

De Cochabamba a Guadalajara: ¿la conversión de la venta ambulante en paisaje urbano?

Pedro LIMÓN LÓPEZ
Universidad Complutense de Madrid
Pedro.limon@pdi.ucm.es

Inka Kaakinen (2011) *Quest for space: streetvending and the use of public space in two Latin American cities*. Helsinki: University of Helsinki, 233 pp. ISBN: 978-952-10-7284-0.

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

Bajo esta premisa y el aval de una investigación comparada entre Cochabamba (Bolivia) y Guadalajara (México), Inka Kaakinen se cuestiona acerca de la espacialidad de la venta en la calle en tanto que tradición local, expresión universal de cultura urbana y como un modo de ejercicio del poder (p. 22). Desde una metodología pluridisciplinar —“desde distintos tipos de narrativa y puntos de vista” (p. 24)—, la autora se pregunta una y otra vez en qué medida este comercio ambulante funciona como una actividad que democratiza el espacio público y qué estrategias espaciales se emplean en la reconfiguración del ámbito urbano en Cochabamba y Guadalajara.

Así, se consideran a los vendedores y comerciantes como agentes del cambio espacial, pero siempre en relación con dos variables centrales: por un lado, la importancia que tiene el hecho de que constituyan actividades “informales”, puesto que son prácticas socialmente necesarias que, precisamente a causa de esa informalidad, van mutando progresivamente con independencia de la regulación institucional o los indicadores económicos oficiales. Por otro lado, se vinculan a los grandes procesos de reestructuración económica latinoamericana, donde la crisis de la deuda de los años ochenta, la creciente consolidación del turismo o la emergencia de los procesos de gentrificación y reconstrucción selectiva de los centros históricos urbanos han constituido dinámicas esenciales al respecto¹.

¹ Es cuestionable hasta qué punto tuvo mayor o menor incidencia esta crisis de la deuda latinoamericana sobre la venta ambulante, pero conviene subrayar este elemento en relación a la pauperización y reestructu-

Además, existe un elemento central en estas formas de espacialización del comercio callejero, como es la variable de género, subrayada y reconstruida según los lugares en que se desarrolla.

Por supuesto, Kaakinen distingue estas tres dimensiones conforme al contexto, la configuración histórica del Lugar, las relaciones de poder generadas en esa espacialización de la venta ambulante y la intersección con las instituciones públicas en el desarrollo de ambos casos.

En el estudio de Cochabamba, se advierten dos diferencias iniciales: en primer lugar, mientras que en Mesoamérica ya existían espacios de intercambio comercial con anterioridad a la conquista española de América (los “tianguis”), en la zona andina no había tales espacios de intercambio hasta la entrada del colonialismo español, estableciéndose ciertas relaciones de dependencia con las transformaciones económicas mundiales, tal como señala la autora. En segundo lugar, estas prácticas han sido atravesadas por principios centrales en la cultura aymara, como la solidaridad, la reciprocidad, el trueque o la redistribución (p. 18-19). En este sentido, la venta ambulante se convierte en algo más que la lógica de intercambio mercantil, deviniendo de algún modo un simbolismo comunal progresivo.

Por otro lado, considerando que la venta ambulante es la manifestación más visible del sector informal y de la flexibilidad laboral, Kaakinen realiza un riguroso mapeado de las dinámicas de venta callejera, de la ubicación de la misma y de las negociaciones producidas entre el uso y la apropiación cotidiana de dicha actividad comercial frente a los intentos recurrentes de legalizar y formalizar las actividades existentes. En este sentido, la autora oscila siempre en una tensión complementaria entre la producción social del espacio y la construcción social del mismo, entre la materialidad de la venta callejera y los significados e imaginarios articulados conforme a ella. En Cochabamba se establece una distribución polarizada en tres lugares, concentrándose el comercio de forma creciente entre la Plaza 14 de septiembre, el mercado central y la Avenida de la República, mostrándose la continuidad y refuerzo de los lugares comerciales en relación con el tránsito turístico.

Se trata, además, de una venta ejercida fundamentalmente por mujeres, alcanzando en algunas zonas más del 80% del personal ocupado en la venta ambulante, por razones históricas, de desigualdad estructural y por potencialidad de autonomía o subjetividad política². De hecho, llega un punto en que el círculo vicioso de pobreza e informalidad que acompaña a la ciudad impone una triple combinación de autoempleo, auto-explotación y empoderamiento inextricable.

Con posterioridad a la Cumbre de la Comunidad Sudamericana de Naciones celebrada en Cochabamba en 2006, la planificación urbana y turística de la ciudad se

ración industrial en México, así como los cambios generados sobre las mismas al vincularse a los procesos de globalización.

² Kaakinen (p. 75) sostiene que, a pesar de que esta feminización de la venta ambulante obedece a una desigual distribución de la división sexual del trabajo, donde los hombres se ocupan de forma predominante del trabajo agrícola y fabril, la ocupación de estos puestos de trabajo ofrecería una mayor autonomía que el trabajo doméstico, estableciendo lugares de empoderamiento femenino.

orientó a su conversión en “centro latinoamericano de las cumbres internacionales” (p. 94), con los consiguientes efectos sobre las políticas públicas de renovación urbana y el discurso institucional, especialmente en lo relativo a dos aspectos. En primer lugar, la revitalización y gentrificación del centro histórico se hizo a partir de una consideración anterior del uso informal, aunque se zonificaran algunas áreas a partir de la concesión de licencias según la actividad desarrollada. En segundo lugar, se produce una legalización masiva de las actividades ya existentes por razón de densidad de vendedoras y de tránsito turístico que genera un control creciente por parte de las instituciones públicas y, de alguna forma, cierta “domesticación de la calle” que se convierte en la práctica comercial urbana *realmente* existente y de difícil solución. De otro modo: “Y así pasan los días [...], de 9 de la mañana a 8 de la tarde, en el centro, entre el empleo y la vida familiar. Así son las cosas, y puesto que difícilmente cambiarán, lo mejor para Mercedes es aceptarlo, simplemente aceptarlo” (p. 116).

Paradójicamente, la venta callejera es criticada por alterar lo que —supuestamente— debería ser una imagen o paisaje urbano moderno, mientras se reconocen determinadas actividades comerciales vinculadas al intercambio cotidiano informal en la calle, que a su vez resignifica el espacio público de Cochabamba de una forma particular.

En el segundo estudio de caso, conviene tener en mente algunos matices en el contexto mexicano: por una parte, esto se produce en un ámbito de pauperización creciente y polarización social de una zona anteriormente muy industrializada. Por otra y debido a esa misma polarización/pauperización, se produce una segregación territorial de la venta callejera en forma de racismo-sexismo³, espacialmente en forma de género, toda vez que, al contrario de lo que sucedía en Cochabamba, el comercio callejero es asumido de forma mayoritaria por hombres, fundamentalmente por la desigualdad económica favorable que ello supone, como muestra el siguiente testimonio: “[...] Mi esposa trabaja en una fábrica por cuatrocientos pesos a la semana. Yo no trabajaría por esa cantidad, es lo que gano en dos días en la calle si las ventas se dan bien. Y nunca saco menos de cien pesos diarios en los días que peor salen” (p. 131).

En el caso de Guadalajara, la reindustrialización ha devenido una masculinización masiva del control comercial de la venta ambulante, y una pauperización del empleo industrial, en muchos casos desarrollado por mujeres. Por otro lado, esta reestructuración comercial se ampara en una tradición histórica que se remonta a los *tianguis* y a partir de la cual se han negociado la concesión de permisos públicos que “fijarían” al espacio urbano el control institucional, sobre todo por lo que se refiere a la visibilidad comercial ante instituciones públicas y la zonificación

³ La autora señala que sólo en el centro histórico y turístico se genera cierta presencia indígena, en algunos casos de mujeres, y con interacción multicultural (p. 148). Como en el caso boliviano, la presencia indígena no se vincula a la venta callejera *per se*, sino que es sobrevenida y segregada territorialmente a diferencia de lo acaecido en Cochabamba.

espontánea de zonas comerciales, prohibiéndose el establecimiento de vendedores ambulantes a menos de cien metros de edificios públicos de cualquier tipo o el estacionamiento de áreas comerciales en espacios abiertos (p. 139). Esta sobre-regulación y discurso oficial de tolerancia-cero con el espacio público en el caso de Guadalajara habría instado a una eliminación del comercio callejero informal con el fin de someterlo a la centralización y regulación bajo las actividades desarrolladas en el Centro Comercial Plaza Guadalajara, que además habría supuesto una exclusión del centro urbano de multitud de vendedores y de una zonificación un tanto fútil de cara a la formalización de los vendedores o a los rendimientos esperados del centro comercial. Así, se produciría una oposición entre la “privatización” de la venta ambulante y la sobre-regulación de la misma, que además de la mencionada exclusión de grupos de vendedores supondría un desplazamiento de las actividades comerciales hacia dicho centro comercial, recentralizándose el espacio de intercambio comercial urbano hacia un lugar incluido en esas dinámicas de transformación, renovación y regulación del espacio público en Guadalajara, inmerso en cambios globales más amplios que, según la autora, se incluirían en las alteraciones producidas por el urbanismo neoliberal.

De este modo, lo que en Cochabamba constituía una singularidad característica del paisaje urbano (la propia venta ambulante), ejercida además de manera mayoritaria por mujeres, en Guadalajara la regulación del comercio callejero ha impelido a su zonificación en forma de centro comercial, acogiendo una actividad liderada por varones. Efectivamente, como se proponía en torno a las preguntas de investigación, la venta ambulante se erige en una práctica política fundamental en la configuración y definición del espacio público urbano tanto en la ciudad boliviana como en la mexicana, si bien no está obligatoriamente ligada a su condición mayoritariamente “informal” en relación a otras actividades sociales, ni tampoco a una serie de transformaciones urbanas “emanadas directamente de la globalización neoliberal” (p. 209), pudiendo incurrir parcialmente en una mitificación del espacio público que en ningún caso es —ni pretende ser— igualitario.

En este sentido y siguiendo con la metodología de la autora, convendría abrir algunos interrogantes: ¿podría hablarse de una “privatización” del espacio público ante una reapropiación semejante del mismo simplemente por razón de las actividades desempeñadas o más bien de la redefinición del mismo? ¿Acaso un lugar visibilizado como ámbito de pugnas sociales y políticas no se “publicita” y deviene espacio público?

Más que ver estas formas de re-espacialización como una respuesta o una “solución espacial” inherente al urbanismo neoliberal —como se alude especialmente en el caso de los indicios de gentrificación y “*ethos* emprendedor” en ambas ciudades—, consideremos la multiplicidad de controversias en términos de acceso, propiedad, demanda y cambio sobre el espacio público y, especialmente, el inextricable vínculo entre la espacialización en esos lugares y las prioridades de los distintos actores.

Así, mientras en el caso de Guadalajara se desplazan las actividades comerciales hacia un centro delimitado donde la visibilidad es mayoritariamente masculina, en el caso de Cochabamba esta visibilidad de la venta ambulante como “ícono” del paisaje urbano es ejercida por mujeres de forma predominante. En ambos casos se produce una transformación esencial del espacio público de la ciudad como consecuencia de los cambios actuados por la venta callejera, así como por el tipo de imaginación geográfica desarrollada alrededor del mismo, pero en uno y otro las circunstancias y los ámbitos de empoderamiento son distintos⁴, generándose tensiones y negociaciones entre prácticas espaciales e imaginarios geográficos que difuminan y reconstruyen la multiplicidad de espacios públicos urbanos desde el comercio en la calle. En cualquier caso, el libro supone un volumen de referencia para un análisis comparado de las múltiples subjetividades visibles y construidas en el espacio público en la región latinoamericana.

⁴ Lo que en un caso podría verse como una señal de empoderamiento femenino (la presencia masiva de mujeres en la venta ambulante en Cochabamba), en el otro caso podría verse también como un reequilibrio de la pugna social estructural (la asunción del trabajo industrial en el caso de Guadalajara).