

# Debilitando al clientelismo: la formalización del ambulante en la ciudad de México\*

JOHN C. CROSS\*\*

*Resumen: El régimen político de México se ha mantenido en el poder mediante su capacidad de cooptar a grupos de presión en la sociedad civil por medio de un sistema clientelista en el cual el Estado proporciona beneficios palpables a cambio del apoyo del grupo hacia el régimen. De esta manera, muchos grupos de la economía informal —paracaidistas, pesereros y ambulantes— se han podido organizar para obtener acceso a espacios públicos para ejercer su profesión. Pero durante los sexenios de Salinas y Zedillo el interés neoliberal del gobierno en formalizar el sector informal puede socavar esta relación entre tales grupos y el PRI. En este trabajo, analizamos datos de una encuesta de ambulantes reubicados durante el reciente programa de construcción de “plazas comerciales” en el Centro Histórico. Encontramos que los vendedores atribuyen los problemas que sufrieron en las plazas nuevas y la caída en sus ventas a las autoridades y al sistema político, y registran un descenso importante en su apoyo por el PRI tanto en el nivel individual como en el corporativo.*

*Abstract: The political regime in Mexico has remained in power as a result of its ability to co-opt pressure groups in society by means of a clientelist system in which the State provides tangible benefits in exchange for the group's support of the regime. Thus, many groups in the informal economy — squatters, collective taxi drivers and street vendors — have been able to organize to gain access to public spaces to exercise their profession. However, during the Salinas and Zedillo administrations, the neoliberal interest of the government in formalizing the informal sector has threatened to undermine the relation between these groups and the PRI. This article analyzes data from a survey on street vendors relocated during the recent program to construct “malls” in Mexico City's Historic Center. The authors found that the vendors attribute the problems they have experienced in the new malls and the fall in sales to the authorities and the political system and recorded a significant decrease in their support to the PRI at both the individual and the corporate level.*

**E**L PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL (PRI) tradicionalmente ha gobernado en México por medio de un sistema de control corporativista en el cual sindicatos laborales, cooperativas ejidales, empleados gubernamentales y movimientos sociales urbanos (incluyendo a paracaidistas, vendedores ambulantes y otros) han sido cooptados por el PRI, que les ha brindado beneficios limitados y apoyo a sus líderes a cambio de su lealtad al gobierno. Este sistema que, según la mayoría de los investigadores de la estructura política mexicana, explica el éxito

\* Quiero agradecer el apoyo de la Fundación Ford en México y de su director Norm Collins, y del programa de investigaciones de la Universidad Americana en El Cairo por proporcionar los fondos que hicieron posible la encuesta. Investigaciones previas fueron apoyadas por el programa Fulbright-Hayes, la Organización de Estados Americanos y la National Science Foundation

\*\*Dirigir correspondencia al Depto. de Sociología, Antropología y Psicología, Universidad Americana en El Cairo, P.O. Box 2511, El Cairo, 11511, Egipto, e-mail: cross@auc-ac.s.eun.eg.

del PRI durante las últimas siete décadas, se ha designado como “clientelismo” y se define del modo siguiente:

El clientelismo se refiere a la estructura del poder político en redes de relaciones informales diádicas que vinculan individuos de poder desigual en relaciones de intercambio. En estructuras de autoridad clientelistas, el poder se invierte en un individuo en posición superior (jefe, soberano o caudillo), quien personalmente decide cómo distribuir los recursos según sus preferencias personales. Cuando se aplica a México, esta perspectiva representa al Estado como una pirámide autoritaria encabezada por el jefe de la rama ejecutiva, quien directa o indirectamente reparte favores a los de abajo por medio de complejas relaciones patrón-cliente que vinculan la cima de la estructura social con la base. La sociedad civil, en contraste, se percibe como un conjunto de relaciones verticales fragmentadas que inhibe la formación de grupos de interés horizontales, o sea basados en partidos o en clases sociales (Brachet-Marquez, 1992:94).

Este sistema clientelista opera en conjunto con el corporativismo que se desarrolló después de la Revolución mexicana para garantizar la estabilidad política de gran número de intereses y caciques. Con Lázaro Cárdenas, el PRI pretendió ser una alianza entre trabajadores y campesinos, donde cada uno de los grupos formase un sector del partido, lo que permitió la incorporación de estos dos poderosos grupos dentro del PRI a base del clientelismo. El sector “popular” se añadió después, principalmente para representar a las clases medias (particularmente empleados gubernamentales), pero también incluyó los movimientos sociales urbanos que se desarrollaron por fuera del movimiento laboral, tales como los del sector informal. Según la mayor parte de los estudios en la materia, esta estructura se asentó en la capacidad de los líderes del PRI para distribuir beneficios económicos en forma personalista mediante redes patronales.<sup>1</sup>

Como explica un investigador de la escena política mexicana:

En México, los funcionarios se vuelven visibles al público como inauguradores de obras benéficas: escuelas, hospitales, mercados, multifamiliares [...] Estas obras, que se construyen en un estilo monumental y llevan enormes placas donde consta que comenzaron a funcionar “siendo presidente Fulano, gobernador Zutano y diputado... etcétera”, son símbolos del Estado dador a los que está ineludiblemente expuesta la mayoría de los ciudadanos. Entre las clases populares, muchos tienen memoria de beneficios efectivamente concedidos a ellos mismos o a algún familiar cercano [...] que no se derivan de la operación impersonal de un sistema sino de la benevolencia personalizada de un miembro del PRI, con frecuencia reforzada por la membresía compartida en una organización corporativa del partido oficial (De la Peña, 1992:243)

Recientemente, este sistema ha empezado a decaer, en parte por presiones de grupos de clase media por democratizar la estructura política, en parte como resul-

<sup>1</sup> Para una descripción más amplia de la operación del Estado mexicano, véase Camp (1980), Cleaves (1987), Smith (1979), Story (1986) y Ward (1990).

tado de las sucesivas crisis económicas que han desestabilizado al país desde principios de los ochenta, y en parte como efecto de elementos del mismo PRI que han tratado de “modernizarlo”. De la Peña nota, por ejemplo, que la capacidad del PRI para distribuir beneficios económicos empezó a desgastarse en el sector rural en los años sesenta, cuando se acabó la redistribución de tierras, y en los años setenta entre el sector obrero, cuando la industrialización aflojó y se esfumaron los nuevos empleos. El sector popular llegó entonces a ser la clave de apoyo al régimen, pero fue afectado duramente por la inflación.

Un síntoma de esta decadencia fue la formación del Partido de la Revolución Democrática (PRD), de oposición de izquierda, que se formó después de que Cuauhtémoc Cárdenas rompió con el PRI durante las elecciones presidenciales de 1988 para postularse en contra del candidato oficial, Carlos Salinas de Gortari. Después de ganar las elecciones bajo una nube de acusaciones de fraude electoral, Salinas intentó pacificar a la oposición al reconocer la victoria del Partido Acción Nacional en Baja California Norte y en varios otros estados y ciudades. Además el PRI llevó a cabo elecciones internas para algunos puestos, supuestamente para “democratizarse”. Sin embargo, la élite del PRI mantuvo firmemente el control sobre el ejecutivo y la legislatura nacional, principalmente por medio de la movilización de sus miembros corporativos para mostrar apoyo para el PRI y cometer o encubrir el fraude cuando fuera necesario.

#### LOS VENDEDORES AMBULANTES Y EL CLIENTELISMO

El ambulante en la ciudad de México tradicionalmente se vincula con el PRI como una forma de clientelismo en la cual a las organizaciones de vendedores se les permitió formar mercados a cambio de su apoyo y activismo en favor de funcionarios y políticos de aquel partido. Esto ocurrió a pesar de que dicha actividad fue oficialmente desdeñada y de que la administración de la ciudad había hecho numerosos intentos desde mediados de los años ochenta por restringir el crecimiento del ambulante, como la prohibición del otorgamiento de nuevos permisos y el reconocimiento de nuevas organizaciones de vendedores. Sin embargo, aunque el gobierno proscribió los nuevos permisos en 1984, el ambulante todavía se duplicó hasta llegar a 200 000 puestos en varias zonas de la ciudad, y 10 000 a 12 000 tan sólo en el área conocida como “Centro Histórico” —con una superficie de un kilómetro cuadrado alrededor del Zócalo.

El patrón de la organización de ambulantes tiene sus raíces históricas en el reglamento de comerciantes en pequeño desde la época colonial. Pero se amarró formalmente al partido oficial cuando era regente Ernesto P. Uruchurtu, quien gobernó al Distrito Federal durante 14 años entre 1952 y 1966. Aunque Uruchurtu prohibió el ambulante efectivamente por más de una década, lo hizo por medio de la construcción de más de 150 mercados públicos para casi 60 000 vendedores.

Obligados a entrar a los nuevos mercados para poder continuar con su actividad comercial, los vendedores también fueron forzados a organizarse en asociaciones afiliadas al sector popular del PRI para poder obtener un puesto. Cuando Uruchurtu fue destituido de su cargo, el programa de construcción de mercados se detuvo, ya que los fondos fueron reorientados hacia otros proyectos urbanos, pero la costumbre de organizar a los vendedores adentro del PRI continuó. Como resultado, no obstante las protestas de los comerciantes establecidos, y a pesar de intentos ocasionales por controlar el crecimiento del ambulante, los intereses de políticos del PRI usualmente permitieron que los vendedores —organizados por líderes que movilizaron a sus miembros para mostrar su apoyo al PRI en manifestaciones públicas y actos electorales, y aparte para coleccionar fondos para las campañas electorales o más bien para el otorgamiento de “regalos” para los susodichos funcionarios— aumentaran en número (Cross, 1996).

Además, la estructura organizacional de las asociaciones de ambulantes fue reforzada por la política administrativa de tolerar solamente a aquellos que formaran parte de una asociación reconocida por las autoridades. Esta política solidificó el poder de los líderes<sup>2</sup> que monopolizaron, muchas veces autoritariamente, la capacidad representativa de las asociaciones. Los líderes, y no las autoridades, obtuvieron así el poder de controlar a los vendedores individuales ya que, al suspender o expulsar a un miembro de una organización, le podían quitar efectivamente su derecho de vender. Al mismo tiempo, la competencia entre los líderes se manifestó en el control de las calles comerciales que pudieran ofrecer a sus miembros, situación que los llevó a aumentar constantemente sus territorios y resistir los intentos de las autoridades de reubicar a sus miembros en áreas no comerciales o de prohibir la expansión de sus calles de una manera que permitiera que otros líderes pudieran ocupar estas mismas zonas.

Así, mientras que los vendedores individuales se vieron obligados a dejarse acorralar por sus líderes, los líderes también se vieron forzados a defender los intereses de sus miembros, al proteger y aumentar constantemente la cantidad de espacio público a su alcance. Como resultado, el comercio ambulante creció y llegó a ser una profesión bastante segura y lucrativa para muchos —en particular para los del Centro Histórico y las áreas aledañas de La Merced y Tepito. En estas áreas, un puesto en las calles más comerciales alcanzaba a tener un valor de hasta 100 000 pesos nuevos, aunque realmente el “título” que se compraba consistía tan sólo en el reconocimiento de la organización respectiva.

La reciente reubicación de los ambulantes del Centro Histórico en nuevas “plazas comerciales”, que se llevó a cabo entre 1993 y 1994, puede haber debilitado el sistema de clientelismo. Primero, a causa de los problemas que han afrontado durante la ejecución de este programa —incluyendo un aumento en sus gastos y una caída en sus ventas— surgió entre los vendedores la sensación de que las autoridades, que

<sup>2</sup> Muchos de los líderes eran mujeres.

habían hecho tantas promesas, los habían engañado; y un reclamo contra el PRI y sus propios líderes por no haberlos protegido. En segundo lugar, durante el cambio, muchos líderes no tardaron en echarle la culpa al PRI por no haber apoyado más a sus organizaciones frente al gobierno. Finalmente, el cambio de la calle a las plazas comerciales significó que —por primera vez— los vendedores tuvieran su propio patrimonio comercial. Aunque las organizaciones en muchas ocasiones quedaron como administradoras de las nuevas plazas, ni ellas ni el gobierno pueden quitarle sus puestos a los vendedores como castigo por no participar en actividades clientelistas.<sup>3</sup>

### HISTORIA DEL PROYECTO DE PLAZAS COMERCIALES

La concepción del proyecto de plazas comerciales no era completamente nueva. Desde la época colonial, la ciudad de México ha respondido típicamente al crecimiento del ambulante con la periódica construcción o expansión de mercados fijos donde se podría someter a los vendedores a regulaciones e impuestos. El último proyecto a gran escala de este tipo fue el de Uruchurtu en los años cincuenta y sesenta. En respuesta al crecimiento del fenómeno, desde entonces y hasta los años ochenta se formularon gran número de propuestas para la reubicación de vendedores en edificios vacíos, en callejones o en otros distritos para poder reducir el congestionamiento de tráfico, permitir el libre tránsito de turistas y para aumentar el valor de la propiedad comercial en el área. Después del terremoto de 1985, que destruyó un gran número de edificios en el área, se encargaron varios estudios para ver si los puestos ambulantes de la zona podrían caber en los lotes baldíos. No obstante sus planes y proyectos políticos, el PRI todavía necesitaba del apoyo de los líderes en el área —entre los cuales se contaba a algunos de los representantes de ambulantes más importantes en la ciudad por la cantidad de sus representados. A dos lideresas se les ofrecieron posiciones electorales en la Asamblea de Representantes del Distrito Federal (ARDF) durante esta época, y cuando Ignacio Vásquez Torres, delegado de la Delegación Cuauhtémoc, dio su reporte oficial a la ARDF en julio de 1990, habló en favor del ambulante, destacando que “para nosotros es obvio que una oferta comercial tan importante corresponde a una demanda similar”, y criticando a los que, “con visión barroca, estiman que el Centro Histórico debe ser reflejo de la grandeza de nuestros ancestros, pero no espejo de la realidad social que vivimos”. El ambulante fue elogiado como “un atenuante de la tensión social, un empleo alternativo que le cierra puertas a la pobreza y abre la posibilidad de nuevas perspectivas económicas que vienen a mejorar la calidad de vida” (DDF-Delegación Cuauhtémoc,

<sup>3</sup> En muchos casos, los líderes sí pudieron mantener el control sobre sus miembros al extenderles créditos para el enganche de los puestos y otras finalidades. También suele ser importante el papel de los líderes al “representar” a los vendedores en los problemas que enfrentaron con las nuevas plazas.

1990). El poder de los líderes de los vendedores pareció sin paralelo cuando 10 000 ambulantes marcharon a la ARDF en abril de 1990 para demandar todavía más lugares en el centro para su actividad (Baca, 1990:33).

Pero en las elecciones de agosto de 1991, el PRI tuvo una victoria electoral sorprendente y volvió a ganar muchos de los escaños electorales que había perdido en 1988 con pocas acusaciones de fraude. El régimen priísta de repente se sintió seguro de sí mismo, y el apoyo de las organizaciones de ambulantes —al menos por un tiempo— pareció ser menos importante comparado con la necesidad del presidente Salinas de Gortari y del regente Camacho Solís de dejar sus huellas en la historia de la ciudad de México.

Antes de las elecciones, todos los funcionarios habían apoyado, o por lo menos se habían conmisericordado con la situación de los ambulantes. La ARDF apenas había terminado de elaborar un nuevo reglamento para el ambulante, con la participación de la administración, los líderes de ambulantes y todos los partidos políticos. El presidente de la Comisión de Abasto de la primera ARDF, Juan José Castillo Mota, me dijo orgullosamente que el nuevo ordenamiento, fruto de dos años de negociaciones, era el producto más importante de esa asamblea, y que seguramente se iba a autorizar tan pronto como se integrara la segunda ARDF.

Pero, por el contrario, el nuevo ordenamiento se archivó inmediatamente después de las elecciones y nunca vio la luz. La administración se echó para atrás, y empezó desde octubre a planear algo muy diferente: la abolición del ambulante como fenómeno generalizado en toda la ciudad. Comenzaron en pequeño, con el Metro y el Centro Histórico, aunque al mismo tiempo varias delegaciones, como la Gustavo A. Madero y la de Iztapalapa, empezaron a efectuar la construcción de “bazares” en zonas de alta concentración de ambulantes, como la Basílica de Guadalupe.

Primero, recabaron información acerca de los vendedores en el Metro con un censo de todas las instalaciones, y abrieron archivos policíacos a quienes se identificaron como los que organizaban la invasión de las instalaciones. Al mismo tiempo, obligaron a los líderes del Centro Histórico a sostener “negociaciones” acerca de esta área, pero no pudieron llegar a ningún acuerdo. La administración había planeado remover a los vendedores del Metro en una operación relámpago después de que los líderes del Centro Histórico firmaran un acuerdo impreciso de “ordenar” el ambulante en esa zona, y en el cual pactaron no permitirlo en el Metro (aunque ningún líder del Centro Histórico tenía representados dentro del Metro). Pero las negociaciones demoraron. Fue hasta febrero que el gobierno capitalino pudo poner en marcha su programa, después de una pelea entre un vendedor y un usuario en el Metro. El vendedor sacó una pistola y mató al pasajero. La reacción pública en la prensa no se hizo esperar, alentada por la administración que tomó como un pretexto esta desgracia para llevar a cabo la operación ya planeada en secreto cuatro meses atrás. Al día siguiente, más de 500 granaderos fueron asignados a las estaciones del Metro con más concentración de ambulantes y, con el apoyo de cientos de patrulleros, evitaron la instalación de los mercados ambulantes de costumbre.

Desde la perspectiva de las relaciones públicas, el desarrollo de la operación fue perfecto. La administración dio la impresión de responder inmediatamente a una “crisis” repentina (el asesinato) de manera que, en la prensa, vinculó la criminalidad de un individuo con todos los que estaban vendiendo en el Metro y, por extensión, con los que trabajaban en las calles del Centro Histórico. Fueron tachados de “peligrosos” y “criminales” por operar en áreas públicas y estorbar el paso de los peatones. El apoyo público a la política del gobierno aumentó apresuradamente y los líderes del Centro Histórico se apresuraron a firmar el acuerdo en que antes se habían demorado para evitar la percepción de que ellos también eran criminales.

Sin embargo, aunque la administración empezó a planear la construcción de “plazas comerciales” en el área, todavía hubo demoras, debidas principalmente a problemas de financiamiento. Para alentar el proceso, Procéntrico, una organización de comerciantes establecidos que representa a muchos comerciantes medianos en el Centro Histórico, declaró una serie de “huelgas”, más bien simbólicas, para presionar al gobierno. En días designados, determinados negocios de diferentes calles se debían cerrar entre las once y las doce de la mañana. Para hacer más efectivo el valor propagandístico de este ejercicio, el líder del grupo, Guillermo Gazal, invitó a periodistas a acompañarlo en una “visita” a la huelga. La respuesta de los vendedores no se hizo esperar: enfrente de las cámaras de Televisa, un airado grupo le arrojó jitomates y fue expulsado del área. Esa misma noche toda la nación lo vio en la televisión y al día siguiente llenó la primera plana de la prensa sensacionalista.

A los pocos días, el presidente Salinas ordenó un cambio administrativo en el programa y la creación de una nueva agencia (el Programa del Mejoramiento del Comercio Popular que se integró con el Coabastos) para llevarlo a cabo con pleno financiamiento de bancos de desarrollo controlados por el gobierno. Se finalizó la planificación con un decreto de la ARDF (1993) que prohibió definitivamente el ambulante en todo el perímetro “A” del Centro Histórico, un área de un kilómetro cuadrado donde trabajaban 10 000 ambulantes.

#### RESULTADO DEL PROYECTO DE PLAZAS COMERCIALES

Una de las diferencias más importantes entre el proyecto de plazas comerciales y la construcción de mercados públicos en la época de Uruchurtu era el hecho de que, mientras Uruchurtu construyó los mercados a cargo del DDF y rentó puestos a precios nominales a los vendedores, en el nuevo programa, de acuerdo con la política neoliberal de Salinas (y la creencia entre funcionarios de que los vendedores eran ríços), los ambulantes debían de pagar el costo total de sus puestos. Como resultado, mientras que los locatarios de los viejos mercados públicos pagaron mensualidades simbólicas, las cuales ni siquiera cubrieron los costos de mantenimiento de sus mercados, en las nuevas plazas los ambulantes debían pagar entre 7 000 y 21 000 nuevos pesos, más cuotas mensuales por concepto de mantenimiento, limpieza, servicios, etcétera.

Además, los mercados de Uruchurtu fueron planeados y construidos en un programa que duró largos años. Aunque Uruchurtu ordenó la reubicación de los ambulantes en 1952, no fue sino en 1957 que los primeros mercados fueron abiertos al público. En cambio, las nuevas plazas se llevaron a cabo en menos de dos años, lo que causó numerosos problemas de diseño y de planeación. El único apoyo que recibieron los vendedores para comprar las plazas fue un plan de crédito en el cual, después de pagar un enganche del 10%, se debía de pagar el monto en seis años a intereses variables vinculados a la inflación (lo que al principio era mínimo). Este financiamiento lo otorgó principalmente el Banco del Comercio en Pequeño, organismo del propio gobierno, aunque al principio las autoridades tenían esperanzas de que algunos de los bancos recién privatizados cooperasen. Dada la incapacidad de los vendedores para aportar alguna propiedad como garantía, en muchos casos, el puesto mismo quedó como la única forma de garantía para el préstamo.<sup>4</sup>

Al principio, aunque algunos vendedores se mostraban escépticos respecto de las nuevas plazas, en su gran mayoría parecían entusiasmados con el concepto de ser dueños de un puesto permanente que en muchos casos sería su primer patrimonio comercial. Pero la desilusión se sintió rápidamente en muchas de las plazas después de que se abrieron oficialmente. Mal planeadas y mal colocadas, sin haber tomado en cuenta las opiniones de los vendedores ni de sus líderes, la mayoría de las plazas fueron fracasos completos. La más grande —con 1 500 puestos en una ratonera de corredores oscuros y confusos— nunca logró más de 20% de la ocupación, aunque todos los vendedores habían dado el enganche. En otra plaza, los locatarios se quejaron de que se había colocado la plaza a tres cuadras de su plaza original atrás del Metro Pino Suárez, pero del otro lado de un eje vial. Como resultado, perdieron toda su clientela.

Así que, mientras la fase inicial del proyecto parecía ser un gran éxito —y en efecto, el Centro Histórico quedó libre del ambulante por primera vez desde los años sesenta durante la época navideña de 1993-94, justamente a tiempo para las elecciones presidenciales—, el descontento crecía. Para apaciguarlo, los funcionarios oficiales prometieron resolver los problemas financieros y las fallas de construcción después de las elecciones, pero muchos vendedores y hasta sus líderes empezaron a hablar de boicotear las plazas y regresar a las calles.

La crisis se agudizó con el fracaso del “milagro salinista” en diciembre de 1994. Con la caída precipitada del peso, los precios se dispararon y afectaron a los nuevos locatarios en dos direcciones: bajaron sus ventas a la mitad al mismo tiempo que los intereses se dispararon. Muchos se quejaron de que sus ventas, que antes de diciembre apenas podían cubrir sus gastos, después ya no alcanzaban ni siquiera para pagar los intereses. Como resultado, muchos suspendieron o atrasaron sus mensua-

<sup>4</sup> El monto total del proyecto —para construir 24 mercados para 10 000 puestos— se calculaba en aproximadamente 300 millones de nuevos pesos.

lidades, mientras que aproximadamente 4 000 vendedores regresaron a invadir las calles para el verano de 1995.

### HIPÓTESIS DE TRABAJO

Si los ambulantes fueron cooptados por el PRI por su necesidad colectiva de proteger su territorio comercial en las calles, ¿cómo afectaría su lealtad hacia el partido oficial su reubicación en plazas donde ahora eran dueños individuales, particularmente a la luz de los problemas económicos que sufrieron como resultado inmediato? En entrevistas que se llevaron a cabo en los veranos de 1994 y 1995, tanto los vendedores como sus líderes atacaron al PRI vociferantemente y criticaron duramente al gobierno por los problemas que padecieron en las nuevas plazas. Pero queda la pregunta: ¿hasta qué grado reflejan estas quejas los sentimientos de los vendedores en general?

Para probar la hipótesis de que los problemas enfrentados por los ambulantes y su obtención de un patrimonio individual llevaron a una disminución de su lealtad hacia el PRI y de la capacidad de sus organizaciones para forzarlos a apoyarlo, decidimos llevar a cabo una pequeña encuesta de locatarios en las nuevas plazas.

### LA ENCUESTA

Con este propósito seleccionamos seis de las nuevas plazas comerciales durante agosto de 1995: dos que habían tenido éxito, dos con un grado limitado de éxito y dos de las menos exitosas.<sup>5</sup> El propósito era hacer una encuesta sistemática en cada décimo puesto abierto (ya que muchos estaban cerrados porque los dueños los habían abandonado para regresar a la calle). Al mismo tiempo, encuestamos en forma similar a vendedores ambulantes que se encontraban en las calles aledañas a cada plaza seleccionada para poder captar a aquellos vendedores que habían dejado sus locales, así como a los que nunca habían comprado un local.

No se pudo encontrar siempre a los dueños de los puestos, ya que algunos los abren nada más de vez en cuando. En estos casos, pasábamos al siguiente puesto, y en otros los datos provenían de empleados que no pudieron contestar todas las preguntas. Sin embargo, muy pocos locatarios o ambulantes se rehusaron a ser entrevistados.

El cuestionario incluyó, aparte de datos básico como sexo, edad y nivel de educación, información sobre ventas y acerca de sus organizaciones. Más importante era

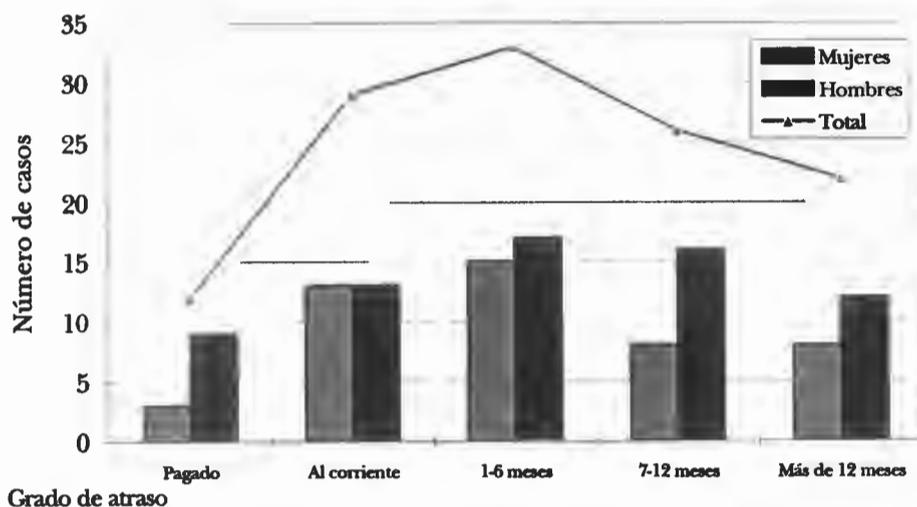
<sup>5</sup> Cabe mencionar que en cada plaza pedimos el permiso de los líderes y administradores para aplicar la encuesta. Además, uno o dos ayudantes de investigación hicieron tres semanas de trabajo de campo en cada plaza para que líderes y locatarios se acostumbraran a su presencia y por lo mismo no tuvimos problemas al aplicar las encuestas, aparte de uno o dos malentendidos.

la información acerca de su actividad política antes y después del proyecto de plazas. Hubo algunos problemas con los datos, pues fueron contestados de memoria por los entrevistados. Sin embargo, aunque las cifras de ventas eran estimaciones, lo importante para esta investigación era la diferencia entre los dos tiempos. Finalmente, se hizo una serie de preguntas para medir la orientación política y las opiniones de los entrevistados sobre el proyecto, el PRI, sus líderes, el gobierno y su preferencia por vender en la calle o en la plaza. En la siguiente discusión, abordaremos los aspectos económicos que afectaron a los locatarios y el cambio en su participación política.

### LA CRISIS DE ENDEUDAMIENTO

Uno de los indicadores más dramáticos del estrés financiero entre los nuevos locatarios era el número de meses que tenían de atraso en los pagos mensuales de sus puestos. La caída del peso en diciembre de 1994 causó un enorme incremento en la tasa de interés bancario, lo cual, en combinación con la caída en las ventas, implicó que muchos locatarios simplemente ya no pudieran pagar sus mensualidades. De las 123 repuestas a esta pregunta, el 66% reportaron que estaban atrasados en sus pagos —en algunos casos por hasta dos años. Nada más 41 estaban al corriente, y de éstos, sólo 12 habían terminado de pagar sus puestos antes de la crisis.

GRÁFICA 1  
ATRASO EN EL PAGO DE MENSUALIDAD POR SEXO



La gráfica 1 muestra el nivel de atraso por sexo en etapas de seis meses. Como se puede apreciar, el sexo no parece tener ningún efecto significativo sobre el grado de atraso, aunque el cuadro muestra que las mujeres tenían un poco menos probabilidad de estar muy atrasadas. El nivel de atraso se mostró estadísticamente vinculado en un nivel significativo con el costo del puesto: los locales más caros tenían pagos mensuales más altos y sus dueños eran más propensos a dejar de pagar.

### CAMBIOS EN LAS VENTAS

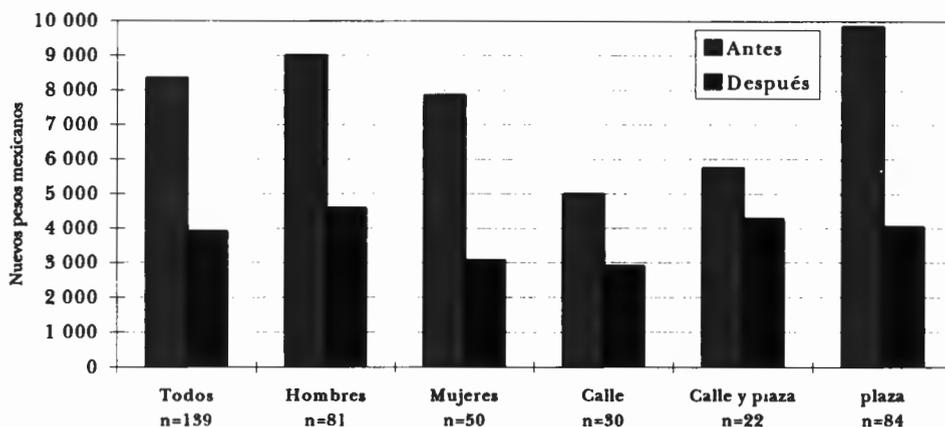
Las ventas habían cambiado radicalmente según los datos que arrojó la encuesta. Para medirlos, pedimos a los encuestados estimar sus ventas mensuales en el verano de 1992 (antes de que comenzara el proyecto de plazas) y al momento de la encuesta (el verano de 1995). Aunque no se deben tomar como datos completamente confiables, nos interesaba principalmente la diferencia entre las dos etapas así como las variantes entre diferentes categorías de locatarios y ambulantes.

Subrayando el estrés económico que sufrieron los locatarios, encontramos que las ventas reportadas habían caído en más de la mitad entre las dos fechas —de un promedio de 8 333 nuevos pesos en 1992 sólo a 3 886 en 1995. Con la inflación que hubo durante este periodo, esta cifra representa una caída de aproximadamente dos tercios en las ventas y resulta de la combinación de la crisis económica con la reubicación en las nuevas plazas. En este caso, el efecto sobre las mujeres era significativamente mayor que el efecto sobre los hombres. Aunque tenían un nivel de ventas menor al de los varones en 1992, ellas sufrieron una caída del 61% en promedio, mientras que los varones sólo del 49%. Probablemente esto reflejó la mayor dificultad que tenían las mujeres para ajustarse al ambiente conflictivo después del proyecto, donde para ganar más, los locatarios más audaces salieron de nuevo a la calle.

Pusimos a los encuestados en cuatro categorías con base en su participación en el programa de plazas: 1) aquellos que vendían nada más en sus locales; 2) aquellos que vendían en su local y también en la calle; 3) aquellos que dejaron su local y se dedicaban nada más a vender en la calle, y 4) aquellos que no habían comprado un local y vendían en la calle nada más. La gráfica muestra también la comparación entre hombres y mujeres en términos de la caída de sus ventas.

Los datos arrojados muestran que los locatarios que se dedicaban solamente a vender en su locales sufrieron la caída más importante en sus ventas: de un promedio de 9 232.50 nuevos pesos a 3 718.90 —una caída de 60%. Mientras tanto, los que vendían en sus locales y al mismo tiempo en la calle mostraron las ventas más altas en el momento de la encuesta, con una caída de sólo 36%. Los ambulantes que nunca compraron un puesto mostraron una caída también de 49% (de 7 515.90 a 3 852.30), ya que sufrieron la inseguridad de las confrontaciones con los inspectores en la vía pública y tenían que operar como “toreros”. Pero el grupo más pobre —tanto antes como después de la operación— era el de los vendedores que habían comprado un local para después dejarlo y regresar a la calle.

GRÁFICA 2  
 PROMEDIO DE VENTAS, ANTES Y DESPUÉS DEL PROYECTO,  
 POR SEXO Y LOCAL DE VENTA



Pusimos a los encuestados en cuatro categorías con base en su participación en el programa de plazas: 1) aquellos que vendían nada más en sus locales; 2) aquellos que vendían en su local y también en la calle; 3) aquellos que dejaron su local y se dedicaban nada más a vender en la calle, y 4) aquellos que no habían comprado un local y vendían en la calle nada más. La gráfica muestra también la comparación entre hombres y mujeres en términos de la caída de sus ventas.

Los datos arrojados muestran que los locatarios que se dedicaban solamente a vender en sus locales sufrieron la caída más importante en sus ventas: de un promedio de 9 232.50 nuevos pesos a 3 718.90 —una caída de 60%. Mientras tanto, los que vendían en sus locales y al mismo tiempo en la calle mostraron las ventas más altas en el momento de la encuesta, con una caída de sólo 36%. Los ambulantes que nunca compraron un puesto mostraron una caída también de 49% (de 7 515.90 a 3 852.30), ya que sufrieron la inseguridad de las confrontaciones con los inspectores en la vía pública y tenían que operar como “toreros”. Pero el grupo más pobre —tanto antes como después de la operación— era el de los vendedores que habían comprado un local para después dejarlo y regresar a la calle.

Una interpretación de estos datos arroja dos conclusiones, aunque se deben tomar con precaución ya que las diferencias entre estas categorías no fueron estadísticamente significativas dado el pequeño tamaño de la muestra.

Primero, parece claro que los vendedores que tenían las ventas más altas antes del proyecto de plazas eran más propensos a mantenerse en las plazas. Puede ser que tuvieran más ahorros para resistir las pérdidas por más tiempo. También puede ser que tuvieran más interés en la “formalización” de su profesión, ya que el local reduce la incertidumbre que sentían en la calle.

Segundo, los datos claramente indican que vender en una plaza causó una pérdida más grande que vender en la calle, a pesar de que las ventas en la calle fueron reprimidas por la agresión oficial en contra de esta actividad, que redujo a los ambulantes a la calidad de “toreros” siempre alerta a la llegada de las patrullas.

## PROBLEMAS CON EL PROGRAMA

Hasta ahora hemos demostrado la severidad de los problemas económicos que enfrentaron los vendedores durante el programa de construcción de plazas comerciales. Por cierto, estos datos parecen verificar las quejas de los ambulantes de que el proyecto era un fracaso en términos de proporcionarles una alternativa realista a la venta callejera, y podría ser un fracaso en un sentido mucho más amplio si se toma en cuenta el hecho de que fueron afectados casi 10 000 ambulantes durante este proceso. Para ver si los ambulantes vinculaban este fracaso con el sistema político, incluimos en el cuestionario una pregunta abierta en la cual pedimos a los encuestados que nombraran las tres principales razones, a su criterio, de este fracaso. Las respuestas se codificaron después, y cayeron claramente en trece categorías, que parecen reflejar cinco áreas principales de inquietud: 1) la crisis económica; 2) la presencia del ambulante (sobre todo para aquellos que se quedaron en las plazas); 3) problemas físicos de las plazas; 4) problemas con la administración, y 5) factores socioculturales, incluyendo afirmaciones tales como: “los clientes no entran a las plazas”, “los comerciantes cobran demasiado”, y otras que atribuyen el problema a aspectos culturales o psicológicos de los propios comerciantes o clientes y a la necesidad de “acreditar” las plazas. Los cinco áreas de inquietud y las trece categorías son las siguientes:

### *I. Factores económicos:*

“*crisis*”: referencias a la “crisis”, “devaluación” o “inflación”

“*costo*”: referencias al costo de los puestos o intereses elevados

### *II. Problemas físicos con las plazas:*

“*ubicación*”: referencias a la mala ubicación de las plazas desde el punto de vista comercial

“*diseño*”: referencias a deficiencias en el diseño (muchas veces en la disposición de los locales) y en la de construcción

### *III. Problemas de administración:*

“*promesas*”: referencias a promesas que no cumplió el gobierno (principalmente la falta de publicidad que el DDF había prometido para las plazas)

“*corrupción*”: referencias a corrupción de funcionarios oficiales

“*crimen*”: referencias a la falta de seguridad y a la criminalidad en las plazas

“líderes”: referencias a problemas con los líderes

“administración”: referencias a la mala administración de las plazas

#### IV. Competencia del ambulante renovado:

“ambulantes”: referencias al retorno de los ambulantes en contra del decreto, que hicieron la competencia a los locatarios en las plazas

#### V. Factores culturales:

“cultura”: referencias a factores culturales o psicológicos tales como: “los clientes prefieren comprar en la calle”, o “piensan que la mercancía es más cara en la plaza”, etcétera.

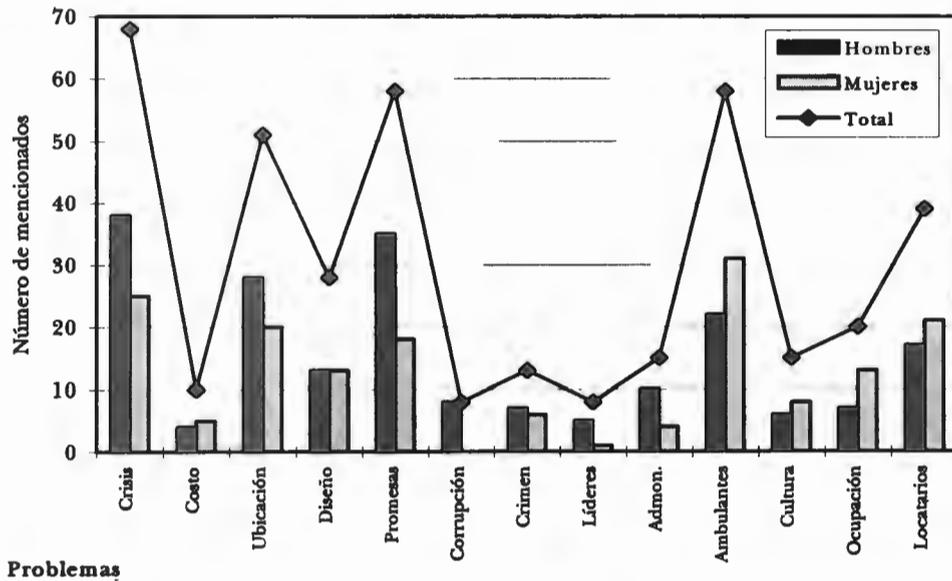
“ocupación”: referencias a la baja ocupación de las plazas, que se ve como factor para que los clientes no entren: “los puestos están cerrados en la plaza”, o “los comerciantes salieron”, etcétera.

“comerciantes”: referencias a problemas de los comerciantes mismos, por ejemplo, que necesitan entrenamiento, que subieron los precios, etcétera.

Con excepción de la última categoría, que parece echarle la culpa del fracaso de las nuevas plazas a aspectos culturales de los comerciantes o de los clientes, todos estos comentarios reflejan críticas implícitas hacia el gobierno, funcionarios oficiales locales o más bien hacia los líderes. Los problemas económicos eran causados, según los ambulantes, principalmente por la fallida política económica del gobierno nacional. Los problemas de construcción, diseño y ubicación de las plazas claramente fueron producto de la prisa de la administración capitalina y la negligencia del gobierno hacia las necesidades e intereses de los ambulantes. Mientras tanto, los problemas administrativos arrojaron pruebas más específicas de la misma actitud indiferente, aunada en muchos casos a la corrupción e incompetencia de funcionarios oficiales y líderes. Finalmente, de la renovada invasión de ambulantes en las calles del Centro Histórico se culpó tanto a funcionarios como a líderes que no cumplieron la promesa de mantener las calles que se habían desocupado libres del ambulante.

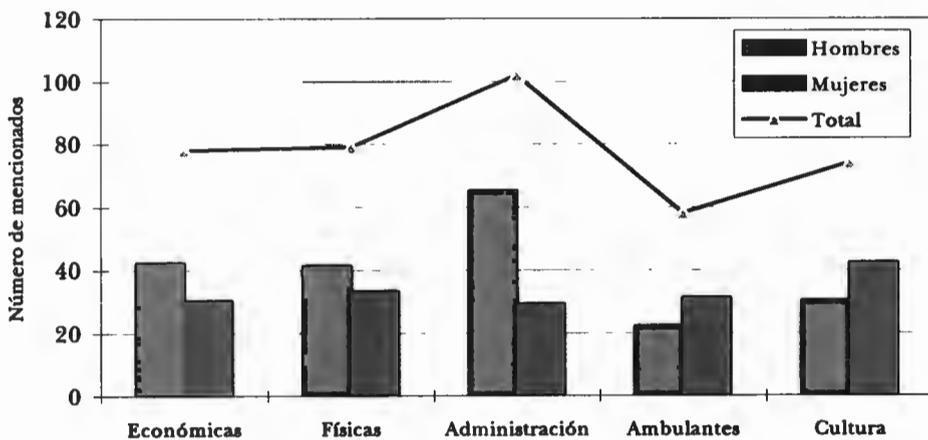
Las gráficas 3 y 4 recogen el número de comentarios para cada categoría y área de inquietud, respectivamente. Como se puede apreciar, la gran mayoría de las respuestas parecen ser denuncias al gobierno: nada más 19% de las respuestas cupieron en la última categoría, que es políticamente neutral. Al mismo tiempo, 20% de las respuestas le echan la culpa a la crisis económica, 15% a la renovación del ambulante, mientras casi la mitad de las respuestas (46%) apuntan hacia problemas de ubicación, diseño, construcción o administración de las plazas mismas.

**GRÁFICA 3**  
**PRINCIPALES PROBLEMAS MENCIONADOS POR LOS VANDEDORES: POR SEXO**



Problemas

**GRÁFICA 4**  
**PROBLEMAS MENCIONADOS POR ÁREA PRINCIPAL DE PREOCUPACIÓN**



Problemas mencionados por sexo

Es de mucho interés que haya una mayor probabilidad de que las mujeres den razones neutrales para el fracaso de las plazas, y sea menos probable que den razones que sugieren una crítica directa al gobierno. Por ejemplo, ni una sola mujer mencionó la “corrupción” en esta pregunta, y nada más dos le echaron la culpa a los líderes, mientras que 15 hombres dieron éstas como respuestas. Una explicación de tales diferencias podría ser que las mujeres sienten más aprehensión hacia las autoridades y así son menos propensas a criticarlas directamente.<sup>6</sup>

### CAMBIOS EN LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA

Hasta ahora hemos tratado sobre la evidencia de los problemas económicos sufridos por los vendedores individuales durante el programa de plazas comerciales, así como del hecho de que los mismos vendedores indentificaban al gobierno como responsable de estos problemas. Nuestra hipótesis era que los problemas vinculados con el programa de plazas, así como el cambio del estatus de los vendedores ambulantes —con la necesidad de organizarse dentro del PRI para poder defender sus mercados al aire libre— a dueños de locales, daría como resultado una disminución del apoyo por el PRI a nivel individual y organizacional. Queríamos ver, sobre todo, si los vendedores se sentían menos forzados a mostrar su lealtad hacia el PRI, al mismo tiempo que si la influencia de las organizaciones había disminuido en términos de la militancia política de los ambulantes.

Por este motivo, preguntamos a los encuestados a qué partido pertenecía su líder e hicimos cuatro pares de preguntas acerca de su participación política antes y después del proyecto de plazas: 1) si era requisito ser miembro de algún partido político para poder vender; 2) si era necesario militar en favor de algún partido político; 3) por qué partido votaron en las últimas elecciones, y por quién votarían en el momento de la encuesta, y 4) cuál partido ayudaba más a los intereses del ambulante. Se puede notar que las dos primeras preguntas apuntan hacia las obligaciones políticas que fueron impuestas a los ambulantes por parte de sus organizaciones. La tercera y la cuarta, en cambio, miden el nivel del apoyo *individual* hacia algún partido político u otro.

Para cada pregunta listamos ocho opciones —seis de los partidos más importantes en el momento, una opción para “ninguna” y una opción para “otro”. Si respondieron “no sé”, se tomó como “no respondió”.

Como se puede ver en la gráfica 5, mientras la gran mayoría de los vendedores tuvieron líderes afiliados al PRI, lo que muestra la fuerza del clientelismo en el sector

<sup>6</sup> En una prueba estadística usando el CHI<sup>2</sup>, la diferencia entre las respuestas de hombres y mujeres dio el siguiente resultado significativo para la gráfica 3: CHI<sup>2</sup>= 23.793 con DF=12, p-value=0.024 (Cramer's V=0.255). Para la gráfica 4, donde las categorías están reducidas, el CHI<sup>2</sup> es todavía más significativo: CHI<sup>2</sup>=16.980 con DF=4, p-value=0.002 (Cramer's V=0.216).

del ambulante, en términos de su participación y actitudes políticas sufrieron un cambio brusco que los alejó del PRI, tanto a nivel individual como a nivel organizacional. Este cambio no se dio principalmente hacia otro partido, sino hacia la categoría de “ninguno”, reflejando así más bien una despolitización del sector.

Para simplificar la presentación de los datos, en la gráfica 6 representamos estos datos en términos del porcentaje de encuestados que mencionaron al PRI en sus respuestas. Como se puede apreciar, las cifras resultantes muestran una pérdida estadísticamente significativa de apoyo para el PRI durante el transcurso del proyecto de plazas por cada criterio.

Antes del programa de plazas comerciales, casi la mitad (42%) de los encuestados reportó que eran obligados a ser miembros del PRI, y casi dos tercios (61%) tenían que militar a favor del PRI en actos de apoyo político, demostrando el importante papel que las organizaciones de ambulantes desempeñaban para el PRI. Pero después del proyecto de plazas, estas cifras cayeron precipitadamente a sólo 28% y 33% respectivamente, indicando que las organizaciones ya no podían presionar a los vendedores en la misma medida para apoyar al PRI.<sup>7</sup>

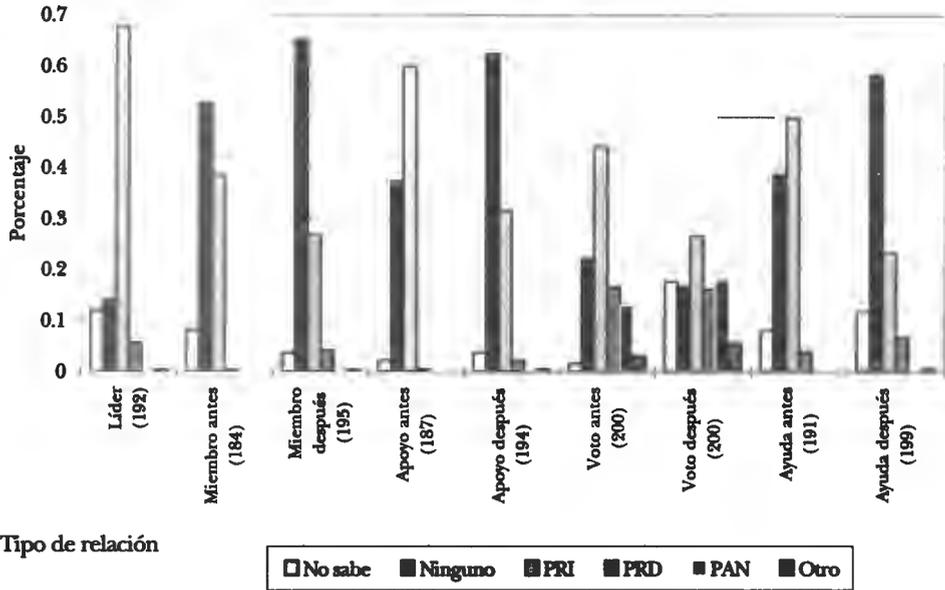
Cuando se comparan estos resultados con las respuestas a la tercera y cuarta preguntas, se nota que —de acuerdo con un argumento clientelista— el apoyo individual para el PRI en términos del voto queda muy por debajo del nivel de apoyo que se demostró públicamente bajo la presión de sus organizaciones. Por ejemplo, mientras que el 61% de los ambulantes reportó haber asistido a actos públicos en favor del PRI antes del proyecto de las plazas, nada más 44% reportó haber votado por ese partido. Después del proyecto, el nivel de apoyo hacia el PRI cayó todavía más, y apenas el 27% de los encuestados dijo que votaría por él.

Más claros todavía se muestran los resultados de la cuarta pregunta, en la cual los encuestados pudieron opinar sobre cuál partido representaba mejor sus intereses. Mientras que el 50% de los encuestados sintieron que el PRI representaba mejor los intereses de los ambulantes del Centro Histórico *antes* del proyecto, nada más 23% pensaron que el PRI representó mejor sus intereses después, lo que demuestra una plena decaída en los vínculos entre los ambulantes afectados por el programa y el PRI.

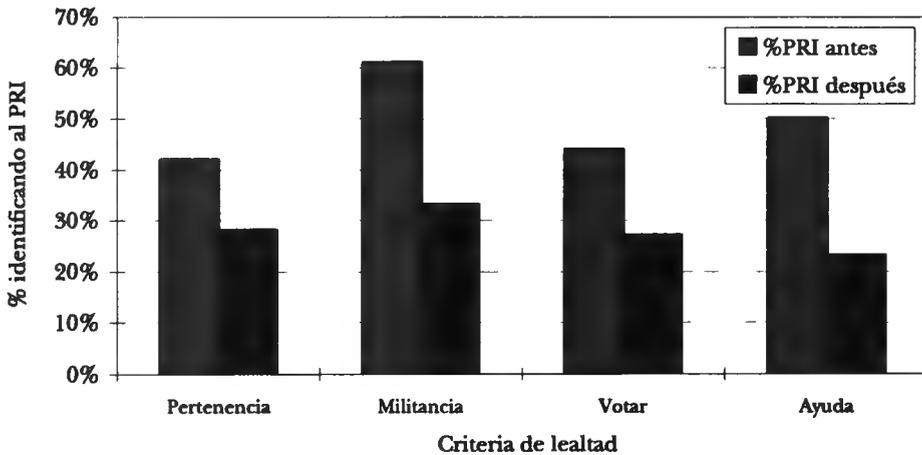
Tomados en conjunto, los cuatro indicadores sugieren que el programa de plazas fue un instrumento que debilitó el apoyo clientelista al PRI precisamente entre aquellos grupos que supuestamente debían de ser los beneficiarios del mismo proyecto: los ambulantes.

<sup>7</sup> En la t-test, prueba de diferencia de grupos pares, la diferencia entre todos los pares de preguntas era significativa al nivel de  $p < .001$ .

GRÁFICA 5  
RELACIÓN CON PARTIDOS POLÍTICOS



GRÁFICA 6  
LEALTAD HACIA EL PRI ANTES Y DESPUÉS DEL PROYECTO: CUATRO CRITERIA



## DISCUSIÓN

Los datos de la encuesta de nuevos locatarios y ambulantes en el Centro Histórico después del programa de construcción de plazas comerciales muestran claramente las presiones económicas que sintieron los vendedores y la disminución del apoyo que aquéllos brindaron al PRI. Al mismo tiempo, el hecho de que la mayoría de los problemas citados por los locatarios para explicar el fracaso de las plazas implique a las autoridades indica que existe un patrón que vincula estos hechos. En entrevistas abiertas con vendedores y líderes, este patrón queda claro.

Los líderes que estaban afiliados al PRI no tardaron en expresar sus críticas hacia la reubicación y el DDF. Guillermina Rico y Alejandra Barrios, las dos lideresas más importantes de la zona, acusaron ambas al DDF de crear una nueva clase de “toreros”, en las calles del primer cuadro, que respondieron a los inspectores de vía pública: “No pueden vender en los mercados, así que están ‘toreando’, y los inspectores (de vía pública) ahora son los líderes”, pues cobraban mordidas para dejarlos vender, acusó Rico.

Estas críticas aumentaron en la medida en que los líderes afiliados al PRI sintieron que la administración estaba favoreciendo ahora a organizaciones afiliadas a partidos de oposición. “Nosotros podemos entregar al sistema 80% de las curules (en las elecciones para consejeros ciudadanos), pero no se dan cuenta de la importancia que tenemos”, argumentó el asesor de uno de los líderes, y añadió: “Si fuéramos a unirnos a la oposición, probablemente nos iría mejor.”

Otro líder, en el área de La Merced, no fue tan delicado: “Nadie está afiliado al PRI por convicción”, aseguró, “todos estamos con el sistema por conveniencia. Y puede llegar el día en que ya no sea conveniente”. Aunque siguió siendo leal por el momento, agregó que militantes del PRD y del Sindicato de la Ruta-100 (uno de los sindicatos más radicales de México que se había aliado con el EZLN) estaban tratando de formar una alianza con los ambulantes del área. “Si fuéramos a formar parte de la oposición, imagínate lo que ocurriría”, dijo.

El enojo de los líderes procedió de la convicción de que el sistema los había traicionado. Después de convencer a su “gente” de que las plazas comerciales eran la mejor opción para ellos, con base en las promesas que les habían hecho las autoridades, ahora se enfrentaron con la decepción de su pertenencia, que puso en peligro sus posiciones. Para recuperar la confianza de sus agremiados era imprescindible que le echaran la culpa a la administración y al PRI.

Porque entre los vendedores, la percepción de las plazas estaba fuertemente vinculada con su percepción de las autoridades, el PRI y sus propios líderes, quienes, según muchos, los habían abandonado para ponerse de acuerdo con la reubicación. Un matrimonio de ancianos, después de platicar con una entrevistadora de los problemas que habían sufrido con su local (habían vendido su casa para poder dar el enganche para el puesto, y apenas podían pagar el mantenimiento mensual) y con su líder, expresó su miedo de que al investigador principal lo fuera a atacar uno de los líderes.

Las notas de otra entrevistadora son iluminadoras acerca de los problemas que enfrentó otra vendedora a nivel psicológico:

Se siente muy presionada. Un día, cuando venía de su casa a la plaza se le vino a la mente suicidarse. ¡Ya estaba decidida! Pero no lo pudo hacer, y se fue a rezar. Cuando no vende se desespera. Esta semana tiene que pagar la electricidad, y no tiene dinero. No les dice nada a sus hermanos para no preocuparlos, pero hay días en que no quiere comer (por las preocupaciones) y despierta con dolor de cabeza (notas de campo).

Muchos vendedores notaron que ya no se sentían obligados con los líderes ya que tenían su propio puesto, y ya no pagaron las cuotas a las asociaciones. Paradójicamente, sin embargo, los vendedores que tenían más presiones económicas tenían que apoyarse en las asociaciones para recibir varios tipos de protección. Por ejemplo, el hecho de que muchos locatarios pudieran suspender sus mensualidades al banco sin perder sus puestos era gracias a que los líderes, que les aconsejaron suspender los pagos en espera de negociaciones con las autoridades acerca del nivel de intereses que se iban cobrando. Muchos líderes organizaban un sistema para que los locatarios pudieran tomar turnos vendiendo afuera de sus plazas para aumentar sus ingresos, a cambio de cuotas diarias. Así que, en realidad, nada más los locatarios más exitosos pudieron de veras independizarse de los líderes.

Políticamente, el distanciamiento del PRI se observó en casi todas las entrevistas, sin importar si el entrevistado apoyara o no a su líder. El apoyo para el líder en muchos casos se expresó en el sentido de que estaba también en contra del gobierno, mientras que los que lo atacaban lo hicieron por la percepción de que existía una alianza entre el líder y las autoridades. En realidad, los líderes se encontraron atrapados en la posición desfavorable de haberse identificado fuertemente con un sistema político que después figuró como el principal enemigo de sus miembros. No debe sorprender, entonces, que los líderes se sintieran frustrados y frecuentemente atacaran al sistema por su cuenta, y que los más importantes pelearan directamente con los granaderos para poder mantenerse a la cabeza de sus organizaciones.

## CONCLUSIONES

Hoy en día el PRI enfrenta una crisis política sin precedentes que nació principalmente del debilitamiento del sistema corporativista que lo había sustentado por más de seis décadas. En muchos aspectos, el ex presidente Carlos Salinas de Gortari alentó este proceso, en parte con sus políticas económicas y en parte con sus intentos por cambiar el partido mismo. Económicamente, los principales golpes que dio el salinismo al sistema de corporativismo fueron la reforma al código agrario que amenaza con desmantelar al sistema ejidal en el campo, la privatización del sector paraestatal y la apertura del mercado mexicano a la competencia mundial y de Estados Unidos (el GATT y el TLC), mismos que resultaron en un fuerte aumento en las

tasas de desempleo y redujeron la capacidad del PRI para manejar puestos de trabajo con fines políticos.

A la luz de estos cambios, el proyecto de plazas comerciales se puede ver como parte de un programa mucho más amplio de la “modernización” del sistema económico del país que afectó negativamente la base corporativista del PRI. Por cierto, esta interpretación coincide con las críticas de aquellos que ven al PRI como un “dinosaurio” que se tiene que hacer a un lado para poder “modernizar” al país.

Pero visto de otra manera, parece paradójico que la construcción de mercados, que en los años sesenta fue un mecanismo para incorporar al ambulante dentro del PRI, se vea en los años noventa como un mecanismo de desincorporación. Lo que resuelve esta paradoja es el hecho de que el proyecto de mercados de Uruchurtu en los años sesenta fue diseñado para estimular directamente la organización entre los ambulantes, y proporcionó incentivos significantes para que aquellos se organizaran dentro del PRI. Mientras se organizó el proyecto de plazas comerciales alrededor de las organizaciones existentes de vendedores, el patrimonio individual de los puestos socavó los intereses colectivos de los ambulantes en la defensa común de su territorio, y minó así la autoridad de los líderes, que estaba basada en esta necesidad colectiva. Al mismo tiempo, la falta de planeación adecuada mostró claramente que los intereses de los vendedores no eran de ninguna forma prioritarios para las autoridades.

En términos globales, el efecto del programa se reduce al territorio limitado en el cual se llevó a cabo. Aunque afectó más o menos a 10 000 ambulantes, existen todavía casi 200 000 ambulantes y tianguistas en condiciones informales en la ciudad. El sueño de los burócratas de llevar a cabo el programa en toda la ciudad todavía está muy lejos de poderse cumplir. Sin embargo, esta experiencia arroja unas preguntas y advertencias que se deben tomar en cuenta en el futuro, en la medida en que México vaya entrando al siglo XXI.

Modernización y democratización en México usualmente se han interpretado como una cuestión de atacar y dismantelar la estructura corporativista del PRI. De esta forma, el hecho de que los vendedores ambulantes se volvieran en contra del PRI en la medida en que les afectó negativamente la reubicación en plazas comerciales se puede ver como un paso positivo. Pero de otro modo, la manera en la cual el proyecto se llevó a cabo —descuidando completamente los intereses de este grupo social— puede revelar un peligro todavía más grande: el hecho de que los intereses de grupos marginados tales como los ambulantes y otros en la economía informal pudieran ser pasados completamente por alto, si este sistema corporativista se descompone sin que haya otra alternativa mediante la cual pudieran expresar sus intereses. O sea, los vendedores se volvieron en contra del PRI en este caso porque se encontraron con que éste ya no cumple con sus necesidades. Pero resta la pregunta: en términos de *sus* intereses, ¿quién más puede hacerlo? Cuando el Estado “moderno” empieza a alabar una nueva era de eficacia y ordenamiento en los centros urbanos, ¿de qué forma se van a defender los grupos que, a criterio de las clases medias y altas, se interponen en el camino hacia la modernidad?

## BIBLIOGRAFÍA

- ARDF (Asamblea de Representantes del Distrito Federal), 1993, "Bando por el que se prohíbe el ejercicio del comercio en la vía pública..." *Diario Oficial*, 12 de julio de 1993, México.
- Baca, Pedro, 1990, "Las zarinas de las banquetas", *Contenido*, México, agosto, 1990.
- Brachet-Marquez, Viviane, 1992, "Explaining Sociopolitical Change in Latin America", *Latin American Research Review* 3:91-122.
- Camp, Roderic A., 1980, *Mexico's Leaders: Their Education and Recruitment*, University of Arizona Press, Tucson.
- Camp, Roderic A., 1990, "Camarillas in Mexican Politics: The Case of the Salinas Cabinet", *Mexican Studies/Estudios Mexicanos* 6:85-107.
- Castells, Manuel y Alejandro Portes, 1989, "World Underneath: The Origins, Dynamics and Effects of the Informal Economy", en Alejandro Portes, Manuel Castells y Lauren A. Benton (comps.), *The Informal Economy: Studies in Advanced and Less Developed Countries*, Johns Hopkins University Press.
- Cornelius, Wayne A., 1975, *Politics and the Migrant Poor in Mexico City*, Stanford University Press, Stanford.
- Cross, John C., 1996, "El desalojo de los vendedores ambulantes: paralelismos históricos en la ciudad de Mexico", *Revista Mexicana de Sociología*, 58:95-115.
- DDF, 1990, *Diagnóstico y propuesta de ordenamiento del comercio en la vía pública del Centro Histórico de la ciudad de México*, México, D. F., marzo, 1990.
- DDF, 1991, "Comercio en vía pública, su reubicación, una decisión política", documento interno, agosto, 1991.
- DDF, 1992, "Programa inmediato de mejoramiento del comercio popular", documento interno, agosto, 1992.
- DDF, 1993, "Delegación Cuauhtémoc. Censo de vendedores ambulantes. Centro Histórico, marzo-abril-mayo 1993", documento interno.
- DDF-Delegación Cuauhtémoc, 1990, "Informe de Actividades del C. Lic. Ignacio Vázquez Torres, Delegado en Cuauhtémoc", presentado a la ARDF, junio, 1990.
- DDF-Secretaría General de Gobierno, 1992, "Programa de mejoramiento del comercio en la vía pública", documento interno, febrero, 1992.
- Davis, Diane E., 1994, *Urban Leviathan: Mexico City in the Twentieth Century*, Temple University Press, Filadelfia.
- De la Peña, Guillermo, 1992, "¿Una nueva cultura política?", en Jorge Alonso, Alberto Aziz y Jaime Tamayo (comps.), *El nuevo Estado mexicano, IV: Estado y sociedad*, Nueva Imagen, Mexico.

- Eckstein, Susan, 1977, *The Poverty of Revolution: The State and the Urban Poor in Mexico*, Princeton University Press, Princeton, N. J.
- Eckstein, Susan, 1990, "Formal Versus Substantive Democracy: Poor People's Politics in Mexico City", *Mexican Studies/Estudios Mexicanos* 6:213-239.
- Pyle, Jane, 1968, *The Public Markets of Mexico City*, University Microform Library Service, Ann Arbor.
- Pyle, Jane, 1978, "Tianguis: Periodic Markets of Mexico City", en Robert H. T. Smith (comp.), *Marketplace Trade-Periodic Markets, Hawkers, and Traders in Africa, Asia and Latin America*, Centre for Transportation Studies, Vancouver.
- Sanyal, Bishwarriya, 1991, "Organizing the Self-employed: The Politics of the Urban Informal Sector", *International Labor Review* 130:39-56.
- Smith, Peter, 1979, *Labyrinths of Power: Political Recruitment in Twentieth-Century Mexico*, Princeton University Press, Princeton.
- Story, Dale, 1986, *The Mexican Ruling Party: Stability and Authority*, Praeger, Nueva York.
- Ward, Peter, 1990, *Mexico City: The Production and Reproduction of an Urban Environment*, Bellhaven Press, Londres.