

Trabajo e Identidad colectiva en los tianguistas de la Ciudad de México: Una propuesta teórico metodológica.

José Luis Gayosso Ramírez*

Palabras clave: trabajo atípico, comercio callejero, identidad colectiva, metodología.

Abstract

Las particularidades contenidas en el trabajo no clásico, atípico, tan ampliamente extendido en México desde hace varias décadas, conlleva la necesidad de analizarlo desde una perspectiva alternativa a como tradicionalmente se ha venido haciendo, es decir, considerando todas las actividades de este tipo de trabajo en el denominado sector informal. De manera específica, el trabajo realizado en los tianguis y la problemática laboral y social que se ha generado paralelamente a su veloz extensión, es importante estudiarlo bajo una perspectiva que supere la concepción dualista de formal/informal y recurra a una noción ampliada del trabajo, así como bajo una epistemología y metodología que no se conforme con la mera descripción de los hechos, concibiendo a los sujetos como entes pasivos, sino que permita el análisis de la realidad laboral de este tipo de trabajadores tanto en su dimensión objetiva y subjetiva así como vislumbrando el espacio de posibilidades en que dichos sujetos interactúan. El objetivo, entonces, del presente trabajo es precisamente dar cuenta tanto de la importancia del estudio de los tianguistas de la ciudad de México, como de proponer un planteamiento teórico metodológico alternativo que nos lleve al conocimiento integral del sujeto en cuestión.

I. Introducción.

El tianguis históricamente ha tenido una gran importancia como espacio de intercambio comercial y abastecimiento para la gran mayoría de la población en México. Desde la época prehispánica¹ los habitantes de tenochtitlan acudían cotidianamente al ‘tianguistli’ con el objeto de intercambiar y consumir diversos productos que los ‘pochteca’ o comerciantes les ofrecían, siendo el lugar por excelencia para el desarrollo de esta actividad además de espacio de agregación social y expresión cultural y religiosa.

Los intentos por regular y poder tener un mayor control sobre este tipo de concentraciones comerciales, durante la colonia, fueron infructuosos al paso

* Estudiante en el Postgrado de Estudios Sociales, Línea Estudios Laborales, a nivel Maestría de la Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa. Email. j_luisgram75@hotmail.com.

¹ El término ‘tianguis’ de hecho es de origen náhuatl, cuyo significado es mercado o feria.

del tiempo, toda vez que, aunque logró desarrollarse lo que sería la Plaza Mercado² con establecimientos comerciales fijos y toda la actividad ahí realizada por los comerciantes normativizada más o menos de forma estricta, ello no impidió la permanencia y crecimiento tanto de los tianguis como del comercio ambulante al margen del reconocimiento institucional.

Al llegar el siglo XX, y con el auge del desarrollo industrial y su consecuente proceso de migración poblacional del campo a la ciudad, las actividades llamadas de subsistencia se multiplicaron debido a la incapacidad de la gran industria para absorber toda la fuerza de trabajo disponible. Es así como, atendiendo en primera instancia a una necesidad de sobrevivencia económica, un sector importante de la población, excluida de los 'beneficios' de contar con un empleo remunerado, se ve obligada a llevar a cabo actividades laborales por cuenta propia como dedicarse a la producción de artesanías, a oficios como la construcción, y a la venta callejera, pues de hecho eran actividades más inmediatas, sin grandes restricciones y en las que no se necesitaba una capacitación especializada previa para ejecutarlos, amén de que la mayoría de quienes las realizaban posiblemente ya lo hacían desde sus lugares de origen, es decir contaban con una experiencia anterior en este tipo de ocupaciones.

El crecimiento de la población en la ciudad de México, trajo consigo la necesidad de ampliar los canales de distribución y abasto por parte de las autoridades gubernamentales, motivándose así la proliferación de los mercados públicos y las plazas comerciales, que no obstante, no lograron satisfacer las necesidades de consumo de la población, sobre todo en aquellas zonas de la periferia donde se asentaban grandes contingentes sociales empobrecidos. El desarrollo de los tianguis en estos últimos lugares fue la respuesta a la necesidad social de abastecimiento de productos de primera necesidad sin tener que trasladarse a otras áreas de la ciudad con un mayor desarrollo económico, principalmente la zona centro y sus alrededores en donde si existían mercados, o a las plazas de los pueblos contiguos.

Y como respuesta espontánea de la población a la necesidad prioritaria de abastecerse, el desarrollo de los tianguis careció desde un inicio de una regulación, control y reconocimiento legal por parte de las autoridades. Dicha

² La Plaza de los Mercaderes, El 'Parián' y la Plaza del Volador fueron ejemplos de este tipo de mercados.

actividad quedó, entonces, subsumida al denominado sector 'informal' de la economía.

Con el advenimiento de las crisis económicas de las últimas tres décadas del siglo XX, el crecimiento del trabajo 'informal', o como nosotros le llamaremos: atípico³ (De la Garza, 2007^a), se exacerba ampliamente, de tal forma que en el caso concreto del comercio callejero, tanto ambulante como semifijo, como los tianguis, aumenta desproporcionalmente.

De manera particular, siendo el caso específico que nos ocupa, el comercio callejero en México ha aumentado en un 40 por ciento en cuatro años, de acuerdo con una investigación de Economist Intelligence Unit (EIU, 2005), lo que representa más de 1.6 millones de personas.

En este sentido el desarrollo del comercio callejero en tianguis alcanza ya una cantidad de 200 a 300 mil vendedores de tianguis en el D.F.⁴, sin que sea una cifra fija debido a que diariamente se incorporan mas personas a esta actividad. Las razones de este crecimiento, empero, no se reducen sólo a una intención de 'sobrevivencia' económica de parte de quienes optan por dedicarse a la venta en tianguis por encontrarse desempleados, por los bajos salarios, y por el aumento en las necesidades económicas de la población, como las nociones ortodoxas lo afirman, sino que, a la par de estas circunstancias, se encuentran otras más como la alta flexibilidad en las condiciones de trabajo del comercio callejero y la falta de requerimientos para dedicarse a él (Torres, 1997), aún cuando interviene también de manera importante la existencia de redes sociales y familiares como condición necesaria para la inserción en este tipo de trabajo. En este sentido, de acuerdo con datos proporcionados por un estudio realizado por la Facultad de Contaduría y administración de la UNAM, en efecto, la necesidad económica es una de las razones más importantes por las que el 38% de los tianguistas entran a este negocio. Sin embargo el 35% lo hace porque cuenta con familiares que ya realizaban esta actividad, por lo que su inserción fue directa siendo la ocupación de tianguista transmitida intergeneracionalmente; el resto de los tianguistas encuestados dijo

³ El trabajo atípico sería el no subordinado a un solo patrón, o integrado a una sola empresa, sin contrato por tiempo indeterminado, sin tiempo completo, desprotegido, riesgoso pero no necesariamente precario, también aquellos en los que el cliente está implicado directamente en la producción

⁴ *La Jornada*, 19 de marzo de 2007.

encontrarse en esta ocupación por el gusto al trabajo que realiza (17%) y por que no encuentra algún otro (10%) (Castro, 2004).

Pero a la vez, la venta en tianguis es considerada como una actividad laboral difícil y con nulas condiciones de seguridad social para los vendedores:

“como una actividad dura y violenta debido a las largas jornadas (diez horas en promedio), los efectos del smog, las inclemencias del tiempo sobre la salud, la disminución de la atención a los hijos y al hogar, la posible suspensión de ingresos en caso de enfermedad o vejez que impidan el traslado cotidiano al área trabajo y la violencia social del medio.” (Reyes, 1996)

Situación que, sin embargo, no ha impedido su crecimiento.

Por otro lado, visto desde el ámbito del consumo, el comercio informal se explica tomando en cuenta que, en la medida en que han ido sucediendo las crisis económicas, a partir de los años setenta, éstas han conllevado una disminución real de la capacidad de subsistencia de la población, por lo que amplias capas de ésta, ubican al comercio callejero no establecido como una alternativa para poder adquirir productos a un precio menor.

En general, la explicación recurrente sobre las causas que originan el comercio callejero aduce de manera absoluta a consideraciones de carácter económico: las crisis económicas, los bajos sueldos, el desempleo, etc., para explicar su surgimiento sin tomar en cuenta que, adicionalmente a estos factores, se encuentran también otros más de índole cultural e histórico.⁵ Esto implicaría admitir que el comercio callejero es la respuesta a un contexto de crisis económica, única y llanamente, soslayando por ejemplo el proceso de construcción social inherente al desarrollo de esta actividad laboral.

II. Caracterización sobre la dinámica de trabajo en el tianguis.

Dado entonces este desarrollo desmedido del comercio callejero y toda la problemática propia a dicho proceso, es importante conocer más a fondo no sólo el aspecto formal y los efectos sociales más evidentes de la actividad

⁵ Es decir, que la actividad de comerciante, aún cuando sea realizada en puestos itinerantes en plena vía pública, no sólo es creada como una ‘estrategia’ de toda aquella persona que se encuentra desempleada o que percibe un salario bajo, sino que suele ser igualmente producto de una transmisión del oficio que se da intergeneracionalmente, y que conlleva toda una gama de costumbres, valores, prácticas, en suma, de una cultura laboral del vendedor callejero que se aprende, produce y reproduce históricamente desde la época prehispánica hasta la actualidad.

desarrollada por los tianguis sino tratar de entender y analizar sobre todo las prácticas y los significados de los sujetos que ahí laboran así como el espacio de posibilidades bajo el cual actúan. Lo cual conlleva conocer las normas, formales e informales, las regulaciones, legales y consuetudinarias, los tipos de control sobre el trabajo que se ejercen así como la forma en que es construida socialmente su ocupación.

Cabe señalar que este tipo de comercio en la vía pública no ha sido un tema soslayado por investigaciones sociales sino que se ha estudiado, si bien no de manera amplia, por lo menos con cierto interés recurrente. El problema es que estas investigaciones han priorizado estudios desde la perspectiva económica, partiendo de la visión dualista de formalidad/informalidad (Cortés, 1990, 1991; Gutiérrez, Gutiérrez, 1996; Mendoza, 1994; Valenzuela, 1993) considerando al trabajo de venta callejera sólo como una actividad de subsistencia de carácter temporal y no como una forma estructurada de trabajo con normas, controles sobre el proceso de trabajo, relaciones laborales explícitas o implícitas, mecanismos de inserción y permanencia, etc., o bien han destacado aspectos más sociodemográficos (Solís Pérez, 1997; Contreras, 1988) priorizando la recolección de datos que tienen que ver con el origen de los trabajadores, los ingresos, el tipo de producto, la composición por género, etc., e históricos, abocándose al estudio de los orígenes del comercio desde la época prehispánica con el tianquiztli (Garibay, 1961; Díez-Gutiérrez, 1981), o haciendo recuentos del proceso de desarrollo que ha tenido a lo largo del tiempo (Escobedo, Yabar, 1990). Por lo tanto, estos estudios dejan de lado aspectos más sociológicos que pueden ayudar a comprender sus particularidades como proceso de trabajo, por un lado, y por otro, que den cuenta del significado que le otorgan los sujetos actantes a su actividad. Aún estudios realizados desde una perspectiva de género (Escobar y Berger, 1988) y desde la geografía humana (Veleda da Silva, 2003), no han dejado de priorizar el enfoque que aduce a lo legal o formal como parámetro de explicación sobre el comercio callejero o desde la visión propia del mercado, en función de la oferta y la demanda sociales de este tipo de actividad.

El tianguis, como ya se menciona, se extiende ampliamente en distintas colonias de la ciudad de México, sobretodo en zonas precarias y de población

de origen rural. De inicio, la forma que asume es similar, precisamente, a la Plaza mercado desarrollada a lo largo del tiempo en distintas regiones del país, y de la cual la población migrante toma como referencia inmediata para iniciar un tipo de comercio local, necesario para los pobladores ante la falta de mercados públicos establecidos.

Los tipos de productos que inicialmente se comercializaban en los tianguis eran de carácter perecedero de consumo básico como verduras, frutas, abarrotes, carnes, es decir aquello que era inmediatamente necesario para el consumo cotidiano de la población circundante y que, para no tener que acudir a zonas más alejadas, la consumían en el tianguis semanal. Otra de las características era que este tipo de conjunto de abastecimiento itinerante la llevaban a cabo los propios vecinos de la zona en donde se colocaba, sin extenderse demasiado a otras áreas ni participando en él personas provenientes de otros lugares.

Con el advenimiento y propagación de mercados públicos y supermercados se llegó a considerar que el tipo de comercio ejercido en los tianguis desaparecería, no obstante, lejos de ello, en realidad ha aumentado considerablemente gracias a la alta demanda por parte de la población de los productos que ahí se venden y que ahora se han diversificado ampliamente, así como al costo que suele ser todavía menor que en otros sitios establecidos. Es decir, tanto la oferta como la demanda comercial en los tianguis han aumentado, y lo siguen haciendo incesantemente por lo que su desaparición resulta ampliamente dudosa. Sobre todo porque adicionalmente a la oferta y demanda de índole comercial se agregan otros factores que han permitido el desarrollo de los tianguis tanto en su amplitud como en el número total de ellos. Entre dichos factores pudieran estar:

1. Ser coadyuvantes en el impulso de la economía de carácter regional por encargarse de la distribución de productos en un nivel local.
2. Porque en ellos se comercializan productos de tipo artesanal que difícilmente se encuentran en supermercados o comercios establecidos.
3. Su carácter potencial es el de reforzar estas modalidades para impulsar el comercio más justo con los pequeños productores directos.

4. Porque han representado una opción laboral viable para una gran cantidad de personas desempleadas o que carecen del capital económico y social para incorporarse al mercado de trabajo formal.

5. En los países periféricos los mercados itinerantes juegan un papel importante en las formas de abastecimiento material de las unidades familiares para su subsistencia.

6. Los mercados itinerantes también son espacios de socialización en donde se dan relaciones no solo económicas sino vinculadas a un amplio tejido de redes de capital social y de la cultura popular (Contreras, 2007).

Ahora bien su crecimiento y ampliación ha conllevado diversos problemas sociales urbanos generando, a su vez, respuestas poco tolerantes de parte de autoridades gubernamentales y que tienden a una regulación mucho más estricta y al reordenamiento de los espacios que se ocupan con el fin de restringir y delimitar su extensión, así como tratar de incorporar a los comerciantes de tianguis al sistema de tributación. Entre dichas problemáticas se encontrarían:

1. El no pago de impuestos.
2. Efectos ambientales negativos: generación de basura, de desechos sólidos, y de desechos fisiológicos; contaminación de automóviles por la utilización de las calles y vías de tránsito como estacionamiento, contaminación auditiva, etc.
3. Inseguridad pública: por el peligro que representa la utilización de energía eléctrica sin las instalaciones adecuadas; el manejo de cilindros de gas; la obstrucción del tránsito peatonal y vehicular; el robo a la clientela y a los mismos comerciantes.
4. Problemas de salud: la venta de alimentos sin las condiciones higiénicas mínimas; la no existencia de servicios sanitarios para la clientela y los vendedores.
5. La nula garantía para los consumidores de los productos que adquiere.
6. La falta de seguridad social para los propios comerciantes.
7. Venta de mercancía de origen ilícito: fayuca, mercancía robada, piratería, estupefacientes, armas, etc. (Mendoza, 1999)

Es importante señalar que, en la medida en que se ha extendido el número de tianguis en la ciudad de México, los productos que en estos lugares se

comercian también se han ido diversificando; de esta manera, ya no solo se venden productos de primera necesidad, como en un inicio fue, sino que abundan productos usados, piratería, artículos robados: ropa, joyería, telefonía celular, electrodomésticos, refacciones para autos, etc., por lo que cada vez en mayor medida representa un espacio para el consumo de cualquier objeto que la población necesite, y a un precio menor que en el comercio establecido.

Ahora bien como actividad laboral las particularidades de este tipo de trabajo podrían estar referidas a la flexibilidad de las formas de trabajo que se utilizan: puestos semifijos, horarios no estrictos, comportamientos del trabajador no determinados por alguna jerarquía (en cuanto a su forma de vestir, de hablar, de comunicarse), procesos de trabajo basados en la experiencia y espontaneidad del vendedor, tiempos ‘muertos’ de trabajo; condiciones de trabajo inseguras: espacios de venta no higiénicos, proclives a las inclemencias del tiempo, a la delincuencia, sin atención médica en caso de enfermedades o accidentes; realización del trabajo en un ambiente de total incertidumbre: en cuanto al ingreso económico, a la pertenencia del lugar donde vende, en su salud, en su seguridad, etc.

Todo ello genera cierta particularidad y diferencia del tianguista con respecto a otro tipo de trabajadores, sobre todo con los trabajadores asalariados, que le permiten reconocerse como un tipo de trabajador con elementos de identificación colectiva y de diferenciación específicos. De la misma manera, actualmente, se han dado muestras de la organización y movilización colectiva de este tipo de trabajadores por la defensa de su espacio de trabajo ante el intento de despojo por parte de las autoridades gubernamentales capitalinas.⁶

III. Propuesta teórica metodológica.

Desde nuestra perspectiva, no es posible reducir el tipo de trabajo que se ejerce en los tianguis a lo ‘informal’⁷, o únicamente como una actividad de subsistencia económica de carácter temporal, sino que es importante

⁶ Los tianguistas de Coyoacán, por ejemplo, se han movilizado y llevado a cabo diversas acciones con el fin de contrarrestar las medidas de las autoridades delegacionales para despojarlos de su espacio de trabajo que ha sido construido, tanto por los vendedores como por la clientela, durante más de 25 años.

⁷ El denominado sector informal, desde sus primeras concepciones como tal, ha carecido de definiciones precisas y, al contrario, ha sido utilizado de manera ambigua y sin una fundamentación teórica más amplia, como lo ha señalado Carlos Salas (2006).

concebirla como una actividad laboral histórica y socialmente construida y, por lo tanto, transmitida y reproducida intergeneracionalmente con las particularidades culturales que ello supone. Para lo cual nos basamos en una concepción ampliada de lo que es el Trabajo, es decir, como toda aquella actividad no necesariamente productora de bienes tangibles sino de servicios, productos simbólicos inmateriales, etc., ya sea que contenga una clara, estricta y formalizada definición de las normas o bien esté imbuida por reglas informales y consuetudinarias, asimismo en donde intervienen una multiplicidad de actores y se produce una complejidad de relaciones sociales. (De la Garza, 2006)

Y, justamente, para la investigación de estos aspectos concernientes al trabajador de tianguis y a su espacio laboral, así como a sus otros espacios de interacción cotidiana, es necesaria la utilización de una epistemología y metodología alternativas, diferente a la sostenida por la corriente hegemónica durante una buena parte del siglo XX: el positivismo.

El por qué prescindir de la epistemología positivista lo justifican los diversos planteamientos y concepciones estrechas y limitadas que son inherentes a esta forma de aprehensión de la realidad, cuyo proceso metodológico no nos permitiría un entendimiento integral de los factores que intervienen en la constitución y praxis de nuestro sujeto de estudio, y mucho menos poder plantear las tendencias y lo potencial de su acción social.

Previo a la definición del problema específico de investigación, relacionado con los trabajadores de tianguis, es necesario explicitar la propuesta teórico metodológica bajo la cual desarrollaremos nuestra perspectiva de análisis.

Nuestra intención es llevar a cabo un proceso de investigación de los sujetos arriba referidos desde una epistemología y metodología alternativas al positivismo y su modelo hipotético deductivo, toda vez que su noción sobre la realidad es absolutamente estática y sin una concepción de los sujetos sociales como creadores de su propia historia sino solo como sujetos sujetos por las leyes sociales determinadas a priori.

La epistemología crítica que retomamos plantea, a diferencia del positivismo, concebir la realidad en constante movimiento, y a los sujetos como participantes directos en la construcción histórica, de tal forma que se hace necesaria una revisión crítica permanente de la teoría acumulada, ya que al ser transformada la realidad la teoría queda obsoleta si no se introduce en un proceso de reconstrucción a partir del análisis de la realidad concreta cambiante.

Para el positivismo la realidad representa algo dado y establecido, por lo que el objetivo del proceso de obtención del conocimiento no es otro que el de recabar los datos que la experiencia sensorial permite. Para la epistemología crítica que asumimos, en cambio, la realidad se encuentra en constante movimiento y transformación, es decir constituida por lo *dado*, las estructuras, las regularidades de larga duración, y lo *dándose*, la coyuntura, la acción histórica y creativa de los sujetos, lo que además no implica sólo la observación de la realidad inmediata sino que se conciben diversos niveles de profundidad para el análisis de lo concreto. Esta diferencia crucial permite, de acuerdo con Enrique de la Garza, plantear al devenir no como algo predeterminado y sujeto al pronóstico científico como en el positivismo, sino como un espectro de posibilidades.

De esta manera,

“En perspectivas como el positivismo, desde el momento en que se ve la realidad como sujeta a leyes universales y no hay un papel para el sujeto, el problema del conocimiento de esa realidad no es función de la práctica transformadora de dicha realidad sino de la contemplación verificativa del funcionamiento de la misma a través de los sentidos. (...) En una concepción activa de la realidad y del conocimiento, el problema de lo empírico queda subordinado al de la práctica.” (De la Garza, 2001)

En donde la práctica constituye el requisito para la concreción del futuro, no como predicción a la manera positivista, sino como ‘potenciación de lo posible’ (Zemelman, 2006)

Con ello, esta concepción sobre una realidad en movimiento y transformación también implica la relatividad de la teoría acumulada y, por lo tanto, la producción del conocimiento científico a través de la reconstrucción teórica desde los niveles más abstractos hasta los más concretos. (ibid.)

Pero, para poder realizar esta tarea trazada por la epistemología crítica de reconstrucción teórica, Hugo Zemelman (2006) propone partir del método de la

Descripción articulada, teniendo como fundamento la idea de realidad como Totalidad concreta, la cual implica entender que los procesos en la realidad no se dan aislados, sino que entre ellos hay relaciones necesarias que hay que descubrir (De la Garza, 2001) Y ello sólo es posible incluyendo en el análisis los diferentes campos temáticos que intervienen en la reproducción y construcción de lo *dado-dándose*, campos que expresan la multiplicidad y heterogeneidad de las relaciones sociales del tiempo histórico presente.

De esta forma, el análisis de la realidad social, como totalidad concreta, se inicia con la problematización y desarticulación de conceptos, para continuar con una descripción desarticulada y, a posteriori, arribar hacia lo que sería la tarea de articulación constituyéndose ésta como la nueva teoría.

Es decir, a diferencia de la perspectiva epistemológica y metodológica del positivismo en donde la teoría está dada y únicamente el ejercicio empírico a través de la creación de hipótesis es para comprobar la pertinencia de los presupuestos teóricos y de esta manera cumplir con uno de sus objetivos más importantes como lo es el pronóstico de los hechos sociales, la perspectiva que adoptamos, nos indica la posibilidad de reconstrucción teórica a través del análisis concreto de la realidad, la cual no se encuentra determinada por leyes inmanentes sino en una dinámica de *dado-dándose*, en continuo devenir y movimiento, lo cual nos permite ubicar los hechos sociales y a sus protagonistas, los sujetos sociales, no estáticamente sino en constante construcción, reproducción y cambio potencial y fáctico, condición que conlleva también la reconstrucción de la teoría y no su reificación. Por ello, la tarea de la investigación social no tiene que ser únicamente la comprobación de la teoría establecida sino la de vislumbrar, a través de la investigación en la realidad concreta, el margen de posibilidades de la acción social de los sujetos, considerando ésta última no como algo predeterminado sino como únicamente como algo posible de concretarse de acuerdo a la situación específica de cada sujeto dentro de un contexto histórico social particular.

Asimismo se parte de una noción no Standard de la teoría, o sea no como un sistema coherente axiomático deductivo, sino como *configuración* que implica concebir al objeto en sus múltiples representaciones, visto desde distintos ángulos de análisis y considerando relaciones conceptuales débiles, como las del sentido común, o fuertes, como las causales deductivas, en la teoría. Ello

implica reconocer que dentro de la teoría es posible articular conceptos puramente teóricos con términos del lenguaje común. (De la Garza, 2006). Es decir, se trata de concebir a la realidad no como un sistema coherente sino donde es posible la existencia de contradicciones, disfunciones, incertidumbres, discontinuidades, etc., sin que ello signifique la negación del objeto.

En este sentido afirma Enrique de la Garza,

“Se puede preguntar qué grado de coherencia puede tener una noción de configuración tan abierta y precisamente tendríamos que reconocer que los conceptos en las teorías también pueden ser contradictorios (no todos), presentar discontinuidades u obscuridades. No se trataría de la contradicción lógico formal, sino de algo cercano a lo que Gramsci llamó la contradicción substantiva, no lógica sino de contenido.” (ibid: 7)

Considerando entonces el planteamiento anterior, partimos en primer lugar de la definición del problema el cual puede responder a demandas sociales, fenómenos empíricos o formulaciones teóricas y la consideración del ángulo de análisis que fungirá como guía principal para la problematización y la búsqueda de relaciones posibles (De la Garza, 1989). A partir de ello, se desarrollan los campos temáticos referidos al objeto de estudio, que son concebidos como espacios de relaciones sociales en los que se distinguen diversos niveles de abstracción, diferenciaciones temporales y espaciales, así como niveles micro y macrosociales. De la revisión problematizadora de cada área se seleccionan los conceptos ordenadores cuya primera función es organizar la descripción del universo empírico del área y nivel respectivo; una función adicional es la “búsqueda de relaciones posibles, lo cual implica su desarticulación a partir de los corpus teóricos de donde provienen.” (De la Garza, 2001)

Lo anterior lo desarrollamos de manera concreta en nuestro problema a investigar seleccionando y delimitando los campos de análisis y considerando los conceptos ordenadores de acuerdo a nuestra fundamentación teórica no con un afán deductivista sino como punto de partida para la búsqueda de nuevos contenidos surgidos de la realidad empírica.

En nuestro caso específico el problema que pretendemos abordar tiene que ver con la capacidad de los sujetos para la constitución de identidades y acciones colectivas, tratando de demostrar lo equívoco de las argumentaciones

paraposmodernas⁸ (De la Garza, et.al., 2007b) sobre la fragmentación identitaria dado el contexto de precarización y flexibilización laboral. De esta manera nos interesa conocer a partir de qué elementos estructurales y subjetivos los trabajadores de tianguis logran constituir identidades colectivas y, en casos más particulares y coyunturales, también desarrollan acciones colectivas; para lo cual es importante investigar el espacio de posibilidades bajo el que estos sujetos logran concretar dichas acciones.

A partir de la definición de nuestro problema explicitamos también lo que serán nuestros ángulos de análisis.

Así, el primero de ellos es el de estructuras, subjetividad, acción, considerando que los diferentes espacios de relaciones sociales en los que el sujeto se encuentra contienen precisamente ciertas estructuras económicas, políticas, sociales y culturales, así como diversas formas de dar sentido a esa realidad de parte de los sujetos y una multiplicidad de acciones e interacciones sociales. Así que el desentrañar qué estructuras, qué subjetividades y qué interacciones intervienen y se generan en nuestros sujetos de estudio nos permitirá un entendimiento mayor de su espacio de posibilidades.

El segundo ángulo es el de la identidad y acción colectivas. Buscamos, en este sentido, encontrar los elementos que intervienen en la definición de la identidad colectiva de los sujetos considerando el factor concreto que incide en su construcción, de acuerdo al momento específico que experimentan los sujetos. Planteando, en este caso, que en los diferentes campos de relaciones sociales en donde estos sujetos interactúan existen factores que intervienen directa o indirectamente, así como conciente o inconcientemente, en la construcción de su identidad colectiva.

Definidos los ángulos de análisis, es imprescindible la selección de las áreas o espacios de relaciones sociales que se considerarán para el análisis, y que deberán estar relacionadas tanto al problema como a los ángulos de análisis definidos.

⁸ Se les denomina Parapostmodernos a los autores que sin asumir en toda su profundidad a la Postmodernidad que los llevaría finalmente al agnosticismo toman la tesis de la flexibilización como fragmentación de trayectorias laborales y de vida y tratan de mostrar en forma impresionista o a través de ejemplos, el fin de las identidades, proyectos, organizaciones y acciones colectivas amplias

Los campos de análisis elegidos para el estudio de nuestros sujetos laborales, los tianguistas de la Ciudad de México, se consideran sólo como potencialmente estructurantes y generadores de factores objetivos y subjetivos que pueden influir de manera importante tanto para la concreción del trabajo como para la definición de la identidad colectiva de los trabajadores y su posible participación en acciones colectivas.

Asimismo, se toman en cuenta diversos *conceptos ordenadores* desprendidos de nuestro marco teórico general, que precisamente tratan de ubicar y ordenar la realidad empírica a estudiar en su totalidad concreta con el afán no de comprobar lo enunciado por la teoría sino de realizar una reconstrucción y ampliación de los conceptos utilizados, lo cual puede incluso conllevar una resemantización de los mismos.

Así, el primero de los campos o áreas de análisis es el referido al **Trabajo** en el cual destacamos tres principales conceptos ordenadores: *Control del proceso de trabajo*; *Regulación de las relaciones laborales* y *Construcción social de la ocupación*. Si bien estos conceptos provienen de la sociología del trabajo industrial, nos sirven de referencia para el análisis de las formas de trabajo asumidas por los trabajadores no obreros, como lo son los tianguistas. En su espacio de trabajo puede ser posible encontrar mecanismos de control sobre su actividad laboral formales e informales así como normas y reglas explícitas e implícitas que estructuran la dinámica de trabajo así como sus pautas de reproducción.

Otro de los campos que es importante para los fines de este trabajo es el de la **Familia**. Aquí consideramos conceptos como *composición familiar*; *jerarquización de las relaciones intrafamiliares*; *estrategias de sobrevivencia familiar*; *Significados familiares sobre el trabajo y la organización social*. Con respecto a este campo es imprescindible su análisis puesto que es en el núcleo familiar donde posiblemente nuestros sujetos de estudio analicen y tomen las decisiones correspondientes a la ocupación que ejercen dentro de un ámbito de relaciones de poder por género e intergeneracionalmente, por ello tanto el tipo de composición como la forma en que se jerarquizan las relaciones familiares intervienen activamente en la definición de sus miembros sobre la ocupación que realizan así como en el tipo de identidad colectiva que asumen en el trabajo, ampliando o restringiendo su constitución.

El **territorio** constituye también un campo o área de relaciones sociales importante a considerar en nuestro caso de estudio. Se trata de considerar al territorio como espacio geográfico que delimita o hace posible la práctica laboral de los sujetos, así como influir en la dinámica de los procesos de reproducción social; pero, al mismo tiempo, como espacio construido socialmente que conlleva cierto tipo de prácticas, interacciones y formas de significar la experiencia social, lo cual conlleva procesos de apropiación del espacio y de reconocimiento mutuo de quienes lo habitan; es decir, como fuente importante en la identificación colectiva.

La **Organización social**, vista ésta de manera específica como organización tanto del gremio de tianguistas como Organización política popular más general, constituye otra de las áreas seleccionadas. La organización aquí juega un papel importante tanto en la posibilidad de obtener un espacio de trabajo como en la definición de la identidad colectiva del tianguista toda vez que nuestros sujetos de estudio se ha buscado que tengan, o pertenezcan, a algún tipo de agrupación. En este sentido, de manera específica, la organización puede ser la que estructure la dinámica de trabajo así como la que intervenga de forma activa e intencional en la definición de cierto sentido de pertenencia colectiva, tanto al interior del gremio como con respecto a la organización misma. Por ello, analizar aspectos como la *estructura organizativa*; el tipo de *relaciones entre dirigencia y miembros de la organización*; la existencia de *formas de participación y toma de decisiones*; el grado de *democracia o autoritarismo*; las *formas de dominación: caudillista, carismática, clientelar*, y el *ejercicio del poder*; las formas de estructuración y difusión del *discurso institucional*; las formas de *resistencia y subordinación* de los miembros, etc., son importantes para conocer la dinámica inherente de los tianguistas con respecto a la organización.

Un campo adicional es la **Religión** o la práctica religiosa. Aquí se consideran aspectos de religiosidad popular como los ritos, los mitos, las celebraciones religiosas, así como el papel que asumen estos tanto en las prácticas como en los significados de los tianguistas con respecto a su trabajo, a su identidad colectiva y a su participación en la organización social.

Por último, el uso del **tiempo libre y el ocio** es también pertinente, considerando que en los periodos de tiempo 'no productivo', el cual existe en

su actividad debido a la flexibilidad en su jornada de trabajo, el tianguista socializa y mantiene actualizadas las redes sociales, compadrazgos, amistades, familiares, las cuales revisten importancia tanto para el desarrollo de su trabajo como para la construcción de su identidad colectiva.

De manera particular, expondremos aquí el proceso que va desde la definición del área hasta la construcción de indicadores, de acuerdo a la propuesta metodológica arriba mencionada, únicamente, a manera de ejemplo, del campo de relaciones sociales correspondiente al Trabajo.

Veamos. Definida el área de trabajo, corresponde el siguiente paso a la selección de los conceptos ordenadores. En este caso seleccionamos tres conceptos referidos a lo laboral: *control sobre el proceso de trabajo; regulación de las relaciones laborales y construcción social de la ocupación*. En cada uno de dichos conceptos se desprenden diversas dimensiones que tratarán de dar cuenta de determinaciones más específicas.

Iniciaremos con la descripción de cada uno de ellos.

a) Control sobre el proceso de trabajo:

Para el caso de los vendedores de tianguis tal vez no es posible encontrar formas de control del proceso de trabajo tan formalizadas, con contratos y normas establecidas y sancionadas institucionalmente, sin embargo, si se encuentran acuerdos, normas, formas recurrentes de acción, que denotan la existencia de mecanismos de control sobre el trabajo, en donde intervienen no sólo dos sujetos, el empleador y el trabajador, sino diversos actores: el vendedor, el cliente, las autoridades, los transeúntes, el proveedor, y, para nuestro caso particular, la organización social a través de sus representantes en el gremio. Todos estos sujetos, de una manera u otra establecen formas de control sobre el trabajo del tianguista que le restringen su actividad en términos de lo que puede y no puede hacer, cómo hacerlo, cuándo, a través de que procedimientos. También podemos tomar en cuenta ciertas formas de autocontrol de parte del propio comerciante.

En este sentido, puede existir control sobre las formas de inserción al tianguis, el espacio de venta disponible, el tipo de producto que se puede vender, sobre

la jornada de trabajo, las dinámicas y formas de trabajo, la administración de los ingresos, el trato hacia el cliente, el pago de cuotas, sobre los efectos en el desarrollo de la venta, etc.

b) Regulación de las relaciones laborales: Así como en el esquema de relaciones laborales e industriales tradicional se sobrepone, sin por ello desaparecer, el tipo de relaciones establecida de manera normativa: relaciones formales a las relaciones informales establecidas entre los grupos primarios de trabajadores producto de la interacción cotidiana de los sujetos, en el comercio ambulante, por ejemplo, el mayor peso se concentra y permea de hecho toda la actividad, en las relaciones sociales inmediatas y no establecidas de manera formal, cabe decir institucional, que paradójicamente son asumidas como obligación moral por sus propios ejecutores, pero en donde lo que regula y establece dichas relaciones no es un contrato legal sino los lazos amistosos o familiares, en una palabra la confianza que se establece entre ellos. La desobligación de la relación social-laboral establecida o la falta de reciprocidad, es decir, el incumplimiento de alguna de las partes trae como consecuencia el que se pierda dicha confianza. Y esta es, sin lugar a dudas, una forma de regulación de relaciones sociales de trabajo.

Asimismo intervienen otro tipo de regulaciones, que de manera directa no emergen de la propia actividad laboral sino de otros ámbitos sociales más amplios. Estas regulaciones pueden ser **las de tipo sanitario**: en el caso de la supervisión hacia puestos de comida preparada, venta de productos de origen animal, generación de basura, etc. Otro tipo de regulación puede ser la que se establece para el **tránsito**, el cual puede afectar, en caso de que la autoridad decidiera cumplir con las normas al respecto, los espacios de venta de los tianguistas por la ocupación recurrente que hacen éstos de calles, banquetas, camellones, salidas de hospitales, de escuelas, etc., que son lugares cuya obstrucción está penada legalmente.

Un ámbito de regulación no laboral, pero que afecta directamente la actividad del tianguista puede ser aquella que se establece para la **comercialización de mercancía de procedencia legal**, la cual penaliza, por ejemplo, la venta de productos robados, de piratería, de contrabando (fayuca) y que al ser aplicada

a través de operativos policíacos de las autoridades, detienen y coartan la vendimia en el tianguis.

c) La construcción social de la ocupación: El encuentro entre los actores que intervienen en la construcción social de la oferta y la construcción social de la demanda de trabajo constituye la construcción social del mercado de trabajo. Para el caso específico del trabajo de comercio ambulante podríamos considerar los aspectos relevantes que se toman en cuenta en la construcción social del mercado de trabajo para intentar analizar la forma que asume aquí lo que denominamos como *construcción social de la ocupación*. En este sentido es importante puntualizar aspectos como: 1. La forma en que se insertan los trabajadores a los espacios de venta. En lo cual resalta la importancia de tener capital social, redes de relaciones sociales e integración a organizaciones, para poder insertarse al comercio ambulante. 2. Las formas de inserción de trabajadores asalariados a la actividad del comercio callejero. 3. La lógica de la construcción social de la oferta y la demanda. 4. Se encuentran también, los elementos de carácter subjetivo y cultural que entran en juego para que un comerciante elija desarrollar su actividad y no otra. 5. Adicionalmente también se consideran los factores que intervienen para que un tianguista deje su trabajo: voluntaria o involuntariamente, como resultado de alguna sanción por la violación a alguna norma, por disposición de las autoridades, etc.

Para cada uno de los conceptos ordenadores se eligen diversas dimensiones que representan niveles más concretos del objeto de estudio agrupadas en torno al tipo de actor con el que nuestro sujeto establece relaciones sociales en el desarrollo de su trabajo, ya que no serán las mismas dimensiones en todos los casos sino que cambiarán de acuerdo al tipo de relación social establecida. Así, por ejemplo, la relación del tianguista con el cliente puede tener dimensiones específicas y diferentes que las que pudiera haber al considerar la relación del tianguista con otros vendedores, o con agentes públicos. A partir de este desglose dimensional se establecen los indicadores considerando para ello nuestro ángulo de análisis de estructuras, subjetividad e interacciones.

Lo anterior puede expresarse de la siguiente manera:

Área: Trabajo

Concepto Ordenador: Control del proceso de trabajo.

Tipo de actor: Otros vendedores, Organización gremial y/o social.

Dimensión:

1. Inserción al trabajo de tianguista:

Estructuras:

Estructura jerárquica: organización, representantes, delegados.

Redes sociales o familiares.

Normas sobre requisitos de acceso:

- pago de cuotas,
- militancia obligatoria en la organización,
- recomendación de alguien que ya pertenezca.

Costumbres de los vendedores con respecto a la incorporación de nuevos vendedores.

Subjetividades:

- Conocimiento de los requisitos para el acceso al tianguis.
- Conocimiento de las costumbres de los vendedores.
- Conocimiento de quien autoriza el acceso.
- Grado de empatía con la organización o con el personal que permite el acceso al trabajo: empatía, molestia, antipatía, agrado.
- Significado sobre el control para acceder: justos, injustos, alcanzables, difíciles.

Interacciones:

Entre el aspirante con:

- la comunidad de vendedores
- la organización
- los delegados o representantes.

Tipo de interacción:

- solidaria
- individualista
- conflictiva
- consensada
- clientelar
- mercantil.

2. Espacio disponible para vender:

Estructuras:

- Normas sobre la delimitación de los lugares de venta.
- Formas de distribución espacial.
- Grado de saturación de los puestos de venta.
- Límites geográficos.

Subjetividades:

- Conocimiento de las normas y formas para obtener un puesto.
- Significado sobre el control de los espacios disponibles: Injusto, necesario, 'natural' (costumbre), utilitaria.
- Reacción ante el control: aceptación, rechazo, subordinación, resistencia.

Interacciones:

Entre el tianguista y:

- la organización
 - el representante o delegado del gremio
 - la red social o familiar
 - otros vendedores.
- Tipo de interacción:
- de subordinación a las disposiciones;
 - de rechazo
 - de tipo mercantil
 - clientelar
 - de solidaridad.

3. Tipo de producto:

Estructuras:

Normas establecidas por el gremio o la organización para la venta de productos.

Estructura de proveedores.

Dinámica de la oferta y la demanda de los productos.

Subjetividades:

Conocimiento de las normas de delimitación de los productos.

Conocimiento de la estructura de proveedores.

Significado sobre el control de los productos: justo, injusto, autoritario, necesario.

Reacción ante el control: rechazo, aceptación, sumisión, conformismo.

Interacciones:

Entre el tanguista y

- la organización
- otros vendedores.

Tipo de interacción:

- consenso del control establecido.
- resistencia, rechazo: conflicto.

Esta misma operación, de la cual aquí sólo exponemos una pequeña parte para ejemplificar, es posible concretarla para cada una de las áreas seleccionadas, siempre tomando en cuenta los conceptos ordenadores y sus dimensiones, así como el tipo de relaciones sociales existentes entre los diferentes sujetos que intervienen y de acuerdo, sobre todo, con el ángulo principal de análisis, en este caso el de estructuras, subjetividad y acción. Con el establecimiento de los indicadores estaremos en la antesala para la determinación y elaboración de los instrumentos de recolección de datos, tomando en cuenta el alcance de cada indicador para especificar si se prioriza una herramienta de tipo cualitativa y/o cuantitativa, pero en todo momento eligiendo dichos instrumentos de acuerdo con el problema y los sujetos de estudio específicos y no instituyéndolos a priori.

De esta manera, la propuesta metodológica de la *descripción articulada* nos brinda una forma alternativa de arribar al trabajo empírico, a partir de un uso no deductivo de la teoría, con el afán de encontrar nuevos contenidos en la realidad concreta que coadyuven al proceso de reconstrucción teórica.

BIBLIOGRAFIA.

Castro Martínez, Antonio (2004) *El comercio informal en la ciudad de México. Un acercamiento a los 'tianguis'*. México, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM.

Contreras Soto, R. (Coord.) (2007) *Mercados Itinerantes - Tianguis*, Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2007b/296/

Contreras, Victoria (1988). *Sobrevivir en la calle. El comercio ambulante en Santiago*. Santiago de Chile: Programa Regional de Empleo para América Latina y el Caribe.

Cortes, Fernando (1990) *Crisis y Reproducción social: los comerciantes del sector informal*. México, FLACSO-PORRUA.

Cortes, Fernando (1991). *De Marginal a Informal: el Desarrollo de la Discusión en América Latina*, en Schatan, J.; Orsatti, A. *El Sector Informal en América Latina*. México, CIDE-Fundación Fiedrich Nauman.

De la Garza Toledo, Enrique (1989) *Un paradigma para el análisis de la clase obrera*. México, UAM-I.

De la Garza Toledo, Enrique (1992) *Crisis y sujetos sociales en México*. México, Miguel Ángel Porrúa.

De la Garza Toledo, Enrique (2001) *Subjetividad, cultura y estructura*. Iztapalapa, México, 21, 50, Enero-junio.

De la Garza Toledo, Enrique (2006) "Del concepto ampliado de trabajo al de sujeto laboral ampliado en Enrique de la Garza (coord.) *Teorías sociales y Estudios del trabajo: nuevos enfoques*. México, Anthropos-UAM.

De la Garza, E., et al (2007a) *Trabajo a-típico, ¿Identidad o Fragmentación?: alternativas de análisis*. México, D.F.: <http://www.izt.uam.mx/alast>.

De la Garza, E., et al (2007b) *Crítica de la Razón Para-Postmoderna*. México, D.F.: <http://www.izt.uam.mx/alast>

Díez-Gutiérrez Jorge (1981). *Crónica del Comercio Prehispánico*. México: Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México.

Escobar, Silvia (1988). "El comercio en pequeña escala en la ciudad de La Paz, Bolivia." en Marguerite Berger *La mujer en el sector informal. Trabajo femenino y microempresa en América Latina*. Venezuela, Nueva Sociedad.

Escobedo, Yabar; Norma Estela (1990). *El comercio de subsistencia en México y Perú. Período 1976-1998*. Tesis de doctorado. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

Garibay K., Angel Maria (1961). *Vida económica de Tenochtitlan. Los pochtecas*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Seminario de cultura náhuatl.

Gutiérrez, Gutiérrez, Felipe (coord.) (1996). *Comercio Informal en la Vía Pública de la Ciudad de México (Ambulantaje). Un acercamiento y visión a futuro*. México, Colegio de Arquitectos de la Ciudad de México, A. C.–Sociedad de Arquitectos Mexicanos, A.C.

León-Portilla, Miguel (1985). *Tonalamatl de los pochteca: código mesoamericano*. "Fejervary-Mayer". México: Celanese Mexicana.

Mendoza García, Jorge Alberto (1994). *The characteristics and behavior of street vendors: a case study in Mexico city*. México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Tesis doctoral.

Mendoza Lima, Juan Gabriel (1999). *El comercio informal en la ciudad de México*, Tesis de Licenciatura, UAM.

Reyes D., G (1996) "Comercio callejero y espacio urbano" en *Revista Alternidades* UAM-I. Departamento de Antropología.

Salas, Carlos (2006). "El sector informal: auxilio u obstáculo para el conocimiento de la realidad social en América Latina." en Enrique de la Garza (coord.) *Teorías sociales y Estudios del Trabajo: Nuevos enfoques*. México, ANTHROPOS-UAMI.: 130-148.

Solís Pérez, Marlene Celia (1997). *Comercio en la vía pública y conflicto urbano: el caso del Centro Histórico de la ciudad de México*. México: Tesis de Maestría en Desarrollo Urbano. Centro de Estudios Demográficos y de Desarrollo Urbano, El Colegio de México.

Torres J., R. (1997). "El comercio en la vía pública" en *Revista Gestión y Estrategia*. UAM-A. Dpto. de Administración.

Torres, J.R. (1996) "El comercio en la vía pública como forma de sobrevivencia" en *Revista Sociológica*, Año 11 Num. 32. UAM-A.

Valenzuela, Cervantes Josefina (1993). *El comercio en vía pública en el centro de la Ciudad de México*. Distrito federal, México: Economía Metropolitana Fundación cambio XXI, Vol I núm. 2, abril de 1993.

Veleda da Silva, Susana (2003) *Trabajo informal, género y cultura: el comercio callejero e Informal en el sur de Brasil*. Tesis de Doctorado. Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona, pp. 142-149.

Zemelman, Hugo (1989) "La Totalidad como perspectiva de descubrimiento" en *Revista Mexicana de sociología*, núm. 49.

Zemelman, Hugo (2006) "Alternativas en el método de la investigación científica. ¿es la prueba de hipótesis el único camino?" en De la Garza Toledo, Enrique (Coord.) *Tratado Latinoamericano de Sociología*. México, Anthropos-UAM.