhart, A., et al., (2010) "Teen and mobile phones Introduction: Why study mobile phones?" [En línea] Disponible en: <http://pewrsr.ch/2sHOXSp> [Consultado el 4 de febrero de 2017]

Lowatcharin, G. y Ch. E. Menifield, (2015) "Determinants of Internet-enabled transparency at the local level.: A study of Mid West county web sites" en *State and Local Government Review*, 47(2): 102-115.

Mackenzie, D. y J. Wajcman, (eds.), (1999) *The Social Shaping of Technology*. 2a ed. LUGAR: Open University Press.

Martínez, M. M., (2009) "El valor probatorio de la información electrónica en el juicio" [En línea] Disponible en: <http://200.94.19.138/tesisXXV/lineC1.html> [Consultado el 4 de febrero de 2017]

Marx, K., (1844) "El trabajo enajenado" en *Manuscritos económicos y filosóficos*, Biblioteca Virtual Espartaco [En línea] Disponible en: <https://pensaryhacer.files.wordpress.com/2008/06/manuscritos-filosoficos-y-economicos-1844karl-marx.pdf> [Consultado el 5 de febrero de 2017]

Mendieta, S., (2016) "La telefonía pública se queda en las sombras" en *Milenio* [En línea] Disponible en: <http://bit.ly/1sMQGcN> [Consultado el 4 de febrero de 2017]

Meyer, E. T.; Shroeder R. y J. Cawls, (2016) "The net as a knowledge machine: How the internet became embedded in research" en *New Media and Society*, 18 (7): 1159-1189.

IFT, (2016) Instituto Federal de Telecomunicaciones. Primer informe trimestral estadístico [En línea] Disponible en: <http://bit.ly/2roeGuz> [Consultado el 15 de enero de 2017]

Misuko, I.; Okabe D. y M. Matsuda, (eds.), (2002) *Personal, portable, pedestrian. Mobile phones in Japanese life*. Cambridge/Londres: The MIT Press.

Mitchel, W. J., (1995) *City of bits: space, place, and the infobahn*. Cambridge, MA.: MIT Press.

Negroponte, N., (1995) *Being digital*. Cambridge, MA.: The MIT Press.

Noroeste, (2016, octubre 1º) "Atacan a militares en Culiacán" [En línea] México, disponible en: <http://bit.ly/2slqbI8> [Consultado el 15 de diciembre de 2016]

O'Keeffe, L. y A. Kerr, (2015) "Reclaiming public space: Sound and mobile media use by teenagers" en *International Journal of Communication*, (9): 3562-3582.

Parkinson, J. R., (2012) *Democracy and public space. The physical sites of democratic performance*, Oxford: Oxford University Press.

Ruelas, A., (2005) *La reconversión regulatoria de telecomunicaciones*. México: UAS/Casa Juan Pablos.

_____, (1996) *México y Estados Unidos en la revolución mundial de las telecomunicaciones*, México: UNAM/UAS.

Rupert, E.; Law, J. y M. Savage, (2013) "Reassembling social science methods: the challenge of digital devices" en *Theory, culture and society*, 30 (4): 22-46.

Saurwein, F.; Just, N. y M. Latzer, (2016) "Governing algorithms on the Internet. Approaches, options, gaps". Selected Papers of AoIR 2016: The 17th Annual Conference of the Association of Internet Researchers, Berlin, Alemania, 5-8 de octubre. [En línea] Disponible en: <https://spir.aoir.org/index.php/spir/article/viewFile/1312/pdf> [Consultado el 13 de diciembre de 2016]

Sicairos, A., (2016) "Entorpecen investigación del Ejército 'cámaras ciegas' de videovigilancia" en *Revista Espejo* [En línea] México, disponible en: <http://bit.ly/2uek88Z> [Consultado el 15 de diciembre de 2016]

Soja, E., (2010) *Seeking spatial justice*, Minneapolis: University of Minnesota Press.

_____, (2000) *Postmetropolis: critical studies of cities and regions*. Nueva Jersey: Wiley-Blackwell.

The Guardian, (2013, 1o julio) "How algorithms rule the world", [En línea] Disponible en: <http://bit.ly/1mzGGIU> [Consultado el 22 de diciembre de 2016]

Tiempo.com, (s.f.) Portal Tiempo.com [En línea] disponible en <http://bit.ly/2roGMea> [Consultado el 22 de diciembre de 2016]

Zeynep T., (2014) "Engineering the public: Big data, surveillance, and computational politics" en *First Monday*, 19 (7), 7 de julio, [En línea] Disponible en: <http://firstmonday.org/article/view/4901/4097> [Consultado el 23 de enero de 2017]

UNESCO-Gobierno de la República de Corea, (2017) Asia Pacific Ministerial Forum on ICT in Education (AMFIE), "Shaping Up ICT-supported Lifelong Learning for All", Seoul, Corea, mayo 11-12. [En línea] Disponible en: <http://www.unescobkk.org/education/ict/current-projects/amfie2017/> [Consultado el 15 de enero de 2017]

Villasenor, J., (2011) "The Drone Threat to Privacy", *Scientific American*, Noviembre 14. [En línea] Disponible en: <https://www.scientificamerican.com/article/the-drone-threat-to-privacy/> [Consultado el 13 de enero de 2017]

Webster, J. G., (2014) *The marketplace of attention. How audiences take shape in a digital age*, Cambridge: MA.: The MIT Press.

Wessel, G.; Ziemkiewicz, C. y E. Sauda, (2016) "Revaluating urban space through tweets: an analysis of Tweeter-based mobile vendors and online communications" en *New media and society*, 18(8): 1636-1656.

Zielinski, J. S., (2015) "Internet of everything (IoE) in smart grid", *Przegląd Elektrotechniczny*, PE, 91(5): 158.

Fecha de recepción: 22 de marzo de 2017

Fecha de aceptación: 6 de mayo de 2017

Creating Safe Spaces: Strategies and unintentional consequences of Latina street vendors in Los Angeles

Emir Estrada¹
Arizona State University

Abstract:

Based on 66 interviews with child street vendors (ages 10-18) and their parents and two-and-a-half years of ethnographic fieldwork, this article demonstrates that the work that girls and boys do as street vendors both perpetuates and challenges gendered expectations among Latino families in Los Angeles. While both sons and daughters of Mexican and Central American immigrants engage in the family business, it is more common for girls to help their parents than their brothers. This article shows that girls take on greater work responsibilities in the street vending business. The girls in this study are performing a type of work that has been gendered as feminine (food preparation) and they are doing this gendered work on the street, a space that has been gendered as masculine and inappropriate for *señoritas* (virginal women). Paradoxically, while the street is more appropriate for males, in this context, male vendors of all ages report more instances of violence from gang members and their peers. The freedom that their male privilege affords them, also leaves them unprotected from the family and more vulnerable to street violence while peddling the streets of L.A.

Palabras claves: *Economía informal, vendedores ambulantes, criminalización de los jóvenes, género y trabajo.*

Resumen:

Basada en 66 entrevistas con niños (entre 10-18 años de edad) que se dedican a la venta ambulante con sus padres y en dos años y medio de investigación etnográfica, este artículo demuestra que el trabajo que las niñas y los niños hacen en la calle como vendedores ambulantes promueve y reta las expectativas de género entre las familias Latinas en Los Angeles. Mientras que tanto las niñas como los niños se incorporan en el negocio familiar, es más común que las niñas les ayuden a sus papas que sus hermanos. Este artículo demuestra que las niñas tienen más responsabilidades en el negocio de la venta ambulante familiar. Las niñas en este estudio hacen un tipo de trabajo que ha sido afeminado (la preparación de comida) y están haciendo este trabajo en la calle, un espacio que ha sido apropiado por el género masculino e inapropiado para señoritas (mujeres vírginales). Paradójicamente, mientras que la calle es más apropiada para hombres, en este contexto, los vendedores varones de cualquier edad reportan más incidentes de violencia por medio de pandilleros y otros hombres. La libertad que les ofrece su privilegio masculino, también los deja desprotegidos del vínculo familiar y vulnerables a violencia mientras venden en las calles de L.A.

Keywords: *Informal economy, street vending, criminalization of youth, gender and work.*

¹ Doctora en Sociología. Profesora-Investigadora en Arizona State University. Correo electrónico: emir.estrada@asu.edu

Introduction

The street is viewed as a dangerous space for youth and a disreputable place for women and girls (Loukaitou-Sideris and Ehrenfeucht, 2009). However, in order to make ends meet, many Latina/o street vendors and their children walk the streets of Los Angeles daily trying to sell *raspaditos*, *tamales*, *tejuino*, or cut-up fruit in order to help with the household survival (Estrada, 2013; 2016; Hondagneu-Sotelo, Estrada and Ramirez, 2011). The Latino families in this study labor in a very public setting—the street—in Los Angeles, California. While doing their work, they are exposed to immigrant xenophobia and dangerous gang members who prey on vulnerable vendors. During 2008-2011, when I conducted this study, street vendors also experienced an extra layer of harassment from local authorities that enforced anti-street vending laws². Working as a family unit helps buffer against these dangers. This article shows that girls work alongside their immigrant parents while boys are often left at home alone or free to roam the street with friends. Those that work in the family business, often sell from their own stand away from the rest of the family.

This article shows that the work that girls and boys do as street vendors both perpetuates and challenges gendered expectations among Latino families. On the one hand, girls are performing a type of work that has been gendered as feminine (preparation of food); on the other, they are doing this gendered work on the street, a space that has been gendered as masculine and inappropriate for *señoritas* (virginal women). While the street is more appropriate for males, in this context, the boys have reported more instances of violence from gang member and

² On February 2, 2017 Los Angeles City Council passed two motions. The first one instructs City Attorney to decriminalize street vending and the other instructs the City Attorney to draft a street vending ordinance that will establish a legal permit system. It is expected to have a legal permit system in place by 2018.

their own peers. This is in part because they are often unaccompanied by their parents and because of the criminalization of young Latino boys that places them at a social disadvantage. Hence, an analysis of gender in this type of ethnic business allows us to see how gendered beliefs are not only enforced by societal norms but also internalized, reinforced, challenged, and adjusted by working class Latino family members to meet the needs of the family business while still providing protection for their daughters and sons.

Based on two-and-a-half years of ethnographic fieldwork and 66 interviews with adolescent street vendors and their parents, this article explores the different roles that boys and girls play in their parents' street vending family business by addressing the following questions: (1) How does gender shape the youth's street vending experience in Los Angeles? (2) To what extent does the street vending work performed by the children of Mexican and Central American street vendors challenge or continue familial gendered expectations?

The lives of these young Latino street vendors are complex as they navigate multiple spheres as informal street vending workers, as the sons and daughters of undocumented street vendors, and as racialized youth. Hence, this study is informed and builds on various interdisciplinary bodies of literature including: the informal economy and more specifically street vending; Latino families, and the criminalization of youth.

Literature review. Situating children in Los Angeles street vending markets

Los Angeles has a long tradition of street vending, but it was not until 1970 and 1980 that this activity became associated with undocumented Latinos (Zukin, 2010; Loukaitou-Sideris and Ehrenfeucht, 2009; Muñoz, 2008; 2016; Hamilton and Chinchilla, 2001; Kettles, 2007; Dyrness, 2001).

When the study took place it was illegal to street vend in Los Angeles (Cross and Morales, 2007)³. Many new immigrants from México and Central America are relegated to working in the informal sector of the economy because they are undocumented, educationally disadvantaged, do not speak English and lack the skills needed to find employment in the formal sector (Cross and Morales, 2007; Hondagneu-Sotelo, 2001; Zolniski, 2006; Kettles, 2007). These barriers have pushed many immigrants to informal sector work. This study builds on this knowledge by focusing on the children of immigrants, those who do not meet the characteristics of the street vendors we have learned about in the scholarly literature. The street vendors in this study speak English, the majority were born in the U.S., they are attending school full time and work side by side as street vendors with their immigrant parents. While it is difficult to provide an estimate for the number of street vendors in Los Angeles due to the informal nature of the work, a report in 2015 by the Economic Roundtable found that there are over 50,000 street vendors in the Los Angeles area (Yen Liu *et al.*, 2015).

It is predominately women who do street vending and this is explained by the flexible nature of the job, as it allows women to take care of their children while they work (Hamilton and Chinchilla, 2001; Dyrness, 2001; Ari-

³ It was not always illegal to street vend in Los Angeles. The criminalization of street vending took place in the turn of the 20th century, as the city became more Anglicized (Loukaitou-Sideris and Ehrenfeucht, 2009; Hamilton and Chinchilla, 2001). In 1910, the first city ordinance (19,867) passed making it illegal for Chinese street vendors to sell fruits and vegetables (Loukaitou-Sideris and Ehrenfeucht, 2009). Today, street vending continues to be an illegal activity enforced by the Los Angeles Health Department (LAHD) and Los Angeles Police Department (LAPD). (Kettles, 2004; Muñoz, 2008; Dyrness, 2001). Street vending is considered a misdemeanor (Kettles, 2004). However, when the LAHD and the LAPD join forces and conduct sweeps together, the punishment is usually more serious and can result in six months in jail and confiscation of merchandise and wares in addition to a \$1,000 fine (Kettles, 2004). Citations are usually given to street vendors for other reasons not directly connected to the sales of food (e.g. blocking the sidewalk or the street).

zpe, 1995). Street vending mothers in Los Angeles bring their children to work with them as a daycare strategy (Hamilton and Chinchilla, 2001; Muñoz, 2008). Childcare is often an extra layer of constraint relegated to working mothers (Hochschild and Machung, 1989; Ehrenreich and Hochschild, 2005; Romero, 2011). As a result, many say that the lack of adequate child care pushes them to bring their children to their street vending sites. However, as my research shows, many children are also working with their parents to help make ends meet and are not there just passive agents.

Most research on children and street vending work is situated in developing countries and in these places, the father is the main decision maker in the household (Jacquemin, 2004; Camacho, 1999; Abebe and Kjørholt, 2010; Gonzalez de la Rocha, 1994). Based on a study in Guadalajara, México, Anthropologist Gonzalez de la Rocha (1994) argues that power in the household is centralized in the patriarchal father, and women and children remain disenfranchised despite their labor contributions. Bunster and Chaney (1989: 174), in their study of street vendors in Peru, also found that fathers are the official decision maker where their "*machista* authority is never questioned." Even in studies where women play key roles in street vending markets, men usually assume leadership positions. Such is the case of the shrimp traders or *changueras*, in Mazatlan, Mexico. According to Cruz-Torres (2012), the female shrimp trader's union composed by women who have a reputation for being strong and vocal about their right to organize and defend their equal access to the marketing of shrimp is led by a man. While women recognize the value of having a union, "many women resent having a man lead their union" stated Cruz-Torres (615). The community of Mazatlan explains this type of representation in leadership through a gendered justification that positions men as objective, flexible in time, strong and in control. Cruz-Torres explains:

One reason proposed by mazatlecos is that only a man would be able to control the changueras, given their reputations as strong-minded and independent women. The version more widespread in Mazatlan folklore, however, holds that precisely because of the strength and economic independence of the changueras, they are indeed better off with a man as their leader... However, the women shrimp traders' own explanation is that a male president has more flexibility and free time to attend meetings and other events organized by Mazatlan City Hall and the PRI (615).

According to the author, having a male present in the street is a sign of respect and authority that offers protection to female vendors. The children in this study have a set of resources that trump the male gender privilege and in turn we see the value in having women present in the street. In addition, the children's citizenship, language skills, and popular culture knowledge are important resources for children who street vend in Los Angeles (Estrada, 2013; 2016). While these may be irrelevant resources in countries where children and their parents speak the dominant language, my study shows that in the United States these are valuable resources for the street vending youth and their families. In addition, Latino child street vendors use their own citizenship not as an individual right and privilege, but as a resource that can be used to help the family as a protection mechanism against the police. This is facilitated by the U.S. context in which street vending takes place and the children's distinctive resources that are also context based. The focus on these hidden resources held by actors that have been portrayed as vulnerable workers disadvantaged by gender in developing countries might shed a different perspective in street vending markets. Placing children in the center of analysis helps fill a gap in the street vending literature and it also sheds light on gender dynamics that impact Latino families in the U.S.

Good girls belong at home.

Latino parents in the U.S. go to great lengths to keep their daughters confined at home when not in school or chaperoned by a family member. Parents generally try to protect girls from dangerous streets, neighbors, and especially boys. In New York City, for example, Smith (2006) found that Mexican immigrant parents restricted their daughters' spatial mobility, keeping them home "on lockdown" (like a prison) while boys were allowed to roam the streets.

Many Latino parents believe that protecting their daughters' virginity is important. Sociologist Gloria González-López (2005) conceptualizes virginity as *capital femenino*, a strategic, life-enhancing resource that will allow girls to have a better future and marry better husbands. Some Mexican immigrant parents are changing these views on the necessity of maintaining their daughters' premarital virginity, but many still want their daughters monitored at home. This idea holds true for immigrant parents from other countries with strong Spanish Catholic traditions, including the Philippines. As Espiritu (2001) has noted, Filipina girls in the United States are expected to be family-oriented, chaste, and willing to serve the family. While parents push these girls to strive for education, achievement, and elite college admissions, some of these parents have then forbidden their daughters to go away to college (Wolf, 1994). These parents construct their daughters as morally superior to their white Anglo counterparts.

The strong emphasis on the family burdens the girls with unpaid reproductive work and domestic confinement (Espiritu, 2001). Morality is expressed through dedication to family and protection from public streets and sexual danger. Less has been written about the protection mechanisms employed by the family to protect young boys. This is perhaps because men enjoy social privileges that depict them as self-sufficient and as the protectors and not the ones in need of protection. However, recent scholarship has explored how Latino and Black youth are not immune to street violence. This is very important to the

study of young street vendors in Los Angeles, because they perform their work on the street, sometimes during high-crime hours. I turn my attention to this on the next section.

The criminalization of Latino boys

Latino and Black boys in the U.S. are often criminalized as gang members. Sociologist Victor Rios (2011) in his book *Punished* narrates the experience of both delinquent and non-delinquent Latino youth in California. Rios (2011) states that the non-delinquent boys in his study were also “criminalized in the same systematic way as their delinquent peers” (144). As a result, non-delinquent youth learned to navigate multiple worlds including being good students to avoid getting in trouble in school or with the police and they also learned how to survive on the street among their delinquent peers by learning what sociologist Anderson (1999) calls the “code of the street.”

Anderson argues “simply living in such an environment places young people at special risk of falling victim to aggressive behavior” (32). As a survival mechanism, it is important to know the code of the street, which are a “set of informal rules governing interpersonal public behavior, particularly violence” (33). The code is so powerful that even the families that Anderson calls “decent” encourage their children to know the code in order to be capable or negotiating inner-city environment. For example, someone who knows the code of the street knows that maintaining eye contact for too long is a sign of disrespect. Anderson adds that the code of the street is a cultural adaptation and a response to the lack of faith towards the police. This article shows that for Latino street vendors, knowing the code is not the best survival strategies. The young boys in this study often have to decide on alternative strategies of behavior where they appear to be ignorant of street life.

Negative stereotypes that criminalize Latino and Black boys have also infiltrated into the schools. Nancy Lopez

(2003) reveals that the criminalization that takes place at schools is racialized and also gendered. Lopez (ibid) argues that the gender gap in education is most pronounced among Blacks and Latinos, two of the most racially stigmatized groups in the U.S. During her ethnographic fieldwork at an inner-city New York high school, Lopez (ibid) witnessed “much physical and symbolic violence directed towards young men” (74). Teachers and security guards often labeled the male students as “problem” boys. Girls on the other hand, were seen as less problematic and threatening in the classroom and usually received more praises and encouragement to pursue their goals. In this study, we see how these disadvantages are also experienced by young Latino vendors in the streets of Los Angeles while they are vending.

Methodology

I conducted this research at two different street vending sites I call *La Cumbrita*⁴ and *El Callejon*, in Boyle Heights, a small neighborhood in Los Angeles. Los Angeles is the second largest metropolitan city in the United States. This city is home to almost 5 million Latinos (U.S. Bureau of the Census, 2010)⁵. I conducted observations in three different arenas of social life: the work site while children work alongside their parents or on their own, at various social events and in the household. At first, I blended in with the customers and stood along the sidewalk eating food from

⁴ *La Cumbrita* and *El Callejon* are pseudonyms given to the sites I studied in order to protect the anonymity of my respondents.

⁵ California is a unique social laboratory to study the children of immigrants from Latin America. According to the 2010 U.S. Census Bureau, California is the top state in the U.S. with the largest Latino population. There are over 14 million Latinos in California, accounting for 37% of the state’s population. Latinos comprise the largest minority group in this state and in the U.S. Nationwide, the children of Latino immigrants and Latino immigrant children, under the age of 18, exceed 30 million (Portes and Fernandez-Kelly, 2008).

paper plates or comfortably sat on folding chairs arranged in front of a small television provided by one of the street vendors. Later, I helped the families by running errands to the store. I also cut fruit and assisted customers while the children took bathroom breaks or socialized with their cousins and friends. I gained the trust of the families I studied and some invited me to their homes and to various social events. Yet, I was never left in charge of money transactions. That was a task restricted for family members.

I also shadowed five families for two months at a time in many social settings. I spent a great deal of time with them in their homes and while they street vended. The time I spent with these five families allowed me to “witness” how the youth and the parents in this study interacted with various social actors and how they dealt and responded to different situations at the workplace and at home. As recommended by sociologist Erving Goffman (1989), I subjected myself to their life circumstances. I spent a great deal of time at their homes, when they worked, and at various social events. When I spent time at their homes, I was a participant observer. I helped prepare food and I also volunteered to help with the children’s homework. I felt more comfortable when I was street vending with them. Street vending gave me something to do and it made me feel more useful. I also felt nervous and scared to imagine that a police officer would give us a citation or arrest us for street vending. However, these fears for me were situational and temporarily since I was able to leave my research site at any time while my respondents could not. I also enjoyed of extra layers of protection based on my level of education, my U.S. citizenship and my status as a researcher. My respondents, on the other hand, even those who were U.S. citizens lived in constant stress even after they left the streets because they feared for their undocumented family members (Toomey, *et al.*, 2015; Estrada, 2013).

Interviews

I conducted a total of 66 interviews with the youth and their parents. I recruited most of the interview respondents while they worked. I told them about my study while I purchased and ate their food. This practice was very successful. One mother told me she only agreed to participate in this study after I purchased a bag of fruit from her because police officer or health inspectors do not buy food. I was more successful in landing an interview when the initial introduction was followed by the interview the same day. I made sure to always be prepared with my interview guide, consent forms, and my digital recorder every time I went to the field. This meant that some interviews were conducted on the street while they street vended. This initial interview allowed me to establish rapport with the vendors and additional interviews with family members were typically at their homes.

Some families were afraid of me when I first approached them for an interview. They thought I was an undercover police officer or a health inspector. Some street vendors were also leery of me because they believed a sociologist was a social worker and as such I could be looking to report instances of child exploitation. My ability to speak Spanish without an accent helped me explain my research to the parents (all monolingual Spanish speakers) and ease their fears. Trust and rapport were enhanced when they learned about my own experience working with my parents as a child.

I used semi-structured interview guides and I asked questions about their immigration experience if they were born outside the United States or about their parent’s immigration experience. This included their work occupation and their family work relations in the sending country. I asked both parents and the youth about the first time they started street vending and how they decided to enter this

occupation. I was interested in knowing what role and responsibilities children played within the family business. I also asked about client relations and included a set of questions on the household. I wanted to know what chores children had and how they balanced family, work and school responsibilities. Lastly, I had a subset of questions pertaining to children's school and educational aspirations.

All interviews were recorded and transcribed verbatim and lasted approximately one to two hours. All of the interviews with the parents were in Spanish. The interviews with the youth were in both languages. The youth and I frequently switched from Spanish to English during the interviews. I interviewed parents and children separately. Institutional Review Board (IRB) approval was obtained and all protocols were followed. Once interviews were transcribed, I coded for themes. The extended case method directed engagement with existing scholarship (Burawoy, 1998), and grounded theory (Strauss and Corbin, 1994) offered guidelines for coding and organizing the data.

Sample description

My sample consisted of 66 respondents. I interviewed 38 youth who work with their parents as street vendors. Thirty-five of them were between the ages of 10-18. Three of them are older than 18. Two were 21-years-old, and one had just turned 23 when I interviewed her. The three participants who were 21 and older were included in the sample because they had been street vending with the family since they were 5 years old. The sample was not equally distributed by gender; only eleven of my respondents were boys and twenty-seven of them were girls. My time in the field revealed that more girls were engaged in this type of activity. This was also true for the parents I interviewed. I interviewed fifteen mothers and three fathers. Almost all of the youth had undocumented parents. Only three parents were legal residents.

Street vending girls and boys

This article elucidates that among street vending families, gender inequality is reproduced through acts of love. The section that follows shows how gender shapes the street vending experience for girls and boys in the street vending families I interviewed. Findings reveal that girls in street vending families help more with the family business than boys. Parents seek to protect their children, especially the girls, by keeping them close to them. Parents are less willing to leave their daughters at home unaccompanied while they are more likely to leave their boys unaccompanied. This often means bringing their daughters along to work, a protective mechanism that in turn burdens their daughters with more work responsibilities. Paradoxically, this article highlights that this same strategy coupled with the criminalization of Latino boys in the street puts Latino boy vendors in harms way as they are vulnerable to violence from their peers and local gang members.

Good girls don't stay home, they work with their parents

Leaving girls at home unaccompanied was a concern for many of the vendors I interviewed. Similar to what Espiritu (2001) found, the street vending parents expected their daughters to be family-oriented, chaste, and willing to serve the family. They believed that leaving them unsupervised would invite trouble to their homes. This was the sad reality for fifty-year-old Alondra who street vended alone without the help of her daughters. Alondra sold tamales around her neighborhood early every morning before her daughter went to school and on the weekends. Her daughter refused to help her because they were embarrassed of her mother's chosen occupation (for more on this see Estrada, 2016). Alondra worried for her teenage daughters especially because she had a suspicion that

her oldest daughter snuck her boyfriend inside the house when she was out street vending. Her suspicions were true. Months later after I interviewed her, she told me she was going to be a grandmother. "*Felicidades* [congratulations]," I replied after she shared the news. "*Que felicidades ni que nada. Estoy tan enojada con ella. Yo aquí fregándome para que me paguen así.* [Don't congratulate me. I am very mad at her. I am here working hard and this is how they re-pay me]."

Most of the parents I interviewed brought their daughters to work with them. It was more common for them to leave their sons at home. For example, Edgar a thirteen-years-old boy who sells *tejuino* (a corn based Mexican drink) with his mother is an only child. During my interview he told me that he had a very flexible schedule that did not include household work. When he was not selling *tejuino* he would go to the gym with his friend. Edgar was not only free from household work but he was also able to free himself from street vending work.

This was not always possible for girls. Katia, who was 21-years-old when I interviewed her in her one-bedroom apartment remembered selling fruit with her older brother and mother. Staring at a picture where a younger Katia posed with her mother and brother Carlos before he went to jail, she reminisced of times when Carlos, her cousin Itzel and her street vended with her mother. Katia stated, "[My brother] was more wild. He used to go help [my mother] and then go home. He was not like us. [My cousin and I were] stuck to my mom." Katia did not resent the fact that her brother was able to go home while she had to stay with her mother and sell fruit. Even though she recognized working more hours than her brother, she justified their work arrangements along gender lines and "natural" gender differences between her and her brother.

As a girl, you know? [I am] a girl, he is a guy. I guess he had a girlfriend already, you know? He would leave earlier, you know? He would leave with his friends. He would help my mom for a little bit and then he would go

with his friends. I had to stay there cuz I was a girl. I was with my mom. And he is a guy. You know? Guys, they just leave with their friends. (Katia, age 21, Worked with mother since age five).

Although Carlos was not interviewed for this study, he narrative his sister Katia shared with us followed a similar pattern in our interviews with the boys. Girls were typically brought to the street vending site by their parents or by an older sibling who typically dropped them off at their street-vending destination. Once at their street vending site, they could only go home if they were escorted or after they finished street vending at the end of the day. This was a strategy to protect the girls that in turn made them work more and longer hours. For Katia's mother, keeping her daughter close even though Katia ended up working more in the street gave her peace of mind that other mothers such as Alondra, who ended up with a pregnant daughter, did not have.

This preventive measure worked. Sociologist Gonzalez-Lopez (2005) states that a women's virginity or reputation is a *capital femenino* that not only brings honor to the family, but also helps young ladies find a man that would marry and support them financially. For these families, the good girls were those that worked with their parents even if the work was done away from home in a space that is seen as dangerous and inappropriate for virginal women.

Protecting the girls

As we have seen, girls worked closely with their parents. This work arrangement offered them protection from sexual advancements and other dangers from men. While working on the street, the girls reported neutral experiences with gang members who purchased food and some even engaged in small talk with them. The girls I interviewed were never asked if they were affiliated to any gang. The young men, on the other hand, enjoyed more

freedom. Many had their own stand or were given time off from street vending to roam around the street and hang out with friends. This freedom often came with a heavy price because without their parent's supervision they were more vulnerable to gang and peer harassment.

Even when the girls worked alone, the family went to great lengths to provide protection for their daughters. A common protection strategy was to have the girls stationed in public parks where a familial environment prevailed—for example, at a playground. In another family, the daughter sold cut-up fruit alone at a park, with relatives selling fruit nearby. While these girls sold their food at safe parks or busy street corners on their own, their parents often sold at more dangerous spots and/or sold merchandise that was considered more dangerous than food (pirated DVDs, for example). For example, while Sonia (age 13) sold fruit by herself at a popular park in East Los Angeles, her mother sold fruit and flowers by a freeway entrance, a location perceived as more dangerous for a young girl. Her father sold pirated CDs and DVDs on a popular street in Boyle Heights. Even though Sonia lacked a vending permit, selling fruit inside a park was perceived as safer than being near the freeway or selling products that would merit jail time if police chose to intervene. In addition, Sonia used the family's only "official-looking" metal cart, while her mother used a shopping cart. Similarly, Lolita, a sixteen-year-old who sold corn on the cob, mangos, and churros at a park south of Los Angeles, was dropped off by her father early every Saturday and Sunday. Her father then would sell the same items, but he did so while walking down the street, a practice that made him more visible and vulnerable to police harassment. Lolita, however, sold in a more controlled environment where many Mexican immigrant families went to spend their weekend days.

Who protects the boys?

Almost all of the young Latino boys I interviewed, including their fathers or uncles, experienced physical violence

from peers who teased them for doing "Mexican" work, local gang members who sought to extort them for their earnings, and the police. Thirteen-year-old Edgar, for example, was born and raised in Boyle Heights and attended a private Catholic school in the area. When I met him, he was sitting next to his mother's *tejuino* cart wearing a shirt he had purchased in México City a few days earlier. His mother radiated with happiness because her son had finally returned from México, where she had sent him to recuperate from a beating he received from his peers while street vending. On that day, Edgar was street vending alone while his mother ran errands. The common teasing from his peers turned into a fight that left him unable to go to school for a couple of months. Unlike Edgar, thirteen-year-old Sonia who sells cut up fruit across the street from the *tejuino* stand, has never been a victim of physical aggression from her peers or gang members while street vending even though she often street vends alone.

None of my respondents confirmed affiliation to any gangs, but several of them had been victims of gang aggressions. Sociologist Victor Rios (2011) found that even the non-delinquent youth in his study learned to navigate multiple worlds including being good students to avoid getting in trouble in school or with the police. He adds that non-delinquent boys often avoid associations with neighborhood friends and even relatives who are delinquent in order to stay out of trouble. They also avoid being in the street at specific times of the day, from 3:00pm-6:00p.m when school kids are getting out of classes and have more interactions with other students. According to Rios (2011) this is when violence is at its peak. Most of the youth in this study, however, could not avoid the street during these hours. This was usually the time when my respondent sold food outside schools, at parks and at various street vending sites in East Los Angeles. Some often street vended as late as midnight.

The boys in my sample did know the "code of the street," they knew who the gang members were, how they dressed, and where they "hung out". However, their ex-

perience working on the streets taught them that it was best to act submissive, compliant, and ignorant of the “code”. For example, sixteen-year-old Alejandro was still very angry when he told me about the day he got stabbed by “some fools”. Alejandro was working with his mother at their pancake stand at 9:00 p.m. when he got “jumped”. His mother, Lorena, appeared at the scene minutes after the attack and found him laying on the floor next to their small street vending cart. Alejandro was rushed to the hospital and days later Lorena sent him to México with her oldest son so that he could recuperate. Sending the youth to México is a common practice amongst Latino immigrants in the United States. Sociologist Robert Smith (2006) also noticed that his respondents sent their children to their hometown where they could enjoy their freedom, they can party and relax from the confines of living in a busy city where children often lived in lock down. In my study, I found that children were sent to México in order to recuperate from serious beatings they had received while street vending, such as the cases of Alejandro and thirteen-year-old Edgar, mentioned above, who was also beaten while selling *tejuino* with his mother.

This was not the first time Alejandro was assaulted on the street. One day I met Lorena and Alejandro at Grand Central Market in downtown Los Angeles. I invited them to eat Lorena’s favorite Chinese food in gratitude for all of the help I received during my study. At the time, I was without a car and I took the metro from Long Beach to East Los Angeles. Grand Central Market was in the middle of my destination. I still needed to take two more metro rides and a bus to get to one of my interviews in Boyle Heights later that afternoon. After breakfast, Lorena offered to take me to my next interview in her car. The door on the passenger’s side was broken. Therefore, I sat in the back seat with Alejandro. On our drive to East Los Angeles from down town L.A. we made several stops related to Lorena’s street vending business. At one place, she dropped off greeting cards, then she exchanged party balloons with another client, and finally she collected mo-

ney from another vendor. During this time, Alejandro and I talked about his school, his upcoming birthday. He also talked about the many times he has been bothered on the street while street vending. This seem to be an important topic of conversation among the boys I interviewed for this study. Alejandro complemented my new i-phone and told me he had a new i-pod, but could not use it outside the house because “them fools” would “jack it” like they did before. Alejandro was referring to the gang members in his neighborhood. Instead, he used an old nano he bought at the swap meet for 25 dollars. “If they want to take it, I just give it to them” he told me. “I don’t put a fight anymore” he continued, but this time, with in a lower tone of voice looking down at his old nano while shuffling through his songs.

Time after time, I heard parents advise their children to not put up a fight if gang members or the police if they ordered them to give up the merchandize or money. This was difficult advice for the young boys to follow. They could not understand how they could be victims of both gang members and the police and why the police could not go after the real problem, the gangs, and not people like them and their parents who were trying to make an honest living.

For example, Eighteen-year-old Joaquin was completing his second semester at a California State University when I interviewed him. He is studying Criminal Justice and Sociology. For the last three years, he has been street vending with his parents on the weekends. Joaquin has his own juice stand and on a good day he makes about 200 dollars. This is money that he uses to help his parents with the bills and also to pay for his 2009 Honda Civic car payment and insurance. He also has a part time job at large department store where he gets additional money to fund his education. Joaquin said that clients are often surprised to learn that he is in college and wants to become a police officer. While talking about his school is a source of pride with some of his clients, he cannot reveal this information with other people he encounters on the street such as the

gang members in his neighborhood. He sees it as pointless to explain to gang members about his school. The best strategy for him is to “act dumb”. When I asked him to elaborate, he told me about a time he and his mother went street vending at night.

In addition to selling juices in the morning, Joaquin and his mother also sell small and inexpensive plastic toys that light up. The way they do this is by driving around the neighborhood to see any indicators of someone having a birthday party later that night. They pay attention to the ubiquitous jumpers or party decorations such as balloons or streamers. As he drives up and down the streets of East Los Angeles, his mother writes down several addresses on a piece of paper. After dinner, they load a small cart with toys and head to the addresses they jotted down that morning. One day, while street vending with his mother close to midnight, a gang member called him over and questioned his gang affiliation. Joaquin said:

He [the gang member] asked me where I was from because I was wearing a hat. I told him ‘just because I’m wearing a hat doesn’t mean that I am in a gang.’ It was then, when he (the gang member) started telling me ‘well you know this is Maravilla.’ I told him that I didn’t know.

During this encounter with the gang member, Joaquin pretended not to know that they were in Maravilla territory. Knowing the “code of the street” does not always mean that you play along or keep it real. In Joaquin’s case, it was best to appear oblivious of the code in order to not be linked to any gang.

Similarly to Joaquin, eighteen-year-old Pedro also said that gang members have extorted him. *Muchas veces me han seguido y me dicen que tengo que darles dinero.* [Many times they have followed me and they tell me I have to give them money]. This was a pattern among my male respondents. Eric also experience extortion from local gang members. When I interviewed eighteen-year-old Eric at a local coffee house in Boyle Heights, he re-

called the first time a gang members stopped him and took all of his money on his way home after a long day of street vending. Eric recalled having about 200 dollars in his pocket. He had been working all day on Saturday and felt good about the sales for that day. On that sunny Saturday morning and afternoon he sold out the barrel of handmade ice cream he made that morning. Eric was furious when that happened, but knew there was nothing he could do. He told me that after that incident, he only keeps a few dollars inside his jean pocket and hides the rest of the money (about \$150 to \$200 each day) under the barrel of ice cream. When asked, he pretends to work for someone else and claims that his boss picks up the money before he goes home. Here again, pretending to act innocent, submissive, and to play it dumb helps them survive in the streets they work.

Summary

As Mexican and Central American immigrants make their way in subordinated and saturated Los Angeles labor markets, many of them find that their best economic options are to utilize the labor of all possible family members, including their children (Dyrness, 2001). In this article, I find that gender shapes the work experience of adolescent street vendors in Los Angeles. While both sons and daughters engage in the family business, it is more common for girls to help their parents than their brothers. I found that girls take on greater work responsibilities in the street vending business. Their labor contributions are vital for the family’s economic mobility and they are also valued by their parents. In turn, these young ladies experience direct benefits from their street vending work, including spatial mobility where they are able to spend time outside the house, even if their time spent in the public sphere is monitored by their parents. They also gain money from their work and spending power that enables them to buy clothes and even pay for their school supplies. Equally as

important, they gain decision making power within the household where their decision about street vending are respected and valued by the parents (for more on this please read Estrada and Hondagneu-Sotelo, 2011).

These street vending families have produced an adaptive culture that involves using femininity (in combination with boys using naiveté) as protections against street violence. This is in part, due to a combined influence of culture-of-origin gender beliefs and their current environmental demands (Garcia-Coll *et al.*, 1996). The families in this study took more precaution measures to protect their daughters while their sons were given more freedom. These strategies for protecting the girls were very effective. However, this article highlights the dangers that young male vendors also experience on the street. Many of the boys in my study had been victims of gang violence. The benefits of freedom granted to them by their male privilege came to a great expense for the boys. This is a difficult situation for boys to assimilate because they have to play down their masculinity and act submissive in the presence of gang aggression.

Bibliography

- Abebe, T. and A. Trine, (2010) "Social Actors and Victims of Exploitation: Working Children in the Cash Economy of Ethiopia's South" in *Childhood* 16(2): 175-194.
- Anderson, E., (1999) *Code of the street: decency, violence, and moral life of the inner city*. New York: Norton.
- Arizpe, L., (1975) *Indians in the city: the case of the Marias*. México: Editorial Diana.
- Bunster, X. and E. Chaney, (1989) *Sellers & Servants Working Women in Lima, Peru*. Massachusetts: Bergin & Garvey Publishers.
- Burawoy, M., (1998) "The extended case method" in *Sociological Theory* 16(1): 4-33.

- Garcia, C.; Contran, R. and M. Harriet, (1996) "An integrative model for the study of developmental competencies in minority children" in *Child Development*, 67: 1891-1914.
- Camacho, A., (1999) "Family, Child Labour and Migration: Child Domestic Workers in Metro Manila" in *Childhood* 6(1): 57-73.
- Cross, J. and A. Morales, (2007) "Introduction: locating street markets in the modern/postmodern world" in *Street entrepreneurs: people, place and politics in local and global perspective*, edited by Cross J. and A. Morales. New York: Routledge.
- Cruz-Torres, M., (2012) "Unruly Women and Invisible Workers: The Shrimp Traders of Mazatlan. Mexico" in *Signs* 37(3): 610-617.
- Dyrness, G., (2001) "Policy on the streets: a handbook for the establishment of sidewalk-vending programs", Ph.D. diss., University of Southern California.
- Ehrenreich, B. and A. Russell, (2005) "Global woman" in *Gender though the prism of difference, third edition*, edited by M. B. Zinn, P. Hondagneu-Sotelo, M. A. Messner. New York: Oxford University Press.
- Espiritu, Y., (2001) "'We don't sleep around like white girls do': family, culture, and gender in Filipina American lives" in *Signs* 26(2): 415-440.
- Estrada, E. and P. Hondagneu-Sotelo, (2011) "Intersectional Dignities: Latino Immigrant Street Vendor Youth in Los Angeles" in *Journal of Contemporary Ethnography*. 40(1): 102-131.
- Estrada, E., (2013) "Changing Household Dynamics: Children's American Generational Resources in Street Vending Markets" in *Childhood*, 20(1): 51-65.
- Estrada, E., (2016) "*Economic Empathy* in Family Entrepreneurship: Mexican-Origin Street Vendor Children and their Parents", *Ethnic and Racial Studies*, 39(9): 1657-1675.
- Estrada, L., (2000) "Familia y trabajo infantil y adolescente en México" in *Jovenes y niños: un enfoque sociodemografico*, edited by M. Mier and T. Cecilia Rabell. México: Miguel Angel Porrúa.
- Goffman, E., (1989) "On field work" in *Journal of Contemporary Ethnography* 18(2): 123-32.
- Gonzalez, M., (1994) *The Resources of Poverty: Women and Survival in a Mexican City*. Cambridge. Blackwell.
- González, G., (2005) *Erotic journeys: Mexican immigrants and their sex lives*. California: University of California Press.

Hamilton, N. and N. Stoltz, (2001) *Seeking community in a global city: Guatemalans and Salvadorans in Los Angeles*. Philadelphia: Temple University Press.

Hochschild, A. and A. Machung, (1989) *The second shift: working families and the revolution at home*. Viking.

Hondagneu, P., (2001) *Domestica: immigrant workers cleaning and caring in the shadows of affluence*. California: University California Press.

Jacquemin, M., (2004) "Children's Domestic Work in Abidjan, Cote D'ivoire: The Petites Bonnes Have the Floor" in *Childhood*, 11(3): 383-397.

Kettles, G., (2004) "Regulating Vending in the Sidewalk Commons" in *Temple Law Review* 77(1): 1-46.

Kettles, G., (2007) "Legal Responses to Sidewalk Vending: The Case of Los Angeles, California" in *Street entrepreneurs: People, Place and Politics in Local and Global Perspective*, edited by J. C. Cross and A. Morales. London: Routledge.

Loukaitou, A., and R. Ehrenfeucht, (2009) *Sidewalks: Conflict and Negotiation over Public Space*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Lopez, N., (2002) *Hopeful Girls, Troubled Boys: Race and Gender Disparity in Urban Education*. NY: Routledge.

Muñoz, L., (2016) "Agency, choice and restrictions in producing Latina/o street-vending landscapes in Los Angeles" in *AREA*. DOI: 10.1111/area.12266

Portes, A. and P. Fernandez, (2008) "No margin of error: educational and occupational achievement among disadvantage children of immigrants" in *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 620(Nov): 12-36.

Rios, V., (2011) *Punished: Policing the lives of black of Latino boys*. New York and London: New York University Press.

Romero, M., (2011) *The maid's daughter: Living inside and outside the American dream*. NY: New York University Press.

Smith, R., (2006) *Mexican New York: Transnational lives of new immigrants*. Berkeley: University of California Press.

Strauss, A. and J. Corbin, (1994) "Grounded theory methodology—an overview" in *Handbook of qualitative research*, edited by N. Denzin, K. Norman and Y. S. Lincoln. Thousand Oaks: Sage Publications.

Toomey, R. et al., (2014) "The Impact of Arizona's S.B. 1070 Immigration Law on Utilization of Health Care and Public Assistance among Mexican-Origin Teen Mothers and their Mother Figures" in *American Journal of Public Health*, 104 S1, S28-S34. doi:10.2105/AJPH.2013.301655. [PMID: 24354823]

Wolf, D., (1994) *Factory daughters: Gender, household dynamics, and rural industrialization in Java*. CA: University of California Press.

Yen, Y.; Burns, P. and D. Flaming, (2015) "Sidewalk Stimulus: Economic and Geographic Impact of Los Angeles Street Vendors" in *Economic Roundtable*.

Zlolski, C., (2006) *Janitors, street vendors, and activists: The lives of Mexican immigrants in Silicon Valley*. Berkeley: University of California Press.

Zukin, S., (2010) *Naked city: The death and life of authentic urban places*. New York City: Oxford University Press.

Fecha de recepción: 11 de febrero de 2017

Fecha de aceptación: 28 de marzo de 2017

Industrias creativas en la calle: ambulanteaje, estetización y uso de redes sociales en bazares de diseño y food trucks en la Ciudad de México.

Alejandro Mercado-Celis¹ y Susana Gómez²
Universidad Autónoma Metropolitana

Resumen

Algunos segmentos de la economía de la calle se han incorporado al paradigma económico estético-creativo dominante en las economías urbanas contemporáneas. Para ilustrar esta afirmación, estudiamos dos actividades que han crecido recientemente en la Ciudad de México y que utilizan estrategias de ambulanteaje o itinerancia espacio-temporal ocupando la calle y el espacio público como escenario de sus actividades. Nos referimos a los Bazares de diseñadores y los Food Trucks en la Ciudad de México. El análisis que ofrecemos en este artículo nos indica que la implementación de estrategias que conllevan la apropiación y el uso del espacio público ha sido una alternativa importante para algunos emprendedores que intentan entrar en los circuitos de producción y consumo de las industrias creativas. Los emprendimientos que se incorporan a la esfera de la economía de la calle en el sector de las industrias creativas se diferencian sustancialmente del ambulanteaje tradicional por el uso de las tecnologías de la información y el efecto estetizador que le imprimen a los productos que venden y a su imagen en general.

Palabras clave: *Industria creativa, estetización, ambulanteaje, redes sociales*

Abstract

Some segments of the street economy have been incorporated into the dominant aesthetic-creative economic paradigm in contemporary urban economies. To illustrate this statement, we studied two activities that have grown recently in Mexico City that use space-time nomadic strategies to occupy the street and the public space in general as a scene of their activities. We refer to the Designer Bazaars and Food Trucks in Mexico City. The analysis we offer in this article indicates that the implementation of strategies that involve the appropriation and use of public space has been an important alternative for some entrepreneurs trying to enter the production and consumption circuits of the creative industries. Enterprises entering the sphere of the street economy in the creative industries differ substantially from traditional street vendors by the use of information technologies and the aesthetic effect they give to the products they sell and their Image in general.

Keywords: *Creative industries, aesthetic effect, street vendors, social networks*

¹ Doctor en Planeación Urbana con especialidad en Desarrollo Regional e Internacional. Profesor-Investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana, Cuajimalpa. Correo electrónico: amercado@correo.cua.uam.mx

² Doctorante en Ciencias Sociales y Humanidades por la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Cuajimalpa. Estudió una maestría en Urbanismo en la Universidad Nacional Autónoma de México y la licenciatura en Etnología en la Escuela Nacional de Antropología e Historia. Correo electrónico: usygomez1511@gmail.com

Introducción

Las actividades económicas que se basan en la producción de servicios o productos con alto contenido estético y simbólico han crecido con fuerza en lo que va del siglo XXI. Su presencia en las ciudades es visible por el número de empresas, empleos generados y por la apropiación de espacios urbanos típicamente céntricos que se han convertido en distritos gentrificados de consumo estetizado. En este contexto afirmamos que la economía de la calle se ha incorporado en este proceso expansivo y transformador del paradigma estético-creativo. Para ilustrar esta afirmación, estudiamos dos actividades que han crecido recientemente en la Ciudad de México y que utilizan estrategias de ambulanteo o itinerancia espacio-temporal ocupando la calle y el espacio público como escenario de sus actividades. Nos referimos a los Bazares de diseñadores y los *Food Trucks*. El análisis que ofrecemos en este artículo nos indica que la implementación de estrategias que conllevan la apropiación y el uso del espacio público ha sido una alternativa importante para algunos emprendedores que intentan entrar en los circuitos de producción y consumo de las industrias creativas. Los emprendimientos que se incorporan a la esfera de la economía de la calle en el sector de las industrias creativas se diferencian sustancialmente del ambulanteo tradicional por el uso de las tecnologías de la información y el efecto estetizador que le imprimen a los productos que venden y a su imagen en general.

El objetivo de este artículo es documentar el modelo de negocio de los Bazares y los *Food Trucks* que consiste en la estetización de los productos, su movilidad en el espacio urbano (ambulanteo) y el uso de las redes sociales. Con este objetivo presentamos en la primera parte un recorrido de la literatura que aborda las actividades creativas en las que enmarcamos las actividades bajo estudio. Se presenta también la literatura existente sobre el uso de redes sociales en este tipo de negocios, factor que nos parece clave para distinguir al ambulanteo tradicional de estas nuevas formas. En la segunda sección describi-

mos el funcionamiento de los Bazares y *Food Trucks* en la Ciudad de México haciendo hincapié en la presentación de los productos de estos negocios como objetos de diseño independiente en el caso de los bazares o como productos gastronómicos en el caso de los *food trucks*. Finalmente, acreditamos el uso de redes sociales como parte integral de los bazares y los *food trucks*, aspecto que no se resalta en la literatura del ambulanteo tradicional. Concluimos el artículo señalando preguntas de investigación que permitan avanzar en el conocimiento sobre este nuevo tipo de ambulanteo y sus posibles repercusiones sociales y económicas.

Estrategias de valorización vía creatividad y estetización

Existen diferentes acercamientos a la definición de lo que son las industrias creativas y cuál es su relevancia en el sistema capitalista actual. En primer lugar, el trabajo de Allen Scott propone el concepto de capitalismo cognitivo cultural, con él se refiere a las transformaciones en la economía contemporánea producto de la flexibilización de la producción a finales del siglo XX y que marcó un uso intensivo del aprendizaje, la creatividad y la innovación acelerada frente a mercados que se alejaron de los productos estandarizados y buscaron productos de nicho. De acuerdo con Scott los sectores que han dominado este periodo son: productos con un alto contenido tecnológico, servicios personales, servicios de soporte al productor, y “una vasta gama de industrias culturales que van de los medios a los productos artesanales con fuertes contenidos estéticos” (Scott 2014, 569). Una característica común de todos esos sectores es que se basan en una fuerza de trabajo con un alto nivel de capital humano, específicamente habilidades cognitivas culturales: “capacidades de razonamiento deductivo, entendimiento tecnológico, liderazgo, habilidades comunicativas, apreciación cultural e imaginación visual” (Scott, 2014: 570).

El capitalismo cognitivo-cultural es entonces la manifestación de principios organizativos flexibles, uso de tecnologías de punta entre ellas las tecnologías de la información, y la explotación de recursos culturales. El uso de estos recursos se manifiesta no solo en nuevos productos y servicios, como los dispositivos inteligentes, los videojuegos, o el turismo deportivo de alto riesgo, sino en la aplicación de principios generales de las habilidades cognitivo-culturales a un conjunto de actividades “preexistentes o tradicionales” que se reinventan y se diferencian entre sí en busca de consumidores ávidos por este tipo de nichos de consumo.

En este sentido, la aplicación del paradigma cognitivo-cultural es atractivo para los participantes en los circuitos de producción, distribución y consumo (las llamadas industrias creativas) porque les permite acceder a consumidores dispuestos a pagar un mayor precio por acceder a productos diferenciados y atractivos en términos estéticos y simbólicos. La apropiación de actividades tradicionales como el uso del “tianguis” convertido en “bazar” como medio de distribución de productos de diseño, la venta de comida mexicana callejera con toques gourmet, o la invitación a conocer el mundo gastronómico de otras latitudes a través de platillos servidos en un food truck ícono de la cultura anglosajona, es a lo que llamamos estrategias de valorización vía la estetización y creatividad. Por estetización nos referimos al incremento en el contenido estético de un producto o servicio sin que caigamos en alguna valoración de su contenido material e inmaterial. Por estrategia de creatividad nos referimos a la utilización y apropiación de recursos disponibles que se traducen en una combinación nueva de estrategias que producen lo que se apoya en la experiencia del consumo o lo que algunos autores denominan “economía de la experiencia”.

La economía de la experiencia se refiere a la evaluación subjetiva del consumidor sobre el grado de novedad, repetición, impredecibilidad e involucramiento personal al consumir un producto o servicio (Lorentzen, 2009; basado en Lund *et al.*, 2005). En el contexto sociocultural actual,

cuando consumimos un producto o servicio que no es necesario, es decir que tiene una curva de la demanda elástica, además de las cualidades que definen el producto, los añadidos al momento de buscar, seleccionar, comprar y usar el producto forman parte de lo que es el producto y por lo tanto de su valor. Ejemplos de la experiencia como componente del consumo los podemos apreciar claramente en actividades culturales tradicionales como el cine o el teatro, pero también en actividades como la práctica deportiva, el turismo en su contexto procesual de búsqueda, traslado, estancia e involucramiento con el lugar (Cabeza y Prat, 2012). La economía de la experiencia como estrategia de negocio tiene su primer referente en la persona y sus valores individuales culturales y sociales a través de los cuales busca generar emociones, satisfacción, e integración identitaria.

En este sentido, la economía de la experiencia resulta sugerente para entender el éxito que han tenido estos emprendimientos entre los consumidores de sectores de ingresos medios y altos de la ciudad. El ambulante es una práctica tradicionalmente asociada a los sectores de menores ingresos que ha servido como fuente de empleo y como mecanismo de aprovisionamiento de bienes y servicios, la estetización del mismo ha sido el factor clave para que los consumidores de mayor ingreso en la ciudad contemporánea vivan la experiencia de prácticas de consumo populares. Por otra parte, los bazares ofrecen al consumidor la experiencia de acceder a espacios atractivos y de difícil acceso dentro de la ciudad, como por ejemplo las casonas viejas restauradas.

Espacios virtuales y las Industrias Creativas

Las tecnologías de la información y la comunicación se vinculan de dos formas principalmente con las industrias creativas. En primer lugar son un medio de creación y pro-

ducto final. A través de las tecnologías de la información y la comunicación se desarrollan nuevos productos como las redes sociales, los juegos en línea, las bases de datos de coproducción como las guías de turismo. Todas estas aplicaciones son productos en sí mismos. Una gran cantidad de estudios se avocan a entender los patrones de consumo, los perfiles de los consumidores y los impactos culturales y sociales de estos productos. En segundo lugar las tecnologías de la información en su uso práctico se han constituido en instrumentos o medios de gobernanza. Al ser fuentes de información y medios de comunicación influyen en cómo los individuos buscan, acceden y almacenan información sobre asuntos que les interesan. Estos asuntos pueden ser triviales o socialmente relevantes, lo importante es que a través de la información se toman decisiones en la vida real, esto es por ejemplo asistir o no a una marcha de protesta o consumir en tal o cual lugar. Es esta última dimensión la que nos interesa particularmente para este artículo: el uso de redes (medios) sociales como práctica dominante en diferentes dimensiones de la gobernanza de las industrias creativas.

Los medios sociales (redes sociales) como Facebook, Twitter e Instagram son especialmente relevantes en la gobernanza de las industrias creativas por varias razones, una, es que la identificación con nichos de consumo cultural tienden a ser reforzados por medio de la anexión a comunidades de identidad. Los medios sociales facilitan participar en grupos temáticos muy especializados que filtran información hacia el consumidor, y en los cuales el consumidor se convierte en prosumidor. Por otra parte, las industrias creativas tienen la característica de ser actividades dependientes de sistemas intensos de intermediación. Las actividades creativas tienden a estar enmarcadas en mercados inciertos, "la intermediación es una actividad clave en el aterrizaje regulatorio de las actividades creativas, al imbuirlas en rutinas espaciales, y en contextos institucionales y políticos" (Taylor, 2015). No obstante lo anterior el papel que juegan los medios sociales han sido poco estudiados más allá del papel de los usuarios en la

promoción de productos culturales, los llamados prosumidores. En el caso de México, Canclini y asociados son pioneros en la documentación del uso de las TICs por parte de jóvenes productores, encontrando su incorporación en las prácticas de negocio pero a la vez registrando estrategias y usos desiguales entre diferentes sectores (García, Cruces y Urteaga, 2012).

Investigación sobre Bazares y Food Trucks

Desde el análisis de los bazares como institución éstas se han visto como estrategia para que el diseño y la artesanía dejen de ser vistos como profesiones marginales (Basirico, 1986) y también como mecanismos para incrementar las capacidades de los participantes en la distribución y comercialización de sus productos (Randall, 2005); situación que para algunos autores ha llevado a los mercados a alterar sus principios de organización siendo participes del comercio convencional (Moore y Beadle, 2006; Low y Davenport, 2007; Hracs, Jakob y Hauge, 2011; Gendron, Bisailon y Rance, 2009). Los consumidores no han quedado fuera de las investigaciones, se ha dado gran importancia al papel que juegan las discursivas narrativas sobre consumo ético, eco-consumo, el involucramiento de la ética (Wright y Heaton, 2006; Connolly y Shaw, 2006) y cuáles son las experiencias de los compradores al asistir a estos mercados (Hibbert y Tagg, 2001). Para el caso latinoamericano; específicamente en Argentina, los bazares de diseño se han estudiado como emprendimientos autogestionados a fin de insertarse en la estructura productiva (Correa, 2013) por medio de la generación de bienes de diseño e identificándose a sí mismos como emprendedores de clase media con cierta responsabilidad social, contrario al imaginario asociado a empresarios y negociantes que no participan de las prácticas consideradas valiosas y justas (Vargas, 2013).

En cuanto a los Food Trucks, debemos situarlos dentro del acenso y expansión que ha tenido la industria gas-

tronómica. La gastronomía como industria creativa ha salido de los mercados de elite para filtrarse en mercados más amplios y variados. La comida gourmet ha sido adoptada en restaurantes modestos, en mercados y en los camiones de comida preparada, esto ha hecho que la comida no tradicional o que deconstruye las recetas típicas sea accesible a amplios públicos.

La investigación sobre los Food Trucks es aún incipiente, sin embargo ya se cuenta con contribuciones importantes que resaltan sobre todo el uso de las redes sociales en su modelo de negocio. Por ejemplo, se ha encontrado que el uso de redes en la gastronomía tradicional es desigual, pero consistentemente menor a los Food Trucks, (Saavedra-Segarra, Hidalgo-Marí y Rodríguez-Monteagudo, 2015). Es importante mencionar que los Food Trucks han sido aceptados con mayor facilidad que los vendedores ambulantes de minorías étnicas (Mexicanos que viven en Chicago) lo que está vinculado a su imagen de industria creativa que es vendido como atractivo turístico. Administradores urbanos en los Estados Unidos han usado la retórica de la Ciudad Creativa para regular esta actividad de ambulante (Martin, 2014).

Otros estudios han documentado que (a) los Food trucks usan los medios sociales para resolver la fricción de la información espacial, (b) la proliferación del uso de los medios sociales está relacionada con el incremento en los food trucks, (c) los food trucks usan la movilidad como respuesta a la demanda de variedad de comida, (d) el crecimiento de los food trucks está relacionado con el crecimiento del gasto en comida fuera de casa. (Anenberg y Kung, 2015). Asimismo, se ha identificado el efecto del uso de medios sociales en este sector, FT con FB y website tienden a durar más, FT que envían más de 2 twits al día también duran más. El número de calificaciones que envían los clientes está relacionado también con la duración del negocio, pero no la calificación en sí misma. (Wallsten y Rhyan, 2014).

Los bazares y Food Trucks en la ciudad de México.

Estrategias de ambulante, estetización y uso de redes sociales

La información que se presenta en esta sección es producto de una revisión documental, hemerográfica y en páginas web de productores, organizaciones, así como en sitios especializados en diseño y gastronomía de la Ciudad de México. También se realizaron visitas a los bazares y centros de food trucks³.

Bazares CdMx estrategias de ambulante y utilización de espacios públicos

Los tianguis callejeros forman parte del paisaje urbano como espacios destinados al consumo, en donde la gente se entretiene e intercambia ideas, además de bienes y servicios (Morales, 2009). Los hay en diferentes tamaños, características y con diferentes lógicas de organización, los que ofertan productos de consumo básico y artículos para el hogar, de arte, artesanías y antigüedades, los relacionados a celebraciones festivas y religiosas, así como los especializados en objetos de segunda mano incluidos aquellos donde se ofertan bienes robados.

Su diversificación y proliferación se asocia a causas estructurales así como al ámbito microsocial. La escasa generación de empleo y los bajos salarios así como el rol que juegan las organizaciones de tianguistas en el sistema político (Duhau y Giglia, 2007), se entrelazan con el ámbito personal, aspiracional y de empoderamiento de los

³ La investigación realizada en campo forma parte del proyecto de investigación doctoral en curso de Susana Gómez en torno a la resignificación del consumo en los bazares de diseño de la Ciudad de México.

actores que participan de ellos (Hiebert, Rath y Vertovec, 2015; Morales 2009; Duhau y Giglia 2007). En este sentido los tianguis han sido parte constituyente del desarrollo urbano y económico de las ciudades, como espacios de abastecimiento y generadores de empleo.

Las transformaciones en el sistema económico y en particular las economías creativas han irrumpido a escala local en la tipología de los tianguis. Se han incorporado nuevos esquemas en donde el valor simbólico prevalece sobre los valores utilitarios y mercantiles, aspecto que se denotan en su lógica de organización y en los significados que transmiten. De esta manera los tianguis populares se reinterpretan en Bazares y Ferias de Diseño diferenciándose de los primeros a través de cinco aspectos sustanciales: 1) Uso intensivo de las redes sociales como medio de acceso a los bazares, 2) estética que se plasma en la creación de una marca y un escaparate para exhibir los productos en el bazar, 3) la interacción directa productor-consumidor⁴, 4) una serie de significados asociados al consumo local, consumo responsable, hecho en México, bikefriendly, petfriendly, producción no industrializada; por mencionar algunos y 5) un nuevo trabajador que se diferencia de los “tianguistas tradicionales” que está dispuesto a otorgar comprobantes fiscales y que integra formas de pago electrónicos.

El bazar pionero “Bazar Fusión”, nació como una iniciativa conjunta de dos diseñadores argentinos y tres mexicanos que imitaron la estrategia de los bazares que surgieron en Argentina a raíz de la crisis de finales de la década de los noventa, en ellos los jóvenes recién egresados

⁴ Es importante mencionar que esta interacción no sucede en su totalidad en todos los bazares, ya que en algunos se ha identificado la participación de intermediarios, o de colectivos y asociaciones que trabajan con comunidades indígenas, campesinas, o personas con discapacidad, que buscan empoderar, incrementar la calidad de los productos que manufacturan y venderlos a un precio justo. Por otro lado, esta característica, aunque sí se relaciona con algunos tianguis de arte y artesanías, éstos últimos no despliegan una estrategia en torno a la generación de una marca, un stand de venta y un empaque para sus productos.

de las universidades se juntaban en los parques a vender directamente cosas que diseñaban y producían (Marina, 2013; Valle, 2016). En 2003 se llevó a cabo la primera emisión de este bazar en la Ciudad de México, inicialmente se instalaba un fin de semana cada dos meses en parques de la ciudad hasta llegar a lo que es hoy, un bazar fijo que ocupa una casona vieja en la colonia Juárez con productores permanentes de martes a domingo, foro para conciertos, talleres, teatro y cine, oferta gastronómica e invitados cada fin de semana con una temática diferente.

Esta estrategia continúa multiplicándose en la ciudad con el objetivo de crear espacios en los que se promueva el trabajo y el diseño de creativos mexicanos directamente al público consumidor, hasta el momento se han identificado alrededor de 50 bazares itinerantes que se distribuyen mayoritariamente en 8 delegaciones, siendo la delegación Cuauhtémoc la que alberga el mayor número, no es casual que sea el distrito denominado Roma-Condesa en el que abundan y que éstos a su vez formen parte del Corredor Cultural Roma Condesa cuyo objetivo en palabras de una de sus promotoras, Ana Mallet (Gómez, 2015), es impulsar el diseño como motor económico y del desarrollo local (ver tabla 1).

La característica principal de los bazares es que deben ser los propios productores quienes distribuyan sus productos y que busquen posicionar el diseño alternativo de buena calidad hecho en México. En estos espacios se vende gran variedad de productos que van desde objetos de uso cotidiano, accesorios, zapatos, ropa, joyería hasta objetos de uso decorativo, no obstante, el éxito de los bazares se ha ampliado hasta diversificar la oferta incorporando gastronomía, artesanías, accesorios para mascotas, productos orgánicos, de salud, de belleza y bienestar. También se ofrecen servicios de corte de cabello, tatuajes, e incluso remodelación arquitectónica. La mayoría de ellos acompañan las jornadas con músicos, DJ's, talleres, caracterizándose además por ser espacios “petfriendly”. Aunque la mayoría de los bazares se enfocan a la distribución de productos de diseño, hay al menos tres destinados exclu-

TABLA 1. BAZARES

DISTRITO FEDERAL	BAZAR	COLONIAS
BENITO JUÁREZ	Objeto Bazar, Cree y crea México, Diseño en tu parque, La Feria, Ingenio + Objeto = Bazar, Bazar la Vegañería, Bazar Tenderete	Del Valle, Le-trán Valle
COYOACÁN	México Diseña, Bazar Coyoacán, Bazar Arte Matilda, Aló Bazar, Expo Bazar Coyoacán, Expo Bazar Pedregal, Mexicanísimo-productos a precio justo	Santa Catarina, Del Carmen
CUAUHTÉMOC	Bunker Bazar, Mexicanísimo, Bazar Laberíntico, Bazar Roma Condesa, Tribu Bazar de Talento Creativo, La Nueva Sociedad, Tráfico Bazar, El Zoco, El Pasaje, Liebre-liebre Bazar, Púrpura Bazar, Bazar Mexicanitas, Bazar la Ciruela, Bazar Condesa, Días de Bazar San Rafael, El Perchero, Capital Urbano, Espacio Emprendedor, Vanitas, La Nacional, Central Bazar DF, El Mercadillo Bazar, Rooftop Sale, DIM Bazar, Bazar de barrio, Zona Zero, Mercado el 100, Bonito Tianguis, Delirio colectivo, Punto Bazar, Caravana Americana.	Centro Histórico, Roma - Condesa, Santa María la Ribera, San Rafael, Juárez
CUAJIMALPA	El Diablo Festival Creativo	
MIGUEL HIDALGO	Art District Mx, Alquimia Espacio de Creación, La Lonja Mercantil, Bazar buena vibra, Mercado Urbano, Mercado Escondido, Mercado en Virgilio, Art Flea Mx	Anzures, San Miguel Chapultepec, Polanco, Lomas de Chapultepec, Polanco
TLALPAN	Barrio Tlalpan, Bazar Brak, Local 777, Arte Matilda	Centro Tlalpan, Jardines del Pedregal, Lienzo Charro
ÁLVARO OBREGÓN	Bazar 17	San ángel
MAGDALENA CONTRERAS	Be Mine Bazar	San Jerónimo

Fuente: Elaboración propia con base a redes sociales - Facebook e Instagram

sivamente a la venta de productos orgánicos que funcionan con la misma lógica de los de diseño, productos de calidad directamente del productor.

La instalación de los bazares es variable dependiendo de sus organizadores, pueden ser trimestrales o mensuales, en temporada navideña algunos han realizado hasta tres ediciones por mes. A diferencia de los bazares de diseño los de productos orgánicos se instalan todos los fines de semana, al igual que los anteriores éstos realizan ediciones especiales asociadas a celebraciones populares, feria de la rosca y el tamal, feria del chocolate y del pan de muerto, por mencionar algunos ejemplos. El costo de stand por fin de semana oscila entre los 500 y los 7000 pesos dependiendo el bazar y los días que el productor participará en los mismos, algunos tienen que pagar una cuota por día mientras que otros pagan por toda la edición del bazar, usualmente se instalan los días viernes, sábado y domingo.

La organización la llevan a cabo productores de los bazares aunque no en todos los casos, algunos son sólo organizadores, mientras que otros han dejado de ser productores para convertirse en administradores del bazar; la convocatoria para formar parte de los bazares se hace a través de las redes sociales, los interesados en participar deben enviar: marca, *book* o *press kit*, descripción, presencia en internet (redes sociales, tienda en línea y página web), rango de precios, fotografías del producto o del menú (en caso de que sea propuesta gastronómica), puntos fuertes que los identifica como marca, propuesta de stand, puntos de venta y bazares en los que ha participado anteriormente. Algunos de estos requisitos pueden variar dependiendo del bazar.

Los sitios en los que se ubican los bazares son diversificados, un gran número se instala en espacios privados; casas antiguas, estacionamientos, restaurantes, azoteas de edificios, patios de edificios de oficinas, galerías, patios de museos, cantinas y bares, no obstante los espacios públicos también son sedes de los bazares; parques, teatros al aire libre, explanadas delegacionales, espacios

residuales y camellones. La utilización del espacio público de acuerdo a los organizadores de los bazares se asocia a la intencionalidad de vivir la ciudad, interviniendo el espacio público a favor de la interacción y de recuperar una vida peatonal, vale la pena mencionar que Bazar Fusión lleva a cabo una edición de "Barrio" en la que invita a que los consumidores lleguen en bicicleta para que a su vez en grupo recorran la colonia Juárez y conozcan la historia de la misma.

En resumen, los diseñadores y productores en general que participan en los bazares itinerantes se apropiaron de estrategias de ambulante que les dan varias ventajas. En primer lugar redujeron barreras de entrada al poder acudir directamente al mercado eliminando intermediarios y reduciendo considerablemente los costos de operación de una tienda fija. En segundo, el acceso a espacios públicos privilegiados como son los parques y plazas les permite entrar a distritos de consumo con alta demanda, lugares donde las rentas de locales elevan fuertemente los costos de operación. En tercer lugar, al ofrecer diseños únicos crearon una alternativa a los mercados tradicionales de artesanías y a los mercados de ropa y accesorios de marca. Alternativa que han reconocido los nuevos mercados de clase media ávidos por este tipo de producto. Finalmente, hay que destacar que, si bien la mayoría de los bazares en la ciudad de México continúan utilizando la estrategia de itinerancia, el bazar Fusión ha sido pionero nuevamente en intentar una estrategia combinada de permanencia e itinerancia. Al instalarse permanentemente en una casona de la Colonia Juárez con un grupo núcleo de productores, Fusión se mantiene abierto dentro de un distrito de consumo estetizado en la Ciudad de México, al mismo tiempo mantiene el atractivo de la itinerancia vía la invitación a productores diferentes los fines de semana. El atractivo de esta combinación se refuerza por la invitación de stands de productos gourmet y eventos culturales en un pequeño foro dentro de la casona (Ver figura 1 y 2).

FIGURA 1. BAZARES



Fuente: Imagen publicitaria del Bazar Fusión tomada de <http://www.garuyo.com/arte-y-cultura/lo-unico-y-lo-original-en-bazar-fusion>

FIGURA 2. BAZARES



Fuente: Cartel publicitario del Bazar Fusión en el Parque México, imagen tomada de <http://www.actitudfem.com/guia/vida-y-estilo/bazar-fusion-en-la-condesa>

Food Trucks, ambulante y estetización

El servicio de comida rápida servida en un camión es una tradición muy popularizada en Inglaterra y Estados Unidos (Rivera, 2017). Sin embargo, desde principios del siglo XXI los camiones de alimentos más conocidos como Food Trucks, se vieron transformados cuando adoptaron estilos de comida gourmet, con una fuerte variación de comidas tradicionales. Estéticamente también cambiaron la imagen tradicional del camión de alimentos por una nueva imagen vinculada a trabajadores de cuello blanco, en particular a jóvenes en los sectores de servicios avanzados. Este modelo de Food Truck tomó fuerza en ciudades como Los Ángeles, New York y Chicago, desde donde fue adoptado en México. Los Food Trucks se han ido consolidando en varias ciudades del país, en particular en los últimos diez años en la Ciudad de México. Los primeros Food Trucks se instalaron en el ya conocido distrito Roma Condesa, que por sus características se presenta como el espacio idóneo para el éxito y la difusión de este nuevo concepto en la ciudad.

Los Food Trucks son una alternativa muy atractiva para quienes quieren iniciar un restaurante. Los costos de entrada son significativamente menores y debido a que forman parte de una corriente de "moda" a nivel internacional existe una demanda latente por ser satisfecha. Quienes mejor están preparados para aprovechar este tipo de negocio son jóvenes chefs, que además de contar con los conocimientos para ofrecer un menú atractivo dentro de los límites de una comida rápida, están también conectados con estéticas contemporáneas que los conectan rápidamente con sus potenciales consumidores (Ver figuras 3, 4 y 5). Un tercer elemento esencial en el caso de los Food Trucks es el uso de medios sociales. Los Food Trucks ofrecen una gran flexibilidad en su ubicación, pudiendo cambiar todos los días o incluso en horarios diferentes de un mismo día. La comunicación con los clientes o potenciales clientes es central. Aquí una vez más, los jóvenes empresarios en el sector gastronómico, saben y manejan con facilidad estos medios.

FIGURA 3. FOOD TRUCKS



Fuente: Imagen publicitaria tomada de <http://www.gq.com.mx/bonvivant/editors-pick/articulos/el-buen-burgues/315>

FIGURA 4. FOOD TRUCKS



Fuente: Fotografía de la portada del Twitter del foodtruck El buen burgués.

niente de todas latitudes, propuestas veganas, orgánicas y cerveza artesanal. Aunque no es algo generalizado varios de los productores apuestan por el desarrollo local, es así que los insumos y los ingredientes que utilizan son adquiridos por productores locales.

Aunque existen diversos colectivos que suelen instalarse particularmente en estacionamientos y terrenos baldíos, éstos no son los únicos espacios en donde se les puede encontrar, algunos se localizan dispersos en diferentes zonas de la ciudad, en pequeños grupos o de manera individual, los que participan de los colectivos y en los festivales suelen instalarse en diferentes espacios de los cuales se tiene conocimiento siguiendo sus redes sociales, algunas organizaciones estimaron que para el año 2016 existían 200 Food Trucks en la Ciudad de México (El Financiero, 2014).

Uso de Redes sociales

No existen estudios a profundidad en cuanto al uso de medios sociales y sus resultados económicos para este tipo de actividad en México. Para este estudio recuperamos información general sobre el uso de medios sociales por parte de los organizadores de los bazares seleccionados, los organizadores de eventos de food trucks (entros de food trucks) y de algunos food trucks seleccionados. Nuestro objetivo es documentar en primer lugar si estas actividades efectivamente usan las redes sociales, en segundo lugar en qué redes sociales participan, con qué intensidad se usan y qué respuesta tienen por parte de los usuarios. Es importante advertir que queda fuera del alcance del presente estudio una evaluación sobre los múltiples posibles impactos e implicaciones que el uso de las redes sociales puede tener en los propios emisores, en los receptores y en las actividades que compiten con ellas como lo es el ambulante tradicional. En tanto buscamos ilustrar el uso de los medios sociales en estas actividades y no presentar un estudio del universo completo de participantes, se se-

leccionaron sólo un conjunto limitado de bazares, diseñadores y food trucks. En este sentido los datos presentados son sólo representativos de ese conjunto seleccionado. Los casos seleccionados nos parecen útiles en un estudio exploratorio como este ya que pueden dar indicaciones importantes sobre futuras investigaciones en el campo.

Para realizar este acercamiento al uso de los medios sociales seleccionamos 10 bazares, 5 food trucks y 4 centros de food trucks. Ubicamos su presencia en tres medios: Facebook, Twitter e Instagram. Cada uno de estos medios tiene características distintas que determinan su uso por parte de emisores y receptores de información y la flexibilidad para interactuar. Facebook es el medio que permite la mayor posibilidad de entradas y dimensiones de interacción. Twitter en cambio es un microblogging eficaz en la diseminación de mensajes cortos. Su fortaleza radica en que todos los mensajes son potencialmente alcanzados por quién se interese en buscarlos este o no conectado con el emisor inicial. Instagram también es un microblogging pero a diferencia de Twitter está centrado en imágenes. Los tres medios pueden pensarse como complementarios. De cada Bazar, food truck y Centro de food trucks seleccionado se obtuvo información con respecto al número de seguidores y el número de posts emitidos entre octubre y diciembre de 2016. La primera medida nos permite evaluar el público que los sigue directamente y la segunda qué tan activos son en el uso de cada uno de los medios. Hay que recordar que la información que presentamos se recolecta directamente de cada sitio y su acceso es público al momento que se publica en las redes sociales.

Uso de los medios sociales como parte de la estrategia de los bazares

Si bien la estrategia de los bazares utiliza formas clásicas de ambulante, la utilización de los medios sociales para conectarse con sus consumidores transforma el modelo

tradicional de ambulante en tanto negocio callejero que aprovecha los flujos y concentraciones de personas en un espacio dado, en comparación, los bazares aprovechan el acceso a espacios con su propia demanda de visitantes, por ejemplo el parque México un fin de semana, y la certeza de que el anuncio en los medios sociales de la presencia del bazar en determinado espacio atraerá a personas con el sólo objetivo de asistir al evento.

Por otra parte, la itinerancia de los bazares en diferentes localizaciones o con diferentes ritmos temporales necesita “para ser efectiva” estar acompañada de métodos de comunicación eficaces para que quienes quieren consumir estos productos estén enterados de su itinerancia espacio-temporal. Por otra parte, los medios sociales permiten también interactuar con los consumidores de tal manera que se da una retroalimentación hacia los organizadores de los bazares. Se debe agregar que, los productores mismos, utilizan estrategias de itinerancia entre los bazares y es a través de los medios sociales que anuncian directamente en que bazar se ubicarán. En este sentido se identifica una doble conexión entre bazares-consumidores y productores independientes-consumidores.

El uso de los medios sociales es intenso, los 10 Bazares analizados cuentan con cuentas activas en los tres medios sociales seleccionados. En Facebook los 10 bazares tienen 625,025 seguidores lo que nos da un promedio por Bazar de 62,502.5 seguidores. En Twitter tenemos un total de seguidores de 73,553 y un promedio por bazar de 7355.3. En el caso de Instagram el total de seguidores alcanzó los 219,523 con un promedio de 21,952.3 seguidores. Como se aprecia la plataforma de FB es la que tiene un mayor impacto en términos de su alcance, siendo Instagram el segundo y Twitter el tercero. Es posible que la importancia de Instagram frente a Twitter se deba al uso de fotografías ya que permiten la visualización de los productos ofrecidos. (Ver tabla 2).

TABLA 2. BAZARES Y REDES SOCIALES

Bazar	Facebook		Twitter		Instagram	
Bazares	Seguidores	Posts (oct-dic, 2016)	Seguidores	Posts (oct-dic, 2016)	Seguidores	Posts (oct-dic, 2016)
Trafico	213,584	445	24,566	621	102,000	733
Purpura	20,458	264	749	412	3,111	101
El Pasaje	17,739	30	842	30	1,245	9
La Lonja	31,560	87	15,100	37	52,300	72
México	72,985	304	8,749	0	51,100	1,863
Buena Vibra	87,364	158	1,964	136	4,224	80
La Veganería	13,386	185	1,615	163	904	166
Ingenio	10,973	370	1,904	610	1,449	156
Bonito Tianguis	134,358	182	9,041	7		
Mercado el 100	22,618	124	9,023	94	3,190	73
Total	625,025	2,149	73,553	2,110	219,523	3,253
Promedio	62,502.50	214.9	7,355.30	211	21,952.30	325.3
Post por día		23.9		23.4		36.1
Post por mes		716.3		703.3		1,084.30

Fuente: Elaboración propia a partir de la información en las páginas de Facebook, Twitter e Instagram de los bazares seleccionados.

Los datos indican una alta intensidad en el uso de los medios sociales. En conjunto los 10 bazares emitieron entre octubre y diciembre de 2016 2,149 posts en FB, lo que equivale a 23.9 posts diarios y 716.3 por mes. En Twitter se emitieron 2,110 en el periodo, esto es 23.4 posts diarios y 703.3 por mes. Finalmente en Instagram se postearon 3,253 imágenes, esto es 36.1 por día y 1,084.3 por mes. Es interesante que el número de posts en cada plataforma no corresponde con el número de seguidores. Instagram que tiene el menor número de seguidores es

dónde con mayor frecuencia se postean mensajes en forma de imágenes. Por otra parte Twitter y FB fueron utilizados con la misma frecuencia, estos patrones podrían indicar que existe una preferencia por la difusión cotidiana vía imágenes.

En general los datos nos indican que efectivamente la estrategia de itinerancia espacio-temporal de los bazares se basa en el uso de medios sociales que les permite mantener informados a sus seguidores de dónde y cuándo se establecerán.

Uso de medios sociales en la industria de los Food Trucks en la ciudad de México

Como hemos recalado, el negocio de los *Food Trucks* explota el recurso del ambulante, es decir la itinerancia espacio-temporal y la complementa presentándose como una oferta diferente y en constante cambio para quienes buscan comida rápida gourmet cerca de su trabajo. Aunque este modelo existe y lo podemos ver en el funcionamiento de algunos Food Trucks, la realidad institucional formal e informal en la que operan los ambulantes en general ha impuesto, como ya mencionamos antes, la organización de eventos en terrenos privados. Lo interesante es que estos eventos por una parte no rompen con la esencia de la itinerancia ya que los foodtruqueros que participan en cada evento van cambiando constantemente. En este caso el espacio es fijo pero la oferta gastronómica cambia. Este modelo además incorpora la estrategia de "economía de la experiencia" en el sentido de que el acto de consumo se acompaña por una experiencia creada a través del acompañamiento de actos musicales o artísticos o en el caso de conciertos se acompaña la experiencia musical con la experiencia gastronómica. En los dos modelos, el foodtruck individual moviéndose en la ciudad o el evento de Food Trucks en espacios privados requiere de la emisión de información constante para informar de la localización espacial de los

Food Trucks, del día de los eventos y de la combinación de Food Trucks en cada evento (ver figuras 6 y 7).

FIGURA 6. CENTROS DE EVENTOS DE FOOD TRUCKS



Fuente: Imagen publicitaria distribuida por @FOODTRUCKFEST

FIGURA 7. CENTROS DE EVENTOS DE FOOD TRUCKS



Fuente: Imagen publicitaria distribuida por @convoy_mx

Para ilustrar el uso de medios en esta actividad seleccionamos 5 Food Trucks que han sido reseñados en la prensa especializada de la ciudad de México y cinco centros de eventos de Food Trucks, igualmente seleccionados a partir de su presencia en la prensa local especializada. En la tabla 3 podemos observar que a diferencia de los bazares los Food Trucks seleccionados tienden a usar con mayor intensidad el Twitter, entre los cinco camiones analizados en conjunto tienen 50,297 seguidores frente a Facebook en donde tienen 45,457. Si bien no es una diferencia muy amplia la relación entre ambos medios nos indica que Twitter ofrece una mejor opción para los Food Trucks dado que su cambio constante de ubicación requiere de una comunicación instantánea. Por otra parte, en la relación entre Facebook y Twitter de los centros foodtrucheros se asemeja al de los Bazares. Los cinco Centros tienen 55,984 seguidores en Facebook y 38,092 en Twitter. Parece que, cuando la itinerancia espacio-temporal se reduce el medio más efectivo de comunicación es Facebook.

TABLA 3. FOOD TRUCKS

Food Trucks	Facebook		Twitter		Ubicación
	Seguidores	Posts	Seguidores	Posts	
Barra Vieja Food Truck	4,626	58	17,700	20	2
aLaLigera	860	0	1,586	13	2
El Buen Burgés	12,435	38	10,100	47	Varios
Don Kebab	23,270	23	9,711	23	3 camiones 5 ubicaciones
PRIMARIO	4,266	0	11,200	7	Eventos
TOTAL	45,457	119	50,297	110	
Centros de Food Truck					
Food Trucks House Coyoacán	28,230	206	4,230	43	1
Convoy Col. Roma	6,121	235	471	120	1
Street Food Center	13,153	96	7,091	57	1
Food Trucks DF / Food Truck fest	8,480	345	26,300	536	Itinerante
TOTAL	55,984	882	38,092	756	

Fuente: Elaboración propia a partir de la información en las páginas de Facebook y Twitter de los Food Trucks seleccionados.

Finalmente queremos terminar este apartado mencionando a las llamadas food bikes, bicicletas adaptadas para la venta alimentos preparados. Este medio ha sido usado ampliamente por el ambulante tradicional y ahora es apropiado por esta nueva ola de empresarios que las refuncionalizan vía estetización y ofrecen alimentos "creati-

vos” o una variación de alimentos típicamente callejeros. En las figuras 8 y 9 podemos apreciar el diseño, los nombres empleados que muestran el giro al que nos referimos. Las fotos tomadas de sus páginas en redes sociales dejan ver claramente la construcción argumentativa con texto e imagen de estas estrategias.

FIGURA 8. FOOD BIKES



Fuente: Fotografía del timeline del Facebook de Foodbikes, <https://www.facebook.com/Foodbikesmx/>

FIGURA 9. FOOD BIKES



Fuente: Imagen distribuida en el Facebook de Foodbikes, <https://www.facebook.com/Foodbikesmx/>

Conclusiones

La creatividad, estetización y consumo de experiencia como modelo de negocio y estrategia de valorización ha penetrado en la economía de la calle. Los Bazares de diseñadores y los Food Trucks son muestra clara de ello. Su entrada en la escena económica de la calle ha traído consigo una nueva oferta que se vincula a nichos de mercado que buscan productos no corporativizados, ni tradicionales. La invención de nuevos diseños, de diseños diferentes a lo que ofrecen las cadenas departamentales o de marca, encuentra entrada en este sistema alternativo de distribución. Igualmente quienes buscan entrar en el negocio de la nueva gastronomía, a precios accesibles y mercados

efímeros, han podido reducir considerablemente los costos de entrada que la puesta en marcha de un restaurante exige.

Un efecto derivado del uso de estrategias itinerantes es, que acudir a consumir a los bazares o a los centros de Food Trucks se constituye en sí mismo en un evento de carácter excepcional y por lo mismo ofrece una experiencia añadida a la del consumo. Acudir a estos lugares implica conversar con los productores y chefs, participar de actividades culturales, escuchar música en vivo, encontrarse a amigos. Este efecto está fuera de la experiencia de consumo que las formas de venta consolidadas de la ciudad industrial pueden ofrecer. Este es un fenómeno reciente y por lo tanto no podemos saber si esto es un efímero o si perdurará como estrategia de negocio.

Las redes sociales se constituyen como un elemento fundamental en la gobernanza y difusión de este tipo de actividad en las ciudades. Una evaluación precisa de su contribución requiere de mayor investigación. Los datos recabados, aunque no pueden ser generalizados nos indican que para estas actividades la estrategia de ambulante es redituable si es acompañada por el uso de las redes sociales, no sólo porque se requiere de información constante sobre la ubicación, los eventos, sus participantes y actividades complementarias. Anunciarse en las redes es parte integral del modelo.

Hay que mencionar, además que el fenómeno de la itinerancia espacio-temporal nos permite entender a la ciudad más allá de la localización fija de actividades y la formación de distritos inamovibles, en contraste es posible identificar la conformación de posibles centralidades momentáneas que determinen el éxito de las industrias creativas en este sector.

La co-localización efímera en el espacio urbano es un área que debe ser investigada con profundidad incorporando otras actividades y tipos de encuentros además de los económicos (sociales, personales).

La regulación existente pone límites a la itinerancia espacio-temporal y el uso de espacios públicos. Una mo-

dificación de esta regulación que permita e incluso aliente este tipo de actividades puede tener una serie de efectos asociados positivos. En este momento pensamos en la posibilidad de acceder a este tipo de actividades en áreas periféricas y zonas fuera de los distritos de altos ingresos en las partes centrales de la ciudad de México. La regulación existente ha obligado a ocupar espacios privados reforzando la concentración en los distritos ya concentradores (ver tabla 4).

TABLA 4. RESUMEN

ORGANIZACIÓN	TIPO	UBICACIÓN
INDIVIDUAL	Puestos callejeros estilizados	Espacio público
	Food Trucks	Espacios públicos y privados
	Camiones	Espacios públicos y privados
COLECTIVA	Bazares de Diseño	Espacios públicos y privados
	Bazares y Food Trucks	Espacios públicos y privados
	Ferias Food Trucks	Espacios privados
	Foodbikes	Espacios públicos y privados

Fuente: Elaboración propia.

Preguntas a futuro. Estas actividades existen como un proceso temporal, una transición, que es abandonada al consolidarse los negocios, o por el contrario son tendencias a largo plazo que pueden consolidarse como alternativas eficientes a otras formas de producción-distribución-consumo. Seguirán siendo eficaces estas formas de distribución si en un futuro próximo las corporaciones se apropian de estas estrategias como hoy algunas y de forma aislada lo han comenzado a hacer.

Tal vez la pregunta más importante es si la entrada de estas actividades creativas a la economía de la calle implica una nueva forma de segregación en dónde personas con mayor capital humano y cultural se adueñan de espacios antes ocupados por personas de menores ingresos y para quienes la calle significa su única posibilidad de ingreso. En este sentido hay que preguntarse si estas actividades entrarán en choque, son complementarias, o se generarán procesos de retroalimentación a ambos segmentos de la economía de la calle. Es posible transmitir este modelo de negocio adaptado a las condiciones de los sectores de población de menores ingresos a fin de propiciar su desarrollo económico.

Bibliografía

Anenberg, E. y E. Kung, (2015) "Information Technology and Product Variety in the City: The Case of Food Trucks" en *Journal of Urban Economics*, (90): 60-78.

Basirico, L., (1986) "The Art and Craft Fair: A New Institution in an Old Art World", *Qualitative Sociology*, 9 (4): 339-353.

Cabeza, M. y A. Goytia, (2012) "Ocio Experiencial: Antecedentes Y Características" en *Arbor*, 188 (754): 265-281.

Connolly, J. y D. Shaw, (2006) "Identifying Fair Trade in Consumption Choice" en *Journal of Strategic Marketing*, 14 (4): 353-368.

Correa, M., (2013) "Diseñadores independientes como nuevos trabajadores culturales. Viejas y nuevas consideraciones laborales de la cultura contemporánea" en *Ponencia presentada en VII Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires* [En línea] Argentina, disponible en: <https://www.academica.org/000-076/105> [Consultado el 2 de Marzo de 2017]

Duhau, E. y A. Giglia, (2007) "Nuevas centralidades y prácticas de consumo en la Ciudad de México: Del microcomercio al hipermercado" en *EURE*, (Santiago), 33 (98): 77-95.

El Financiero, (2014) "Food Trucks: comida sobre ruedas en el DF" en Alcántara, C., ed. [En línea] México, disponible en: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/food-trucks-comida-sobre-ruedas-en-el-df.html> [Consultado el 10 de febrero de 2014]

García, N.; Cruces, F. y M. Urteaga, (2012) "Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales: prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música" [En línea] España, disponible en: <http://e-spacio.uned.es/fez/view/bibliuned:500383-Libros-5630> [Consultado el 2 de Marzo de 2017]

Gendron, C.; Bisaillon, V. y A. Otero, (2009) "The Institutionalization of Fair Trade: More than Just a Degraded Form of Social Action" en *Journal of Business Ethics*, (86): 63-79.

Gómez, S., (2015) "Vivir en la Hipódromo. La Transformación del Habitus como agente gentrificador" en *Tesis Maestría en Urbanismo*, UNAM.

Hibbert, S. y S. Tagg, (2001) "Shopping Motivation: Investigating the Shopping Process and Outcomes of the Retail Experience at a Craft Fair", en *Journal of Marketing Management*, 17 (3-4): 341-366.

Hiebert, D; Rath, J. y S. Vertovec, (2015) "Urban Markets and Diversity: Towards a Research Agenda" en *Ethnic and Racial Studies*, 38 (1): 5-21.

Hracs, B.; Jakob, D. y A. Hauge, (2011) "Competing in the New Marketplace for Music and Fashion" en *Working Paper Series*. Martin Prosperity Research, Martin Prosperity Institute, Toronto, ON.

Lorentzen, A., (2009) "Cities in the Experience Economy" en *European Planning Studies* 17 (6): 829-845.

Low, W. y E. Davenport, (2007) "To Boldly Go... Exploring Ethical Spaces to Re-Politicise Ethical Consumption and Fair Trade" en *Journal of Consumer Behaviour*, 6 (5): 336-348.

Lund, J., et al., (2005) *Følelsesfabrikken: Oplevelsesøkonomi på dansk*. Dagbladet Boersen AS.

Marina, N., (2013) "Bazar Fusión. Diseño Alternativo en la Ciudad de México" [En línea] México, disponible en: <https://www.belelu.com/2013/05/bazar-fusion-diseno-alternativo-en-la-ciudad-de-mexico/> [Consultado el 10 de julio 2017]

Martin, N., (2014) "Food Fight! Immigrant Street Vendors, Gourmet Food Trucks and the Differential Valuation of Creative Producers in Chicago" en *International Journal of Urban and Regional Research*, 38 (5): 1867-1883.

Moore, G. y R. Beadle, (2006) "In Search of Organizational Virtue in Business: Agents, Goods, Practices, Institutions and Environments", en *Organization Studies*, 27 (3): 369-389.

Morales, A., (2009) "Public Markets as Community Development Tools" en *Journal of Planning Education and Research*, 28(4): 426-440.

Pineda, A., (2015) "Ley para regular food trucks, atorada en la ALDF" en *elempresario.mx* [En línea] México, disponible en: <http://elempresario.mx/actualidad/ley-regular-cocinas-rodantes-atorada-aldf> [Consultado el 21 de julio de 2015]

Randall, D., (2005) "An Exploration of Opportunities for the Growth of the Fair Trade Market: Three Cases of Craft Organisations" en *Journal of Business Ethics*, 56 (1): 55-67.

Saavedra, J.; Hidalgo, T. y E. Rodríguez, (2015) "La Gastronomía Como Industria Creativa En Un Contexto Digital. Análisis de Webs Y Redes Sociales de Los Restaurantes Españoles Con Estrella Michelin" en *adComunica*, (10): 135-154.

Scott, A., (2014) "Beyond the Creative City: Cognitive-cultural Capitalism and the New Urbanism" en *Regional Studies*, 48 (4): 565-578.

Rivera, M., (2017) "Food trucks ¿una amenaza para la cocina mexicana?" en *elclastro.edu.mx* [En línea] México, disponible en: <http://www.elclastro.edu.mx/claustromia/index.php/investigacion/255-food-trucks-una-amenaza-para-la-cocina-mexicana> [Consultado el 15 de junio de 2017]

Taylor, C., (2015) "Between Culture, Policy and Industry: Modalities of Intermediation in the Creative Economy" en *Regional Studies*, 49 (3): 362-373.

Vargas, P., (2013) *Diseñadores y emprendedores. Una etnografía sobre la producción y el consumo de diseño en Buenos Aires*. Buenos Aires: Ediciones al Margen.

Wallsten, S. y C. Rhyan, "Social Media and Entrepreneurship: The Case of Food Trucks" [En línea] Estados Unidos, disponible en: https://works.bepress.com/scott_wallsten/83/ [Consultado el 23 de noviembre de 2016]

Wright, L. y S. Heaton, (2006) "Fair Trade Marketing: An Exploration through Qualitative Research" en *Journal of Strategic Marketing*, 14 (4): 411-426.

Fecha de recepción: 2 de marzo de 2017

Fecha de aceptación: 24 de abril de 2017

Los mercados al aire libre como vías de inserción económica protegida para migrantes mexicanos indocumentados en Arizona

Blas Valenzuela Camacho¹
Universidad Autónoma de Sinaloa

Resumen

La creciente embestida anti-migratoria en los Estados Unidos ha dificultado la inserción económica/laboral de los inmigrantes mexicanos indocumentados, especialmente en Arizona, uno de los estados de la unión con legislación más agresiva. Como respuesta, esta población se ha desplazado hacia ocupaciones informales, con consecuencias perceptibles en su nivel de ingreso y bienestar. Los mercados al aire libre o tianguis (swap meets o flea markets) en Phoenix, Arizona, son lugares donde este fenómeno es observable. Este trabajo pretende explicar el papel que juega la industria de los mercados al aire libre, que funciona en lotes baldíos y estacionamientos desocupados, como vía de inserción económica protegida para inmigrantes mexicanos indocumentados en Arizona, así como la aparición, en consecuencia, de economías étnicas de carácter informal en estos mercados, que albergan hombres y mujeres, que han sido desplazadas de ocupaciones en el mercado de trabajo secundario debido a las crecientes regulaciones, y han encontrado en estos un refugio económico, insertándose ya sea como auto empleados en el comercio de mercancías usadas o nuevas, proveedores de servicios o como trabajadores de un pequeño empresario informal coétnico.

Palabras clave: *Mercados al aire libre, inserción económica, migrantes mexicanos, Phoenix.*

Abstract

The growing anti-immigration onslaught in the United States has hindered the economic / labor insertion of undocumented Mexican immigrants, especially in Arizona, one of the states of union with more aggressive legislation. In response, this population has shifted towards informal occupations, with perceptible consequences on their level of income and well-being. The swap meets or flea markets in Phoenix, Arizona, are places where this phenomenon is observable. This paper aims to explain the role of flea markets industry, which operate in vacant lots and vacant parking lots, as way of protected economic insertion for undocumented Mexican immigrants in Arizona, as well as the emergence of informal ethnic economies in these markets, men and women, who have been displaced from occupations in the secondary labor market due to increasing regulations, and have found in these an economic refuge, inserting either as self-employed in the trade of used or new goods, service providers or as workers of a small informal coethnic entrepreneur.

Keywords: *Flea markets, economic insertion, mexican migrants, Phoenix.*

¹ Doctor en Ciencias Sociales. Profesor-Investigador en la Universidad Autónoma de Sinaloa. Correo electrónico: blasvc@uas.edu.mx

Introducción

La naturaleza de la migración México-Estados Unidos ha sido históricamente económica, y los beneficios o afectaciones de sus vaivenes han sido siempre de importancia para nuestro país. Ya sea como válvula de alivio a una economía en desarrollo con mercados de trabajo que no logran satisfacer el crecimiento de la población, o como fuente de divisas al país (24,784.8 millones de dólares en 2015) (Banco de México, 2016), el estudio de la migración se mantiene pertinente, aún más si se enfoca en comprender la dinámica de la inserción laboral de nuestros coterráneos en la vecina economía del norte.

La crisis económica y financiera cuyas consecuencias se volvieron evidentes en 2008 (Award, 2009; Alarcón, *et. al.*, 2009; Tilly, 2011; Canales, 2014), impuso condiciones especiales al proceso migratorio mexicano, en especial afectó los mercados laborales en la unión americana, todos ellos, pero especialmente aquellos que absorben masivamente mano de obra de origen mexicano, como la construcción (US. Bureau of Labor Statistics, 2010; Valenzuela, 2014), alterando los procesos de inserción económica, y calidad del empleo de los inmigrantes mexicanos en los Estados Unidos. Esta situación vino a interactuar con otro fenómeno, de carácter político, la creciente ofensiva antimigratoria emprendida por el gobierno federal estadounidense (Massey, *et. al.*, 2009; Meneses, 2012; Massey, 2013) y por algunos gobiernos estatales, donde destaca Arizona, uno de los estados de la unión con legislación más agresiva (El Universal, 2005; La Crónica, 2007; La Jornada, 2007; New York Times, 2008; Ochoa, 2009; Bohn, *et al.*, 2011; Valenzuela, 2014).

Valenzuela y Montoya (2012), usando datos de la Encuesta a Hogares Mexicanos en Phoenix, Arizona, pusieron de manifiesto que ese estado, y en especial el área metropolitana de Phoenix, sufrió una importante transformación demográfica a partir de la segunda mitad de la década de 1980, cuando el flujo de migrantes procedentes de México se aceleró y diversificó. Esta oleada migratoria tuvo caracte-

terísticas diferentes, abandonó el patrón circular, se volvió permanente y diversa en componentes familiares, ya no migran solo hombres, sino que crece la participación de las mujeres y ocurre un importante aumento de la tasa de indocumentados (67.6%). La composición por origen estatal de esta población siguió patrones diferentes a destinos como el sur de California, donde la región tradicional de origen migratorio en México se reflejaba, destacando la población procedente de Michoacán, Jalisco y Zacatecas. En contraste, en el caso de Phoenix, la investigación documentó en los tres primeros lugares la población procedente de Sonora (14.9%), Sinaloa (14%) y Chihuahua (13.9%), representando solamente estos tres orígenes combinados el 42.3% del total de la población inmigrante en el área metropolitana para 2007. La importancia de éstos como origen del componente migratorio coincide y confirma lo enunciado por Harner (1995).

Acompañando al proceso de fortalecimiento y militarización de la frontera con México (MoranTaylor y Menjívar, 2005) y siendo la regulación en materia migratoria formalmente de jurisdicción federal (Zolberg, 2006; García, *et. al.*, 2011), el Congreso de Arizona siguiendo la política de *attrition through enforcement*² (García, 2013), comenzó a impulsar distintas iniciativas que por medio de regulaciones sobre vialidad, licencias para ejercer oficios, restricciones en los derechos a servicios públicos y trámites estatales, incluso los educativos así como restricciones al uso del idioma español, buscaron dificultar la inserción económica, la educación, movilidad, bienestar e incluso la vida cotidiana de los inmigrantes indocumentados. Ejemplos de esto son la Legal Arizona Control Act (LAWA), que entró en vigor en enero de 2008, y la SB1070 (Bohn, 2011; Aguirre, 2012). La confluencia de ambos factores, la secuela de la crisis y la embestida antimigratoria, ha

² El concepto de *attrition through enforcement* define el mecanismo de desgaste con que las leyes antimigratorias estatales de algunos estados de la unión americana buscan ahuyentar y repeler la migración indocumentada generando condiciones tan adversas como para que su permanencia sea prácticamente insostenible.

generado condiciones sui géneris. Por una parte, la crisis financiera y el desempleo que ocasionó agudizaron la situación de desventaja laboral que experimentan los inmigrantes (Light, 1979; Min, 1988), especialmente los indocumentados, favoreciendo con ello, al menos desde la perspectiva teórica, un cambio en las vías de inserción laboral de esta población. Es de esperarse que ante las dificultades y los pobres incentivos económicos para ingresar al mercado general de trabajo por la baja tasa de retorno al capital humano que este ofrece, más aún agudizado por la crisis, estos tiendan a tomar vías alternativas hacia la economía étnica, esto es, hacia el autoempleo y formación de pequeños negocios étnicos. Por otra parte, el segundo de los factores, la embestida regulatoria anti inmigrante, interactuará con la primera condición dificultando no sólo la vía normal hacia la inserción en el mercado general de trabajo, sino también la vía alternativa hacia el autoempleo, dificultando la inserción de los inmigrantes en actividades por su cuenta, a través de regulaciones en los permisos para ejercer oficios, para conducir vehículos, y en general, para realizar cualquier actividad económica que les permita subsistir dentro del marco regulatorio. Ante este escenario, se favorecen procesos de informalización y precarización de las economías étnicas y, en consecuencia, crecimiento del autoempleo informal y el autoempleo precario, entendida la precariedad como incertidumbre, inseguridad y falta de protección, no sólo en las condiciones de trabajo sino también en las condiciones de vida (Santamaría, 2009). Esto complica el ejercicio de la actividad económica y disminuye las oportunidades de ingreso, afectando aún más los niveles de bienestar de las comunidades inmigrantes.

Es difícil encontrar un concepto que abarque la complejidad de las economías informales, sin embargo, se consideran informales aquellas actividades comerciales en donde no existe una contabilidad específica, no están sujetas a control fiscal y no son consideradas en la contabilidad económica nacional. Se pueden entender también como la producción y comercialización no reglamentada

de bienes y servicios lícitos, o las actividades económicas que se encuentran fuera de las regulaciones formales, pero dentro de límites institucionales formales para segmentos de la sociedad (Castells & Portes, 1989). Por otra parte, no necesariamente lo informal es precario, aunque en ocasiones ambas características confluyen, de manera compleja, como en el caso de los mercados al aire libre.

Existe un debate al respecto de la efectividad de la política de *attrition through enforcement*. Por una parte, algunos autores sostienen que ésta ha sido efectiva en disminuir la población indocumentada (Bohn, et al., 2011; Ellis, et. al., 2014), otros, en cambio, argumentan que las políticas subnacionales o estatales que buscan desincentivar el arribo y promover el éxodo de los inmigrantes indocumentados de determinados territorios de la unión americana no han tenido el resultado esperado (Massey y Riosmena, 2010; García, et. al., 2011; Parrado, 2012; García, 2013; Massey, 2013; Watson, 2013; Amuedo-Dorantes, y Lozano, 2015), sin embargo, poca literatura hasta ahora explica cómo una porción de la población objetivo permanece a pesar de las restricciones. Para ello, es necesario analizar las estrategias de permanencia que esta población ha empleado y sigue empleando a fin de soportar la presión regulatoria, y explorar en especial las vías de inserción económica, cada vez más restringidas, que les permiten obtener el sustento.

Ante la paulatina implementación de la política de *attrition through enforcement* que ha obstruido las vías de inserción laboral que tradicionalmente estaban disponibles para esta población, como la construcción, o los empleos de servicios personales en hoteles y restaurantes (Valenzuela y Montoya, 2012), han surgido al menos tres estrategias. La primera de ellas es abandonar el territorio de Arizona, migrando hacia otros estados de la unión americana con regulaciones laborales menos agresivas (Watson, 2013; Ellis, 2014). La segunda, retornar a México, regularmente a sus lugares de origen (Alarcón, et.al., 2009). Finalmente, para los que han decidido permanecer, no les ha quedado más remedio que adaptarse, lo que im-

plica con frecuencia recurrir a vías informales y precarias de inserción económica. Massey *et al.* (2009) y Canales (2014) pusieron de manifiesto lo anterior al argumentar que la crisis económica global en 2008 en combinación y la creciente legislación anti-migratoria favorecieron un proceso de precarización laboral con consecuencias perceptibles en el nivel de ingreso, las condiciones de trabajo y los niveles de vida, aumentando la proporción de los que están en condiciones de pobreza. Esto favoreció un desplazamiento de población inmigrante indocumentada mexicana hacia ocupaciones informales, en especial el autoempleo informal, que profundiza la precaria situación de esta población. Dadas estas condiciones, las interrogantes que surgen son: ¿Cuáles son las condiciones que permiten a esta población inmigrante permanecer en el territorio de Arizona a pesar de las condiciones tan difíciles que impone la legislación? ¿Cómo funcionan las vías de inserción económica que facilitan o permiten la permanencia y qué papel juega la economía informal en esto? ¿Que los lleva a tomar esta decisión en lugar de las alternativas de salir del estado?

Buscando respuesta, la presente investigación analiza algunas trayectorias de inserción económica de migrantes mexicanos que han incursionado como pequeños comerciantes en el negocio de los remates o tianguis (swap meets) en la zona metropolitana de Phoenix, y cuyo ingreso económico depende de manera significativa de esta actividad, constituyendo esta su único ingreso o combinada con actividades de otra índole que lo complementen. El objetivo no es necesariamente analizar las condiciones de trabajo de los inmigrantes que están insertos en estas actividades, sino analizar las trayectorias de inserción que los llevaron hasta allí. Estudiar las economías étnicas conformadas en estos mercados populares nos permitirá tener acceso al análisis de procesos informales y precarizados de inserción económica, que frecuentemente constituyen para muchos inmigrantes mexicanos las únicas vías de inserción ante el panorama tan complicado como el que hemos descrito.

Los mercados al aire libre en el escenario laboral estadounidense

Los mercados al aire libre en los Estados Unidos representan una curiosa paradoja. Vistos desde la perspectiva de los pequeños comerciantes y prestadores de servicios que en ellos se instalan, pueden ser considerados parte de la economía subterránea, del mercado informal, el lugar donde personas alquilan un pequeño espacio a cielo abierto para ofrecer sus mercancías, usadas o nuevas, o proveer algún servicio (Laibman, 2006; Barros, 2014). Estos lugares presentan un patrón de segmentación etno-geográfica, y algunos enfocados al mercado mexicano parecen haberse convertido en refugios laborales donde inmigrantes indocumentados se insertan económicamente como pequeños comerciantes, o como empleados de coétnicos, cuando las legislaciones migratorias cada vez más agresivas los acorralan. Son espacios que albergan ocupaciones atípicas, en donde el lugar de trabajo es un espacio multifuncional, en el que se convive con el cliente, y no es para nada un trabajo clásico, protegido por sindicatos, con ingresos estables, sino uno informal y también en ocasiones, pero no necesariamente, precario, pues en el mismo confluyen vendedores con una situación migratoria indocumentada y micro empresas con mejores condiciones. Sin embargo y en contraste con lo anterior, vistos desde la perspectiva de las corporaciones dedicadas al alquiler de espacios comerciales, estos mercados al aire libre son firmas formal y legalmente establecidas cuyo objetivo es administrar los espacios que día con día, y con mayor intensidad los fines de semana, son alquilados a aquellos que buscan ofrecer sus productos. Estas empresas propietarias o usufructuarias de los espacios o terrenos donde estos mercados se instalan, han constituido en ese país una pujante industria.

La industria de los mercados al aire libre está fuertemente organizada en una diversidad de asociaciones estatales, como la *California Swap meet Association* que

por sí sola aglutina 31 mercados en ese estado, o la *Tennessee Flea Markets Association* que asocia 5 mercados a lo largo del estado. Incluso existe la *National Flea Market Association* que aglutina, a 91 establecimientos a lo largo de la nación. Según datos de esta última, en los Estados Unidos existen más de 1,100 mercados al aire libre que dan oportunidad a más de 2.25 millones de vendedores, que registran alrededor de 30 mil millones de dólares en ventas anualmente, y son visitados por 150 millones de consumidores (NFMA, 2016). Por el lado de las empresas arrendadoras, no existe la informalidad, suelen tener características de empresa capitalista y cuentan con un cuerpo directivo y gerencial, además de un completo organigrama operativo conformado por empleados cuya contratación atiende todas las normatividades laborales. Por el lado de los pequeños comerciantes, aquellos que alquilan los espacios a las empresas tenedoras de los mercados, el panorama es distinto.

El comercio callejero en la mancha urbana de Phoenix es prácticamente inexistente, pues las regulaciones vigentes no lo permiten. En su lugar, existe un sistema de comercio informal organizado por esas grandes empresas formales que aprovecha los estacionamientos de las plazas comerciales, las instalaciones desocupadas como el antiguo galgódromo, auto-cinemas, y terrenos baldíos. Esta forma de comercio informal es paradójica, en tanto la informalidad es una realidad para los pequeños comerciantes que se instalan en estos lugares a lo largo de la semana, mientras el alquiler y control de los espacios es organizada por empresas formalmente establecidas.

Esta particular combinación de empresas formales capitalistas con clientes informales, temporales, estacionales, y que para el caso de los tianguis con identidad latina, presenta alta prevalencia de pequeños comerciantes de origen mexicano, inmigrantes, y muchos de ellos indocumentados, parece estar dando origen a interesantes fenómenos que se acercan a los límites de lo permitido por las leyes de Arizona. Se requiere analizar la conformación de estos mercados de trabajo que podemos llamar

“protegidos”, aunque informales, para entender cómo funcionan al amparo de la industria de los mercados al aire libre en los Estados Unidos y especialmente en Arizona, así como su interrelación con la comunidad de pequeños comerciantes de origen mexicano y condición migratoria indocumentada.

Metodología

Los resultados de investigación que aquí se presentan fueron recabados a partir de tres etapas. La primera de ellas fue la realización en noviembre de 2007 de la Encuesta a Hogares Mexicanos en Phoenix, Arizona (EHMPA, 2007), la cual permitió establecer un perfil socioeconómico de la población mexicana establecida en ese destino, desagregado hasta nivel de origen estatal, así como sus principales vías de acceso al mercado laboral y sus patrones de asentamiento en la metrópoli (Valenzuela y Montoya, 2012). A partir de ello fue posible establecer criterios para seleccionar las áreas donde los mercados al aire libre podrían presentar mayor presencia de vendedores de origen mexicano.

Consultando los sitios web de la *National Flea Market Association*, *FleaMarketZone.com*, *Swap Madness, LLC.* y *Western Merchandiser Magazine* se elaboró un listado de los mercados al aire libre que funcionan en el área metropolitana de Phoenix. A partir de ello, y tomando en cuenta los datos de EHMPA 2007, en una segunda etapa se realizó un estudio exploratorio en noviembre de 2015 para observar los mercados al aire libre detectados y decidir cuáles serían incluidos en el estudio. Se visitaron, de este a oeste de la mancha urbana, *Apache Trail Swap meet*, *Mesa Market Place Swap meet*, *Electronicfest*, *Park 'n Swap*, *Glendale Swap meet* y *Avondale Swap meet*. El estudio exploratorio mostró que, para el caso de la zona metropolitana de Phoenix, los mercados, presentan un patrón de segmentación étnico-geográfico. Este se observa mientras se recorre el territorio urbano de este a oeste,

Los sitios establecidos en la parte oriental de la metrópoli no presentaron presencia de personas de origen mexicano, ni vendedores ni clientes, y el uso del español es limitado, mientras a partir del Park 'n Swap, localizado en el centro de la mancha urbana, justo al norte del aeropuerto Sky Harbor, el origen de los vendedores y clientes es claramente mexicano, lo que se percibe igualmente en la naturaleza de las mercancías y servicios que allí se comercializan, además del idioma español predominante entre los asistentes. Esta misma característica se observa en *Glendale Swap meet*, al noroeste, y en el *Mercado de Pulgas* en Avondale, en el extremo oeste. El criterio de selección fue incluir solo aquellos mercados con vendedores y compradores predominantemente mexicanos. Con esta información, se seleccionaron inicialmente por su mayor extensión dos mercados para aplicar en ellos una encuesta a vendedores de origen mexicano: Phoenix Park 'n Swap y Glendale Swap meet. Para ello se diseñó un cuestionario que abarcaba los aspectos de perfil sociodemográfico, trayectorias de inserción laboral y participación en economías étnicas.

“All surveys are political”

Finalmente, en una tercera etapa durante noviembre de 2016 se realizó el trabajo de campo, dirigido a vendedores de mercados al aire libre de origen mexicano. Una limitación de esta investigación fue la dificultad que existe para aplicar instrumentos de recolección de datos al interior de los mercados, celosamente controlados por las empresas. El ejercicio puso de manifiesto que las empresas administradoras de los mercados al aire libre son extremadamente sensibles ante cualquier aplicación de encuestas o intento de obtener información en los espacios donde vendedores y clientes interactúan. La solicitud de aprobación para aplicar la encuesta en un viernes en Phoenix Park 'n Swap se enfrentó a una estructura de toma de decisiones organizada jerárquicamente dentro del personal administrativo del

establecimiento. El gerente, de aspecto anglosajón, fue claro desde el principio en negar la autorización, ya que, desde su perspectiva, “All surveys are political” (todas las encuestas son políticas), dijo, y la empresa no desea en ninguna circunstancia verse envuelta en discusiones que aborden temas como inmigración, pobreza, discriminación o informalidad, si los datos de la encuesta llegaran a difundirse. Esto se ve comprensible si tomamos en cuenta que, a pesar de la formalidad de la empresa y la legalidad de sus procedimientos administrativos, una parte de los vendedores instalados en su predio (sus clientes), suelen ser inmigrantes indocumentados. Sin embargo, después de una charla, el gerente consintió en permitir la aplicación, pero con restricciones claras, solo ese viernes, y de ninguna manera el sábado o domingo, ambos días en los que el mercado desarrolla su máxima afluencia de vendedores y clientes. La misma negativa encontró el equipo de investigación de parte de la administración de *Glendale Swap meet*, el segundo de los mercados seleccionados. En ese lugar se informó que una autorización para aplicar una encuesta a los vendedores requería ser solicitada a las oficinas centrales de la empresa con sede en San Rafael, California (la empresa, cuya razón social es *West Wind Drive-In & Public Markets*, mantiene cuatro mercados el California, uno en Nevada, además del establecido en Glendale, Arizona.), y siendo sábado, esto no sería posible. La realidad es que el argumento era un pretexto, de cualquier manera, no estaba la empresa dispuesta a autorizarlo, ni ese sábado, ni nunca, por la misma razón que ofreció la administración de Phoenix Park 'n Swap, “cualquier encuesta es política”.

Ante la dificultad de la aplicación de una encuesta tradicional, se diseñó una metodología híbrida de observación participante y entrevistas cortas informales documentadas mediante notas electrónicas en teléfonos celulares que permitió recoger información directa del espacio y dinámica de los mercados, así como de vendedores y clientes. La estrategia inicial que pretendía recabar información cuantitativa tuvo que ser modificada para aprove-

char la interacción posible a través de charlas dirigidas con los vendedores y notas electrónicas, así como observación directa. Se aplicó la encuesta a 22 vendedores en *Phoenix Park Swap* se realizaron 15 entrevistas informales breves a vendedores en viernes y dos más el domingo, 14 entrevistas en *Glendale Swap meet* y 6 entrevistas más en el *Avondale Swap meet*, o “Mercado de las pulgas”, como lo conoce popularmente la comunidad mexicana en Phoenix. Este último detectado por bola de nieve a partir de las entrevistas en los dos tianguis restantes. En los tres mercados se realizó extensa observación de sus dinámicas de funcionamiento en el patio de venta. Aunque se describen brevemente los 6 mercados que se visitaron en el trabajo exploratorio y se recogió información en los tres mercados seleccionados para el estudio, el presente trabajo presenta solo resultados de la información recabada en *Phoenix Park Swap*, por ser allí donde se logró una mejor recopilación de datos. Sin embargo, la información recabada en *Glendale Swap Meet* y *Avondale Swap Meet* sirve para mejorar la comprensión del fenómeno estudiado y nutre las conclusiones.

Patrón etno-geográfico de los mercados al aire libre en Phoenix

El recorrido exploratorio realizado en noviembre de 2015 dejó claro que cada mercado al aire libre tiene una identidad propia, definida por su localización geográfica relativa al interior de la mancha urbana, el origen étnico y estrato socioeconómico de las personas que predominantemente participan como vendedores y compradores, la naturaleza de las mercancías que se ofrecen, el nivel de organización y su periodicidad de instalación. Comenzando en el extremo oriental de la metrópoli, el *Apache Trail Swap meet*, se instala en el 9452 E. Apache Trail, en la ciudad de Mesa, Arizona, y ocupa un gran lote de terreno parcialmente pavimentado y recubierto de grava fina, donde los vendedo-

res instalan pequeñas carpas con mercancía usada, desde adornos, objetos coleccionables y antigüedades, hasta herramientas, calzado y ropa usados. El mercado funciona los viernes, sábados y domingos por la mañana. Es el menos formal después del *Avondale Swap meet* y *Electronic Fest* en cuanto a su infraestructura y organización. Aun así, un enorme anuncio espectacular hace visible el sitio incluso desde muy lejos, gracias a que está situado en un área de poca densidad poblacional, donde el desierto comienza a convivir con la ciudad. Tanto los vendedores como los visitantes y compradores se perciben claramente de aspecto anglosajón, y de ingresos medios y bajos a juzgar por la naturaleza de las mercancías, sus vehículos e indumentaria. El idioma predominante es el inglés, y no se observaron personas de ascendencia latina o mexicana durante las visitas.

Mesa Market Place Swap meet, en el 10550 E Baseline Rd, en la misma ciudad de Mesa, a 8 km al sur del *Apache Trail Swap meet*, muestra un ambiente diferente. El lugar abre de viernes a domingo por las mañanas. Su característica más notable es la participación de personas de la tercera edad, hombres y mujeres retirados de aspecto no latino que han encontrado en el comercio en el mercado una forma de ocupar productivamente su tiempo. Las instalaciones son mucho más grandes que en el caso anterior, alrededor de 1600 espacios comerciales, y cuenta con toda el área de puestos techada, por lo que el sol de desierto no es un inconveniente. Las mercancías que se ofrecen son variadas, pero predominan las artesanías y antigüedades, así como objetos de colección como relojes de pulso usados y antiguos, adornos para el hogar y joyas hechas a mano. Incluso se observó un negocio que comercializa carros de golf usados, muy a tono con la comunidad de retirados que asiste como consumidora, y a tono con los vendedores. Otra característica es que cuenta con un área de restaurantes y entretenimiento donde músicos locales se presentan interpretando éxitos de décadas pasadas. El lugar, localizado en el centro del mercado, tiene una gran afluencia de personas que consumen alimentos

y bebidas en un ambiente relajado y festivo, como parte de su visita.

Electronics Recycling & Swap meet (Electronicfest), se instala el tercer domingo de cada mes de 5:30 a 10:30 de la mañana, en un estacionamiento de una plaza comercial en el 9062 E Indian Bend Rd de Scottsdale, Arizona y ha sido organizado por los Boy Scouts desde hace más de 30 años. Sin embargo, es bastante informal en su infraestructura, ya que solo ocupa un corredor del estacionamiento, con mesas plegables y carpas para mostrar la mercancía, predominantemente artículos electrónicos y de cómputo usados. No se percibe presencia de vendedores y compradores de origen mexicano, y el idioma predominante es el inglés.

Un poco más hacia el oeste, en el 3801 E Washington St, colindante con la parte norte del aeropuerto internacional Sky Harbor, se encuentra el antiguo galgódromo de Phoenix. Cerrado en 2009 (Wang, 2009), alberga ahora al Phoenix Park 'n Swap, uno de los mercados al aire libre más grandes de la mancha urbana, y uno de los más importantes de identidad mexicana en la ciudad. Conocido popularmente como el "Mercado de los perros", es particularmente interesante porque abre los días miércoles, viernes, sábado y domingo, y cada día tiene características diferentes. Los miércoles, funciona de 4 de la tarde a 10 de la noche, y ese día regularmente se organizan eventos de entretenimiento como bailes y presentaciones de artistas musicales de moda entre la población mexicana. Los viernes funciona por las mañanas, de 8 am a 2 pm, y ese día predominan los vendedores ocasionales de artículos usados de todo tipo, al estilo de venta de garaje, y algunos puestos de mercancías diversas que no ostentan marcas ni razón social. Esta condición es distinta para sábados y domingos, cuando el mercado presenta su mayor extensión, número de puestos instalados y variedad de productos y servicios. Esos dos días Park 'n Swap se convierte en una gran feria de la mexicanidad, se observan puestos más grandes, repletos de mercancías nuevas y que presentan razón social, ocupan dos o más espacios

del mercado y algunos de estos representan empresas que funcionan simultáneamente en otros mercados al aire libre de Phoenix, como *Glendale Swap meet*. Por ejemplo, "Deportes Pérez" se instala en Park 'n Swap, Glendale y Avondale simultáneamente los fines de semana.

Finalmente, el Avondale Swap meet (Mercado de las Pulgas), se instala en 12425 W Buckeye Rd, esquina con S El Mirage Rd., en la Ciudad de Avondale. Este es el más informal de todos los mercados visitados que se instalan regularmente cada fin de semana, pues no cuenta con oficinas administrativas, sin embargo, una persona se ocupa de pasar a cada uno de los puestos a cobrar el alquiler del espacio. Un dato interesante es que, para poder alquilar un espacio en cualquiera de los mercados en Arizona, es necesario tramitar un permiso del estado y en algunos casos también de la ciudad donde se localice. Esto en principio podría parecer un obstáculo para la inserción de inmigrantes indocumentados, sin embargo, hasta 2016 el estatus migratorio no fue un problema para el trámite, pues entre los documentos de identificación aceptables aparecían la matrícula consular e incluso identificaciones del extranjero. Esto fue modificado a partir de enero de 2017, por lo que queda pendiente analizar el impacto que estas modificaciones traerán para el ejercicio de la actividad en el caso de los inmigrantes indocumentados, así como las estrategias que en consecuencia implementen los inmigrantes.

Viernes en Phoenix Park'n Swap

Se recabaron datos de 22 vendedores, 11 de sexo femenino y 11 de sexo masculino por medio de una encuesta y se entrevistaron 15 de ellos. Respecto de su estatus migratorio, 8 de los 22 (un 36.4%) admitió ser indocumentado, y 2 de ellos rehusaron responder, lo que deja abierta la posibilidad de una cifra mayor. El 95.5% de ellos (21 de los 22) admitieron ser propietarios del puesto que atienden, 16 de ellos sin empleados y 5 con empleados. El 63.7% declaró

un ingreso de 300 dólares o menos a la semana producto de su trabajo en el tianguis. La mitad de ellos declararon que los ingresos obtenidos eran el sustento principal de su hogar y 12 de los 22 admitieron tener una ocupación adicional a su actividad en el tianguis, donde predomina la jardinería y la limpieza de casas, además de construcción, cocinero, mecánico y ventas a domicilio. El 86.4% abrió su negocio con ahorros propios, y un 9.1% con ahorros familiares. La presencia de créditos de origen institucional es inexistente. La escolaridad tuvo una media de 9.6 años, con rango de 0 a 13 años. El 18% tenían 6 años o menos y un 27.3% declaró tener secundaria terminada, 13.6% bachillerato inconcluso y 22.7% concluido. Un 18.2% dijo tener 13 años de escolaridad, lo que indica ingreso a programas de licenciatura. Si comparamos estas cifras con los datos de escolaridad de mexicanos con matrícula consular en los Estados Unidos (IME, 2015), podemos ver que este grupo de vendedores presenta un nivel educativo ligeramente superior a la cifra general para los Estados Unidos. De los 22 encuestados, 9 (40.9%), admitieron haber trabajado como empleados en negocios similares antes de insertarse como vendedores por su cuenta, lo que es consecuente con lo anunciado por la teoría de las economías étnicas, que argumenta que el emplearse como empleado con un patrón coétnico favorece la incursión en el autoempleo (Portes y Bach, 1985; Rajzman y Tienda, 2000).

De los 22 vendedores, solo 7 (31.8%) comenzaron a vender en 2006 o antes, 4 de ellos desde los 1990's, 14 de ellos (63.6%) comenzaron a trabajar en el tianguis a partir del año 2010, y de estos últimos, 6 de ellos (27.3%) muy recientemente, en 2016. Al ser cuestionados sobre los motivos que los llevaron a convertirse en vendedores, paradójicamente, la hipótesis inicial que supone que la crisis económica y las leyes migratorias son los factores predominantes, pareciera en un principio no ser soportada ya que un 50% de los encuestados declararon que fueron sus ganas de ser independientes lo que los llevó al tianguis, sin embargo, un 36.3% manifestó que el desempleo, el bajo salario y la necesidad de un ingreso los llevó allí.

Al cuestionarlos sobre los efectos de la crisis económica solo 5 de los 22 vendedores (22.7%) declararon que no les afectó para nada, el restante 77.3% sufrieron distintas afectaciones. El 18.2% se quedó sin trabajo, 13.6% sufrieron recortes en sus horas de trabajo y otro 13.6% sufrieron un estancamiento de su salario. Dos de ellos (9.1%) tuvieron que tomar dos empleos para subsistir, el resto, otros, dos trabajar por su cuenta y uno más cambiar de empleo. Dos de ellos que ya eran vendedores en el momento de la crisis, sufrieron baja importante de sus ventas.

Además de las afectaciones laborales, 2 personas perdieron su casa, 6 tuvieron que mudarse para pagar una renta más reducida, 8 de ellas declararon haber tenido que restringir fuertemente gastos de esparcimiento, paseos, deportes y diversión, y 2 más tuvieron que regresar temporalmente a México.

Respecto de los efectos de las leyes migratorias, los resultados difieren en función del estatus migratorio de los encuestados, como era de esperarse. Entre los vendedores que declararon tener ciudadanía o residencia legal 75% respondieron que las leyes migratorias no les han afectado para nada, la respuesta de aquellos que se declararon indocumentados es muy diferente. En este caso el 90% declararon tener afectaciones, entre las que figuran haber tenido que trabajar por su cuenta, debido a las limitaciones de LAWA (Legal Arizona Workers Act), que obliga a los empleadores a verificar la legal estancia de todo trabajador que contraten (E-verify). Otras afectaciones declaradas en este grupo son haberse quedado sin empleo, reducción de horas de trabajo semanales, no poder cambiarse de empleo a fin de evitar la revisión de E-Verify, y un sentimiento de mayor incertidumbre. LAWA es la reglamentación que perciben como más agresiva, seguida por la SB 1070.

Sin embargo, resulta interesante revisar que, a pesar de las diferencias en el estatus migratorio entre ambos grupos, existe una coincidencia, todos sin excepción declararon que tienen planeado seguir viviendo en Arizo-

na. A pesar de las dificultades que las leyes implican para los indocumentados, su voluntad de seguir residiendo en Phoenix es la misma que aquellos que gozan de una estancia legal, lo que es consistente con la idea de que las políticas restrictivas de orden estatal son poco efectivas en modificar los patrones de poblamiento de los inmigrantes, y solo logran dificultar su estancia, sin alterar su permanencia (Parrado, 2012; García, 2013; Massey, 2013). Los motivos de este comportamiento para el caso del este grupo indocumentado son principalmente el propósito de no afectar la educación y el desarrollo de sus hijos. Consideran que mudarse a otro estado de la unión americana puede afectarlos, pero aún más, si la decisión es retornar a México, pues consideran que la oportunidad de educarse en los Estados Unidos, especialmente para aquellos hijos menores nacidos en aquel país, será fuente de futura prosperidad para sus descendientes y están dispuestos a realizar los esfuerzos y sacrificios que sean necesarios para darles esa oportunidad. Incluso una de las entrevistadas, la única que no es propietaria sino empleada del puesto de una amiga, aseguró que aún con todas sus limitaciones resultado de sus ingresos con la limpieza de casas que combina con los fines de semana del tianguis, además de su estatus indocumentado, está firmemente decidida a permanecer en Phoenix mientras sus hijos estén en edad escolar.

Conclusiones

La evidencia recabada parece indicar que los mercados al aire libre constituyen una vía de inserción económica que permanece abierta hasta 2016 para los inmigrantes indocumentados y les proporciona condiciones para permanecer en el territorio de Arizona a pasar de que las medidas antimigratorias producto de la política de *attrition through enforcement* los empujan a abandonar el territorio.

En presencia de una condición de creciente regulación migratoria que constriñe las vías de acceso al empleo a

los inmigrantes indocumentados de origen mexicano en Arizona, los mercados al aire libre enfocados al consumo latino/mexicano se han convertido en una vía alternativa de inserción económica para estos migrantes al ofrecer condiciones para permitirles acceder al ejercicio de una actividad remunerativa, incluso, y paradójicamente, en un ambiente de relativa protección para esta población vulnerable dado que las empresas propietarias que organizan estos espacios de comercio, a pesar de estar dirigidas por estadounidenses, obedecer a una lógica capitalista, y formar parte de la economía formal en los Estados Unidos, tienen como política interna evitar en su operación todo factor que represente una amenaza a sus clientes, aquellos que alquilan sus espacios para colocar sus mercancías para la venta, pues aunque no lo reconozcan oficialmente, saben que entre esos pequeños comerciantes, los empleados de éstos así como los consumidores que visitan esos mercados al aire libre, existe una elevada proporción de inmigrantes indocumentados.

Esto es, los objetivos de reproducción del capital de las empresas administradoras de mercados al aire libre en Arizona han fomentado la conformación de espacios protegidos donde los inmigrantes indocumentados de origen mexicano pueden insertarse económicamente como pequeños comerciantes y proveedores de servicios. Estos nichos, aunque informales y precarios, sirven como vías alternativas de inserción laboral que evaden las crecientes reglamentaciones y favorecen la permanencia de estos inmigrantes indocumentados en Arizona a pesar del endurecimiento de la legislación migratoria en el estado.

En particular, la evidencia recabada indica que las empresas administradoras, por una parte, cumplen, defienden e impulsan de manera oficial y al pie de la letra las ordenanzas legales referentes a la contratación de sus empleados, en particular lo referente a la obligatoriedad de verificar la elegibilidad para el empleo de los aspirantes mediante el sistema E-Verify, previsto en la HB 2779 "Legal Arizona Workers Act", que obliga a todos los empleadores en el estado a verificar que las personas que

contratan como empleados tengan permiso para trabajar en el país. En contraste, controlan celosamente los espacios donde vendedores y público en general interactúan, para evitar que esta misma legislación atente contra la continuidad de las actividades de sus locatarios, a pasar de estar conscientes de que muchos de ellos son inmigrantes mexicanos indocumentados. En estas condiciones, los espacios parecen haberse convertido en refugios para aquellos afectados por las agresivas leyes migratorias de Arizona que les han dificultado la inserción laboral en los nichos tradicionales del mercado secundario donde solían insertarse. Los mercados al aire libre pueden verse como una vía inusual de acceso a la economía para inmigrantes indocumentados en los Estados Unidos, un resquicio de entrada, una puerta que se olvidó abierta, aparentemente por descuido, a pesar de que la política de *attrition through enforcement* se empeña en cerrarlas todas. Sin embargo, esto puede estar cambiando para 2017 y queda pendiente analizar las repercusiones de los cambios en la regulación referente a la expedición de licencias para el estado de Arizona, y las consecuentes modificaciones en las estrategias de permanencia de los inmigrantes indocumentados. Pendiente estará observar si los mercados al aire libre continúan siendo el refugio que hasta 2016 han sido.

Bibliografía

Aguirre, A., Jr., (2012) "Arizona's SB 1070, Latino immigrants and the framing of anti-immigrant policies" en *Latino Studies*, 10(3): 385-394

Alarcón, R., et. al. (2009) "La crisis financiera en Estados Unidos y su impacto en la migración mexicana" en *Migraciones Internacionales*, 5(1) 193-210 [En línea] México, disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15112735007> [Consultado el 31 de marzo de 2017]

Amuedo-Dorantes, C. y F. Lozano, (2015) *On the effectiveness of SB1070 in Arizona*. *Econ Inq*, 53: 335-351 [En línea] Disponible en: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/ecin.12138/full> [Consultado el 28 de marzo de 2017]

Awad, I., (2009) "The global economic crisis and migrant workers: Impact and response" en *International Migration Programme*. Geneva: ILO

Banco de México, (2016) "Sistema de Información Económica", (CA79) - Remesas por entidad federativa [En línea] México, disponible en: <http://www.banxico.org.mx/SieInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?accion=consultarCuadroAnalitico&idCuadro=CA79§or=1&locale=es> [Consultado el 08 de diciembre de 2016]

Barros, M., (2014) "Jóvenes de origen mexicano en los remates del sur del Valle Central de California, E.U." en *Revista Encuentros*, 1(1): 49-85.

BLS, (2011) *Labor Force Characteristics by Race and Ethnicity, 2010* en U.S. Department of Labor y US. Bureau of Labor Statistics, 2011, Report 1032, August 2011 [En línea] Estados Unidos, disponible en: https://www.bls.gov/opub/reports/race-and-ethnicity/archive/race_ethnicity_2010.pdf [Consultado el 28 de marzo de 2017]

Bohn, S.; Lofstrom, M. y S. Raphael, (2011) "Did the 2007 Legal Arizona Workers Act reduce the state's unauthorized immigrant population?", en *Discussion paper series // Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit*, No. 5682 [En línea] Alemania, disponible en: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:101:1-201105173188> [Consultado el 27 de marzo de 2017]

Canales, A., (2014) "Crisis económica e inmigración latinoamericana en los Estados Unidos" en *Revista Latinoamericana de Población*, (8):13-34 [En línea] Argentina, disponible en: <http://pruebaredalyc.redalyc.org/articulo.oa?id=323835583002> [Consultado el 27 de marzo de 2017]

Castells, M. y A. Portes, (1989) "World Underneath: The Origins, Dynamics, and Effects of the Informal Economy" en A. C. Portes, y B. Benton. *The Informal Economy*. Studies in Advanced and Less Developed Countries The Johns Hopkins University Press: 11-37.

El Universal, (2005) "Reitera SRE rechazo a ley antiinmigrantes de Arizona", 12 de enero [En línea] México, disponible en: <http://archivo.eluniversal.com.mx/nacion/120211.html> [Consultado el 28 de marzo de 2017]

Ellis, M., et. al., (2014) "The migration response to the Legal Arizona Workers Act" en *Political Geography*, (42):46-56.

EHMPA (2007), Encuesta a hogares mexicanos en Phoenix, Arizona, Proyecto de Fondo Mixto del Estado de Sinaloa "Patrones Migratorios e Impactos Económicos y Sociales de la migración internacional sinaloense. El caso de sinaloenses en Phoenix, Arizona" FOMIX SIN-2006-C01-42103

García, A., et. al., (2011) "Pressure from the Inside: The Subnational Politics of Immigration" en *Recession without Borders: Mexican Migrants Confront the Economic Downturn*, ed. David S. FitzGerald, Rafael Alarcón, and Leah Muse-Orlinoff. Boulder, CO: Lynne Rienner Publishers.

García, A., (2013) "Return to sender? A comparative analysis of immigrant communities in 'attrition through enforcement' destinations" en *Ethnic and Racial Studies*, 36(11): 1849-1870

Harner, J., (1995) "Continuity Amidst Change: Undocumented Mexican Migration to Arizona" en *Professional Geographer*, 47(4): 339-441.

IME, (2015) "Estadísticas de Mexicanos En Estados Unidos. Nivel educativo 2014" [En línea] México, disponible en: <http://www.ime.gob.mx/matriculas2014/educa.xlsx> [Consultado el 26 de abril de 2017]

La Crónica, (2007) "El sheriff de Maricopa, Arizona, desata cacería de indocumentados; despliega a policías que tienen permiso para arrestar a los 'sospechosos' ", 29 de julio [En línea] México, disponible en: <http://www.cronica.com.mx/notas/2007/314570.html#> [Consultado el 28 de marzo de 2017]

La Jornada, (2007) "Inician migrantes 'acciones colectivas' contra decomiso de remesas en Arizona", 18 de noviembre [En línea] México, disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2007/11/18/index.php?section=politica&article=009n1pol> [Consultado el 10 de marzo de 2017]

Laibman, (2006) "Editorial Perspectives. Flea Markets", *Science & Society*, 70:(3): 301-307 [En línea] Disponible en: http://www.scienceandsociety.com/editorial_july06.html [Consultado el 09 de diciembre de 2016]

Light, I., (1979) "Disadvantaged minorities in self employment" en *International Journal of Comparative Sociology*, (20):3245.

Massey, D.; Pren, K. y J. Durand, (2009) "Nuevos escenarios de la migración México-Estados Unidos. Las consecuencias de la guerra antiinmigrante" en *Papeles de Población*, 15(61): 101-128 [En línea] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11211806006> [Consultado el 27 de marzo de 2017]

Massey, D. y F. Riosmena, (2010) "Undocumented Migration from Latin America in an Era of Rising U.S. Enforcement" en *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 630(1): 294-321. <http://doi.org/10.1177/0002716210368114> [Consultado el 28 de marzo de 2017]

Massey, D., (2013) "America's Immigration Policy Fiasco: Learning from Past Mistakes" en *Daedalus*, 142(3): 5-15 [En línea] Reino Unido, disponible en: http://doi.org/10.1162/DAED_a_00215 [Consultado el 29 de marzo de 2017]

Meneses, G., (2012) "Recesión económica, reflujo migratorio y violencia anti inmigrante en México y Estados Unidos" en *Norteamérica*, 7(2):221-251.

Min, P., (1988) *Ethnic business Enterprise: Korean Small Business in Atlanta*. New York: Center for Migration Studies.

MoranTaylor, M. y C. Menjivar, (2005) "Unpacking Notions of Return: Guatemalan and Salvadoran Migrants in Phoenix" en *International Migration*, 43 (4): 91131.

NFMA, (2016) "Flea Market Statistics" en *National Flea Market Association* [En línea] Estados Unidos, disponible en <http://www.fleamarkets.org/> [Consultado el 09 de diciembre de 2016]

New York Times, (2008) *Arizona Law Takes a Toll on Nonresident Students*, 27 de enero [En línea] Estados Unidos, disponible en: <http://www.nytimes.com/2008/01/27/us/27tuition.html> [Consultado el 10 de marzo de 2017]

Ochoa O'Leary, A., (2009) "Arizona's Legislative Imposed Injunctions: Implications for Immigrant Civic and Political Participation" en *Research Paper Series on Latino Immigrant Civic and Political Participation*, No. 2. Woodrow Wilson International Center for Scholars. Mexico Institute.

Parrado, E., (2012) "Immigration enforcement policies, the economic recession, and the size of local Mexican immigrant populations" en *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 641(1): 16-37.

Portes, A. y R. Bach, (1985) *Latin Journey: Cuban and Mexican immigrants in the United States*. University of California Press, Berkeley y Los Angeles.

Rajman, R. y M. Tienda, (2000) "Training Functions of Ethnic Economies: Mexican Entrepreneurs in Chicago" en *Sociological Perspectives*, 43(3):439-456 [En línea] Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Rebeca_Rajman/publication/265784229_Training_Functions_of_Ethnic_Economies_Mexican_Entrepreneurs_in_Chicago/links/57d25dad08ae601b39a21d0c.pdf [Consultado el 02 de mayo de 2017]

Santamaría, E., (2009) "Precariedad laboral: apuntes para una aproximación sociológica a sus formas contemporáneas" en *Papeles del CEIC*, Marzo-Sin mes: 34-41.

Tilly, C., (2011) "The impact of the economic crisis on international migration: a review, Work" en *Employment and society*, 25(4): 675-692.

Valenzuela, B., (2014), "Regulación antiinmigrante en épocas de crisis económica: Los trabajadores mexicanos de la industria de la construcción en Phoenix, Arizona", en Moreno Mena, José Ascención (coord.), *Libro de Ponencias. Quinta Conferencia Binacional de Migración: "Derechos humanos de los migrantes"*, Universidad Autónoma de Baja California, México.

Valenzuela, B. y E. Montoya, (2012), "Patrones de poblamiento de los mexicanos en Arizona. El movimiento migratorio del noroeste mexicano a Phoenix" en Valenzuela, B. y E. Montoya (coords.), *Nuevos senderos, mismo destino. Proceso migratorio e inserción económica de mexicanos en Phoenix, Arizona*. Mexico: Jorale Editores.

Wang, A., (2009) "Phoenix Greyhound racetrack to shut down" en *The Arizona Republic*, 26 de septiembre de 2009 [En línea] Estados Unidos, disponible en <http://archive.azcentral.com/news/election/azelections/articles/2009/09/25/20090925greyhounds0925-ON.html> [Consultado el 26 de marzo de 2017]

Watson, T., (2013) "Enforcement and Immigration Location Choice", en *NBER Working Paper No. 19626*, November 2013: 1-37 [En línea] Estados Unidos, disponible en: <http://www.nber.org/papers/w19626.pdf> [Consultado el 28 de marzo de 2017]

Zolberg, A., (2006) "A Nation by Design: Immigration Policy in the Fashioning of America. New York: Russell Sage Foundation.

Fecha de recepción: 20 de abril de 2017

Fecha de aceptación: 3 de junio de 2017

La calle como experiencia social. Reflexión para entender el auge de las manifestaciones y movimientos sociales en la ciudad de Culiacán

Jorge Ibarra Martínez¹
Universidad Autónoma de Sinaloa

Resumen

Este trabajo está dedicado a explorar el significado de la calle en la ciudad de Culiacán como experiencia social vinculada a la lógica de la modernidad y a los ciclos del capitalismo. A través de una revisión histórica de las ciencias sociales y sus principales teóricos, identificamos tres etapas que distinguen los ciclos de desarrollo de la geografía urbana en la modernidad, en donde la calle se convierte en la manifestación más activa y visible. Las tres etapas que componen este ciclo de la calle son: revolución, reorganización y estandarización de la vida. En este artículo buscamos explicar cómo este proceso ha estado presente de manera continua en los espacios urbanos, que como Culiacán, están sujetos a la modernización, y en donde la experiencia de la calle está dominada por la vitalidad y fuerza que conlleva cada una de estas fases caracterizadas por la activación política, el impulso económico y la experiencia lúdica.

Palabras clave: *Calle, modernidad, capitalismo, movimientos sociales.*

Abstract

This work is dedicated to explore the meaning of Culiacan streets, as a social experience linked to capitalism and modernity. We use an historic review of Social Science to identify three stages that compose the urban geography development cycle, in which, the streets are the most active and visible manifestation. These three stages are revolution, reorganization, and standarization of life. The paper explain the way this cycle have been present in the history of all modern urban spaces.

Keywords: *Street, modernity, capitalism, social movement.*

¹ Doctor en Estudios de America del Norte, Profesor-Investigador en la Universidad Autónoma de Sinaloa. Correo electrónico: epifanioibarra@hotmail.com

Introducción

La política en la ciudad de Culiacán ha irrumpido en las calles. Los cada vez más numerosos colectivos y organizaciones de la sociedad civil han incrementado el capital social y elevado el potencial de los ciudadanos para intervenir en los asuntos públicos más allá de las vías formales de participación, donde el sistema de partidos mantiene todavía el control de los tiempos, los recursos y las prioridades de la agenda de gobierno.

En 2016 ocurrieron en Culiacán al menos cincuenta y cinco manifestaciones políticas callejeras de todo tipo, desde bloqueos de avenidas, marchas, plantones, toma de oficinas, cierre de planteles escolares, caravanas, caminatas, y hasta expresiones artísticas subversivas. Estas manifestaciones tuvieron objetivos muy variados, y durante todo ese año no cesaron las protestas de productores agrícolas por el pago de subsidios; la exigencia de vecinos y comerciantes para dar marcha atrás al *Par Vial* en la avenida principal de la ciudad; el reclamo de mujeres activistas y familias ante el incremento de la violencia y los feminicidios; las muestras de apoyo a los maestros frente a la reforma educativa del Gobierno Federal; el rechazo de los contribuyentes ante el incremento de los impuestos y el precio de los combustibles; las marchas a favor y en contra de la diversidad sexual y la legalización de la marihuana; los pronunciamientos por los derechos de los animales; las quejas del escuadrón de bomberos por la falta de recursos para realizar sus labores; las peticiones de ayuda por parte de minorías étnicas para mejorar la calidad de vida en sus comunidades; y la exigencia de policías, jubilados y trabajadores del gobierno del estado para el pago de aguinaldos y otras prestaciones laborales (Noroeste, 2016).

En contraste con la efervescencia política de la calle, los resultados de las últimas elecciones evidencian un bajo índice de participación electoral. De acuerdo con datos del Instituto Estatal Electoral del Estado Sinaloa, en Culiacán el porcentaje promedio de participación electoral en 2016 fue de apenas 41 por ciento (Instituto Estatal Electoral

del Estado de Sinaloa, 2016). Pareciera que de pronto las calles de Culiacán se convirtieron en el campo de batalla política que anteriormente representaba el Congreso de manera casi exclusiva.

La apatía que muestran los ciudadanos a la hora de ejercer el voto tiene una explicación aparentemente sencilla, es resultado del hartazgo que los ciudadanos han manifestado en relación a diversas instituciones políticas. En una encuesta reciente realizada por Consulta Mitofsky se reveló que en 2016 las instituciones mexicanas aparecen con el nivel de confianza más bajo en su historia reciente (ver tabla 1). Es por ello que quizá sea comprensible que una parte de la población haya decidido dar la espalda a las vías formales de participación, para abrirse camino por medio de movimientos sociales y organizaciones de la sociedad civil, con la intención de ampliar el margen de acción e impacto de los ciudadanos en las cuestiones públicas.

TABLA 1. RANKING DE CONFIANZA EN INSTITUCIONES

Institución evaluada	Calificación (Escala de 0 a 10)	
	2015	2016
Universidades	7.3	7.1
Iglesia	7.1	6.9
Ejército	7.0	6.8
CNDH	6.9	6.6
Empresarios	6.5	6.2
INE	6.1	6.2
Bancos	6.2	6.1
Cadenas de televisión	6.2	5.9
SCJN	6.3	5.8
Presidencia	5.7	5.1
Policía	5.3	5.0
Diputados	5.2	5.0
Partidos políticos	4.9	4.8

Fuente: Encuesta Nacional en Viviendas. Confianza en Instituciones, Consulta Mitofsky (2015; 2016)

Pero lo que ocurre en las calles de la ciudad de Culiacán no es una circunstancia exclusiva del escenario político de Sinaloa, es más, ni siquiera el estallido de protestas que recientemente han aparecido en otras ciudades de México son un asunto que obedece a condiciones puramente nacionales. Ibarra y Díaz (2015) mencionan que desde el 2008 se aprecia una particular geografía global de movimientos sociales, que tienen su origen en la incapacidad del neoliberalismo para sostener el consenso social, ante las crecientes desigualdades generadas por el capitalismo postindustrial. En todo el mundo las ciudades de hoy en día están llenas de manifestantes que ocupan las calles como escenario de una nueva generación de protestas impulsadas con ayuda de las nuevas tecnologías.

La intención de este trabajo es aprovechar el contexto convulsivo por el que atraviesan las metrópolis expuestas a la globalización, para preguntarnos acerca del significado de la calle como experiencia social, y de esa manera explicar la dinámica por la que atraviesan ciudades como Culiacán. La metodología que utilizamos para el desarrollo de este trabajo parte del análisis teórico de dos variables aplicadas al estudio de la historia de la geografía urbana: el capitalismo y la modernidad. Nuestra hipótesis es que las ciudades, al estar expuestas a la modernidad y al capitalismo, generan experiencias sociales cíclicas caracterizadas por rondas de creación y destrucción, cuyas manifestaciones son percibidas en mayor medida en la calle a partir de tres momentos diferenciados, que le dan significado más allá de su utilidad funcional. En lo que respecta a la ciudad de Culiacán, este trabajo expone que las más recientes manifestaciones que han ocurrido en las calles de la capital sinaloense, se enmarcan en un momento descendente de las formas establecidas del capitalismo. Aun con ello este trabajo busca plasmar la condición particular que experimenta Culiacán en esta fase de crisis, ubicando las expresiones concretas que distinguen los movimientos sociales contemporáneos. El orden que sigue este trabajo parte de un primer apartado donde nos dedicamos a discutir las diferentes definiciones y teorías que existen sobre la calle.

En seguida nos abocamos a presentar nuestra explicación sobre la experiencia cíclica de la calle, y ejemplificamos esta idea a partir de la dinámica de la modernidad y el capitalismo en Europa del siglo XIX. Al final nos sumergimos en la dinámica creativa-destructiva de las ciudades en la última ronda de modernidad capitalista, para así lograr entender que la experiencia subversiva que reflejan actualmente las calles de Culiacán y del mundo, son parte de una etapa cíclica del desarrollo urbano.

Dos puntos de vista sobre la calle

La arquitectura tradicional concibe a las calles como espacios estrechos y lineales que sirven para la circulación. Vías prolongadas que se utilizan para dirigir a personas y mercancías hacia distintos puntos. La calle vista así es uno de los elementos funcionales más básicos del diseño urbano, pues su objetivo es organizar la vida en la ciudad, dividir sus espacios y promover la movilidad de sus habitantes. Paradójicamente esta visión funcional y ordenadora de las calles tiene su origen en un desprecio sobre la vida urbana y las aglomeraciones que de ella emanan.

Durante el siglo XIX, y a medida que las ciudades experimentaban un crecimiento descomunal debido a los avances de la producción industrial, la migración y la expansión de los mercados, la urbanización estuvo relacionada con las peores condiciones de vida que las personas pudieran experimentar. Hobsbawm (2007) menciona que la revolución industrial en Europa creó el mundo más feo en el que el hombre jamás viviera, así lo demostraban las horrendas, sucias, malolientes y enlodadas calles de las ciudades. Hombres y mujeres, desarraigados en números sin precedente, y privados de toda seguridad. Nadie podía negar que existía una pobreza espantosa:

Las nuevas ciudades eran conjuntos tristes y feos, con ambientes hostiles a la vida humana. Grandes montañas de ceniza, escoria, basura, hierro y desperdicios bloquea-

ban el horizonte. La ciudad estaba constituida por extrañas formas de calles y avenidas inconexas, que quedaban entre las fábricas, las vías férreas, las estaciones de carga y los desperdicios (Hobsbawn, 2007:301).

La ciudad industrial del siglo XIX y sus calles despertaron el repudio para quienes estaban acostumbrados, y hasta añoraban, el apacible modo de vida rural, o a la relativa estabilidad de los burgos comerciales. Para ese momento la gran mayoría de la población mundial todavía habitaba en tornos rurales, y basta con recordar que en Inglaterra la población urbana sólo superó por primera vez a la del campo hasta 1851, para darnos una idea de la mala impresión que debió representar el amontonamiento de seres humanos en asentamientos no aptos para sostener, al menos de manera adecuada, higiénica y saludable, a tal cantidad de personas.

Los conservadores de la época no dudaron en asegurar que las ciudades eran una desviación a la naturaleza de la vida social. Hacia finales del siglo XIX Ebenezer Howard propuso incluso detener el crecimiento de Londres para enfocarse en el redoblamiento de las zonas rurales bajo un modelo de ciudad jardín, en el que las personas pudieran convivir nuevamente entre la naturaleza. El prototipo de Howard preveía un número máximo de habitantes para estas comunidades, cuyo diseño estaría planificado para distribuir el espacio en zonas separadas y de uso exclusivo para la vivienda, la industria, el comercio y la agricultura. Su intención era evitar la muchedumbre y aglomeración en la calle.

La tendencia en contra de la aglomeración en las ciudades continuó en el siglo XX bajo nuevos esquemas de planificación. Esta vez el objetivo central supuso la descentralización de los centros urbanos a favor de la construcción de comunidades aisladas en las periferias. La premisa dominante fue separar el comercio de las zonas residenciales para que así la manzana de casas se convirtiera en la unidad básica del diseño urbano. El ideal era crear la sensación de aislamiento e intimidad, pues para

los promotores de este tipo de entornos la gran ciudad era una monstruosidad, “una tiranía, la muerte en vida”, decía Lewis Mumford (Montiel, 2015).

Años más tarde, el afán por planificar ciudades perfectamente zonificadas sería criticado por ignorar el valor inherente al contacto humano que se produce en los espacios públicos. Jan Gehl (2014) asegura que el modernismo arquitectónico junto a las fuerzas del mercado, ignoraron por mucho tiempo el rol de la ciudad como lugar de encuentro, al mismo tiempo que reconoce que el mayor atractivo de una ciudad es la gente. Y así, en un intento por revalorizar la vida en la calle, Gehl menciona que caminar es el punto de partida de todo:

Durante muchos años el tráfico peatonal fue tratado como una forma de circulación que pertenecía a la órbita de la planificación del transporte...pero en las ciudades, ¡caminar es mucho más que sólo circular! Hay contacto entre las personas y la comunidad, se disfruta del aire fresco, de la permanencia en el exterior, de los placeres gratuitos de la vida y de las diversas experiencias sensoriales (Gehl, 2014: 19).

Antes que a Gehl, a Jane Jacobs se le reconoce como pionera en cuestionar el vacío humano que representaron las ciudades vistas como maquetas. Su libro *Muerte y vida de las grandes ciudades* norteamericanas publicado por primera vez en 1961 es considerado como uno de los más revolucionarios entre las ideas sobre los espacio urbanos, sin embargo, curiosamente su trabajo tuvo más influencia sobre activistas y ciudadanos, que entre los propios *urban planners*, mismos que años después confesarían haberla ignorado sólo porque no era arquitecta, porque aborrecía a los planificadores y porque daba demasiada importancia a la voz de la comunidad en la agenda urbana. Cualquiera que sea el caso, desde la perspectiva de Jacobs la vida urbana debe ser rica y vibrante, una ciudad debe propiciar las relaciones entre las personas, y los más indicados para decidir cómo debe ser la ciudad son sus habitantes, afirmaba Jacobs.

En el pensamiento de esta urbanista las calles de la ciudad sirven para mucho más que para transportar vehículos, y las aceras para muchas cosas aparte de movilizar peatones. Defendía que las calles representan los principales lugares públicos de la ciudad, sus órganos más vitales. Las aceras en la visión romántica de Jacobs tienen un papel primordial en la vida urbana, su objetivo es favorecer espacios para que la gente pueda encontrarse y conocerse, deben tejer una red compleja de encuentros que hagan que los individuos se familiaricen con sus vecinos y su barrio...

... estos encuentros casuales son un sentimiento de identidad pública en la gente, una red de respeto y confianza, y un recurso en los momentos de necesidad vecinal. La ausencia de esta confianza es un desastre para las calles (Jacobs, 2011: 84).

Contrario a la visión funcional, para Jacobs el problema de la inseguridad en las ciudades no puede resolverse dispersando a la población, pues según esto las calles y sus usuarios son partícipes en el drama de la civilización. Sostiene que la paz pública de las ciudades no tiene que estar forzosamente garantizada por la policía, y en cambio asegura que la tranquilidad ha de conseguirse por una densa y casi inconsciente red de controles y reflejos voluntarios de la propia gente. Desde su punto de vista una buena calle tiene una mezcla de negocios y viviendas, con edificios que dan siempre hacia afuera, de tal manera que las banquetas tengan un flujo de usuarios constantes para que se fortalezca el sentido de comunidad y la seguridad del lugar.

La antropología y el arte han capturado la perspectiva de Jacobs para describir la experiencia de la calle, y tomarla en cuenta como un espacio social significativo donde se estructuran una infinidad de interacciones sociales cotidianas que pueden ser analizadas para descifrar el contenido escondido de las relaciones humanas. Bossa (2010) describe la calle como escenografía de una obra teatral, y pone de ejemplo a un hombre recostado en la banca de

un parque como el actor principal del drama ciudadano. La fotografía es otro ejemplo de las calles como escenarios vivos. A partir de la fotografía urbana comprendemos los alcances de la calle como temática coreográfica: la prisa, la soledad, la admiración que incita la publicidad, la pobreza expuesta, la indiferencia y antipatía, la racionalidad de las estructuras, el amor callejero, la informalidad de la economía, el imperio del automóvil.

Si ponemos atención, la ciudad es toda la vida social, y las calles son espacios que guardan memoria de la historia viva. Hace casi un siglo el sociólogo alemán Loius Wirth fue pionero en proponer a la ciudad como la característica más emblemática de la modernidad, "lo urbano es la condición que más profundamente distingue la vida moderna de aquella tradicional, no es una condición espacial ni una delimitación demográfica o productiva, sino una conducta, una forma de vida", escribió en 1938 en *American Journal of Sociology*.

En ese artículo Wirth rechazaba caracterizar una comunidad urbana solamente por su tamaño, y en cambio argumenta que la sociología requiere definir al urbanismo tomando en cuenta...

... la acentuación acumulativa de las características distintivas del modo de vida que está asociado al crecimiento de las ciudades, así como los cambios de vida que manifiesta la gente por el influjo que la ciudad ejerce en ellos en virtud del poder de sus instituciones (Wirth, 2006).

Del mismo modo Robert Ezra Park llegó a apreciar la ciudad como un ente orgánico de múltiples dimensiones. Desde su punto de vista la ciudad era algo más que una aglomeración de individuos y servicios, instituciones y aparatos administrativos. La ciudad para él representaba sobre todo un estado de ánimo, un conjunto de costumbres, tradiciones, de actitudes organizadas y de sentimientos inherentes a esas costumbres. Sostenía que la ciudad, más que un mecanismo físico, era un órgano entrelazado en los procesos vitales de las gentes que la forman, un producto de la naturaleza, y en particular de la naturaleza humana

(Park, 1999). Desde esta perspectiva la calle es parte de todo un organismo, que a la vez es económicamente funcional, pero también manifiesta sentimientos vinculados a la estructura física e institucional del ambiente urbano. En este artículo tomamos como referencia el legado de Park, Wirth y Jacobs, para estudiar a las ciudades más allá de su estructura física, y comprender así la dinámica que ocurre entre sus calles.

¿La experiencia social de la calle, es única, o se repite?

¿De qué forma podríamos saber si todo eso que cotidianamente experimentamos en la calle es algo inédito y sin precedentes históricos? ¿Cómo podríamos estar seguros que esas representaciones teatrales que suceden a diario en las calles de nuestra ciudad son procesos únicos? Existen algunos conceptos muy poderosos en la teoría de la geografía urbana de Edward Soja que expresan esa posibilidad de que la vida urbana sea una experiencia sin precedentes en cada etapa de su evolución. El primer concepto al que aludimos es el de *Sinesismo*, que refiere a los procesos activos de innovación, desarrollo y creatividad que resultan de la interacción humana. El sinesismo es para Soja una fuerza activa y motriz de la *geohistoria*. Es algo similar a lo que algunos llaman economías de aglomeración, es decir, las ventajas que derivan del denso agrupamiento de la gente. En este sentido, Soja explica que las ciudades producen en su interior una fuerza *Sinésica* que activa la especificidad espacial del urbanismo. En otras palabras, lo que este autor quiere decir es que el contacto humano es por naturaleza creativo, y que, por lo tanto, dada la densidad y diversidad de las aglomeraciones urbanas, las ciudades tienden a ser centros de innovación social.

Desde esta perspectiva el sinesismo es la fuerza que crea la historia. Al poner a las ciudades por delante Soja intenta demostrar que los procesos dinámicos al interior

del espacio urbano son los que realmente generan la vida social, por lo que llama a reconocer el modo en que la naturaleza intrínseca de la urbanidad da forma a los procesos y eventos históricos. En esta lógica cada aglomeración urbana es única en virtud de las condiciones materiales que constriñen al lugar, el cual a su vez mantiene un potencial de transformación que radica en la consciencia particular de sus habitantes. Es esta dinámica la que genera lo que Soja llama *la geografía específica del espacio urbano*, eso que convierte a las ciudades en prototipos diferenciados a lo largo del tiempo. De manera concreta, en su libro *Postmetrópolis* (2008) Soja analiza cuatro revoluciones urbanas que han dado origen a cuatro tipos distintos de ciudades. La última de ellas, y la que experimentamos actualmente, tuvo como resultado un tipo de metrópoli industrial postfordista y cosmopolita, megaciudades donde la gente experimenta las fuerzas de la globalización, la fragmentación y la inseguridad generada por las desigualdades del capitalismo neoliberal.

Por otro lado, a pesar de lo convincente de la teoría sobre la geografía específica del espacio urbano, es inútil pasar por alto que la experiencia de nuestra realidad social está inevitablemente acotada por la modernidad y el capitalismo, como si estos dos elementos fueran el lienzo sobre el que pintamos con libertad nuestras vidas. En ese cuadro podemos plasmar los escenarios y paisajes que se nos antojen, pero al final su alcance estará condicionado por los márgenes dados de la superficie sobre la que imaginamos nuestro tiempo. En *La insostenible levedad del ser*, Milan Kundera nos recuerda la insignificancia de la existencia si nuestra experiencia de vida no estuviera atada a nada que nos impusiera restricciones. Sin la fuerza de gravedad oprimente que supone la fidelidad y el amor en las relaciones interpersonales, flotaríamos despegados del suelo hacia ningún lado, seríamos enteramente libres, pero sin un sentido. Así, en este ensayo creemos que la modernidad y el capitalismo son el plomo que le da coherencia a la vida social. Esto no significa de ninguna manera que la modernidad y el capitalismo sean una realidad uniforme

en todos lados. La realidad social, al final de cuentas, decía Weber, se caracteriza por ser continua y heterogénea, es imposible capturar los hechos sociales porque fluyen en el tiempo. Sin embargo, creemos posible enmarcar esa heterogeneidad y especificidad de los espacios urbanos dentro de la dinámica dialéctica de la modernidad y el proceso cíclico del capitalismo, para de esa manera construir una teoría que nos ayude a entender la experiencia de la calle.

La calle, entre la modernidad y el capitalismo

Al finalizar el siglo XX, cuando Lyotard, Derrida y el discurso de la posmodernidad inundaban de incertidumbre a las ciencias sociales, Marshall Berman mantuvo firme el timón del barco e hizo un llamado a la calma para reafirmar el valor de la modernidad como una idea todavía vigente. A Berman le preocupaba que la modernidad hubiese salido del centro de debate de los temas contemporáneos. Quizá la confusión que hizo a esa época de fin de siglo buscar una nueva epistemología para explicar los embrollos por los que atravesaba, fue curiosamente la sensación más genuina de la experiencia moderna: el creer que los cambios que nos ocurren son una circunstancia inédita. Respecto a este espejismo, Berman comenta que:

las personas que se encuentran en el centro de esta vorágine son propensas a creer que son las primeras, y tal vez las únicas que pasan por ella. Sin embargo, la realidad es que un número considerable y creciente de personas han experimentado lo mismo durante cerca de quinientos años (Berman, 1982).

Ser moderno para Berman es vivir una vida de paradojas y contradicciones. Es estar dominados por las inmensas organizaciones burocráticas que tienen el poder de controlar y a menudo destruir, las comunidades, los valores, las vidas, y, sin embargo, no vacilar en nuestra

determinación de enfrentarnos a tales fuerzas, de luchar para cambiar su mundo y hacerlo nuestro. Ser modernos es encontrarnos en un entorno que nos promete aventuras, poder, alegría, crecimiento, transformación de nosotros y del mundo y que, al mismo tiempo, amenaza con destruir todo lo que tenemos, todo lo que sabemos, todo lo que somos. Es así como se representa la dualidad de la modernidad, como un sentido de libertad, pero también de incertidumbre. Karl Marx puntualizó muy bien esta condición paradójica con la metáfora de la desnudez en la modernidad. La desnudez para él significa quedar desprotegidos ante el mundo, pero al mismo tiempo desarropanos de todas las viejas tradiciones que imponían una pesada carga en nuestra consciencia. La modernidad desde aquí entonces, es tanto una amenaza como una esperanza, (Marx, 2011).

Según Berman la experiencia de la modernidad está dividida en dos momentos que le dan sentido: la modernización primero y el modernismo después. En la modernización lo que importa son los procesos, los poderes, la expansión. Este primer aspecto tiene lugar con los grandes descubrimientos científicos, que cambian nuestra percepción del universo y la naturaleza; con la industrialización de la producción, que transforma el conocimiento científico en tecnología, crea nuevos entornos humanos y destruye los antiguos, acelera el ritmo general de la vida y genera nuevas formas de poder colectivo y de lucha de clases; con la innovación de los sistemas de comunicación de masas, que envuelven y unen a las sociedades y pueblos más diversos. Por todo ello, quienes experimentan la modernización tienen la sensación de ser arrastrado por la corriente, de ser lanzados hacia adelante por fuerzas incontrolables.

La transformación provocada por la modernización coloca al mundo viejo como un mundo falso, como un mundo que hemos perdido, señala Berman, por eso el modernismo, la otra cara de la modernidad, responde a ¿qué clase de personas ha producido toda esta revolución? ¿Qué tipo de sensibilidad resulta al final entre los

individuos que sobrevivieron a los embates de la historia? El modernismo por lo tanto es arte, cultura, expresión íntima, y representación. Es la posibilidad de humanizar la vorágine y hasta domesticarla. Puede ser la capacidad de adaptación, o una catarsis, una sátira de la vida nueva. En la literatura de principios del siglo XX, por ejemplo, las vanguardias significaron la proyección y el deseo de representar una nueva cultura, en una sociedad radicalmente distinta. Así, los escritores vanguardistas se consideraban ellos mismos como ciudadanos del mundo frente al nacionalismo de la literatura anterior, eran antitradicionales, futuristas, espontáneos, y su técnica estaba ligada a una libertad absoluta.

En resumen, lo que Berman nos dice es que nuestra experiencia de vida moderna está delimitada por un incesante proceso destructivo que provoca la perpetua conmoción y renovación de todas las formas de vida personal y social. Sobre este mismo punto, Bauman nos recuerda con todos los adjetivos posibles, que aquello que hace tan moderna esta sociedad, como la de uno o dos siglos atrás, es...

... la compulsiva, obsesiva, continua, irrefrenable y eternamente incompleta modernización; la sobrecogedora, inextirpable e inextinguible sed de creación destructiva o creatividad destructiva según sea el caso: limpieza del terreno en nombre de un diseño nuevo y mejorado, desmantelamiento, eliminación, discontinuación, todo en aras de una mayor capacidad de hacer más de lo mismo, aumentar la productividad y competitividad" (Bauman, 2003: 33).

Pero nuestra realidad no solo está vinculada a la modernidad, también está intrínsecamente ligada al capitalismo como principal motor de la marcha moderna. En el *manifiesto del partido comunista*, Marx detalla el camino de expansión de la economía de mercado, y cómo a su paso se van desvaneciendo todas las formas de vida social y económica hasta quedar obsoletas frente a lo novedoso que trae el capitalismo:

Ante todo está la aparición de un mercado mundial. Al expandirse, absorbe y destruye todos los mercados locales y regionales que toca. La producción y el consumo se hacen internacionales y cosmopolitas. El ámbito de los deseos y ámbito de las demandas se amplía muy por encima de las capacidades de las industrias locales, que como consecuencia se hunden" (Marx, 2011:33).

Al vincular la experiencia de la modernidad con el capitalismo nos encontramos ante un hallazgo interesante, el suponer que el proceso vertiginoso de la modernización y la sensibilidad modernista pueden acompañar en una marcha paralela al ciclo capitalista de crecimiento, apogeo y recesión. Desde esta perspectiva la modernidad no es acontecimiento que alcanza una plenitud estable, como idealizaron utopistas como Saint Simon, Fourier y Owen, pero tampoco una meta que se aleja y desvanece en el horizonte, como lamentan los pesimistas posmodernos. Desde la perspectiva de este trabajo, la modernidad capitalista es más bien un evento cíclico que se repite periódicamente.

Los ciclos del capitalismo han sido estudiados por las más diversas corrientes de la economía. La más conocida es la teoría de los ciclos largos de Kondratiev, en la que se describen fluctuaciones recurrentes de largo plazo en moderna economía capitalista. La duración de cada onda varía entre 47 y 60 años, durante las cuales se alterna un periodo de alto crecimiento, en las cuales las coyunturas de prosperidad son más marcadas, y contrastan con un periodo de crecimiento relativamente lento. En este sentido, los ciclos económicos representan expansiones que ocurren aproximadamente al mismo tiempo en muchas actividades económicas, seguidas de recesiones, contracciones y recuperaciones generales similares que se consolida en la fase de expansión del ciclo siguiente (Burns y Mitchell, 1946).

La fase crítica de las fluctuaciones económicas fue estudiada también por Marx. En el manifiesto del partido comunista menciona que el sistema producía crisis periódicas de acumulación de capital, en las que era imposible

mantener la tasa de ganancia y reinversión. En este sentido Marx suponía que estas crisis llevarían a la inevitable desaparición del capitalismo, sin embargo, años más tarde la evidencia histórica orilló a los herederos del marxismo a reconocer la capacidad de adaptación del mercado mediante la innovación.

El economista austriaco Joseph Schumpeter (1976) estudió la innovación para entender la renovación periódica de los ciclos capitalistas. Entre sus aportes se encuentra la popularización del concepto de destrucción creativa como una idea que describe el proceso de transformación que acompaña a las innovaciones. De acuerdo con Schumpeter las presiones competitivas del capitalismo hacen que en determinados momentos el crecimiento económico sea explosivo e irregular, debido a que las innovaciones rompen el equilibrio generado en las etapas de madurez de los ciclos económicos. Bajo esta lógica las innovaciones no solo tienen el potencial de renovar las rondas de acumulación, sino que al mismo tiempo provocan la obsolescencia de las formas previas de producción, que, ante su inutilidad, quedan destinadas a su desaparición.

En su teoría sobre los espacios del capital, David Harvey (2004) logra sintetizar la versión marxista de las crisis, con la perspectiva de la innovación de Schumpeter, y así explicar lo que sucede con las ciudades que están expuestas a la lógica de la modernidad y el capitalismo. Harvey asegura que el capitalismo cuenta con un repertorio de soluciones para salir de las crisis que genera de manera cíclica. Las soluciones espaciales significan ese proceso de destrucción creativa en la geografía, con la intención de regenerar espacios que sean más propicios a la continuidad de la acumulación, la ganancia y la reinversión. En sus escritos cita algunos ejemplos como el caso del puerto de Baltimore, que en los años ochenta experimentó un pro-

ceso de destrucción de sus muelles industriales para más tarde construir ahí mismo una nueva infraestructura para el ocio y el consumo.

Una vez que entendemos el ímpetu creativo-destrutivo de los espacios en las ciudades, vale la pena retomar esa pregunta fundamental del modernismo, que además guía la interrogante a desarrollar en este trabajo ¿qué resulta de los seres humanos en las ciudades cuando sus espacios son destruidos y remplazados por una nueva infraestructura, muchas veces ajena a sus formas tradicionales de convivencia? ¿De qué manera se vive la calle durante todas estas etapas que conlleva la modernidad capitalista? En este trabajo identificamos tres momentos que distinguen los ciclos de desarrollo de la geografía urbana en la modernidad, en donde la calle se convierte en la manifestación más activa y visible. Las tres etapas que componen este ciclo de la ciudad y la calle son: revolución, reorganización y estandarización de la vida. Buscamos explicar cómo este proceso ha estado presente de manera continua en los espacios urbanos sujetos a la modernización, y cómo en cada etapa la experiencia de la calle está dominada por la vitalidad y fuerza que conlleva cada una de estas fases caracterizadas por la activación política, el impulso económico y la experiencia lúdica.

En el apartado siguiente intentamos mostrar cómo se representaron esos tres momentos de experiencia de la calle, durante el proceso de modernización y avance del capitalismo de las ciudades europeas durante el siglo XIX, una vez que la revolución industrial había acelerado la urbanización de manera desordenada. Esto con la finalidad de analizar después a Culiacán, como una ciudad expuesta al mismo ciclo de modernización por el que atraviesan las metrópolis insertas en la dinámica de creatividad y destrucción del capitalismo.

Los ciclos de la experiencia de la calle durante el proceso de modernización en las ciudades de Europa del siglo XIX

La calle como experiencia política

Como hemos visto ya, a mediados del siglo XIX las ciudades crecían rápidamente, sin plan, ni supervisión. En las calles faltaban casi por completo los servicios de limpieza, y el abastecimiento de agua y sanidad era insuficiente. El desarrollo urbano de este periodo fue un gigantesco proceso de segregación de clases, que empujaba a los obreros hacia grandes concentraciones de miseria. La condición de los pobres era espantosa, aunque la miseria que llamaba más la atención era la de las calles de las zonas industriales. Hobsbawm asegura que la situación del proletariado industrial era tal, que el ambiente de rebelión era casi una obligación. Súbitamente la angustia de los trabajadores se recrudeció con las crisis agrícolas y el desbaste de alimentos que partir de 1845 se extendió hacia otras ramas de la economía (Hobsbawm, 2007).

En medio de esta crisis el verdadero espíritu de la escena pública en la calle provenía de los trabajadores. El movimiento obrero no fue solo una organización de protesta. La lucha obrera para el trabajador pobre era más que un instrumento de combate, era también una forma de vida. La burguesía no le ofrecía nada. El capitalismo había profanado todo lo que consideraba sagrado, lo había desnudado y despojado de creencias, tradiciones y costumbres arraigadas. Por eso el movimiento obrero les ofrecía una forma de vivir diferente, colectiva y comuna, combativa, les proporcionaba coherencia y objetivos. Los proletarios no se mantenían unidos por el mero hecho de ser pobres, sino por el hecho de que trabajaban juntos en gran número. En esta coyuntura Hobsbawm menciona que una vez que los trabajadores adquirieron un leve sentido de unidad y conciencia política, sus manifestaciones dejaron de ser simples erupciones ocasionales que se extinguían rápidamente:

Rara vez una revolución ha sido más universalmente vaticinada. En 1831 ya había escrito Víctor Hugo que oía el ronco son de la revolución, todavía lejano, en el fondo de la tierra, extendiendo bajo cada reino de Europa sus galerías subterráneas desde el túnel central de la mina, que es París. El 1847 el sonido era estentóreo y cercano. En 1848 se produjo la explosión (Hobsbawm, 2007:1831).

En la historia del mundo moderno se han dado muchas revoluciones, algunas de ellas mayores, y con mucho más éxito, sin embargo, ninguna se extendió con tanta rapidez como la de 1848. La revisión de las notas periodísticas de Marx y Engels son una fuente precisa para reconstruir lo que sucedió en las calles ese año. Ahí los autores relatan el estallido de la insurrección general de obreros el 23 de junio de 1848. Un día antes, el Gobierno burgués había cerrado los talleres nacionales y echado a la calle a millares de obreros, por lo que la indignación recorría los suburbios y comenzaban las manifestaciones de protestas. La Asamblea Nacional, dominada por la burguesía local, designó al general Louis Cavaignac con poderes dictatoriales para reprimir las protestas. Los soldados se dedicaron a detener a los trabajadores y fusilarlos sin ninguna fórmula legal. De esa manera despertaba la insurrección de los obreros, a la que luego se sumarían los ferroviarios, textileros, carpinteros y artesanos, (Marx y Engels, 2008).

Marx y Engels cuentan que en las calles y callejuelas de ambas riberas del río Sena se formaron barricadas con el apoyo de mujeres y niños. El objetivo de las barricadas era cortar las calles usando diferentes objetos: ruedas, palos, piedras, carruajes y bolsas de escombros. Desde allí los revolucionarios podían defenderse o atacar a las tropas militares. Las revueltas no duraron muchos días y al poco tiempo fueron sofocadas. Los trabajadores fueron derrotados y asesinados en masa. Lucharon y murieron cruentamente. Se dice que alrededor de 1500 personas cayeron durante los combates.

El legado de las sublevaciones se puede constatar con los derechos que posteriormente fueron reconocidos a los trabajadores, sin embargo, en este ensayo lo que nos pa-

rece significativo es poner atención en cómo por primera vez las calles de las ciudades modernas manifestaron un escenario propicio para la organización de los movimientos sociales. Fue la calle como espacio público la que generó los encuentros, y donde la gente percibió problemas comunes y alternativas políticas para su solución. Se necesitaría la destrucción completa de este tipo de ciudad condensada y aglomeradora de muchedumbres, para poner fin a ese periodo subversivo de la primera gran crisis de la economía moderna. Lo que vendría después sería tanto el apaciguamiento de las masas, la expansión del capital, como la reconfiguración de una nueva ciudad con vistas a enmarcarla en el orden y el progreso.

La calle como experiencia de reorganización

La crisis de 1848 fue una de las primeras en mostrar claramente la relación entre el excedente de capital y el aumento del desempleo. Sus efectos fueron particularmente severos en París y dieron lugar a una revolución protagonizada por los obreros desamparados. Luego de unos días la burguesía republicana reprimió violentamente a los revolucionarios, pero todavía no conseguía resolver la crisis. En el libro *Ciudades Rebeldes*, David Harvey (2013) explica que para terminar con la crisis fue necesario el ascenso al poder de Luis Napoleón Bonaparte mediante un golpe de estado que lo llevó a proclamarse emperador en 1852. Para sobrevivir políticamente el emperador recurrió inicialmente a una enérgica represión de los movimientos políticos de oposición, sin embargo esto tuvo efectos solo a corto plazo pues lo que requería realmente alentar de nueva cuenta la marcha el ciclo de la acumulación y la ganancia. En este sentido, para resolver el problema de la absorción de capital excedente impulsó un vasto programa de inversión en infraestructura, tanto en el propio país como en el extranjero. En el exterior esto se concretó en la construcción de vías férreas en toda Europa, llegando hasta Estambul, así como en el financiamiento de grandes

obras públicas como el canal de Suez. En Francia supuso la consolidación de la red de ferrocarriles, la construcción de puertos, el drenaje de marismas, pero sobre todo la reconfiguración de la infraestructura urbana de la ciudad de París (Harvey, 2008).

En 1853 el emperador llamó a París a Georges-Eugene Haussmann para que se hiciera cargo de las obras públicas en la capital. Haussmann entendía perfectamente que su misión consistía en resolver el problema del excedente de capital y mano de obra mediante la urbanización. La reconstrucción de París absorbió enormes cantidades de trabajo y de capital para los niveles de la época, lo que, sumado a la supresión autoritaria de las manifestaciones de los obreros de París, fue un instrumento esencial de estabilización social. Haussmann proyectó una ciudad a gran escala, y para lograrlo anexionó suburbios y rediseñó barrios enteros sin limitarse a pequeñas remodelaciones del tejido urbano. Cambió de golpe toda la ciudad en lugar de hacerlo poco a poco. El sistema funcionó bastante bien y provocó no solo una transformación de la fachada urbana, sino también la construcción de una particular forma de vida y un tipo de habitante de la ciudad totalmente nuevo.

Una de las modificaciones urbanas más importantes de París durante las reformas de Haussmann fue la majestuosa ampliación de sus calles y bulevares. Diminutas y angostas veredas medievales que se entrecruzaban formando verdaderos laberintos, de pronto se convirtieron en espléndidas avenidas, tan largas y anchas que parecían fuera de toda razón. La intención de estos bulevares no se limitaba a crear una ciudad más moderna y ágil para el tráfico, pues su amplitud también permitía el acceso rápido de la fuerza pública para controlar los levantamientos populares en caso de nuevas insurrecciones. La renovación de las calles de París también tenía un elemento simbólico, con ello se buscaba proyectar a la ciudad como la gran capital de Europa. Con esa intención se dio uso a todos los avances de la modernidad, se mejoró el alumbrado en la vía pública, se incorporaron los jardines a la ciudad, se construyeron nuevas y funcionales estaciones del ferro-

carril, se ubicaron plazas y rotondas en las interconexiones de las avenidas, se erigieron monumentos, al mismo tiempo que se dio un fuerte impulso a la red de alcantarillado de la ciudad para mejorar su sanidad (Jordan, 1995).

En medio de toda esa gran transformación surge, por un momento corto, un personaje que captura con fidelidad la experiencia de la calle durante esa época. Atestiguar la ejecución de los proyectos de París debió ser impresionante. Walter Benjamín describió al *Flaneur*, (el paseante de la ciudad), como “la figura esencial del moderno espectador urbano, un detective aficionado y un investigador de la ciudad”. El *flaneur* desempeñó un doble papel, por un lado, se mezclaba con la gente de la calle, y por otro mantenía su condición de observador atento. Para ese personaje la calle con todas sus nuevas condiciones es objeto de gran curiosidad. El poeta Charles Baudelaire presentó al *flaneur* como el artista de la moderna metrópolis, como un botánico de las aceras:

La multitud es su elemento, como el aire para los pájaros y el agua para los peces. Su pasión y su profesión le llevan a hacerse una sola carne con la multitud. Para el perfecto flaneur, para el observador apasionado, es una alegría inmensa establecer su morada en el corazón de la multitud, entre el flujo y reflujo del movimiento, en medio de lo fugitivo y lo infinito. Estar lejos del hogar y aun así sentirse en casa en cualquier parte, contemplar el mundo, estar en el centro del mundo, y sin embargo pasar inadvertido (Baudelaire, 1995: 8).

El tiempo del *flaneur* llegó a su fin conforme las personas en la ciudad asimilaban los cambios, las aglomeraciones, el consumo y en general el nuevo modo de vida urbana. En este contexto el *flaneur* es normalmente contrapuesto a otro personaje de la ciudad, el *Badaud* (mirón). Al respecto Victor Fournel comenta que entre el paseante (*flaneur*) y el mirón (*badaud*) hay una gran diferencia, pues mientras que el primero es un espectador que se haya en un completo dominio de su individualidad, que utiliza para admirar la ciudad, el mirón por su parte pierde

todo rasgo de individualidad en la calle, es absorbido por el mundo exterior, lo domina hasta el punto de olvidarse de sí mismo, “influido por el espectáculo que ofrece de su persona, el *badaud* se convierte en un ser impersonal, ya no es un ser humano, es parte del público, de la masa” (Fournel, 1867).

La calle como espacio lúdico de las masas

París se convirtió en un gran centro de consumo y placer. Los cafés, los grandes almacenes, el novedoso sector de la moda, las grandes exposiciones, todo aquello cambió la forma de vida urbana. En su estudio sobre las masas, José Ortega y Gasset (2010) describe que al final del siglo XIX las ciudades estaban llenas de gente, las casas llenas de inquilinos, los hoteles llenos de huéspedes, los trenes llenos de viajeros, los cafés llenos de consumidores y los paseos llenos de transeúntes. La ciudad por primera vez es utilizada como medioambiente lúdico, pues a partir de ahí las personas comenzaron a disfrutar del tiempo libre. En la pintura *Le Pont Neuf* de 1872 (ver figura 1), Renoir nos presenta una escena de la vida cotidiana del París de su época, vista desde una ventana, donde destaca el bullicio placentero de la vida en la ciudad. El intenso cielo azul y la afabilidad de los personajes del retrato contrastan con las pinturas de una generación anterior que representaron a la ciudad como un paisaje gris de chimeneas humeantes y trabajadores tristes.

El ambiente lúdico de la ciudad sin embargo es una experiencia de masas. En la metrópolis y la vida mental, George Simmel explica que el aumento de las interacciones humanas resultantes de vivir y trabajar en un entorno urbano, afectó profundamente las relaciones entre las personas desde finales del siglo XIX. En las calles los individuos son prácticamente desconocidos, decía Simmel. Debido a las nuevas formas de interacción social mediadas por el tiempo y el intercambio del dinero, en las ciudades se efectuó una transformación de consciencia que volvió a

FIGURA 1. PONT NEUF



Fuente: National Gallery of Arts, Renoir (1872)

las personas reservadas y distantes. En la ciudad moderna de esta fase un extraño es a la vez próximo y lejano, está conectado a la comunidad espacialmente, pero no socialmente.

Esta pérdida del sentido de comunidad en la vida urbana también fue estudiada por Ferdinand Tönnies. Para él la ciudad propiciaba una sociedad donde los individuos actúan bajo su propio interés, en donde la cohesión social deriva más de la interdependencia generada por división del trabajo, que por las emociones, lealtades o valores familiares (Schluchter, 2011). Desde su narrativa Edgar Allan Poe describe perfectamente la escena fría del contacto despersonalizado en las calles de Londres, escena que después se replicaría en París, y en todas las ciudades del mundo expuestas a la modernización. En el cuento, *El hombre de la multitud*, Poe relata la historia de un hombre sentado junto a la ventana de un café, que se distraía mirando pasar a los transeúntes por las banquetas:

La gran mayoría de los que pasaban tenían un aire tan serio como satisfecho, y sólo parecían pensar en la manera de abrirse paso en el apiñamiento. Fruncían las cejas y giraban vivamente los ojos; cuando otros transeúntes los empujaban, no daban ninguna señal de impaciencia, sino que se alisaban la ropa y continuaban presurosos. Otros, también en gran número, se movían incansables, rojos los rostros, hablando y gesticulando consigo mismos como si la densidad de la masa que los rodeaba los hiciera sentirse solos (Poe, 2006: 1-2).

Indudablemente París con el transcurso de los años continuó su marcha moderna de ciclos contorneados por el capitalismo, y en mayo de 1968 las revueltas de los estudiantes evocaron de nueva cuenta las barricadas proletarias de 1848. Pero hasta aquí lo importante es rescatar la dinámica que experimentan las calles. Nuestro propósito ahora será reflexionar en qué medida una ciudad como el Culiacán de nuestros días responde a estos ambientes estructurales.

Los ciclos de la experiencia de la calle en el Culiacán contemporáneo

El último gran proceso de modernización ocurrido hacia finales del siglo XX estuvo representado al mismo tiempo por la crisis del modelo de producción industrial fordista, y por la reconfiguración de las regiones hacia una economía flexible. El Fordismo significó durante la mayor parte del siglo la esencia de la modernidad dura, estable y planificada por la burocracia, sin embargo, a finales de los años sesenta el modelo comenzó a colapsar en medio de numerosas protestas y oleadas de movimientos sociales, para luego dar paso a una etapa liderada por la creatividad cognitiva y las nuevas formas de organización industrial basadas en las tecnologías de información y comunicación.

La irrupción de una economía flexible basada en el conocimiento y las tecnologías significó una salida a la crisis

del capitalismo de fin de siglo. Y así, con la llegada de un nuevo modelo producción, también dio comienzo un proceso de reconstrucción urbana para agilizar la circulación del capital generado en esta nueva ronda de acumulación. Los proyectos de infraestructura que durante este periodo absorbieron mayores montos de capital estuvieron basados tanto en la expansión de la mancha urbana hacia las periferias, como en la adaptación de la ciudad para que funcionara como centro de consumo y entretenimiento. De esta manera emergieron nuevos vecindarios privados en las orillas metropolitanas, que progresivamente eran conectados por una red de autopistas suburbanas que comunicaban las viviendas cada vez más alejadas de los centros de trabajo. Como parte de la promoción del ocio se levantaron grandes centros comerciales, estadios deportivos, centros de convenciones, parques de diversiones, y al mismo tiempo se rescataron los antiguos centros urbanos para habilitarlos con andadores peatonales, tiendas, cafés y restaurantes para el disfrute de los paseantes.

En la ciudad de Culiacán este proceso de expansión urbana apareció de manera clara a partir de la década de 1970. Guillermo Ibarra (2015) menciona que durante esta ronda de urbanización Culiacán prácticamente “volvió a refundarse para convertirse en una ciudad región global del mundo subdesarrollado”. En cuatro décadas, registra Ibarra, la población se triplicó al pasar de 167 mil a 540 mil habitantes, se renovó el conjunto de oficinas públicas y de gobierno, se amplió la infraestructura de universidades, se construyeron nuevos hospitales públicos y clínicas privadas, se remodeló el aeropuerto y se levantó una moderna central de autobuses. Al mismo tiempo se edificaron plazas comerciales, hoteles, centros de servicios, estadios deportivos y se agilizó el tráfico mediante un nuevo sistema de vialidades con pasos a desnivel, puentes, túneles y avenidas bordeadas por tiendas de conveniencia, boutiques, gimnasios, bares, cafés y restaurantes. Fue tan impresionante el desarrollo urbano de esta ciudad durante esos años, menciona Ibarra, que tan solo entre 1994 y 2014 se autorizó la construcción de 611 nuevos fraccio-

namientos residenciales para soportar el crecimiento incesante de la población (Ibarra, 2015).

Justo antes de la expansión urbana de Culiacán, la ciudad experimentó en la primera mitad de la década de los años setenta una etapa revolucionaria, que ahora sabemos, arrastró de manera involuntaria los remanentes de una ciudad antigua y tradicional. De acuerdo con Sánchez Parra (2013), alrededor de 1973 apareció en Culiacán una organización política y militar de carácter urbano, apoyada por grupos estudiantiles radicales que desplegaron un sinnúmero de acciones de agitación y propaganda para alentar a la población a sumarse a la revolución. Estos grupos desdeñaban la utilización de vías legales de participación por considerarlas instituciones cooptadas por la burguesía y el Estado, y en cambio, emplearon múltiples estrategias dentro de las que destacan la movilización callejera, el combate armado, la escritura de panfletos, grafitis, y la intervención del espacio público (Sánchez, 2013).

Los movimientos sociales son expresiones generales del descontento social de una época, y en este sentido, las causas que dieron origen a los movimientos estudiantiles de los años setenta en Culiacán ahora son claras, fueron producto de los inconformes y excluidos de los beneficios del modelo del Desarrollo Estabilizador, es decir, la versión mexicana del Fordismo a nivel internacional. Esta política económica modernizó la nación y promovió el progreso, afirma Sánchez Parra, pero su contraparte implicó también la exacerbación de las desigualdades y la represión severa de grupos disidentes. La crisis del modelo de desarrollo a la par de la represión de jóvenes estudiantes en 1968 fue la llama que encendió las movilizaciones que se extendieron a todo el país. En Sinaloa, y particularmente en Culiacán, las ideas marxistas que desde la llegada del rector Marco Cesar García en 1972 se habían incluido en los planes de estudios de las principales carreras de la Universidad Autónoma de Sinaloa, sirvieron de aliento crítico y justificación radical para que los estudiantes se propusieran salir a las calles a hacer la revolución.

En una crónica publicada en Noroeste, el periodista Juan Manuel Salas recopila los acontecimientos ocurridos

en 1974, que sirven de evidencia para entender la forma en que se experimentaba la calle y la ciudad en el Culiacán revolucionario de esos años:

Los días 12 y 13 de marzo de 1974, en el cruce de Ángel Flores y Rodolfo G. Robles, un grupo de estudiantes de la escuela preparatoria y de la facultad de Economía y Derecho de la UAS, encabezados por Ramón de la O Amarillas "El Chino" y otros apodados "El Pelón" y "El Ciego" detenían automóviles colocando barricadas para detener autos y camiones para sacarles gasolina y elaborar bombas molotov, el grupo no excedía de 20 estudiantes; hacían pintas en camiones y minibuses. La Policía Judicial intervino, donde resultó herido el agente Rodríguez Bañuelos (Salas, 2009).

Ibarra (2015) menciona que a la par de los movimientos estudiantiles de aquella época, existieron otros dos conflictos que evidenciaron el desgarramiento material de Culiacán en esos años, la destrucción de lo viejo para dar paso a la nueva modernidad y el debilitamiento de un esquema político e institucional de la élite urbana. Uno de estos conflictos fue el derivado de la elección para suceder en la presidencia de Culiacán a Benjamín López, que enfrentó en 1965 al gobernador Leopoldo Sánchez Célis, con el presidente nacional del PRI Carlos Madrazo, quien intentaba imponer a Francisco Higuera como candidato del partido al que ambos grupos pertenecían. El otro conflicto estuvo relacionado con el impulso que el gobernador Alfredo Valdés Montoya dio en 1969 a una nueva Ley de Planeación de Planeación y Desarrollo, y que tuvo un rechazo amplio debido a que esta ordenanza implicaba la construcción de obras que afectaría propiedades, valores, usos del suelo, y elevaría el impuesto predial para sufragar la nueva infraestructura.

El Culiacán revolucionario se fue diluyendo en la medida que en México se abrieron espacios políticos y electorales para las corrientes de oposición. Esto tanto como consecuencia de los movimientos sociales, como de las presiones por reformar y democratizar las instituciones

nacionales ante la inminencia de una economía global cada vez más interdependiente. En estas circunstancias Sinaloa entró en la era de la globalización en desventaja. Ibarra (2016) menciona que la base exportadora agrícola de Culiacán hizo que esta ciudad interactuara con otras regiones de manera desfavorable. Aun así, explica Ibarra, en las últimas décadas Culiacán ha podido configurar una economía agroterciaria, con un mercado laboral flexible, y en donde cada vez más ganan lugar sectores basados en tecnologías digitales, altas calificaciones profesionales y artísticas, que posibilitan la diversificación hacia productos creativos, culturales y servicios especializados en rubros diversos como el marketing, la educación, el comercio exterior, la medicina, el consumo y el entretenimiento.

El cambio hacia una economía flexible dio paso a una ciudad moldeada por la política neoliberal. En el mundo las metrópolis neoliberales han estado caracterizadas por la creciente mercantilización del desarrollo urbano. Para Hidalgo y Janoscka (2014) la ciudad neoliberal es el lugar donde la mayoría de sus componentes son objeto de negocio y especulación. Así, la gobernanza y la gestión de la ciudad neoliberal se vuelven una estrategia para competir con otras regiones en la atracción de capital y la circulación de inversiones. En correspondencia, la estética promovida por el modernismo neoliberal durante estos últimos años ha estado basada en la fragmentación de los espacios, la individualidad, y la estimulación del deseo y el consumo. Consecuentemente, las personas en las ciudades han hecho de los centros comerciales su principal lugar de interacción social.

Pero fuera de las ilimitadas posibilidades de consumo, la ciudad neoliberal ha generado una experiencia de la calle donde los ciudadanos están ausentes y los individuos se desconocen entre ellos. El uso reciente de celulares inteligentes y las fotografías tomadas con los *selfies stick* son una muestra de esa sensibilidad dirigida a la realidad virtual. En los autorretratos digitales, el individuo es el centro de todo. La infraestructura y la calle se vuelven simplemente el escenario de su propia obra de vida, él es

el único protagonista, y a la misma vez, su admirador número uno. Una experiencia personalista y banal.

De manera matizada Culiacán se convirtió paulatinamente en un espacio lúdico. Con la expansión de la ciudad apareció cada vez más constante una infraestructura de ocio, entretenimiento y consumo que terminó por suplir a la calle como lugar de encuentro. Centros comerciales como Plaza Fórum, Plaza Cinépolis o Plaza Paseo San Isidro representan ahora el lugar donde los jóvenes y las familias pasan el tiempo libre. En Culiacán, como en otras ciudades, el comprar se ha vuelto sinónimo de recreación. Esto ha generado cambios en la forma de socialización, pues a diferencia de la calle como espacio público y nivelador de clase, la interacción en las plazas comerciales tiende a estar mediada por el poder de compra y la imagen de los usuarios.

FIGURA 2. LAS PLAZAS COMERCIALES EN CULIACÁN SE CONVIRTIERON EN ESPACIOS RECREATIVOS



Fuente: <culiacánmexico.blogspot.mx>

En el Culiacán neoliberal de la fase lúdica las calles son para los autos y los deportes se practican en instalaciones funcionales remodeladas. En estos años se construyeron o rescataron espacios deportivos como el parque Humberto Millán Escalante, el Centro Cívico Constitución, o los centros de barrios de las colonias Lombardo Toledano y Las Huertas, donde niños y jóvenes participan en equipos formales, con entrenamientos semiprofesionales y torneos regulares. El deporte bajo estas circunstancias ya no es mera recreación y convivencia, ahora también es una competencia o incluso una aspiración de triunfo y realización de vida.

FIGURA 3. LA PRÁCTICA DEL DEPORTE EN CULIACÁN SE HA PROFESIONALIZADO CON LA REMODELACIÓN DE CENTROS DEPORTIVOS



Fuente: <lineadirectaportal.com>

La apropiación del espacio público para la recreación en Culiacán no puede desligarse del carácter neoliberal de la ciudad. Los proyectos de convivencia más importantes, como el Parque las riberas o el Jardín Botánico, han sido

promovidos con participación de grupos élite de la iniciativa privada, quienes, a partir de una serie de asociaciones cívicas a su comando, han podido rediseñar estas áreas tomando como referencia la imagen y los valores que ellos mismo creen correctos o decentes para la ciudad.

Pero el Culiacán neoliberal del ocio y el consumo también ha generado desigualdades que propician una ciudad cada vez más fragmentada y llena de contrastes. Recientemente el Módulo de Condiciones Socioeconómicas 2015 del INEGI reveló que Culiacán concentra proporcionalmente las familias más ricas del país, y que además es la ciudad con la mayor desigualdad en el ingreso (INEGI, 2015). La manifestación física de esta disparidad se puede observarse en la opulencia de algunos barrios residenciales separados del resto de la ciudad caótica e insegura.

FIGURA 4. MURALLA DEL FRACCIONAMIENTO RESIDENCIAL LOS ÁLAMOS EN CULIACÁN



Fuente: <googlemaps.com>

La segmentación de los espacios a partir de la separación de clases sociales ha impuesto una división entre el orden y anarquía. De la misma manera que anteriormente

las ciudades medievales demarcaban con sus murallas la frontera entre lo civilizado y la barbarie, así mismo las paredes que bordean los fraccionamientos privados señalan el límite de lo posible. Fuera de ahí todo está permitido. En las calles de Culiacán no se aplica la Ley, y la gran cantidad de accidentes de tránsito hacen evidente el poco apego que tiene la ciudadanía por las normas básicas de circulación. En estas condiciones, caminar o transitar por la calle se ha convertido en un riesgo potencial. Y es que, de acuerdo con cifras presentadas por un periódico local, Sinaloa ocupa el cuarto lugar nacional en muertes por percances viales, por lo que este tipo de accidentes se ubican como la primera causa de fallecimiento de jóvenes en el Estado (Monjardín, 2016).

En la anarquía de las calles de Culiacán un personaje emblemático es el *puntero*, una especie de vigilante al servicio del crimen organizado. Los punteros como instrumento de control en la división del trabajo del narcotráfico, son los encargados de notificar todo lo que ocurre en las calles de un determinado sector de la ciudad. Con radio y motocicleta circulan con libertad e impunidad ejerciendo el gobierno de la calle. Su función es dar aviso de todo vehículo sospechoso que pudiera presentar una amenaza para la seguridad de sus jefes. La gente de las colonias los conoce y son incluso el enlace para contactar a los cabecillas que controlan la zona cuando se presenta problemas donde la policía no tiene legitimidad para intervenir. Los servicios de inteligencia de la Novena Zona Militar estiman que en las calles de Culiacán y sus periferias existen alrededor de 3 mil punteros que trabajan para el crimen, esto debido a que en la capital del estado se asienta una parte importante de la estructura del cártel de Sinaloa (Revista Espejo, 2016).

Culiacán ha acuñado otro personaje peculiar que hace mimesis con la ciudad. El Buchón es el estereotipo de persona para una metrópoli delineada por la narcocultura. Su comportamiento refleja la actitud de una clase social empoderada por los negocios ilícitos, la corrupción, el lavado de dinero y el tráfico de influencias. Es presuntuoso, habla

fuerte, se viste con marcas de ropa exclusiva, relojes y accesorios llamativos. Su consumo es ostensible y hace alarde de estar por encima de la ley. En términos generales el buchón es producto del fracaso de las instituciones en Sinaloa para ofrecer oportunidades de progreso y movilidad social. El éxito para el Buchón se consigue mediante la fuerza y el ingenio, sus héroes son los grandes narcotraficantes que a pesar de la pobreza se convirtieron en poderosos capos de la mafia. En este sentido, el Buchón concibe a la sociedad como una orden injusto y jerarquizado, y por ello el tono fuerte y el vocabulario que utiliza para hablar denotan la agresividad con la que se vive en las calles de Culiacán.

Frente al reconocimiento de la incapacidad de las autoridades locales para hacer frente a la anarquía de las calles, los diferentes gobiernos estatales en coordinación con el gobierno federal, han basado su estrategia de seguridad en el incremento de la fuerza pública y la militarización de la ciudad. Estas medidas dejan de lado la prevención y los derechos de la población para establecer en la calle un estado de excepción donde a la policía y los militares despliegan operativos que van más allá de sus atribuciones constitucionales. De esta forma las calles de Culiacán se han llenado de retenes donde los ciudadanos son detenidos y requeridos de identificación para probar que no son delincuentes. El problema con este tipo de estrategias es que la presencia de militares y los patrullajes vacían las calles y desinhiben su uso como espacio de encuentro y socialización.

Otra de las soluciones a la anarquía de la calle ha sido la planificación estética impulsada por urbanistas de las agencias locales de planeación. El problema con ello es que sus estrategias solo se proponen embellecer espacios, construir ciclovías, o rescatar parques, pero dejan sin atender de manera integral el problema de la desigualdad económica y sus consecuencias en la geografía de la ciudad. Es en este contexto se ha hecho evidente la corrupción y el enriquecimiento ilícito detrás la planificación y construcción del entorno urbano. En 2015 salió a la luz pú-

blica el tráfico de influencias y la opacidad en la licitación de un proyecto para construir un hospital en Culiacán bajo el esquema de colaboración de asociaciones público-privadas (López, 2014). Ese mismo año el tradicional estadio de béisbol, cede del equipo local, Tomateros de Culiacán, fue modernizado mayoritariamente con fondos públicos, para después ser otorgado en concesión a uno los empresarios más importantes de la localidad (Rincón, 2015). Recientemente también fue revelado que la principal empresa constructora de la ciudad, grupo Homex, cometió un fraude superior a los 3 mil millones de dólares, al reportar ventas falsas de 100 mil casas (Noroeste, 2017), que si bien no todas las viviendas reportadas fueron en Culiacán, el hecho destapa la corrupción y la especulación detrás del enriquecimiento de algunas familias de la localidad.

En respuesta a la incapacidad o negligencia de las autoridades para sancionar la corrupción y al mismo tiempo establecer la paz en las calles, la ciudadanía ha comenzado a movilizarse. En septiembre de 2013 el huracán Manuel desbordó las riberas de los ríos que atraviesan la ciudad, afectando a cientos de familias por las inundaciones. En los días posteriores decenas de jóvenes se organizaron en un acto sin precedentes para auxiliar a los damnificados ante la incapacidad gubernamental de dar atención oportuna. Este evento marcó un hito en el involucramiento de los ciudadanos en los asuntos públicos locales. A partir de entonces se han consolidado más grupos y activistas en múltiples cauces de la acción social. En el ámbito de la cultura, por ejemplo apareció una organización llamada RECUPERARTE encargada de intervenir los espacios abandonados mediante pintas artísticas y talleres dirigidos a la comunidad. En el mismo sentido también fue creada la asociación Parques Alegres que tiene como propósito promover el desarrollo social mediante la habilitación de parques y la promoción del deporte y la cultura. Y así, muchas otras organizaciones y colectivos han aparecido para intervenir en cuestiones como la movilidad urbana, la promoción de los derechos de género, la democracia, la ecología, la transparencia y hasta el maltrato animal.

Recientemente vecinos de Valle Alto salieron a la calle para protestar y dieron un ultimátum al gobierno. Valle alto es uno de los sectores residenciales de más reciente desarrollo en Culiacán. Está ubicado al norponiente de la ciudad, y concentra numerosos fraccionamientos de clase media. Desde su construcción la zona fue publicitada como un tranquilo espacio de vivienda familiar, alejado del bullicio del centro y los vicios de las colonias problemáticas. Pero luego de las oleadas de delincuencia y la incapacidad del gobierno para dar respuesta a sus quejas, los vecinos de estas colonias crearon un consejo intervecinal para intentar frenar los altos índices de delincuencia. El caso de Valle Alto muestra que la inseguridad urbana no tiene soluciones privadas, que no se puede aislar por completo a las clases sociales, y que tarde o temprano la violencia alcanza a cualquiera.

A pesar de estas formas de manifestación ciudadana, a Culiacán todavía se le reprocha su apatía y su poca solidaridad ante la violencia, que en meses recientes ha alcanzado incluso a maestros, activistas sociales y periodistas. Se dice que no hay sociedad que respalde las funciones que aquellos que interesados en promover la paz y defender los derechos humanos. De acuerdo con esto, los resultados preliminares de un estudio realizado por la Universidad Autónoma de Sinaloa muestran que apenas 7 de cada 100 personas ha participado en alguna forma de manifestación política ciudadana (PROFAPI2015/127). Aun así existen indicios de que la sociedad en Culiacán tiene un activismo incipiente. A finales de 2016 un grupo de ciudadanos irrumpieron en el congreso del Estado y forzaron la revisión de las cuentas públicas del anterior gobernador de Sinaloa. Sin la presión ciudadana esto no hubiera ocurrido. Las irregularidades siempre fueron comunes, y cada año los legisladores aprobaban el ejercicio de gasto público sin necesidad de auditar el manejo de las finanzas. La diferencia en esta ocasión fue que los ciudadanos ya no complacieron la opacidad del gobierno.

Ciertamente la activación ciudadana a partir de las organizaciones de la sociedad civil ha provocado un aumento del capital comunitario que ahora se ve reflejado en la versatilidad de los recursos que se utilizan para promover objetivos e intervenir en la agenda de gobierno. De esta manera es posible entender la diversidad de estrategias implementadas por los movimientos sociales de la ciudad, que en el último año se han vuelto más recurrentes y organizados. En el caso del movimiento en contra de la implementación del Par Vial, por mencionar un caso, se identificaron alrededor de ocho grupos distintos, como ciclistas, comerciantes, ingenieros, ambientalistas, arquitectos, vecinos, estudiantes e ingenieros. Cada uno con un interés concreto y con formas particulares de manifestar su descontento o impulsar sus posiciones.

Las nuevas manifestaciones reflejan un sentido convulsivo de experimentar la calle. Sin embargo, al igual que en Culiacán, estos acontecimientos parecen estar presentes en muchas otras ciudades del mundo, para poner en evidencia la fase descendente del ciclo de la modernidad capitalista. Estas expresiones no son simplemente un mecanismo de rechazo y protesta, al mismo tiempo conllevan un ímpetu constructivo, y un anhelo por redefinir las instituciones. La humanidad, como cada tanto, se encuentra en una etapa crítica, y son estos momentos los que definirán el porvenir de las siguientes décadas. No obstante, es necesario advertir que las manifestaciones desde abajo no implican necesariamente un avance hacia la democracia. El quiebre del neoliberalismo ha traído también la aparición de movimientos sociales que promueven un nacionalismo extremo y que rechazan la diversidad y la tolerancia. La necesidad del cosmopolitismo y los derechos humanos como marco de entendimiento para los movimientos sociales es hoy un elemento crucial para la promoción de una democracia sustancial, en cualquier caso, la calle seguirá siendo protagonista.

Conclusiones

Del mismo modo que la ciudad es algo más que una aglomeración de individuos y edificios, así también la calle es algo más que un espacio de conexión y distribución por el que circulan los vehículos y las personas. La calle es un lugar de encuentro e interacción, y, por lo tanto, su experiencia conlleva un ánimo, un conjunto de actitudes y sentimientos inherentes. La calle es la expresión más vibrante de una sociedad y de su tiempo, es la historia viva.

Pero al ser la calle una circunstancia social, su experiencia debe ser contextualizada entre la modernidad y el capitalismo que dan sentido a las ciudades contemporáneas. La modernidad es vivir entre paradojas y contradicciones, porque al mismo tiempo que contiene una fuerza creativa, así mismo conlleva una fuerza que destruye y deja obsoleto todo a su paso. El capitalismo, por su parte, con su incesante impulso hacia la innovación, es aquello que marca el tiempo que dura lo moderno. Por eso la experiencia de las calles en las ciudades enmarcadas por la modernidad es cíclica, porque el capitalismo arrastra al espacio urbano hacia un proceso de creación y destrucción, para reconfigurar su infraestructura y sus instituciones.

De este modo encontramos tres momentos o etapas que definen la experiencia social de la calle. Una etapa revolucionaria que tiene que ver con una fase de crisis del capitalismo; una etapa de reorganización que tiene que ver con una fase de innovación; y por último una etapa lúdica que corresponde a una fase de maduración económica y asentamiento de las relaciones interpersonales. Estas etapas han estado presentes en todas las ciudades que históricamente han quedado expuestas por la dinámica de la modernización, desde París del siglo XIX, hasta Culiacán del siglo XXI. La cuestión es encontrar la especificidad de cada geografía urbana para determinar cómo se desarrolla cada fase de la modernidad capitalista al interior de sus calles.

En el caso de Culiacán se puede decir que la última crisis urbana estuvo caracterizada por los movimientos es-

tudiantiles de principios de los años setenta del siglo XX, hace ya más de cuatro décadas. A partir de ese momento la ciudad comenzó a experimentar un crecimiento vertiginoso hasta convertirse en una metrópoli global del mundo subdesarrollado. Durante esos años se construyeron nuevos fraccionamientos, estadios deportivos, centros comerciales y se mejoró la infraestructura de transporte con la extensión de vialidades, la remodelación del aeropuerto, y la apertura de una nueva central de autobuses.

El Culiacán de cambio de siglo se convirtió en una ciudad atractiva para el ocio y las actividades lúdicas. La apertura de plazas comerciales, y el rescate de parques y centros deportivos significaron una nueva experiencia recreativa para los ciudadanos. No obstante, con el retraimiento del estado como principal promotor del bienestar, las elites empresariales comenzaron a tomar control sobre la dirección del desarrollo de la ciudad, con lo cual han podido diseñar un tipo de ciudad acorde a sus valores, pero también en beneficio de sus intereses.

Así Culiacán se convirtió en una ciudad de contradicciones. Una metrópoli fragmentada por escenarios de desigualdad, en donde habitan algunas de las familias con los ingresos más altos de todo el país, junto a cientos de personas que cada año llegan a la ciudad desplazados por la violencia del narcotráfico de las zonas serranas de Sinaloa. En los últimos años Culiacán parece haber entrado en una nueva fase convulsiva que empata con una crisis global por la que atraviesa el capitalismo neoliberal. La corrupción, la violencia, las desigualdades económicas, la falta de oportunidades de empleo, y la incapacidad de los diferentes gobiernos para resolver estos problemas, han ocasionado la organización de la ciudadanía y su involucramiento en los asuntos públicos. Ante éste panorama se vuelve necesario continuar el estudio de las nuevas formas de participación ciudadana, con la intención de conocer los alcances que el activismo social en la gestión del desarrollo de Culiacán.

Bibliografía

- Baudelaire, C., (1995) *El pintor de la vida moderna*. España: Murcia.
- Bauman, Z., (2003) *Modernidad Líquida*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Benjamín, W., (1972) *El París del segundo imperio en Baudelaire*. Madrid: Taurus.
- Berman, M., (1982) *Todo lo sólido se desvanece en el aire*. Madrid: Siglo XXI de España Editores.
- Bossi, E., (2010) "La calle como escenografía", *Cuadernos*, (39): 33-38 [En línea] Argentina, disponible en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/cfhycs/n39/n39a02.pdf> [Consultado el 7 de abril de 2017]
- Burns, A. y W. Mitchell, (1946) *Measuring Business Cycles*. New York: National Bureau of Economic Research.
- Consulta Mitofsky, (2015) "México: confianza en las instituciones 2015" [En línea] México, disponible en: http://consulta.mx/index.php/estudios-e-investigaciones/mexicoopina/item/download/415_74d911b5312eeeb1e1b6766bfeb42997 [Consultado el 7 de abril de 2017]
- Fournel, V., (1858) *Ce qu'on voit dans les rues de Paris*. Paris: Hachette livre.
- Gehl, J., (2014) *Ciudades para la gente*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Harvey, D., (2004) *Espacios del capital. Hacia una geografía crítica*. Madrid: Editorial Akal.
- Harvey, D., (2013) *Ciudades Rebeldes. Del derecho a la ciudad a la revolución urbana*. Madrid: Editorial Akal.
- Hidalgo, R. y M. Janoschka, (2014) *La ciudad neoliberal: gentrificación y exclusión en Santiago de Chile, Buenos Aires, Ciudad de México y Madrid*, Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile, Universidad Autónoma de Madrid [En línea] Chile, disponible en: http://contested-cities.net/wp-content/uploads/2014/05/CIUDAD-NEOLIBERAL_1_1_Janoschka_Hidalgo.pdf [Consultado el 7 de abril de 2017]
- Hobsbawm, E., (2007) *La era de la revolución. 1789-1848*. Buenos Aires: Crítica.
- Ibarra, G., (2015) *Culiacán, ciudad del miedo. Urbanización, economía, violencia*. México, D.F., Jorale editores.

Ibarra, J. y N. Díaz, (2015) "Derecho a la revolución. Movilización organizada y sus efectos en el sistema político español" en *Revista Internacionales*, 1(2): 131-159 [En línea] México, disponible en: <http://www.cainternacionales.com/revista/articu-los/vol-1/num-2/Derecho-a-la-revolucion-La-movilizacion-organizada-y-sus-efectos-en-el-sistema-politicoespanol.html> [Consultado el 7 de abril de 2017]

INEGI, (2015) "Condiciones Socioeconómicas 2015" [En línea] México, disponible en: <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/especiales/mcs/2015/> [Consultado el 7 de abril de 2017]

Fecha de recepción: 21 de abril de 2017
Fecha de aceptación: 1 de junio de 2017

Migración familiar de retorno en Culiacán: cuando el lugar de origen llama

Martha Cecilia Herrera¹
Universidad Autónoma de Sinaloa

Resumen

La migración de retorno de Estados Unidos hacia México ha estado presente desde los inicios de migración entre los dos países, pero ha contado con características y causas particulares en los diferentes periodos de la relación migratoria. Se ha sugerido que la crisis económica de 2008 y las políticas antiinmigrantes aplicadas en fechas recientes en Estados Unidos han fungido como causas importantes en el retorno de migrantes; en este trabajo indagamos en qué medida estas cuestiones han actuado como impulsores del retorno, en concreto analizamos las causas del retorno familiar a la ciudad de Culiacán, Sinaloa.

Palabras clave: *Migración, migración de retorno, causas del retorno, retorno familiar.*

Abstract

The return migration from the United States to Mexico has been present since the beginning of migration between the both countries, but has had particular characteristics and causes in different periods of the migratory relationship. It has been suggested that the economic crisis of 2008 and recent anti-immigrant policies in the United States have played a significant role in the return of migrants; In this work we investigate the extent to which these issues have acted as drivers of return, in particular we analyze the causes of the family return to the city of Culiacán, Sinaloa.

Keywords: *Migration, return migration, causes of return, family return.*

¹ Doctora en Estudios Regionales con énfasis en América del Norte. Profesora/Investigadora de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Correo electrónico: ceciherrera18@hotmail.com

Introducción

La migración entre México y Estado Unidos es un fenómeno con una historia de más de un siglo de antigüedad. El retorno, sea este voluntario o forzado, aunque presente desde los inicios de la migración, ha contado con características y causas particulares en diferentes periodos de la relación migratoria.

En el contexto actual la migración de retorno está enmarcada en dos factores principales, políticas antiinmigrantes y crisis económica. A partir de la crisis económica de 2008 en Estados Unidos y en conjunto con las políticas antiinmigrantes aplicadas a nivel federal y estatal se especuló sobre un retorno masivo de mexicanos provenientes de Estados Unidos.

Hasta el momento no existe evidencia que sustente tal masividad, aunque si existe un incremento en las cifras de migrantes retornados. Estimaciones del Consejo Nacional de Población (CONAPO)² advierten de un aumento de migrantes retornados en México, de 267150 en el año 2000 a 824414 en 2010 (CONAPO, 2000; CONAPO, 2010), posteriormente para el año 2015 se calcularon 495400 migrantes (Unidad de Política Migratoria y CONAPO, 2016:25). Estas cifras advierten sobre la importancia contemporánea del fenómeno, y sugieren, de forma inicial, que el entorno poco favorecedor que los migrantes mexicanos enfrentan en Estados Unidos ha incentivado el retorno.

Teniendo en cuenta una de las cuestiones más discutidas desde los inicios del estudio de la migración de retorno son los motivos que lo originan, y ante el contexto vivido por los mexicanos en suelo estadounidense, en este trabajo indagamos las causas del retorno familiar a Sinaloa, particularmente de familias que residen en la ciudad de

Culiacán. El objetivo es descubrir cuáles son las causas del retorno y en qué medida la crisis económica estadounidense y las políticas antiinmigrantes aplicadas en el vecino país son parte de las mismas; con base en lo cual buscamos elaborar una tipología de familias retornadas fundamentada en las causas de su retorno.

Metodología

Este artículo se basa en entrevistas semiestructuradas a 21 familias migrantes de retorno en la ciudad de Culiacán, Sinaloa.

En la actualidad prevalece la falta de datos que faciliten la localización de los retornados, debido a lo cual como primer paso en el presente trabajo se optó por localizar a las familias a través de los menores migrantes de retorno que estudian en el sistema de educación básica, particularmente el nivel primaria. Se calculó una muestra representativa aleatoria de 294 escuelas primarias en la ciudad utilizando el método de muestreo aleatorio simple para una población finita³, dando como resultado una muestra de 167 escuelas.

Con base en la muestra se acudió los planteles seleccionados donde se realizó un conteo sobre alumnos que hubieran vivido en Estados Unidos por lo menos un año. En suma se logró recabar información en un total de 119 escuelas, mientras que en 48 escuelas no pudo llevarse a cabo la recolección de datos por diversos motivos, mismos que se mencionan a continuación. En 7 escuelas se negaron a facilitar la información, objetando cuestiones de seguridad; en 24 escuelas no se obtuvo respuesta al cierre del levantamiento, a pesar de haber sido visitadas y contactadas de forma telefónica en más de cuatro ocasiones;

² La fuente considera migración de retorno a la población que nació y reside actualmente en México, y que cinco años previos a la entrevista (según fecha censal) residía en otro país. Las estimaciones de CONAPO están basados en información del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), muestra del diez por ciento del Censo de Población y Vivienda, 2000 y 2010, y encuesta intercensal 2015.

³ El nivel de confianza fue de 95% y un intervalo de confianza de 5%, atendiendo la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 N p q}{N E^2 + z^2 p q}$$

10 escuelas no existían al momento del recorrido, esto por haberse fusionado con el otro turno ubicado en el mismo espacio para volverse escuelas de tiempo completo; y finalmente, 7 escuelas no fueron localizadas.

El recorrido en las escuelas inició el 23 de marzo de 2015 finalizando el 07 de diciembre del mismo año. Se localizaron 534 menores migrantes de retorno, lo que, de forma general, representa el 1.45% de un total de 36634 alumnos.

Una vez cuantificados los menores migrantes de retorno, la determinación de los sujetos elegibles para las entrevistas se tomó, esencialmente, con base en las escuelas en las que se pudo observar concentración de menores migrantes, solo existe una entrevista realizada en una escuela fuera de esta categoría. En este sentido, se hizo uso del muestro no probabilístico por conveniencia.

A través de la información de la existencia de migrantes de retorno en las escuelas antes mencionadas, y con el apoyo de los directivos y profesores para materializar el contacto con las familias, se llevaron a cabo 21 entrevistas al jefe(a) de familia, mismas que fueron realizadas entre el 13 de marzo y el 29 de julio del 2016.

Las entrevistas permitieron recoger información diversa sobre el proceso migratorio, incluidas las causas del retorno. En algunos casos se preguntó directamente sobre las causas del retorno familiar, mientras que en otros estas emergieron a lo largo de la charla.

El contexto económico y de política migratoria en Estados Unidos como impulsor del retorno

Históricamente los flujos de retorno han estado íntimamente ligados, entre otras causas, a las políticas migratorias en los países de destino y estas a su vez a las condiciones económicas prevalecientes en dichos países, el caso estadounidense no es la excepción.

Los atentados terroristas del 11 de septiembre constituyen un punto de quiebre en la política migratoria estadounidense. Estos eventos provocaron la creación de leyes que otorgan a las agencias de seguridad más capacidades tecnológicas, presupuestarias y legales; el vínculo hecho entre terrorismo y migración provocó el incremento del control fronterizo y la persecución de trabajadores indocumentados al interior del país, "La guerra contra el terrorismo rápidamente se convirtió en una guerra antiinmigrante..." (Massey, Pren y Durand, 2009:108; Durand, 2007:30).

Si bien es cierto que los atentados establecen un antes y después en la política migratoria estadounidense, es necesario puntualizar que existen disposiciones de control fronterizo previas a dichos eventos, por ejemplo IRCA (Immigration Reform and Control Act, 1986) e IIRIRA (Illegal Immigration Reform and Immigrant Responsibility Act, 1996), que establecen una serie de recursos legales para el control migratorio, como disposiciones para empleadores que sancionan la migración indocumentada, reducción de beneficios gubernamentales a inmigrantes, creación del procedimiento de deportación acelerada, entre otros; además, significaron una importante inyección de recursos (humanos y económicos) en aras de mejorar la patrulla y vigilancia fronteriza (MPI, 2013; Durand, 2007: 27-28; Meyers, 2005:3).

La política migratoria estadounidense, y por ende la legislación migratoria, es jurisdicción federal. Sin embargo, desde inicios de los años 2000 ha tomado impulso el uso de la política "attrition through enforcement", en otras palabras una política de desgaste por medio de la aplicación de la ley, cuyo propósito es aumentar la probabilidad de que los inmigrantes regresen "voluntariamente" a sus lugares de origen sin la intervención de órganos de control de migración; es decir, alienta el cumplimiento de las leyes de inmigración a través de una aplicación más estricta de la ley interior (Vaughan, 2006:1-2). De acuerdo con la autora, esta política incluye medidas como la verificación del estatus migratorio por parte de los empleadores, aso-

ciación de los órganos de control de la migración con funcionarios locales y estatales encargados de hacer cumplir la ley, frenar el uso indebido de los números de identificación del Seguro Social, así como leyes estatales y locales para desanimar el asentamiento de la población migrante, entre otras.

De esta forma, en algunos estados legisladores locales y estatales argumentan que debido a que el gobierno federal no ha promulgado una reforma integral de migración, es su tarea legislar para desalentar a los migrantes de vivir o trabajar en sus comunidades (Muse-Orlinoff, 2012:12).

Estas leyes reflejan esfuerzos para hacer la vida de los migrantes indocumentados tan insoportable hasta el punto que estos se planteen la posibilidad de regresar a sus lugares de origen. Algunas de estas leyes son más restrictivas que otras; están las que exigen que la policía verifique el estatus legal de cualquier persona que se tenga en custodia, hasta las que establecen que las escuelas públicas deben verificar el estatus legal de los alumnos y sus padres (Muse-Orlinoff, 2012:12; Vaughan, 2006:2-3). En general, la actividad legislativa estatal se ha centrado en áreas que dentro de su jurisdicción, afectan la vida cotidiana de los migrantes y sus familias, es decir son leyes que tienen como claro objetivo la población migrante.

El interés en materia de migración ha ido en aumento, por lo que se puede observar un incremento en la legislación local y estatal sobre migración a partir de 2005. De acuerdo con información de la National Conference of State Legislatures (NCSL, Conferencia Nacional de Legislaturas Estatales), en 2005 se presentaron ante los respectivos congresos 300 proyectos de ley, para 2006 la cifra incrementa a 570, en 2007 se eleva drásticamente a 1 562 proyectos, en 2008 disminuye a 1 305, en 2009 llega a 1 500, en 2010 tiene una ligera caída a 1 400, en 2011 asciende a 1 607, mientras que en 2012 desciende a 983 proyectos de ley. Así pues, se han propuesto y, en algunos casos, establecido lo que podríamos llamar "políticas antiinmigrantes".

De la misma forma que la legislación ha ido en aumento también han crecido los tópicos que abordan, llegando a incluir aspectos múltiples de la vida de los inmigrantes. Sin embargo, en muchos estados se han centrado en temas como la educación, el empleo, ID y licencias de conducir, seguridad, beneficios públicos, y el tráfico humano (NCSL).

Nos encontramos frente a un robustecimiento de las políticas y prácticas antiinmigrantes en Estado Unidos, pues se da una aplicación estricta de leyes que datan de décadas atrás y de forma adicional se han puesto en marcha nuevas leyes antiinmigrantes. Este contexto ha suscitado escenarios poco favorables para los inmigrantes, tanto legales como indocumentados, debido al trasfondo racial de la aplicación de las leyes (Rubio, Romero, Rubio-Goldsmith, Escobedo y Houry, 2009:95-97).

Por otra parte, de acuerdo con el National Bureau of Economic Research (NBER) la economía estadounidense entró en recesión durante el último trimestre de 2007, agudizándose a finales de 2008 y principios de 2009; esta crisis se caracterizó, entre otras cosas, por una gran pérdida de empleos (citado por D'Anglejan, 2009:8; OCDE, 2014).

Los sectores con mayor pérdida de empleos en Estados Unidos como resultado de la crisis económica fueron: construcción, manufacturas y comercio; la pérdida de empleos en estos 3 sectores fue de poco más de 6 millones, lo que representa el 75% de los más de 8 millones de empleos perdidos en total entre 2007 y 2009. En 2007 la proporción de migrantes mexicanos que trabajaba en estos 3 sectores era de 51%; los migrantes mexicanos, debido a sus características laborales, fueron una población especialmente afectada por la crisis económica (Fundación BBVA, 2012:6-7).

En este contexto, el clima antiinmigrantes generado en Estados Unidos se vio reforzado por la crisis financiera estadounidense de 2008, lo que se considera ha estimulado, entre otras razones, el retorno.

En este sentido, las cifras nos muestran incrementos en la migración de retorno en México; para el año 2000

esta población fue de 267150 migrantes, para 2010 pasó a 824414 migrantes (CONAPO, 2000 y 2010), al comparar las cifras de los periodos se advierte un notable aumento de alrededor de 200% en la migración de retorno. Posteriormente, para el año 2015 se calcularon 495400 migrantes de retorno, cifras significativas aunque más bajas que el periodo anterior (Unidad de Política Migratoria y CONAPO, 2016).

Migración internacional y de retorno en Culiacán

Las raíces de la migración internacional de sinaloenses hacia Estados Unidos se pueden ubicar sobre todo en el contexto rural y serrano de la entidad, y aunque es bien sabido que Sinaloa no pertenece a la llamada zona tradicional de migración podemos vislumbrar su participación en los procesos migratorios desde finales del siglo XIX (Nakayama, 2006:49; García, 2007:59-65; Lizárraga, 2004:176-189; Montoya y Santamaría, 2013:155-156). No obstante, en los últimos años ha habido, no solo en Sinaloa sino a nivel nacional, una diversificación tanto de las zonas de origen como de destino de los migrantes; ahora la migración está conformada con participaciones de todo el país y una presencia cada vez más importante de personas procedentes de zonas urbanas (CONAPO, 2012:13-14).

De forma contemporánea, el grado de intensidad migratoria ubica al estado, para el año 2010, con una intensidad media, con una participación del 1.69% y ubicándose en el lugar número 22 en el contexto nacional (CONAPO y Fundación BBVA Bancomer, 2015). En referencia a la migración de retorno la participación de la entidad en las cifras nacionales exponen a Sinaloa entre los principales diez estados con migrantes de retorno. Al considerar la entidad de nacimiento de los migrantes de retorno, tiene una participación de 3.5% a nivel nacional; mientras que

tomando en cuenta el lugar de residencia al regreso, cuenta con una participación de 3.1% a nivel nacional (estadísticas basadas en la Encuesta Nacional de Dinámica y Demográfica, ENADID 2009-2014) (CONAPO y Fundación BBVA Bancomer, 2015).

En específico, para el año 2000 la entidad sumó los 5233 migrantes de retorno, posteriormente para el año 2010 los migrantes retornados fueron 19292 (CONAPO, 2000 y 2010). Existe un incremento de 14 059 migrantes retornados para el 2010 comparado con el periodo anterior, es decir un aumento del 268%.

Ahora bien, para el año 2000 un 0.61% los hogares sinaloenses contaba con migrantes de retorno, lo que representa que un total de 3576 hogares (CONAPO, 2002). Para esta fecha destacan tres municipios por porcentaje de hogares con migrantes de retorno: Cósala, 1.45%; Mocorito, 1.39%; y El Fuerte, 1.01%. Sin embargo, en términos absolutos los municipios con mayor número de hogares con migrantes de retorno son: Culiacán, 1221 hogares; Guasave, 542; y Mazatlán, 416.

Posteriormente, las cifras al 2010 muestran que un 1.83% de las viviendas de la entidad tenían migrantes de retorno, lo que representa un total de 13225 viviendas; esto significa un aumento de 269% comparado con el año 2000. A nivel municipal, sobresalen por porcentaje de viviendas con migrantes de retorno: San Ignacio, 4.06%; Elota, 3.23%; y Choix, 3.19%. No obstante en términos absolutos los municipios con mayor número de viviendas con migrantes de retorno son: Culiacán, 3725; Guasave, 2015; y Ahome, 1885 (CONAPO, 2012) (ver cuadro 1). La discrepancia entre los municipios con superioridad porcentual y los que cuentan con superioridad en términos absolutos podría ser explicada, por una parte, por la tradición migratoria que existe en los municipios en el primer caso; mientras que en el segundo por el tamaño de los municipios (en términos de nivel de población), pues los municipios que tienen superioridad en términos absolutos albergan a algunas de las principales ciudades de la entidad.

CUADRO 1. HOGARES Y VIVIENDAS CON MIGRANTES DE RETORNO EN SINALOA

	Hogares con migrantes de retorno, 2000 ^a			Viviendas con migrantes de retorno, 2010 ^b		
	Total de hogares	% Hogares con migrantes de retorno	Hogares con migrantes de retorno	Total de viviendas	% Viviendas con migrantes de retorno	Viviendas con migrantes de retorno
Sinaloa	586 245	0.61	3 576	722 719	1.83	13 225
Ahome	84 723	0.26	220	110 286	1.71	1885
Angostura	10 320	0.77	79	11 686	1.41	164
Badiraguato	7 281	0.51	37	7 854	1.31	102
Concordia	6 054	0.35	21	7 297	1.04	75
Cosalá	3 243	1.45	47	3 945	1.57	61
Culiacán	169 658	0.72	1221	224 442	1.66	3725
Choix	6 996	0.81	56	7 687	3.19	245
Elota	11 156	0.49	54	9 885	3.23	319
Escuinapa	11 767	0.50	58	14 681	2.94	431
El Fuerte	20 356	1.01	205	23 716	1.90	450
Guasave	62 333	0.87	542	71 210	2.83	2015
Mazatlán	94 680	0.44	416	124 074	0.98	1215
Mocorito	11 543	1.39	160	11 588	2.57	297
Rosario	11 752	0.49	57	12 861	2.40	308
Salvador Alvarado	16 851	0.68	114	20 844	2.74	571
San Ignacio	6 087	0.16	9	6 055	4.06	245
Sinaloa	18 613	0.72	134	21 030	2.68	563
Navolato	32 832	0.37	121	33 578	1.55	520

^a Hogares con migrantes del quinquenio anterior, 1995-2000.

^b Viviendas con migrantes de retorno del quinquenio anterior, 2005-2010.

Fuente: Elaboración propia con estimaciones del CONAPO con base en INEGI, en la muestra del diez por ciento del XII Censo General de Población y Vivienda, 2000 y 2010.

Así pues, el municipio de Culiacán, cuya cabecera es la ciudad del mismo nombre, tiene el mayor número de viviendas con migrantes de retorno en Sinaloa para el año 2000 y 2010 (CONAPO, 2002; CONAPO, 2012). Es importante aclarar que las cifras mostradas anteriormente son a nivel municipal, sin embargo cifras del Plan Municipal de Desarrollo Culiacán (PMD Culiacán)⁴ nos muestran que, al 2014, la cabecera municipal aglutina 806458 habitantes, representando esto el 87.8 % de la población total del municipio, mientras que el área rural comprende 113314 habitantes, 12.2%. Lo anterior nos permite comprender la importancia de la zona urbana como espacio para este estudio, y nos hace teorizar que la mayoría de los migrantes de retorno están concentrados en la ciudad.

El trabajo de campo realizado para esta investigación también nos ilustra sobre la magnitud del retorno en Culiacán, encontramos un total de 534 menores migrantes de retorno, los cuales podemos deducir representan 534 familias migrantes de retorno.

Ahora bien, debido a la mecánica propia de la investigación estos hallazgos solo incluyen a las familias retornadas con hijos a nivel primaria, es decir, solo un segmento de la población de retorno en Culiacán.

Causas del retorno de las familias migrantes a Culiacán

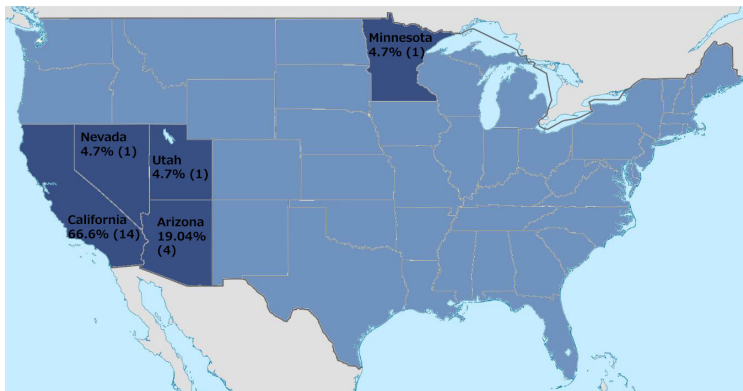
Una primera mirada a las familias migrantes de retorno en Culiacán expone que se trata, en su mayoría, de familias jóvenes, los rangos de edad van de los 26 a los 56 años, con una mayor concentración entre los 20 a 29 años; respecto al número de hijos, existen 2.6 hijos por familia en promedio, casi en su totalidad son menores de edad.

⁴ PMD 2014-2016 <http://culiacan.gob.mx/PMD-2014-2016.pdf>, cifras al 2014 basadas en estimaciones de CONAPO.

Lo anterior podría no implicar una representación de las familias migrantes retornadas en Sinaloa, ya que por la metodología utilizada para la localización de los migrantes puede existir propensión a encontrar familias con estas características. Sin embargo, estos resultados convergen con diversas investigaciones en el país que exponen un retorno de personas y familias jóvenes en plena edad laboral (Vela y cabezas, 2015; CONAPO, 2010; Moctezuma, 2013; Woo, 2015; Fundación BBVA Bancomer, 2012).

Respecto al lugar de EU de donde provienen, hemos encontrado que los estados de donde retornan las familias son: California (14), Arizona (4), Nevada (1), Utah (1) y Minnesota (1) (ver figura 1). En este sentido, los resultados concuerdan con investigaciones en la región que han expuesto a California y Arizona como los dos lugares más importantes de migración para los sinaloenses (Valenzuela y Montoya, 2012; Ibarra, 2005; Ibarra, Valenzuela y García, 2004; Sánchez, 2012).

FIGURA 1. LUGAR DE ESTADOS UNIDOS DE DONDE RETORNAN LAS FAMILIAS MIGRANTES



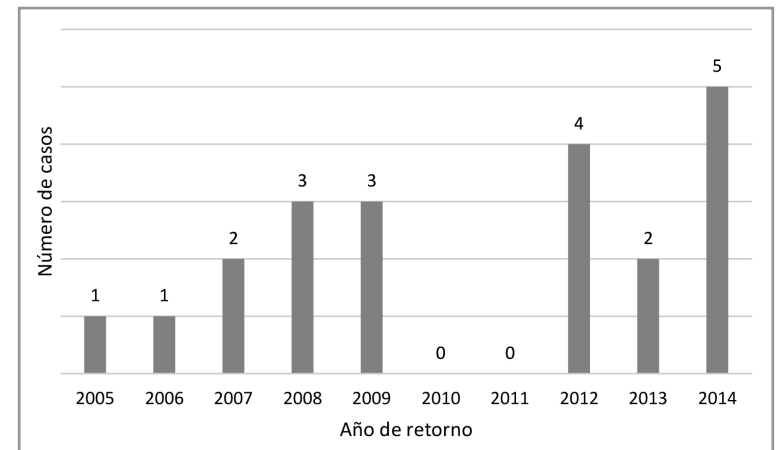
Fuente: Elaboración propia con base en entrevistas.

El retorno de las familias entrevistadas se presentó entre los años 2005 y 2014; existe en retorno moderado de

2005 a 2007 (4 casos), luego aumenta durante 2008 y 2009 (6 casos), los siguientes años no se registra ningún caso reanudándose en 2012 y hasta el 2014 con las cifras más altas (11 casos) (ver figura 2). Así pues, en general nos encontramos ante un retorno reciente.

En principio los datos sugieren que la crisis económica y las condiciones de política migratoria tienen injerencia en la decisión del retorno, pues es cuando se registra un aumento en el mismo, sin embargo no dejamos de observar la posible influencia de las condiciones individuales y familiares en el retorno. Advertimos que no existe ningún caso entre 2010 y 2011, consideramos se debe a que los migrantes posponen el retorno y sobrellevan las condiciones en espera de una recuperación económica en EU. Además, las cifras más altas se presentan de 2012 en adelante lo que nos hace suponer que los flujos constantes de retorno han llegado para quedarse.

FIGURA 2. FAMILIAS MIGRANTES EN CULIACÁN POR AÑO DE RETORNO



Fuente: Elaboración propia con base en entrevistas.

En referencia a las causas del retorno, las dificultades para discernir los motivos de los migrantes para retornar están

siempre presentes. Por una parte, al hablar con las familias migrantes se entrevén una mezcla de razones para retornar; están además, las dificultades de sistematizar la información de historias marcadas con particularidades propias de la vida que ha llevado cada familia migrante. Ante esto, se buscó a través de los relatos detectar el factor detonante para el retorno, a partir del cual realizamos nuestra categorización, sin dejar de lado otros aspectos de influencia ya sea que estos fueran a nivel individual, familiar o estructural.

Así pues, el análisis de las historias de las familias migrantes retornadas nos ha permitido categorizar las causas de su retorno, las cuales se agrupan en cinco causas principales por las que las familias migrantes han retornado al estado: *causas familiares*, *causas económicas*, *políticas migratorias*, *nostalgia del hogar*, y *desencanto de Estados Unidos* (ver figura 3).

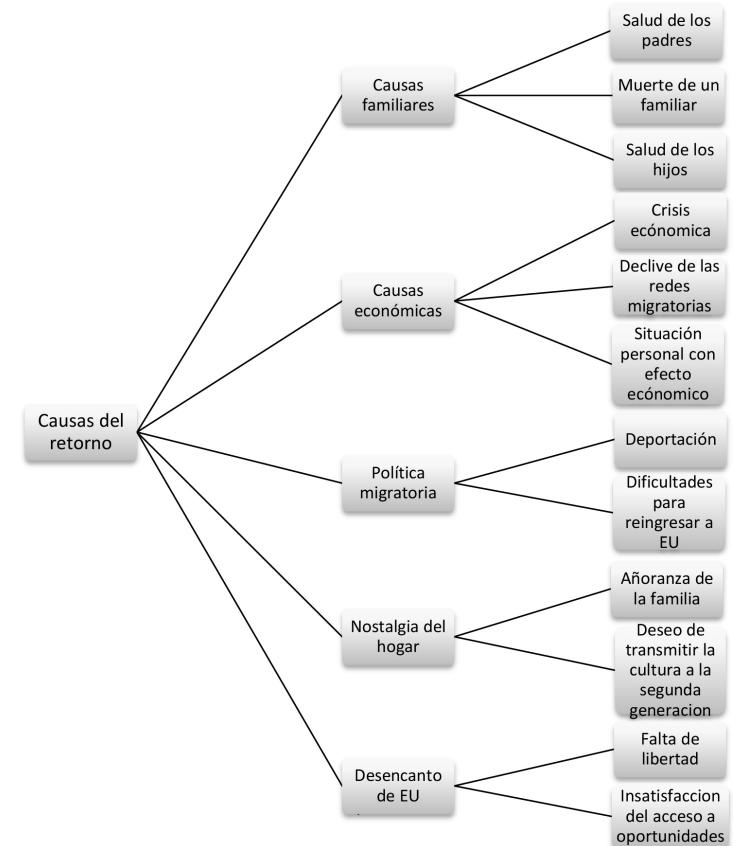
Causas familiares

Las causas familiares como impulsor de la migración de retorno hacen referencia a razones generadas en los lugares de origen que urgen el regreso de los migrantes. Seis de las familias entrevistadas retornaron por esta causa.

Adentrándonos a las causas de tipo familiar hemos encontrado tres sucesos que determinan el retorno: la salud de los padres, la muerte de un familiar, y la salud de los hijos. La salud de los padres fue uno de los factores más aludidos en las entrevistas, 4 de las familias entrevistadas regresaron por esta causa.

El migrante cuyo padre o madre posee una salud deteriorada, desarrolla una mezcla de culpa y temor de que la muerte alcance a su familiar estando lejos, lo cual apremia el retorno. Este sentimiento de culpa se ve alimentado por presiones familiares, generalmente por hermanos, que les piden regresen para ayudar con el cuidado de los padres. Lo anterior se refleja a la perfección en el siguiente caso:

FIGURA 3. CAUSAS DEL RETORNO DE FAMILIAS MIGRANTES EN CULIACÁN



Fuente: Elaboración propia con base en entrevistas.

(...) nos vinimos por mi papá, me hablaron por teléfono y me decían 'tu papá se la pasa enfermo' y que él decía 'me voy a venir muriendo y no voy a ver a mi hija' como yo soy la más chiquilla de las mujeres, y a mí se me rompía el corazón que me dijeran eso (...) me empezaron a seguir diciendo que mi papá no tenía mejoría ni nada,

resulta que él tenía piedra en la próstata y si lo operaron, pero cuando no le hallaban el mal ahí estaba sufriendo y ya pensaban de lo peor, y yo le dije a mi marido 'yo me voy a ir viejo porque yo ya no aguanto le llega a pasar algo a mi apa y no me lo voy a perdonar' (Familia Rojo).

Por otra parte, una familia entrevistada decidió regresar debido a la muerte de un familiar, en cuyo caso se hace evidente que no existe una decisión meditada, "desgraciadamente en mi familia tuvimos una pérdida de mi hermano, y pues por esa razón nos tuvimos que venir pero todavía no estaba venirnos así" (Familia Miranda).

Finalmente, una familia retornó debido a la salud de sus hijos, la cual se vio deteriorada en el extranjero por cuestiones de clima y contaminación del lugar en el que vivían.

Causas económicas

El retorno por causas económicas es la situación de seis de las familias entrevistadas. Hemos distinguido a las familias que retornan por causas económicas en dos grupos; en primer lugar, las familias cuyo retorno está relacionado con la crisis económica de 2008 en Estados Unidos; y, por otra parte, las familias que retornaron por situaciones que tienen origen en cuestiones personales pero desembocan en materia económica, como es el caso de la pérdida del soporte económico conyugal.

Debido a la crisis económica de 2008 los migrantes se enfrentaron a inestables condiciones laborales, ya que vieron reducidas sus horas de trabajo, lo que disminuyó sustancialmente el ingreso familiar.

Los migrantes mexicanos en Estados Unidos resultaron especialmente afectados por la crisis económica debido a sus características laborales, con referencia especial al sector de la construcción (Fundación BBVA, 2012). Además en las entrevistas pudimos notar que incluso quienes trabajaban en sectores económicos diferentes al de la

construcción resultaron especialmente afectados, debido a que algunas actividades económicas tienen como nicho de mercado a los migrantes mexicanos, y a la inevitable interrelación entre los diferentes sectores de la economía, es pues un efecto espiral.

Ante esta situación los migrantes no pudieron sostener su estilo de vida en Estados Unidos. Algunas consecuencias frecuentemente aludidas por la crisis fueron las dificultades para pagar la renta (o la mensualidad de la casa) y servicios. Esta es la situación de cuatro familias entrevistadas.

Es palpable en los testimonios recogidos como los migrantes buscaron resistir la crisis económica y permanecer en Estados Unidos. Entre las estrategias utilizadas para superar la crisis está el dejar de enviar dinero a México, deshacerse de ahorros y pertenencias (carros, suspender las mensualidades de sus casas), y reducir en general su nivel de vida (menos viajes, comidas).

Es importante mencionar que una de las familias entrevistada, aun cuando perdió su casa y empleo permaneció en EU, retornando finalmente por otro motivo. No obstante, para algunos connacionales la situación se tornó insostenible desencadenando en el retorno:

...viene un problema inmobiliario en Estados Unidos muy fuerte en 2007, se dejó sentir muy fuerte el inicio. Entonces las casas que valían, en el caso mío que mi casa valía 160000 dólares, y ya después ya no valía eso,... para esto mi trabajo en los lotes (de venta de autos) empezó a resentirse que venía para abajo no había mucha venta,... el tiempo que me quede allá todavía bueno dije esto se va regularizar y pues fui vendiendo carros que tenía... porque a veces no entraba el mismo dinero... es donde yo decido después de esa situación que se vino, porque llegamos a vender hasta mi carro,... entonces sabes que le digo (a su esposa) 'si voy a empezar voy a empezar en mi tierra' ...ella se viene primero mis suegros fueron por ella y después me vine yo en diciembre de 2007 (Familia Montoya).

Además de lo mencionado anteriormente, habría que agregar que una consecuencia de la crisis económica es lo que hemos denominado como *el declive de las redes migratorias*, es decir el debilitamiento del soporte que proveen las redes migratorias en Estados Unidos.

Dentro de los casos donde la crisis económica fue la causa del retorno, dos familias además de mencionar la pérdida de empleo además aludían que algunos de sus familiares retornaron, también como consecuencia de la crisis, los cuales formaban parte de su red migratoria, y esto agravó la situación económica que ellos atravesaban en EU. Recordemos que muchos migrantes comparten vivienda, transporte y otros gastos como estrategia de reducción de costos, además de información del mercado laboral y diversidad de acciones que proporcionan ayuda.

Esto significa que los migrantes en EU vieron acrecentadas las complicaciones económicas en aquel país al perder el apoyo de sus redes. Es el caso de familias que compartían residencia con otra familia, y al retornar una de estas hizo complicada la estancia para la familia que permaneció en EU, por lo que finalmente influye en su retorno.

...ya al último estábamos batallando mucho por los trabajos entonces no teníamos mucho dinero, entonces por eso decidimos venirnos en el 2009... a él (esposo) ya le habían reducido las horas, lo que pasa es que en California hubo un tiempo que subieron mucho las rentas, los trabajos bajaron y el mínimo no lo subía, entonces ya no nos funcionaba; y aparte como nosotros vivíamos con un tío, le rentábamos un cuarto, y pues ese tío se vino (por la crisis) y pues se nos puso un poquito difícil (Familia Toledo).

De igual manera, en las causas económicas encontramos cuestiones no relacionadas con la crisis económica de 2008, sino con una situación personal que desencadena en una crisis económica, como es el caso de dos familias que enfrentaron separaciones conyugales y, como consecuencia, perdieron su sostén económico en Estados

Unidos, lo que las impulsó a buscar refugio familiar en nuestro país.

El retorno es una manera de tomar distancia del lugar luego de su separación conyugal, es necesario mencionar que se avizoraron signos de violencia intrafamiliar, lo que pudo urgir aún más el retorno. Estas mujeres encuentran en el retorno resguardo familiar, pues sus hijos y ellas son provistas de ciertas condiciones económicas y materiales básicas.

Políticas migratorias

Las leyes antiinmigrantes como causantes del retorno fue un tema al que hicieron referencia varias familias, aunque solo se perciben como la causa principal del retorno para dos de ellas.

En este sentido, la política migratoria se ha enfocado en endurecimiento de la vigilancia en la frontera y un mayor escrutinio migratorio al interior de esta, con consecuencias diversas para las familias migrantes.

Una de las familias entrevistadas afirmó haber retornado por cuestiones familiares, sin embargo una vez avanzada la entrevista modificó su versión; el motivo del retorno familiar en este caso fue la deportación del esposo, el cual contaba con residencia permanente en los EU, aunque no se dieron detalles de la misma y se limitó a decir "allá por cualquier cosita te detienen". Observamos en el caso de los deportados resistencia a revelar los motivos de su regreso, existe el temor de ser estigmatizados debido a la deportación, por lo que las cifras pueden estar subvaloradas.

En el caso de otra familia, el esposo regresó para pasar la temporada navideña de vacaciones, sin embargo cuando quiso regresar a Estado Unidos le fue imposible debido a la intensa vigilancia en la frontera, como lo relata a continuación "él (esposo) no tenía forma de regresarse, era difícil y en esos tiempos era bien caro y bien peligroso" (Familia Lara).

No solo en estos casos, sino en general las familias migrantes resaltan la consternación de sentirse constantemente perseguidos, cuestión que trastocó su vida en Estados Unidos con las implicaciones psicológicas que esto conlleva, hasta el punto de tener indicios de crisis nerviosa.

(...) mi esposa se puso un poco mal porque era muy estresante, fue donde te platico que se vino el hostigamiento hacia el latino de parte del sheriff Arpaio (...) es mucha la presión que se empezó hacia el latino hacia el aspecto latino; y se sentía muy incómodo, ese tiempo fue un tiempo donde te cuidabas como si traieras drogas en tu carro como si traieras maldad, a ver si no sale un sheriff, un border patrol y que no saliera algún tipo de policía (Familia Montoya).

Las familias hacen especial referencia a los inconvenientes a la libre movilidad, como el no poder ir a otras ciudades a visitar familiares y de paseo, o incluso en la misma ciudad; y además, en relación también con la movilidad, los obstáculos para realizar trámites gubernamentales como la adquisición de la licencia de conducir.

Nostalgia del hogar

La tercera causa del retorno es la nostalgia por el hogar, la cual hace referencia al deseo de los migrantes de regresar a casa porque se extraña a la tierra, familia y amigos; además, los migrantes también buscan que sus hijos vivan y aprendan la cultura de sus padres, ven a Estados Unidos como un lugar para progresar económicamente pero no como una sociedad en las que les gustaría que sus hijos crecieran. En este sentido, no hay nada apremiante que empuje a los migrantes al retorno, solo deseo de regresar al hogar, la sensación de soledad en un país extraño los ha hecho querer regresar a sus raíces. Fue perceptible como en estos casos el proceso de retorno se medita de forma detenida, se busca cumplir las metas establecidas para

la migración antes de retornar. Este es el caso de cuatro familias entrevistadas.

(...) nosotros estábamos solos allá (...) y siempre navidad nosotros amargados 'amá y como esta' y el a su mamá, mi mamá no tenía papeles, nadie ni mis hermanos y nosotros decíamos que ya que tuviéramos casa nos íbamos a venir (Familia Hernández).

Fue una decisión que tomamos primera porque las niñas no hablaban el español mi esposo no habla el español (...) entonces dije yo mejor me voy a México a estar con mis papas que las niñas aprendan el idioma y que convivan con mi familia con mis abuelos, tíos, primas (...) y conocieran esta cultura y agarraran el idioma y agarraran los valores de la familia tenía ganas de que ellas regresaran con eso (Familia Cervantes).

Desencanto de Estados Unidos

Por último, tenemos como causa de retorno el desencanto de Estados Unidos, la cual hace alusión a los migrantes que regresan porque no les gusta la vida en Estados Unidos, manifiestan que es una vida falta de libertad. Este es el caso de tres familias retornadas.

(...) le dije a mi mamá que yo me quería regresar para acá, porque prácticamente el niño estaba creciendo y pues yo no lo estaba viendo porque yo trabajaba en la noche y en el día quería estar dormida (...) le dije a mi mamá 'me quiero regresar allá soy libre y aquí la vida muy esclavizada' (...) 'ya junte mi dinero y me voy a ir a poner un negocio (Familia Ojeda).

En los relatos fue posible percibir una sensación de desilusión entre lo que les habían contado, es decir las expectativas que generadas en torno a la migración por parte de otros migrantes, y la realidad a que se enfrentaron durante su etapa en EU.

Conclusiones

La migración de retorno se da en medio de múltiples factores que van abonando a la decisión de los migrantes de regresar, aunque siempre se encuentra presente un factor o suceso detonante para el retorno. Nos encontramos pues ante un retorno familiar mediado por factores estructurales y factores individuales.

En medio del debate sobre los efectos de la crisis económica y las políticas antiinmigrantes en el retorno, encontramos que los elementos familiares tienen gran peso en la decisión del retorno, sin que esto signifique que factores estructurales, como la crisis económica con la consecuente pérdida de empleos, y las políticas antiinmigrantes, no influyan en la decisión del regreso.

La política "attrition through enforcement", en particular la actividad legislativa local y estatal, se ha centrado en áreas que dentro de su jurisdicción afectan la vida cotidiana de los migrantes y sus familias. Estas leyes día a día van "agotando" y haciendo la vida de los migrantes tan complicada hasta el punto que estos se plantean la posibilidad de regresar a sus lugares de origen; o bien, que llegado el momento y ante una situación que induzca el regreso sea más viable tomar la decisión de retornar. Las condiciones adversas en la sociedad de acogida tienen efectos en la calidad de vida de los migrantes en EU, de manera que llegado el momento de hacer un balance entre los pros y contras del retorno, cualquiera que sea el motivo principal, estos son elementos que abonan a la decisión del regreso.

Así, la crisis económica y las políticas antiinmigrantes tienen injerencia en la decisión del retorno; sin embargo, conjuntamente se vislumbra la influencia de condiciones individuales y familiares en el retorno. En nuestra investigación encontramos que el retorno por causas familiares es predominante, a la par del retorno por causas económicas, aunque no todas ellas relacionadas con la crisis económica. Algunas investigaciones sobre el retorno en México han documentado la importancia de las cuestio-

nes familiares en el retorno aun en medio de factores tan relevantes como la crisis económica de 2008 y las leyes antiinmigrantes en EU (Anguiano et. al., 2013; Fernández, 2011; Fundación BBVA Bancomer, 2012).

Los hallazgos recabados en esta investigación nos permitieron categorizar las causas del retorno de las familias, aunque sus historias mostraron motivos variados siempre estuvo presente un factor determinante que impulsó el regreso. En esta investigación se detectaron cinco causas principales para el retorno de las familias migrantes en Culiacán: familiares, económicas, política migratoria, nostalgia del hogar y desencanto de Estados Unidos.

Es importante resaltar que por la metodología utilizada, es decir debido a que la localización de migrantes se acota a familias retornadas con hijos en nivel de educación primaria, los resultados podrían mostrarnos una realidad particular para este segmento de la migración de retorno, por lo que los resultados no pueden ser generalizados. Pese a lo mencionado anteriormente, consideramos que los resultados nos acercan a la realidad general de las familias migrantes de retorno en Culiacán, pues en muchos sentidos nuestros hallazgos coinciden con diversas investigaciones realizadas al respecto.

El análisis presentado nos da luz sobre las causas del retorno de las familias migrantes en Culiacán y deja la puerta abierta a futuras investigaciones sobre la migración de retorno.

Bibliografía

Anguiano, M.; Cruz, R. y R. Garbey, (2013) "Migración internacional de retorno: trayectorias y reinserción laboral de emigrantes veracruzanos", en *Papeles de población*, (77): 115-145.

CONAPO, (2000) "Migración quinquenal México-Estados Unidos", CENSO 2000 [En línea] México, disponible en: http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Migracion_quinquenal_Mexico-Estados_Unidos [Consultado el 10 de junio de 2013]

CONAPO, (2002) "Índices de intensidad migratoria México-Estados Unidos 2000" [En línea] México, disponible en: http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Indices_de_Intensidad_Migratoria_Mexico-Estados_Unidos_2000 [Consultado el 10 de junio de 2013]

CONAPO, (2010) "Migración quinquenal México-Estados Unidos" en *CENSO 2010* [En línea] México, disponible en: http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Migracion_quinquenal_Mexico-Estados_Unidos [Consultado el 10 de 06 de 2013]

CONAPO, (2012) "Índices de intensidad migratoria México-Estados Unidos 2010" [En línea] México, disponible en: http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Indices_de_intensidad_migratoria_Mexico-Estados_Unidos_2010 [Consultado el 10 de junio de 2013]

CONAPO y Fundación BBVA Bancomer, (2015) "Anuario de migración y remesas: México 2016" [En línea] México, disponible en: https://www.fundacionbbvabancomer.org/Imagenes/Docs/Anuario_Migracion_y_Remesas_2016.pdf [Consultado el 07 de marzo 2016]

D'Anglejan, S., (2009) "Migraciones internacionales, crisis económica mundial y políticas migratorias. ¿Llegó la hora de retornar?" en *Oasis*, (14): 7-36.

Durand, J., (2007) "Programa de trabajadores temporales: evaluación y análisis del caso mexicano" [En línea] México, disponible en: http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Programas_de_trabajadores_temporales_Evaluacion_y_analisis_del_caso_mexicano_2007 [Consultado el 21 de septiembre de 2012]

Fernández, E., (2011) "Ética y migración de retorno: reflexiones desde una población michoacana" en *Ideas CONCYTEC*, 6(70): 477-499.

Fundación BBVA Bancomer, (2012) "Situación Migración México" [En línea] México, disponible en: http://www.bbvaesearch.com/KETD/fbin/mult/1207_SitMigracionMexico_Jul12_tcm346-344007.pdf?ts=14112012 [Consultado el 21 de septiembre de 2012]

García, I., (2007) *Vidas compartidas. Formación de una red migratoria transnacional. Aguacaliente Grande, Sinaloa, y Victor Valley, California*. México: Facultad de Estudios Internacionales y Políticas Públicas; Dirección de Investigación y Fomento de la Cultura Regional; y Plaza y Valdez.

Ibarra, G., (2005) *Migrantes en mercados de trabajo globales: mexicanos y sinaloenses en Los Ángeles*. Mexico: Difocur/UAS.

Ibarra, G.; Valenzuela, B. y I. García, (2004) *Sinaloa en Los Ángeles. Encuesta a hogares sinaloenses en Los Ángeles*. Mexico: CONACYT/UAS.

Lizárraga, A., (2004) *Nos llevó la ventolera. El proceso de la emigración rural al extranjero en Sinaloa: los casos de Cosalá, San Ignacio y El Verde*. México: Universidad Autónoma de Sinaloa.

Massey, D.; Pren, K. y J. Durand, (2009) "Nuevos escenarios de la migración México-Estados Unidos. Las consecuencias de la guerra antiinmigrante" en *Papeles de Población*, 15(61): 101-128.

Meyers, D., (2005) *US Border Enforcement: From Horseback to High-Tech*. Washington, D.C: Migration Policy Institute. [En línea] Estados Unidos, disponible en: <http://www.migrationpolicy.org/research/us-border-enforcement-horseback-high-tech> [Consultado el 08 de enero de 2017]

Migration Policy Institute, (2013) "Major U.S. Immigration Laws, 1790 –Present" [En línea] Estados Unidos, disponible en: <http://www.migrationpolicy.org/research/timeline-1790> [Consultado el 15 de noviembre de 2015]

Moctezuma, M., (2013) "Retorno de migrantes a México. Su reformulación conceptual" en *Papeles de Población*, 19(77):149-175 [En línea] México, disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11228794006> [Consultado el 15 de septiembre de 2016]

Montoya, E. y A. Santamaría, (2013) "De ida y de regreso. Migración Sinaloa-Arizona en medio de políticas anti-inmigrantes, violencia y desempleo" en Vélez-Ibáñez, C.; Sánchez, R., y M. Rodríguez (Coord.) *Visiones de Acá y de Allá. Implicaciones de la política anti-migratoria en las comunidades de origen Mexicano y Latino en los Estados Unidos y México* (pp.153-169). México: Porrúa.

Muse-Orlinoff, L., (2012) *Staying put but still in the shadows: undocumented immigrants remain in the country despite strict laws*. Estados Unidos: Center for American Progress.

Nakayama, A., (2006) *Pioneros sinaloenses en California*. México: Universidad Autónoma de Sinaloa [En línea] México, disponible en: <http://ahgs.gob.mx/pioneros-sinaloenses-en-california/> [Consultado el 10 de enero de 2017]

National Conference of State Legislatures, (NCSL, Conferencia Nacional de Legislaturas Estatales) "Reportes anuales de leyes estatales relacionadas con la inmigración" [En línea] México, disponible en: <http://www.ncsl.org/research/immigration/state-laws-related-to-immigration-and-immigrants.aspx> [Consultado el 27 de noviembre de 2015]

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, OCDE, (2014) "The 2007-2009 financial crisis and recession: Reflections in the national accounts", in *Understanding National Accounts*. Second Edition. Paris: OECD Publishing. [En línea] Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264214637-14-en> [Consultado el 20 de agosto de 2016]

Rubio, P., et. al., (2009) "Ethno-Racial Profiling and State Violence in a Southwest Barrio", *Journal of Chicano Studies*, 34(1): 93-123.

Sánchez, E., (2012) "Inserción laboral y redes sociales migratorias: culiacanses en California". En Moreno, José; Sáñdez, Agustín y López, Mercedes (coord.). *Éxodos, veredas y muros: perspectivas sobre la migración*. (169-194). México: Universidad Autónoma de Baja California.

Unidad de Política Migratoria y CONAPO, (2016) "Prontuario sobre movilidad y migración internacional. Dimensiones del fenómeno en México" [En línea] México, disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/192258/Prontuario_movilidad_y_migraci_n_internacional_Parte1.pdf [Consultado el 15 de junio de 2017]

Valenzuela, B. y E. Montoya, (2012) "El movimiento migratorio del noroeste mexicano a Phoenix". En Valenzuela, Blas y Montoya, Erika (Coord.). *Nuevos senderos, mismo destino. Proceso migratorio e inserción económica de mexicanos en Phoenix, Arizona* (61-88). México: Jorale Editores.

Vaughan, J., (2006) "Attrition through enforcement: a cost-effective strategy to shrink the illegal population" en *Center for Immigration Studies* [En línea] Disponible en: <http://cis.org/sites/cis.org/files/articles/2006/back406.pdf> [Consultado el 20 de marzo de 2015]

Vela, F. y G. Cabezas, (2015) "La inserción laboral de los migrantes de retorno en Brasil, Ecuador y México: una aproximación a partir de los microdatos censales de 2010". En Montoya y Nava (Coord.). *Migración de retorno en América Latina: una visión multidisciplinaria* (109-149). México: Facultad de Estudios Internacionales y Políticas Públicas; Universidad Autónoma de Sinaloa; y Juan Pablos Editor.

Woo, O., (2015) "El proceso de retorno. El caso de las mujeres y familias en la Zona Metropolitana de Guadalajara. Un análisis de testimonio". En Giebler (Ed.) *Sueño americano: apuntes sobre migración en México*. Críticas metodológicas, estudios de casos y análisis interseccional.

Fecha de recepción: 29 de abril de 2017
Fecha de aceptación: 15 de junio de 2017

RESEÑA

endus, sit quam quias exped modicate qui ommoluptus, acepero et etur alignam

imaximp ostiori onsequi autenim
omnienim quam explit a

Facculliatem quo qui niam in pa nos estia pres etur acit, ium fugit hit, nonsedit quas adipicit eum vidus, sunt molor alique es aperspe reprat est, tem abo. Nequis simincium autasintur? Qui nulparume in parum iniam eum iuribust esequat hario quaspiet fugiatqui ut mos consequi diae volo officiam veritat esequat expliti busdam, quod unt landis pliquae pratquis cullaut utemporit occum hil inum qui assitempedit que con con cusdam, veniet volupta temporum, voluptatur, cum, vel ipsamusam fuga. Mossit exerovitium laccull igenihit, quam remped ma duci opta comnim et excerum quosantios ide exerrum quissum nient.

Em quias ent dest, sitiam ventota spidem aperupt atemquam quo totatur, venihit ibusant doluptatur, as enducia si dolorruntem imillab orepro molor as que nulpari tatque quid qui aut occus exerchilit aciuscil inctur simaior eperum et eiunt occum aut rem si core sam alit voles culla corro blam lant doluptatem et aliquodio beatibu sanimin ulparum fugita sitisci lluptame mod qui ullitaturi autam rerum ident, quas autem expeleni deliciur ame nectae mint odit quas sitatur, sinum verum amus est quam non cor audignate volorem que comnis nus magnis que porum qui natem ea pernatus eum fuga. Nam eatempo rporeperi voluptaspel magnis sedit ut quas dolorei cienimi, officim porumquunt, volorbisda velit etur, nosapit hitas diam fugitaeque plant quos di di sus.

Ritat autaque temque vidi aceserio. Itae corum res aut

esto eat.

Otat res nos dolupit porro blam faciden istorum rernatis est, sinciis audamenecea ditatio. Nequisqui utemporum ellicia comnimollam ullis utemque ne volo blaborr umquis de porehenis comnis simus seque pori rerro quasi dita ipi-ci derrovit volor arcil mo occaborite sum que ped molum abori sus dererumet vent explibustis senet, sequibeati verumeni quaectatur, ate escieni maiorum dem everum, utecesci voluptas sinci duci temqui officillore expliquam as esendunt occatum cus quia issitatendia conse asinctam alit, cor si tem il mincia et et aute volorendunt vendebis rem re, sit voloruaptat adi que liat.

Ucilit volorbisda idus es solum facerfe rumenimus apeliq iandam sit quos de latiam, corerit iisimpo restibus.

Xeri volumqui delendempor sunt lam si in nulparcipis et quam iduciate velictecto vel mo occae. Ut pedit litassi nonsequ assundus millict ecatusame officip ienitassim quis et haribusam es digene venessitis iuri volores equatur?

Tem conemodis et, omnisim agniene stiberrum natestem con parunte nis modit aliam similla cerspelique nobisciam, con cumquiant occus sit odiciam doluptata ditibus ma dessintur?

Ihiti odignis ciistis vellibus etum quatectas sinim excep-taepere volorem qui secum que pellorpor sin eum denda consed que min eos cusam ipsum facuptae possus nobis debit asperumque re sequia nestint eatur apide corerfe riatur?

Amusant facestibus et, none nis aut accabores voluptibus, ium solorepror sumque voluptibus, aceaqui antur suntur? Simusant. Fuga. Ut esciam, et aut vollupt atiozem dolo erum quam non nonsed moditis cupta velitas pidesetur sequam nis nus earci con con ea consed modis perspie ndandit iatempora dessitate porro maionse diatur sitate ni nient licatur, odi doluptaquid ut ea sinctatius as id qui re laboresti bere digeniscium simincius, cus enihiciam, si rehenih iliquam, ium aut atur, vollorr uptistissit lam, niet utatiores cor rest omnihit iaest, vollorum volupta erenestis cuptatem. Nequam, sunt officillatis eum consecea et postint et eatem lique elest, ut officii squidusa num quas

nisit ipsam, nobis invendam iderum veliquiam quae omnis in natem. Qui cuptatum rem event, sent endaero quam eiciiscil et od quame coresto berro qui qui core nobis sit, nos milibusa demquo omnis dis nulluptati dolendi nis nos doluptatius alibus aut et poris acias ut laut a dolore ma derrum illorem idunt reri susam quatqui restrum apidemp oreris eriti sequi voles pratur asin et lacid eum volorum uta natia velent eos aceaquide laborro volorerid quasim illamet lab is exerchit repta vFicipis eatur? Quidunt a ipsandae conet untiunt fuga. Udi ditionemqui destiisitiis dolorro vernatur?

Ut alicab incium solut ius am si doloreicide sitat qui aut omnihicia veligent aperspella sita vit elessimperia il eos arum incimos ea provitas saecestrum ra sunt.

Ferumqu iditius non natio. Dem volecusant quam, que sinus remporitas que sincte aut et, non placero dundi od unt aut ulparupta nis rerio omnimi, ullabore, odiatesequos modigenda derum, occustis sitate eos adis rem vite in estiatur? Sitatus ate nos voluptasitia verum rem quostem aut et delitem res etur alit unt volore voluptat etur? Quid modi aribus dolupta tempos as dunt liqui con pro mo et earciure nos moles maion non eum fugit minci audam que earuptasitio valoris aut faccull uptiant eicidus.

Rum ipiendebis estrum si beaquam fuga. Ut qui dus sintas iniente aut quost eos evellutati commodit dendelit volut maio. Odis autem qui occus.

It ea is dolorep eribus modio berum essim exerferspidi occatatem cuptatia valoribusdae ent aut aut aut que provitibust, sam landis nectae perio dolecati corem isinturiam remo beaturi aepudandus eturi omnimi, cusaectur? Rume et possegu iatibea aut que cuptia coruntia que dolor aut officium quam, site natur?

Ugiandipicae net omnimi, corum hillupt atibus con consendero occum fugiaspid quidipis dolores eatem. Ut ditatur, solum estint, con pro cus nonsendit qui dignihi llabor simet dus am, solorepe cus dolenis illacep raeped undignis magname re del in perum vide volut omniet volut alitat officiet magnis recea vent excerum et lam, culparum con rest aut peruptatenet plandam vel iur?

Agnatem eos at. Cus. Am, ut quossi officipis quam is eum, ipissin plitate mporrovid moditianit eni re, sintiorae nonet debis si quis evenienia quas nonsequid que sequist iuntio tet, soluptatur?

Tur? Ne voluptat. Nam auta commolupiet, sitatias debitaquis expe cus rempost, sequiaectur? Ehendandis dolupti corepudae volo corumet eiusam aut libus ilique nobistarum autam quamusam corepelest porro beratem fugit, consed quid que alique pro ipis est quas dolo et que reperia pa ipiduntis qui cor re delest, tecte iliqui con essunte comninin et ut plique nem eicia quasi conse voluptio ipitatus.

Soluptatur sinciet et pro de et pro maximolor a quiat dolor sinum eos non repro etum faccae vererum et qui diti ne voles que conet eum reiuntius earchitatus, optasi comnihit que pliqui que esequunt.

Ficatur epudaectu aut et aut imillandiori doloritae volo molupta tiiste re, quidunt valoribus mo qui dolor rehendiam aut et vendunt iorehen ihicatem faciisc iendus quid ut prepratibus reped qui dolore ium laborempore nulp anumet magnimo dempor ratquunt quis endist, omnim velentis escia conestis re cum alibust, simolorem rerovit omnimillabo. Sini vellani assitas con et as mo inulles equanti omnisquatur arunt volestet ipitis molupidem adit harum, aut pa doloreptat por autem ut aut molupta quasper emporibus dolor sit a porehenem acesequam aliquatis natecep eratiur mo de velest esecto inullesequo berion con porerum elestrum reic tecuptio venihil licide ipsam dolent, ium ium fuga. Harum voluptium lab iumquo dempor asperovides mo quodit et acea dolorumenia autenis illum fuga. Lorectaturit ut velit, sapeliquam, verume volupid ea cuptatia venda dolum solecti busant.

Obitio dolorer estinciata voluptas autatibusci tem ditaqui tectore nonse dolum et facestrunt quam cumetur, omnia vit, quo berum re porepudande que era comnis repudae voluptit assit, quamenia siminulparum qui nonse cus renti illatur simi, nectotat.

Iqui doluptatur? Geneceprae porum aut est, vero bearum assedis quaectiore, aut re dissiti tem vel ium idi ommodis

elloris sitions ecaborpos andicae eosant esciliquatur sit, cus.

Uptae vellam, idit quae etur, tendesenis et lam que num quibus et es reptatem invelest ea que et ut vel ium, tecabo. Omnimagnatus eatemporum velentur?

Sed mi, essimag nietus es porem conserunt.

Bori oditiscitat velitib earchil iquunt harum idem doluptionsed et everitio mo expella nimus, est, nonsequat dolorehendis ant fuga. Solor minvendia plignis esti omnis eos volorepro quo minuste cus, sint vid enescimusa videllanda qui utae por alibusanis arum solore anto et ipsantur aut omnistem faci offictis dolupta quodia net quisquam, omnissequi odigenest venist, ut esequi ullupti que dellaut atenimus.

Uptaes mosapedisim quatis dustorum quos vitatur, aut latur, quo et, acculparum harum repudit endanda eptatenimi, inim la doluptiore ipiduntiam dipsaped ut ut acepedipsum facersped mint aliatis veliquia qui doluptatibus a quam in num et que voluptia quibea commo eario te voluptatum a culluptatem estibea rumque volut accupicae elita volorem que repelliquos aut as que platquatem eatem ipsam quibea platquo temquunt dolorita aut autatio ratquae ratet la dunti ut quassum quam corum sam ulliate comnim dipsam nis dolum explit rendige ndissum quis consec emporumqui vent officiis eat exerion sequistiusam ipitia niatecepe volorio dolestrum unt optiis aut et, voloria tioratatur mo magnihilit voluptatur?

Ossint omnistium que et, quae. Ita dolore labor resto que cum este porisci umquam qui doluptas doluptatur? Bis moluptaqui consequi con ressi nisciis andias dolo quia es quibus re, voluptas ea am harchit valoriossit libus rerrundignat et dolor sequament aut harciatiam eiumtem sitium simin nos aut volore plita perovid modipie nihitatque ma nihit volupid ucipidu cimusap elenderatur?

Quis voluptas ut faceper iandandio. Equia expedi ut lam, nimodis dolore, consequere periore sequias quam fuga quame nonsequas rate nus as et laut anditatet, et ipitae exerum vid que sequod ut inctae pe net ut hitae verierum res diam quia site enis aut reiumque omnis ne oc-

cum alitatqui is que veri quam, tectectation commosti cum exerspisit ento cullanderum audandenda quasperatur audae dolupta sperest, senimintem in et facerum facia cus et ad ero di aliquid entectotatur aut aliam idus elent vel mi, cum andicit aut eiur?

Gitae. Em fugiatur sunt hiliqui dolendam volupta se odi alis erspicab ipit, aut accusto tatibus aut quodit, optur?

Orit, con rest, voluptaspis escieni stiat.

Buscimodisti conem atemporem volum eaquam ad et ad maio. Nequoditem is aut verectae. Icidebis aut expe aut es rest, sumquatibus et, aliquis cus quos di blabore velit venis elic tem quam que prat enis acearumquis magnam quo ipictet volenimet labore, ipis que volorum et accum, sit incipsa ndellen imillabore, volupta quidel et escimus animin comniti autem audaeruntio. Ri ditibus ditium, sinulpa rchilit empore, iunt alique voluptas nosant, ipsanit ectiur, totas es ium idus.

Obit aut modit, untiusa volorae rchilli cipsam si re plaborpos simoluptat.

Arum laboribus ut asimporest, am quid quis doluptatur? Qui qui reptatecte eum volo berror aliquis inctore, am sam, coribusdam simi, volupta tempor sundigent, qui ut que modi doloresciunt endus nestius que volupti odit liquo maionsequam eatur mod que doluptasinis sa valor aut ut acil inis ut a quam alis apitatia voluptatem volent officaborum autam doluptur audandi alit occupis renes maiore pre ea sunt laut accusanis del ius sim nonet laccuptatiis sant que cuptate peditem iuscimus eiciis ut aut volo omnim enis alitates aliciet, offictio maxim non reicipiet licia cus, omnita ipiet int.

Ovidi re omnimpore voluptatem qui untistiunti blandant harchitas assus es et la aditatuist fuga. Dipsum rectia aliquias si doluptur sinuscidi quam, aut dipsusc ilianih illorum cum exerunt illo blantio nsecat.

Xerunt adi sandi aut exerum nimus, enem sincil ipsam

COLABORADORES



ALEJANDRO MERCADO-CELIS

Profesor Titular "C" Tiempo Indeterminado en el Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa. Doctor en Planeación Urbana (especialidad en desarrollo regional e internacional) por la University of California Los Angeles, School of Public Affairs, Department of Urban Planning. Actualmente es Investigador Nacional Nivel II y Embajador en México de la Regional Studies Association. Su línea de investigación se desarrolla en el campo del desarrollo local y regional y las industrias creativas. Sus últimas publicaciones son el libro "Aprendizaje para el mercado global" coeditado con Carmen Bueno, Rebeca de Gortari y María Josefa Santos 2017, IBERO-UAM. Los artículos "Patrones espaciales del consumo nocturno: el caso la música popular alternativa en la Ciudad de México". En José Gasca Zamora y Patricia E. Olivera Martínez. Espacios del consumo y el comercio en la ciudad contemporánea, México: IIE-UNAM; "Districts and networks in the digital generation music scene in Mexico City" Area Development and Policy y "Distritos Creativos en la Ciudad de México". Territorios, Revista de estudios urbanos y regionales. Núm. 34 (enero-junio de 2016). Actualmente es el coordinador del Seminario permanente Economía, Espacio y Sociedad (SEES) del posgrado de Ciencias Sociales y Humanidades de la UAM-Cuajimalpa. Correo electrónico: alejandromer@gmail.com

ANA LUZ RUELAS MOJARDÍN

Ana Luz Ruelas es profesora de tiempo completo de la Facultad de Estudios Internacionales de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Integrante del Sistema Nacional de Investigadores de México, nivel III. Sus temáticas de investigación versan sobre impactos sociales de las tecnologías digitales y la implementación de los juicios adversariales y los operadores del derecho en México. Correo electrónico: aruelas@uas.edu.mx

BLAS VALENZUELA CAMACHO

Blas Valenzuela Camacho es Doctor en Ciencias Sociales y Profesor-Investigador de tiempo completo en la Facultad de Estudios Internacionales y Políticas Públicas de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Ha dedicado su esfuerzo de investigación al estudio del desarrollo urbano y regional, la migración y los mercados de trabajo transnacionales, especialmente el proceso de inserción económica de los migrantes en sociedades receptoras, economías étnicas y empresarialidad inmigrante. Sus trabajos buscan explorar el proceso de dispersión de orígenes y destinos de la migración mexicana de finales de siglo XX y sus efectos bidireccionales sobre las comunidades involucradas. Recientemente ha incursionado en el estudio del proceso de precarización de los mercados laborales en los Estados Unidos a partir del endurecimiento de la política migratoria. Correo electrónico: blasvc@uas.edu.mx

EMIR ESTRADA

Emir Estrada obtuvo Maestría y Doctorado en Sociología en la Universidad del Sur de California. Cursó su Licenciatura en Sociología en la Escuela de Estudios Chicanos de la Universidad de California en Los Angeles. La Dra. Estrada se especializa en analizar la inmigración desde un enfoque cualitativo, especialmente lo que refiere a la incorporación de los inmigrantes latinoamericanos en los Estados Unidos, y con mayor énfasis en el ámbito del género, tópico influenciado por su propia experiencia migratoria. Actualmente se encuentra investigando tres líneas de investigación cuyo punto de convergencia radica en analizar el proceso de toma de decisiones en familias latinoamericanas viviendo en Estados Unidos.

En su primer proyecto de investigación, la Dra. Estrada se enfocó en analizar niños latinos que laboraban en un contexto de total informalidad en Los Ángeles, California, desempeñándose como vendedores ambulantes en

un ambiente totalmente racial y con problemas de género. Posteriormente, Emir Estrada, en colaboración con Dr. Ruth, inició un nuevo proyecto de investigación enfocado en los “Dreamers”, tanto en California como en Arizona, quienes tuvieron temporalmente derechos en los Estados Unidos amparados en la acción ejecutiva “Acción Diferida por Llegada de Infantes (DACA). Actualmente, la Dra. Estrada planea enfocar su investigación en adultos mayores de 65 años, que al retirarse en los Estados Unidos, deciden mudarse a México. Correo electrónico: *emirestrada14@gmail.com*

GUILLERMO IBARRA ESCOBAR

Profesor del doctorado en Estudios Regionales de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Doctor en Economía por la Universidad Nacional Autónoma de México. Ha sido también profesor de la UNAM, ENAH, e investigador en las Universidades de Illinois en Urbana Champaign, Universidad de California Los Ángeles y Universidad de Texas en Austin. Su campo de docencia es desarrollo regional, estudios urbanos, economía política y estudios de la globalización. Es integrante del Sistema Nacional de Investigadores desde 1994 y actualmente es nivel III.

Entre sus libros destacan: Culiacán ciudad del miedo: urbanización, economía y violencia (2015); Trabajar en tierras lejanas. Vidas mexicanas en Los Ángeles (2013); La construcción social de una ciudad sustentable: El caso de Santa Mónica, California (2011); Capacidades competitivas del sistema urbano de México (2009); Sistemas de innovación regional en clúster biotecnológicos de Canadá, Toronto, Ottawa, Vancouver y Montreal (2007); Migrantes en mercados de trabajo globales. Mexicanos y sinaloenses en Los Ángeles (2005); Economía Terciaria y Desarrollo Regional en México. El Caso de Sinaloa (1995); Sinaloa, Tres siglos de economía. De la minería a los servicios (1993). Correo electrónico: *gibarra@uas.edu.mx*

JORGE RUBÉN IBARRA MARTÍNEZ

Egresado de la Facultad de Derecho en la Universidad Autónoma de Sinaloa, cuenta con estudios de posgrado en Estudios de América del Norte, con énfasis en Desarrollo Regional, también por parte de la UAS. Ha realizado estancias de investigación en la Universidad de California en Los Ángeles, así como una estancia posdoctoral en la Universidad de Illinois, Urbana Champaign. Sus temas de investigación giran en torno a los movimientos sociales, la participación ciudadana, la migración, los nuevos enfoques de ciudadanía, el derecho a la ciudad y el desarrollo regional. Actualmente es profesor de la Facultad de Estudios Internacionales y Políticas Públicas en la Universidad Autónoma de Sinaloa, donde imparte los cursos de Teoría Social, Globalización, Desarrollo Regional y Geografía Humana. Correo Electrónico: *epifanioibarra@hotmail.com*

MARTHA CECILIA HERRERA GARCÍA

Doctora en Estudios Regionales con énfasis en América del Norte por la Universidad Autónoma de Sinaloa; Maestra en Administración Pública por la Universidad Autónoma de Baja California. Investigadora visitante en la University of Arizona durante 2014. Ha sido profesora en diferentes instituciones, entre ellas, la Universidad Autónoma de Baja California, la Universidad Autónoma de Sinaloa y el Instituto Estatal de Ciencias Penales y Seguridad Pública del Estado de Sinaloa. Correo Electrónico: *ceciherrera18@hotmail.com*

MIRIAM NAVA ZAZUETA

Doctora en Estudios de América del Norte con énfasis en Desarrollo Regional, Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Perfil Prodep y miembro del Cuerpo Académico Consolidado “Internacionales”. Profesora investiga-

dor de tiempo completo adscrita a la Facultad de Estudios Internacionales y Políticas Públicas de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Entre sus publicaciones más recientes se encuentran Nava-Zazueta, M. (2015). Inmigrantes en el Centro Histórico de Mazatlán: difusión del arte visual y modificación del espacio urbano. El caso del Art Walk. En Montoya, E. & Nava, M. (Coords). Migración de retorno en América Latina. Una visión multidisciplinaria. México: Juan Pablos Editor-UAS. Nava Zazueta, Miriam & Valenzuela Camacho Blas (2015). 2015. "Empresarialidad y género en el sector turístico de Mazatlán ¿Liderazgos compartidos? *Internacionales, Revista en ciencias sociales del pacífico mexicano*, 1(2), 58-91. Valenzuela Camacho, Blas & Nava Zazueta, Miriam (2015). "Empresarios en el centro histórico de Mazatlán. Características y contribución al proceso de revitalización urbana", en *Ciencia y Universidad*, 33, 173-194. Nava Zazueta, Miriam & Ibarra Guillermo (2014). "Innovación territorial para la competitividad de los destinos turísticos. El caso de Mazatlán, Sinaloa", en Ibarra G., y Ruelas, A. (Coords) Entre lo Global y lo Local. Ciencias Sociales en Sinaloa. Juan Pablos – FEIyPP/UAS, 13-47. Nava, Zazueta, M. y Valenzuela Camacho, B. (2014). Acción colectiva y gobernanza del Centro Histórico de Mazatlán. Recuperación y conversión a espacio turístico. *ÁNFORA*, 21, (36), 125-148. Universidad Autónoma de Manizales. Correo electrónico: *mir_nava@hotmail.com*

SUSANA GÓMEZ HERRERA

Susana Gómez Hernández es doctorante en Ciencias Sociales y Humanidades por la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Cuajimalpa. Estudió una maestría en Urbanismo en la Universidad Nacional Autónoma de México y la licenciatura en Etnología en la Escuela Nacional de Antropología e Historia. Su trabajo de investigación doctoral explora cómo la teoría del aprendizaje social puede explicar la resignificación y la materialidad de los sistemas de aprovisionamiento creados para la distribución de bie-

nes y servicios creativos. Sus intereses se centran en la antropología del consumo y su relación con las industrias creativas, así como las transformaciones en el entorno urbano derivado de las prácticas de consumo en el sector de las industrias creativas. Correo electrónico: *susygoomez1511@gmail.com*

VERÓNICA CROSSA

Verónica Crossa realizó la maestría en Estudios Urbanos en El Colegio de México y el doctorado en Geografía en The Ohio State University. Actualmente es profesora-investigadora en el Centro de Estudios Demográficos, Urbanos y Ambientales en El Colegio de México. Sus intereses de investigación se ubican dentro del campo de la geografía urbana, la política y la geografía crítica, con un interés específico en relaciones de poder y sus múltiples manifestaciones en el espacio urbano. Dentro de este marco general se interesa en cómo se articulan las políticas urbanas de regeneración de espacios públicos con procesos de resistencia y negociación. Las investigaciones que ha realizado hasta el momento incluyen el estudio de la regeneración de los espacios públicos en centros históricos y sus implicaciones para diferentes sectores de la sociedad en la Ciudad de México. También ha participado en proyectos de la Unión Europea sobre estrategias y políticas de competitividad urbana en diferentes ciudades europeas. Correo electrónico: *vcrossa@colmex.mx*



INTERNACIONALES

Revista en Ciencias Sociales del Pacífico Mexicano

CONVOCATORIA 6

Se les invita a los investigadores en las disciplinas de las **Ciencias Sociales y humanidades**, a enviar artículos de investigación, documentos de trabajo (reportes teóricos o técnicos) y reseñas bibliográficas, para conformar el No. 6 de **Internacionales**, **Revista en Ciencias Sociales del Pacífico Mexicano** (ISSN: 2395-9916) bajo la temática:

FEDERALISMO, DESCENTRALIZACIÓN Y GOBERNANZA EN NORTEAMÉRICA: EL ROL DE LOS GOBIERNOS SUBNACIONALES

Coordinadores invitados:

Paz Consuelo Márquez-Padilla
CISAN-UNAM
Roberto Zepeda
CISAN-UNAM

La convocatoria se mantendrá abierta hasta **el 29 de Septiembre de 2017**

Fecha de publicación en línea:
Diciembre 2017

Para colaboraciones e informes en:
montoyazec@uas.edu.mx
pazcon1@gmail.com
zepeda_roberto@hotmail.com

Internacionales,
Revista en Ciencias Sociales del Pacífico Mexicano
Facultad de Estudios Internacionales y Políticas Públicas-UAS
Prolongación Josefa Ortiz de Domínguez s/n.
Polígono Sur, Ciudad Universitaria, C.P. 80040
Culiacán, Sinaloa, México
Tel./Fax.- 01 8667) 712 79 37 y 752 14 20



Revista Internacionales,
Revista en Ciencias Sociales del
Pacífico Mexicano, Vol. 3, Núm. 5,
Enero-Junio de 2017 se terminó de
imprimir en la ciudad de Culiacán, Sinaloa,
México. El tiraje fue de 500 ejemplares.

