



Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Xochimilco

División Ciencias Sociales y Humanidades

**USO Y MODIFICACIÓN DEL ESPACIO URBANO EN LA ACTUALIDAD: EL
CASO DEL TIANGUIS LÓPEZ MATEOS EN LA COLONIA JARDÍN EN VALLE
DE CHALCO**

TESINA

Presenta:

Irais Odalis Ayala Ortega

Matricula:

2193063215

Asesor de tesina:

José Manuel Juárez Núñez

Ciudad de México a 23 de octubre de 2023

CONTENIDO

Introducción.....	3
Marco Legislativo (Legal)	5
Objetivo general	9
Objetivos específicos	9
Metodología.....	9
Criterios de selección del Tianguis.....	10
Estructura de Capítulos.....	11
Capítulo I: El Tianguis como construcción económico-socio-espacial	11
I.I. El espacio.....	13
I.II. El espacio público como bien social privatizado.	16
I.III. El tianguismo como expresión comercial y cultural: Apropiación del espacio público.....	21
Capítulo II. El Tianguis Híbrido López Mateos de la Colonia Jardín en el Municipio de Valle de Chalco: Contexto Urbano.....	24
II.I Población y localización urbana	24
II.II. Accesibilidad y Estructura Urbana.	25
Capítulo III. El Tianguis Híbrido López Mateos de la Colonia Jardín en el Municipio de Valle de Chalco: Metamorfosis social y comercial del paisaje espacial público	31
III.I Caracterización	31
III.II. Organización Administrativa.....	32
III.III. Ocupación espacial de la actividad mercantil.....	33
III.IV. Estructura socio-comercial del tianguis Híbrido López Mateos	38
III.V. Esparcimiento comercial del Tianguis Híbrido López Mateos	40
III.V.I Uso comercial de avenidas.....	42
III.VI. Privatización socio-comercial del espacio público	44
Conclusión General	46
Referencias	50
Anexos	54

***USO Y MODIFICACIÓN DEL ESPACIO URBANO EN LA
ACTUALIDAD: EL CASO DEL TIANGUIS LÓPEZ MATEOS
EN LA COLONIA JARDÍN EN VALLE DE CHALCO***

Introducción

El *trueque* fue la forma primitiva de lo que hoy se conoce como mercado sobre ruedas, este tenía como característica la no intervención del dinero; para que se pudiera llevar a cabo era necesario que se produjera una permuta aceptada por ambas partes en un determinado espacio en donde concurrían otros individuos con motivos de trueque semejante que pudieran satisfacer sus necesidades básicas.

De acuerdo con la etimología; la palabra tianguis proviene del náhuatl tianquiz(tli) “mercado”. En el caso del México prehispánico el tianguis era el lugar en donde se esparcía la comunicación y el trueque. Por lo que en diferentes visiones como la de Villegas señala que, *en la época prehispánica el mercado era el único lugar donde se podía intercambiar cualquier tipo de mercancías a través de un sistema de trueque bien establecido. Cualquier persona sorprendida en vender o comprar fuera del espacio sagrado del tianguis estaba condenada a muerte al instante (Villegas, 2010, p. 1).* En ese entonces se utilizaban monedas como el cacao o herramientas elaboradas de cobre. *“Todas estas actividades se llevaban a cabo en lugares donde la gente se congregaba a realizar este tipo de intercambio comercial y hasta cultural, llamados tianguis” (Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, 2019, p.1).*

Otra referencia o visión sobre la existencia de los tianguis en dicha época es la mencionada por la autora Delfín M., la cual retoma la descripción de Motolinía: *“el lugar a donde venden y compran llámenle tiyantiztli que en nuestra lengua diremos “mercado” para lo cual tenían hermosas y grandes plazas, y en ellas señalaban a cada oficio su asiento y lugar” (Delfin, 2010. p.1).* Dicho lo anterior podemos afirmar que hoy en día la herencia de los tianguis viene siendo una mezcla de diferentes visiones que se entretajan con los pueblos prehispánicos.

En la actualidad el sistema de tianguis forma parte de los fenómenos sociales que se encuentran atravesados por la era de la modernidad y la globalización, pues el tianguismo posee una serie de condiciones económicas y laborales desiguales, como por ejemplo no contar con un seguro de vida, prestaciones etc. Podemos decir que hay dos elementos distintivos del modelo de tianguis los cuales se ejemplifican

de manera acertada por Moctezuma y Sandoval en el texto *“Mercados y Tianguis en el siglo XXI. Repensando sus problemáticas¹”*:

- *En primer lugar, el uso del trueque como forma de intercambio de bienes y servicios es característico del tianguis. Los comerciantes y consumidores distinguen en donde pueden o deben regatear, ofrecer trueque o pagar en moneda corriente.*
- *El segundo elemento es que gran parte de la vida social de la región gira en torno al sistema del comercio. Los tianguis se instalan determinados días (Moctezuma, Sandoval, 2021, p.25).*

En ese sentido el hecho de que los tianguis se ubiquen de manera semifija entre calles ya sea por sus costumbres u otro motivo y que figuren como un comercio improvisado nos permite identificar hasta cierto punto que forman parte de un sector laboral desigual: *“Las formas alternativas de producción precisan también, las maneras diferentes de comercialización y consumo...teniendo como base sistemas organizativos de la sociedad, donde se generan nuevas relaciones económicas y sociales” (García et al., 2016, citado por Natividad 2018).*

El pensar en el tianguis implica el bloqueo en el paso de vehículos con regularidad, un entorno ruidoso con un ritmo acelerado y vivaz, lleno de relaciones informales entre los individuos e incluso considerado como desordenado e improvisado, sin embargo, es imperante resaltar que no es del todo cierto que sea un sitio desordenado, sino todo lo contrario, ya que este cuenta con una estructura organizacional bien cimentada –tanto de índole laboral como de relaciones de poder-. La realidad es que cada tianguis cuenta con una estructura, la cual regula, a través de normas estipuladas por la ley; las formas de delinear dicho trabajo. Es por eso por lo que el tianguis se constituye como un elemento de observación importante ya que además de representar una relación económica (ciudad – comercio), implica una construcción social del paisaje urbano. Entonces más allá de

¹ Moctezuma, Sandoval, (2021). *Mercados y Tianguis en el siglo XXI. Repensando sus problemáticas.* UAEM.
<http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/112680/2021.%20Guadarrama%20et%20al.%20C%20Vida%20cotidiana%20%28%29.pdf?sequence=1>

considerar al tianguis como un elemento económico importante, este prevalece por su valor cultural, por ser una opción que permite laborar a cualquier persona, pero sobre todo por convertirse en una forma de vida.

Marco Legislativo (Legal)

De acuerdo con el artículo 1 de la Ley de Regulación y Fomento de Mercados Públicos y Tianguis Populares de la Ciudad de México: *“La presente Ley es de orden público y de interés social; tiene por objeto regular el funcionamiento de los mercados públicos y tianguis populares de la Ciudad de México.”* Así como en el artículo 2: *“La instalación, regulación y funcionamiento de los tianguis es cultura popular que debe ser debidamente regulada por el Gobierno de la Ciudad, a través de la Dependencia correspondiente en coordinación con las demarcaciones territoriales”*.

De hecho, *“en la Ciudad de México, desde el 2008 se comenzó a trabajar en un programa de reordenamiento y ubicación de los tianguis y en un código normativo que controlara la actividad mercantil, todo a través de la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución”* (Vázquez, 2023, p.1). Para que exista un buen funcionamiento de dicho sistema se hacen presentes figuras como el delegado o administrador (otorga permisos para los nuevos puestos), así como las personas que se encargan de cobrar las cuotas sobre uso de suelo etc.

De acuerdo con datos de la Secretaría de Desarrollo Económico (Sedeco) nos indica que en la Ciudad de México hay por lo menos mil 418 tianguis y 51 mercados sobre ruedas que se ubican en diferentes puntos de la capital. Estos datos nos muestran cómo es que ha crecido la cultura de los tianguis, pero sobre todo como se ha convertido en un estilo de vida el cual busca sus raíces en la apropiación del espacio público. Un claro ejemplo de la permanencia y desarrollo de los tianguis es el “Tianguis de la Lagunilla”, conocido como el más antiguo y más importante de la Ciudad de México, no solo por encontrar puestos de ropa, de cocina o comida si no por su área dedicada a la venta de antigüedades, donde según Pascal *“podrás*

encontrar desde lámparas, sombreros, abrigos, ropa militar, pedrería y joyería artesanal, hasta venta y reparación de muebles, discos de vinilo, libros usados y uno que otro objeto prehispánico” (Pascal, 2021,p.1).

En contraparte existen otros dos tianguis los cuales son más actuales, e importantes por su extensión; estos son el “Tianguis de la San Felipe De Jesús” y el “Tianguis de Tepito”. El primero de estos dos es considerado el más grande de América Latina. Este se ubica al norte de la ciudad de México, y según la página MXCity *“si lo recorres desde el oriente, desde los límites de Nezahualcóyotl en el Estado de México, hasta el fin del tianguis en la avenida Gran Canal, puedes llegar a los límites con Ecatepec”* (MXCity, 2020, p.1), es aquí donde radica su importancia, pero también por encontrar todo tipo de artículos a la venta. Este tiene más de 40 años instalándose sobre la calle Villa de Ayala y otras tantas como León de los Aldama y Ocotlán. Sus inicios fueron como un mercado con 17 comerciantes, pero con el paso del tiempo se llegó a acumular al menos 30 mil vendedores.

En el caso del Tianguis de Tepito este se destaca por la cantidad de artículos diferenciados que se pueden encontrar, desde los más caros hasta los más accesibles a nuestro bolsillo, artículos de marca a mejores precios, ropa, zapatos, CD, comida, entre otros tantos. Dicho tianguis es uno de los 49 tianguis con mayor número de visitantes, así como uno de los más antiguos y conocidos. Este se localiza en la Colonia Morelos en el Barrio de Tepito.

De ahí que el tianguis, siga hasta nuestros días como uno de los elementos culturales más abundantes, como, por ejemplo; el regateo, la flexibilidad de compra y venta, el que sea un lugar en el que las formas de interrelación social se fundamentan en el intercambio (el cual ha sido usado desde tiempos antiguos) entre otros. Además, no se puede reducir a códigos, artesanías o basamentos, pues aquí también convergen tradiciones y costumbres que van más allá del acto de comercialización es decir de una ganancia. *“Estos representan un fenómeno social que detona la emergencia de identidades, configuración y uso de los espacios a partir de la interacción de las personas, los objetos y su entorno”* (Sosa, Ortiz, 2022, p.1).

Si bien tenemos presente cómo es una ciudad e incluso que la conforma, sin embargo hay un diseño emergente dentro de lo urbano (el “*tianguis*”); este busca satisfacer necesidades no solo de índole económica, sino de la social, cultural e incluso geográfica; pues en este marco se da primeramente una apropiación **física**; es decir hacen privado un espacio, el cual se destina para un fin económico dentro de lo **urbano**, por consiguiente este implica un conjunto de interrelaciones entre individuos (comerciantes/clientes) ya a un nivel **social** y finalmente surge un conglomerado de expresiones **culturales** como el famoso regateo; las cuales crean un flujo constante de información y modos de vida.

En el caso del municipio de Valle de Chalco en el Estado de México se observan espacios públicos con relaciones sociales que emergen de prácticas comerciales que significan y simbolizan algo más que un espacio público. Dichos lugares no solo cuentan con un apego social, sino que también son formas de subsistencia de vida. En el presente trabajo se aborda analíticamente el caso del Tianguis Híbrido López Mateos ubicado en la colonia Jardín del municipio de Valle de Chalco.

Este tianguis tiene más de treinta años de existencia, desde sus inicios comenzó con puestos ambulantes en los corredores, sin embargo, poco a poco fue extendiéndose hasta formar lo que ahora es. Dicho tianguis se caracteriza por su extensión; abarcando la totalidad de la avenida López Mateos -*de ahí su nombre*- y también por vender mercancías variadas, desde lo más actual, reciente e innovador, hasta objetos artesanales, tanto nuevos como de segunda mano a precios accesibles, básicamente el tianguis cuenta con una infinidad de categorías que son agradables al gusto de los clientes. El tianguis se ubica en dicha avenida todos los martes de cada semana.

El Tianguis Híbrido López Mateos opera en un espacio público; espacio que es privatizado temporalmente por los tianguistas, es aquí donde se comienza la vida económica y el desarrollo de prácticas sociales y culturales - que beneficia a los comerciantes y a los clientes - de los habitantes del municipio de Valle de Chalco, es tal su importancia que, ha logrado rebasar los límites de su ubicación, haciendo uso de avenidas cercanas, de obstruir entradas de casa y de bases de transporte

público, invadiendo parte de los corredores por mencionar algunos, convirtiendo temporalmente el uso del espacio público a un espacio con uso mercantil, esto por la construcción de identidad y apego que tienen los habitantes con este fenómeno del tianguismo.

A pesar de ello, las autoridades del municipio parecen no tener un interés por gestionar el creciente fenómeno ya que, al ubicarse en un espacio público, tiene afectaciones sociales que inciden en actividades recreativas, mercantiles y de vida, pero sobre todo cambios del uso de suelo generando una congestión en esa zona.

Dentro de este tianguis se cuenta con una organización interna, así como una aceptación por parte de los vecinos o casas, sin embargo, esta práctica comercial irrumpe de cierta forma la vida urbana, provocando conflictos que rebasan la normativa local, o el mismo hecho de la apropiación de un espacio. La apropiación y ocupación de avenidas como en este caso, calles o corredores, refleja relaciones complejas entre los habitantes del área y los habitantes con motivo comercial, generando bandos diferidos entre la aceptación o no de este tianguis, a pesa de ello no han logrado aparecer asociaciones que impidan el fenómeno del tianguismo, simplemente se ha llegado a un malestar de modificación sobre paisaje urbano.

El fenómeno del Tianguis Híbrido López Mateos y su relación con la privatización del espacio público no cuenta con estudios o información oficial que indique cómo se gestiona dicho fenómeno, mostrando la falta de capacidad y de interés del gobierno municipal de Valle de Chalco.

Los tianguis, para este caso son más que espacio de comercialización, estos son prototipos de construcción social y cultural que merecen atención política y de planeación urbana. Es por eso, identificar los agentes que hacen que se dé una privatización/apropiación del espacio público por parte de los tianguistas, nos servirá para tener conocimiento más certero de ellos y saber cómo operan para tener una eficiente gestión de dicho fenómeno.

En tal contexto la pregunta para esta investigación está encaminada en conocer ¿De qué manera los comerciantes del tianguis híbrido López Mateos usan y modifican el espacio urbano de la colonia Jardín en la actualidad?

Objetivo general

Identificar las formas de relación entre la noción cultural del tianguis López Mateos de la colonia Jardín en el municipio de Valle de Chalco y su sentido en términos de apropiación económico-socioespacial.

Objetivos específicos

- Conocer los factores que definen la ocupación socioespacial del tianguis López Mateos en la colonia Jardín.
- Identificar su alcance y límites de ventas en sus prácticas de consumo del tianguis López Mateos en la colonia Jardín.
- Detectar los elementos culturales presentes en el tianguis López Mateos en la colonia Jardín.

Metodología

El objeto de estudio es el fenómeno del tianguis como noción que permite usar y modificar el espacio urbano en la colonia Jardín; aquí se consideran aspectos cualitativos y cuantitativos de dicho fenómeno (conflicto urbano con carácter social y espacial), pues este es una expresión primeramente comercial y social; capaz de hacer uso y toma del espacio público, además con finalidad de tener una visión más amplia sobre el tema es necesario abordarlo desde un carácter descriptivo basado en el estudio de caso pues nos permitirá considerar sus disparidades sobre la imagen urbana.

En el proceso de este trabajo y de acuerdo con el objetivo específicos, se utilizaron diferentes fuentes secundarias de documentación como lo fue el Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco Solidaridad, para revisar la gestión de ordenamiento del uso de suelo y documentos académicos de corte

teórico; La Metrópolis y la Vida Mental, Dimensiones del espacio público y su importancia en el ámbito urbano. Universidad Nacional del Sur entre otros.

Por otro lado, se debe resaltar que no existe información oficial por parte de autoridades ni del tianguis López Mateos, siendo necesario realizar levantamiento de campo, por lo que se realizaron visitas frecuentes tal ya que de acuerdo con Alvira la participación del investigador más o menos activa en la vida rutinaria sirve para recoger datos e informaciones de primera mano de forma sistemática y acorde al diseño de investigación (Alvira, 1992, citado por Gallegos, Tomas 2016). Se observó el funcionamiento del tianguis López Mateos los martes de cada semana para registrar elementos de uso y apropiación del espacio público, así como su aspecto organizacional de consumo y algunos aspectos sociales. Adicionalmente se realizan entrevistas a los trabajadores del tianguis y a los clientes.

Criterios de selección del Tianguis

En ese sentido el presente trabajo busca abordar el estudio de caso del tianguis López Mateos ubicado en la colonia Jardín en el municipio de Valle de Chalco con la finalidad de identificar y comprender las formas de relación entre la noción de tianguis y como se manifiesta en la apropiación socio-espacial de modo temporal.

Este tianguis fue seleccionado por tres razones: la primera por la zona en que se ubica, pues está en una avenida principal la cual es bloqueada por este, provocando que sea más difícil el transitar de los vehículos; la segunda razón es por ser uno de los tianguis con artículos más variados de la zona, por lo tanto lo hace más enriquecedor pues permite la interrelación de todo tipo de individuos y formas de expresión así como de estilos de vida y, por último es por la forma en que se apropian el espacio, espacio que es de carácter público, pero para los tianguistas no es así, pues, se lo apropian, privatizándolo, ya que parece adquirir un valor de uso diferente al establecido comúnmente.

Estructura de Capítulos

El presente trabajo contiene tres capítulos; el primero de ellos **El Tianguis como construcción económico-socio-espacial** busca presentar desde un corte teórico los conceptos sobre apropiación de espacios públicos a través de la noción de tianguis, teniendo en cuenta concepciones sobre la identidad, el apego, el espacio público, apropiación simbólica y física. Del mismo modo se visualizan los tipos de comercios.

En el segundo capítulo que lleva por título; **El Tianguis Híbrido López Mateos de la Colonia Jardín en el Municipio de Valle de Chalco: Contexto Urbano**, plantea contextualizar el espacio urbano del Tianguis Híbrido López Mateos, integrando aspectos como población y localización urbana, accesibilidad y estructura urbana.

El tercer capítulo **El Tianguis Híbrido López Mateos de la Colonia Jardín en el Municipio de Valle de Chalco: Metamorfosis social y comercial del paisaje espacial público** propone caracterizar al Tianguis Híbrido López Mateos; es decir cómo se organiza, como opera, su distribución comercial en las vías públicas, su estructura socio-comercial, el alcance de dicho comercio *-en términos de expansión-*, visualizar la disposición o figura de la autoridad *-si es que hace presencia-* y el proceso de privatización/apropiación del espacio socio-comercial; todo esto con el apoyo del análisis de trabajo de campo.

Por último, presentó la conclusión general de la investigación con base en los conceptos claves, además de sumar información encontrada durante el proceso, así mismo manifiesto una autoevaluación de la investigación junto con recomendaciones sugeridas para esclarecer el carácter que tuvo esta problemática dentro de lo urbano.

Capítulo I: El Tianguis como construcción económico-socio-espacial

Lo que se busca en este apartado es dar una visión crítica a partir de un enfoque teórico sobre la apropiación socio-espacial; bajo la noción de tianguis, para posteriormente conocer y comprender los motivos por los cuales hacen uso y

modifican los tianguistas del López Mateos de la colonia Jardín dicho espacio como construcción social.

En las últimas décadas, las políticas a todos sus niveles de gobierno han marginalizado dicho sistema de tianguis y favoreciendo a los supermercados multinacionales y tiendas de cadenas. (McMichael, p. 347, citado por Denham, 2021)².

Si bien los tianguis han formado parte de un bagaje de tradiciones que han moldeado con el tiempo la forma, estructura y función de los tianguis, y más ahora en la actualidad han sufrido un gran cambio, sobre todo porque existen diversos tipos o categorías que pueden parecer lo mismo, sin embargo, tienen otro enfoque. Se suele contemplar como tianguis a los siguientes tipos; *mercado municipal*, *mercado sobre ruedas* y *el tianguis*, pero es aquí donde es importante hacer hincapié en que cada uno cuenta con diversas características que hace que su similitud tenga una brecha algo significativa.

- ***Mercado Municipal:*** es un espacio en el que se venden artículos de primera necesidad, generalmente alimentos y ropa. Los mercados están formados por puestos individuales que ofrecen productos de diversa calidad con predominancia de los productos frescos: carne, frutas, verduras, pescado etc. Se instalan en los centros de los barrios o localidades (Pio, 2019, p.3). Este está determinado por el Ayuntamiento Municipal. Este tiene como características el ubicarse en un espacio fijo y con apertura de todos los días dentro de un horario estipulado.
- ***Mercado sobre Ruedas:*** el mercado sobre ruedas se encarga de comercializar principalmente comestibles, este no cuenta con un espacio fijo, sino que suele ubicarse en ciertos espacios públicos semifijos y de 1 a dos

² Sección 5. De los mercados a los supermercados. En el texto *Mercados y Tianguis en el Siglo XXI*, por Moctezuma y Sandoval.

días temporalmente y se, su extensión es mayor a la de un mercado municipal.

- **Tianguis:** es como un mercadillo público, que se caracteriza por ubicarse en calles con días designados semanalmente (lo general es ubicarse un día por semana), este puede ser de alguna categoría como las que se mencionan a continuación: tianguis de ropa, de comida, de artesanías, de medio uso, de arte entre otros. Este es de carácter fijo-temporal y su extensión es superior a las dos categorías anteriores, llegando a abarcar calles enteras o más.

Dado lo anterior considero pertinente aprovechar los conceptos para definir lo que sería un *tianguis híbrido*, concepto que se utilizará para este trabajo como elemento distintivo del tianguis López Mateos; ya que en mi perspectiva no se puede ubicar dentro de alguna de las categorías mencionadas anteriormente. Aunque ambas definiciones son buenas; a mi criterio creo necesario fusionarlas por lo que, para esta investigación el tianguis pasa a resignificar como un ***tianguis híbrido***: formado por un conjunto de individuos que bajo la noción de tianguis se interrelacionan a través de prácticas culturales entre sí, apropiándose de un espacio físico, el cual está destinado a una actividad económica en donde se venden artículos de diversas categorías. Igualmente, este suele establecerse un día por semana en un espacio fijo-temporal, contando con una extensión que llega a abarcar calles y avenidas enteras.

I.I. El espacio

Ahora bien, para comprender la existencia de un tianguis híbrido como el que se nos presenta (Tianguis López Mateos) es necesario abordar el tema del espacio, pues este es clave importante para esta investigación. Entonces cuando se piensa en espacio solo consideramos uno solo el cual es el geográfico/físico, sin embargo, cabe resaltar que para comprender dicha problemática se necesitan contemplar cuatro niveles sobre el espacio; ***el espacio físico/geográfico, el espacio urbano, el espacio social y el espacio cultural.***

- **Espacio físico/geográfico:** De acuerdo con Garriz y Schroeder el espacio físico-geográfico tiene una estrecha relación con las condiciones del espacio natural –como elemento que otorga identidad y al mismo tiempo resultar limitante–, también puede ser más amplio e incorporar aquellos elementos que no permiten el pleno acceso al espacio, como barreras físicas, simbólicas, psicológicas y normativas, entre otras (Garriz, Schroeder, 2014, p.4).
- **Espacio urbano:** este espacio “*durante el proceso de crecimiento y consolidación urbana, los espacios públicos adquieren valor al convertirse en territorios particularizados, producto de las intervenciones urbanísticas que van definiendo, a su vez, actividades y usos*” (Garriz, Schroeder, 2014, p.3), en otras palabras, significa que el espacio urbano es espacio propio de una ciudad, el cual se caracteriza por tener una infraestructura particular y un tipo de actividades económicas.
- **Espacio social:** En palabras de Garriz y Schroeder, este nivel reivindica el sentido de apropiación del espacio público por parte de los habitantes de una comunidad social y ello implica la importancia que le otorgan en cuanto a su valoración, en cuanto a las normas que los resguarden y, en definitiva, en cuanto a la manera como lo asumen como propio (Garriz, Schroeder, 2014, p.5). En ese sentido el espacio social se vincula de cierta forma con un espacio de carácter público, ya que los actores y agentes son los encargados de darle un significado o reivindicar la manera en que es percibido dicho espacio social, haciéndolo privado.
- **Espacio cultural:** este espacio puede reconocerse como una identidad simbólica de algún lugar. Tiene que ver con el valor patrimonial, con la importancia y valor que tiene para la comunidad. Garriz y Schroeder mencionan que lo cultural se representa en lo material y lo inmaterial, según requerimientos y pautas culturales de los grupos, por aceptación consciente o inconsciente de la sociedad. De esta forma, se van sucediendo la ocupación de los espacios y sus usos y estos adquieren importancia por parte

de los habitantes de la ciudad (Garriz, Schroeder, 2014, p.5). En otra versión como la de Tönnies señalada por Kuri “*supone lazos sociales sustentados en la co-presencia, en el hecho de compartir un mismo territorio, una historia en común*” (Kuri, 2013, p.5).

De manera contraria Simmel afirma que el espacio se va a presentar cuando dos personas entran en interacción, es decir:

Cuando un número de personas viven aisladas dentro de determinados límites espaciales, cada una de ellas llena, con su sustancia y actividad, tan sólo el lugar que ocupa inmediatamente, y lo que queda entre este lugar y el ocupado por el prójimo es espacio vacío, prácticamente nada. Pero en el momento en que estas dos personas entran en acción recíproca, el espacio que existe entre ellas aparece lleno y animado (Nuñez, 2017, p.7).

En vista de ello significa que una extensión geográfica o espacial no produce lo coloquialmente dicho por Simmel, *efecto alguno pues este va a depender de las fuerzas psicológicas que mantienen políticamente unidos a los habitantes o individuos, por lo que* esto apunta a que las interacciones sociales son las encargadas de dar sentido a las formas de socialización y por ende le dan un significado al espacio, tal como lo decía Kant; la posibilidad de coexistencia potencializa el surgimiento del espacio, siempre y cuando exista acción recíproca³.

Entonces la existencia de los tianguis en un nivel social depende primeramente de las fuerzas psicológicas que existen de manera recíproca entre los individuos, pero también para que su existencia se consolide requiere de cruzar las dimensiones espaciales antes mencionadas, ya que les permite darle un valor del uso del suelo diferente a lo conocido como espacio público.

³ *Convierte el espacio antes vacío, en algo lleno para nosotros, ya que hace posible dicha relación.*

Uno de los entornos más visibles pero menos analizados en tema de problemáticas urbanas y que ha venido con mucha fuerza gracias a las transformaciones generadas en las ciudades desde hace más de 50 años proviene de la expresión y tendencia de la creación de espacios de comercialización en la vía pública, tal es el caso de los *tianguis*; ya que *“el caso del tianguis se constituye en un elemento de observación en la relación ciudad y comercio en la medida que representa una práctica que, además de la economía, implica una construcción del paisaje urbano”* además *“representa la permanencia del trabajo en su sentido corporal y mercantil de la transacción”* (Ramírez, 2021, p.3).

I.II. El espacio público como bien social privatizado.

Entonces para comprender la esencia de los tianguis debemos involucrar un elemento que siempre está ahí y que nos sirve para la continua reproducción de la vida nerviosa de una ciudad; es decir el **espacio público**. La ciudad se va formando a través de sistemas que la producen y reproducen, dentro de estos sistemas se encuentra el espacio público; como lo son calles, plazas, centros recreativos o culturales etc, lugares que son compartidos socialmente y que tiene un valor simbólico para sus actores y agentes; pues estos se reconocen en dicho espacio, pero *¿qué es en concreto el espacio público?*

De acuerdo con Sánchez y Martínez el espacio público está bajo la concepción de que es la unión de dos vertientes: la primera se refiere al conjunto de relaciones sociales, simbólicas y de territorialidad que configuran el ámbito legítimo del conflicto político. La segunda corresponde a la visión del espacio público visto en términos físicos, espaciales, tangibles y estructurales (Sánchez, Martínez 2020, p.3), sin embargo para Crossa los espacios públicos se entienden como sedes de interacciones y actividades públicas y privadas [donde] miembros distintos de las sociedad urbana expresan valores e intereses, plantean demandas y necesidades, desarrollan prácticas sociales heterogéneas, relaciones de sociabilidad, de cooperación y de conflicto que en su conjunto expresan la manera como se construye o deconstruye lo colectivo (Kuri, p. 469, citado por Crossa, 2008).

No obstante ambas visiones contemplan aspectos jurídicos, políticos, geográficos y sociales sobre el espacio público, pero no retoman algo que rescata Rodríguez cuando habla de dicho espacio y es que; en los espacios públicos, están aquellos de carácter normativo, diseñados ex profeso por políticas urbanas y se encuentran en un lugar fijo de la estructura urbana de la ciudad, **aunque también están los que se construyen desde la sociedad, éstos se configuran de distinta manera** (Rodríguez, 2020, p.19). Es decir, parecen tener un sobre valor ante los espacios diseñados políticamente, aquellos espacios construidos por los ciudadanos; como los bazares o incluso un **tianguis**. De ahí que sea imperante rescatar el concepto de *espacio público ciudadano* que nos sugiere Ramírez:

En el espacio público ciudadano, los individuos toman un papel importante, que se generan relaciones sociales de índole social político. El ciudadano es quien presenta una identidad hacia estos lugares, en los cuales pueden apropiarse simbólicamente o apegados a un orden social (Ramírez, 2020, p.20).

Lo cual significa que *“es, más bien, un ámbito contenedor de la conflictividad social que tiene distintas posiciones, según la coyuntura y la ciudad que se trate”* (Carrión, 2016: 18, citado por Sánchez, Martínez, 2020). Por lo que, desde esa visión, dicho espacio es generador no solo de bienes recreativos y de interacción social, sino también de bienes económicos que están aptos para ser apropiados por los ciudadanos.

Desde esa visión integradora Ostrom ofrece un análisis de las relaciones sociales que surgen en los espacios públicos de acuerdo con las características de la apropiación que los usuarios hacen de ellos, mediante las nociones de regímenes de propiedad y derechos de propiedad. Los regímenes de propiedad refieren al tipo de sujeto titular de la propiedad o a quienes son los titulares de los derechos sobre los bienes (Merino, 2014, p.75). Ostrom identifica cuatro tipos de régimen:

1. **Régimen de acceso abierto:** el acceso a los bienes está abierto para cualquier individuo

2. **Régimen de propiedad pública:** es el gobierno (federal, estatal, municipal) el dueño de los bienes y puede establecer reglas de uso y cuidado
3. **Régimen de propiedad colectiva:** son bienes que se poseen colectivamente
4. **Régimen de propiedad privada individual:** el titular es una persona que decide cómo utilizar y proteger los bienes (Merino, 2014, p.75).

Ahora bien, si pensamos en el tianguis podemos decir que entraría en el régimen de propiedad colectiva ya que se apropian de un espacio conjuntamente, pero para que esto sea posible se requiere de la *identidad y el apego*, lo cual nos llevaría a la apropiación simbólica y física de un espacio.

- **Identidad**

Cuando nos referimos a identidad, pensamos en identidad pública urbana que se vincula con la apropiación del espacio, pues tal como lo menciona Molano es la sociedad la que, a manera de agente activo, configura su patrimonio cultural al establecer e identificar aquellos elementos que desea valorar y que asume como propios y los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de identidad. Dicha identidad implica, por lo tanto, que las personas o grupos de personas se reconocen históricamente en su propio entorno físico y social y es ese constante reconocimiento el que le da carácter activo a la identidad (Molano, 2007, p. 74). Entonces la identidad se vincula con un apego a lo comunitario a lo colectivo como lo refiere Merino. Por lo que una ***identidad pública urbana*** pasa por ciertas categorías que hacen posible la idea de apropiación del espacio:

- **Sentido de pertenencia como categorización social:** El sentido de pertenencia a un determinado entorno urbano puede ser considerado como una categorización social más de las diversas que configuran la identidad social de individuos y grupos. Aquí, configura aquella estructura que hemos denominado identidad social urbana.
- **Niveles de abstracción categorial:** Esta categorización se sitúa en un nivel de abstracción grupal en la medida en que un conjunto de individuos se define, de acuerdo a determinadas dimensiones, como pertenecientes a una

categoría urbana, es decir, se consideran iguales en cuanto a estas dimensiones y se diferencian de otros grupos en el mismo nivel de abstracción categorial a partir de estas mismas dimensiones.

- **Categorías sociales urbanas:** se definen, por su nivel de abstracción, en barrio, zona, y ciudad. Los individuos, pues, tenderán a identificarse como grupo a partir de estas categorías en función de las diferencias percibidas intracategorial e intercategorial.
- **Construcción social de las categorías sociales urbanas:** Las dimensiones que determinan la afiliación a una determinada categoría social urbana están configuradas por un conjunto de significados socialmente elaborados y compartidos fruto de la interacción simbólica entre los miembros de un mismo grupo o categoría, entre ellos y el entorno.
- **Interrelación de las dimensiones categoriales:** Las dimensiones por las cuales una determinada categoría social urbana puede hacerse saliente para un grupo, fundamentando de esta manera la identidad social urbana asociada al entorno, no son, en cualquier caso, mutuamente excluyentes.
- **Las relaciones ecológicas entre comunidades urbanas:** Las relaciones de tipo ecológico que un grupo o comunidad mantiene con otros grupos u otras comunidades han de ser contempladas también como un factor determinante de la identidad social urbana.
- **Elementos simbólicos:** Existen determinados elementos capaces de simbolizar los procesos hasta ahora descritos o, de manera más general, simbolizar el sentido de identidad social urbana que define a un grupo determinado (Valera y Pol, 1994, p.17-21).

Si tomamos en cuenta las categorías anteriores y las vinculamos con el comercio en el espacio público podemos decir que los individuos sienten identidad “*con diversos atributos de su construcción social; ya sea por elementos, relaciones, interacciones, sentidos y símbolos*” (Rodríguez, 2020, p.26).

- **Apego**

Según Marrone esta hace énfasis en cualquier forma de comportamiento que hace que una persona alcance o conserve proximidad con respecto a otro individuo diferenciado y preferido. En tanto que la figura de apego permanezca accesible y responda, la conducta puede consistir en una manera de verificación visual o auditiva del lugar en que se halla y en el intercambio ocasional de miradas y saludos. Es decir, en ciertas circunstancias se observan también seguimiento o aferramiento a la figura de apego al lugar (Marrone, 2001, p, 31). En contraparte Bowlby (1998) afirma que *“el apego, se concibió como una tendencia de los seres humanos a establecer vínculos afectivos sólidos con personas y lugares determinados a través de la vida”* (en Garrido, 2006, p. 459). Por tanto, pensar en el apego es hablar de una relación a algún espacio, como los es al tianguis y a sus puestos que se encuentran en la vía pública.

- **Apropiación**

El vínculo que existe entre un individuo y un espacio/lugar tiene que ver con múltiples factores, como la identidad social urbana y con el espacio simbólico, los cuales abordan la interacción de las personas con los otros y su entorno lo cual influye en la privatización de un espacio público, para un determinado fin, como lo es una actividad comercial-económica.

El espacio apropiado pasa a ser considerado como un factor de continuidad y estabilidad del *self*, a la par que un factor de estabilidad de la identidad y la cohesión del grupo. Por otro lado, la apropiación del espacio es una forma de entender la generación de los vínculos con los “lugares”, lo que facilita comportamientos ecológicamente responsables y la implicación y la participación en el propio entorno (Pol, 2002, citado por Vidal y Pol, 2005).

Por su parte Neüman afirma que la apropiación social se asumirá como un proceso por medio de los cuales grupos sociales marginales del sistema económico capitalista interactúan con la propuesta cultural, económica, organizacional y de consumo de este sistema mediante formas de adjudicación de nuevos sentidos, usos y propósitos que actúan como filtros y les permite mantener su propio horizonte de comprensión del mundo (Neüman, 2008, p. 71).

Por consiguiente, este proceso de apropiación simbólica y física del espacio público se termina dando por que los individuos sienten una cercanía respecto al entorno, se sienten parte de él por lo que terminan por adjudicarse el hecho de usar y modificar dicho espacio.

I.III. El tianguismo como expresión comercial y cultural: Apropiación del espacio público

“El tianguismo es una expresión comercial (...) que invade aceras y coloca estructuras improvisadas sobre el espacio público” (Ramírez, 2021 p.11).

El tianguismo es una expresión utilizada desde tiempos antiguos, sin embargo, con el paso del tiempo este ha tomado un carácter mercantil. Los tianguis pueden aludir a una expresión de significado cultural y patrimonial con un gran valor simbólico para los individuos, sin importar que su instalación sea bajo términos legales o ilegales, termina realizando prácticas agresivas e invasivas del espacio público; es decir privatizando un espacio destinado a la interacción de la vida social.

Pero si tomamos en cuenta este último planteamiento podemos decir que el hecho de que los tianguistas se apropien de un espacio y que dentro de ese espacio se siga recreando la vida social solo que bajo una dimensión diferente y con un fin diferente *-mercantil-* es pertinente decir que ellos no sienten que están infringiendo o atentado contra dicha reproducción de la vida, sino todo lo contrario, ellos se vuelven una necesidad imperante para los clientes porque “la concentración de individuos y su lucha por clientes obligan a la persona a especializarse (...) pero la especialización no surge sólo de la competencia por la ganancia sino también del hecho subyacente de que el vendedor debe buscar siempre la manera de encontrar necesidades nuevas y diferenciadas para atraer al cliente (Simmel, 1977, p.8). Empero en términos urbanísticos si hay un componente de riesgo; ya que en palabras de Ramírez el tianguismo es recurrente y anti urbano en el sentido de violentar premeditadamente el desarrollo de la movilidad, la imagen y el

funcionamiento en la infraestructura, es decir, una urbanización efímera que se establece sin diálogo ni acuerdo con el usuario o receptor del equipamiento, contraria al bien patrimonial cuya valoración descansa en el apego y la apreciación identitaria de una comunidad (Ramírez, 2021 p.12).

Imagen 1. Representación de apropiación del espacio por los trabajadores del Tianguis Híbrido López Mateos



Fuente: Elaboración propia. Tomada en 2023.

A medida que pasa el tiempo, los tianguistas han realizado la apropiación/privatización de un espacio público, el cual termina por afectar intereses públicos, rutinas del día a día de diversas entidades e incluso afecta a otras formas de trabajo; como lo son el de transporte público, el de tiendas departamentales entre otros. Por lo que estos mismos puntos hacen que se tenga que estudiar el tianguis desde cuatro enfoques que nos propone Olavarrieta: 1) comportamiento de los compradores, 2) comportamiento de los vendedores, 3) como un problema

económico y 4) como un problema social (McCrohan y Smith, 1987; Warneryd y Walerud, 1982 en Olavarrieta, et al., 2008, p. 470).

Esto se puede comprender mejor cuando pensamos que el tianguis no solo tiene un fin comercial, sino también social y cultural *-no planteados, sino que se van dando dentro de una premisa mercantil-*, ya que en estos espacios se viene tanto a adquirir artículos específicos, así como también se puede ir a mirar, a regocijarse en el ambiente, a entablar relaciones etc. En ese sentido podemos identificar dos tipos de clientes; el primero es aquel **comprador/cliente frecuente**; que acude con regularidad a dicho sitio con motivos específicos de compra (trato amable, precios accesibles), y el segundo tipo son los **clientes potenciales**; los cuales acuden con menos regularidad al tianguis, los que se acercan a observar desafanados, sin intención comercial alguna. He de resaltar que el tianguis es concurrido por todo tipo de individuos de estrato social (alto, medio, bajo).

Cabe mencionar que de lo anterior surge lo que yo denomino, **actores éticos** los cuales de manera no escrita son capaces de divisar los problemas de invasión u obstrucción de carácter público del paisaje urbano.

Otro elemento que se hace presente en los tianguis es la paradoja socio-cultural del espacio público; pues desde la perspectiva legal sobre lo público se da una evasión, pero desde lo socio-cultural apela a la creación de escenarios que hacen posible el encuentro, además se crea un sentido, una identidad, algo histórico y cultural. Respecto a la expresión económica Burbano nos dice que son un espacio de circulación y distribución que, según las condiciones de gestión de bienes y mercancías, consigue beneficios, pero también los consumidores de segunda mano ahorran y tienen acceso a los bienes (Burbano, 2016).

Siendo así, la forma de vida social y mercantil de los tianguistas y sus clientes hacen factible la privatización del espacio público mediante funciones psicológicas (identidad y apego) específicas que, no obstante, parecen “naturales” y dadas, sin embargo, se hallan modificadas individual y colectivamente a través de una acción recíproca (posibilidad de coexistencia) que de cierta forma se relaciona con el espacio.

Capítulo II. El Tianguis Híbrido López Mateos de la Colonia Jardín en el Municipio de Valle de Chalco: Contexto Urbano.

En este capítulo se busca dar una visión acerca del contexto urbano del Tianguis Híbrido López Mateos, de tal forma que se caracterizará la zona comercial en donde se ubica; esto como una forma de comprender la condición socio-espacial de dicho tianguis.

II.I Población y localización urbana

El tianguis Híbrido López Mateos (lleva por nombre la avenida que abarca); se localiza en Av. López Mateos 22, Jardín, dentro del perímetro del municipio de Valle de Chalco Solidaridad, México, con una distancia de total: 2.70 km.

La población de la delegación de Valle de Chalco Solidaridad conforme los datos recabados mediante los diferentes insumos generados por el INEGI, en el año 2020 el municipio de Valle de Chalco Solidaridad registró un total de 391,731 pobladores, de los cuales 190,674 fueron hombres y 201,057 fueron mujeres, representando el 48.67% y 51.33% respectivamente (Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco Solidaridad, Estado de México, 2022, p.140).

Imagen 2: Ubicación del Tianguis Híbrido López Mateos



Fuente: Elaboración propia, mapa tomado de Google Maps

Tabla 1. Población de 12 años y más según condición de actividad económica

Año	Población de 12 años y más	Población Económicamente Activa	Población Ocupada	Población Desocupada	Población Económicamente Inactiva	No Especificado
2010	265,730	146,466	138,547	7,919	118,280	984
2015	305,766	161,475	153,466	8,009	143,618	673
2020	308,547	197,529	193,384	4,145	110,062	956

Fuente: Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco Solidaridad, Estado de México, 2022, p.157. Recuperado de: [*PMDU Valle Chalco.pdf \(edomex.gob.mx\)](http://*PMDU_Valle_Chalco.pdf(edomex.gob.mx))

En términos de condición de actividad económica se puede divisar que la Población Económicamente Activa “representó más de la mitad del total de la población en edad de trabajar, representando el 55.12% en el año 2010, pasando a 52.81% en el año 2015, y finalmente registrando el 64.02% en el año 2020. En el municipio se registraron 308,547 pobladores en edad de trabajar, de los cuales la Población Económicamente Activa registró 193,384 habitantes, 110,062 habitantes fueron Población Económicamente Inactiva, y solo 956 personas son clasificadas como No Especificada en el año 2020” (Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco Solidaridad, Estado de México, 2022, p.157).

II.II. Accesibilidad y Estructura Urbana.

Respecto a la accesibilidad y la estructura urbana se pretende mostrar lo que son las vialidades y restricciones, así como algunos elementos de imagen urbana.

En la Tabla 2, muestra que dentro de la descripción de Corredores comerciales se puede observar que la av. López Mateos (donde se localiza el tianguis híbrido) no solo funge como un espacio privatizado en el espacio de avenida o paso automovilístico, sino también incluye el corredor.

Tabla 2. Corredores comerciales por tipo de vía y descripción del municipio de Valle de Chalco Solidaridad

Nombre del Corredor	Tipo de Vía	Descripción
México – Puebla	Carretera	Es la vía de comunicación más grande del municipio y fomenta la distribución de mercancías con el resto de los municipios, cuenta con unidades económicas de mediano tamaño y se caracterizan por tener ser de comercio al por mayor y por menor.
Adolfo López Mateos	Avenida	Son vías primarias, y funcionan como conectores intermunicipales, tiene una alta concentración de unidades económicas sobre los corredores, y se caracterizan por ser unidades de mediano o menor tamaño dedicadas en su mayoría a comercio al por menor.
Cuauhtémoc	Avenida	
Anáhuac	Avenida	
Isidro Fabela	Avenida	
Alfredo del Mazo	Avenida	

Fuente: Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco Solidaridad, Estado de México, 2022, p.162. Recuperado de: [*PMDU Valle Chalco.pdf](http://*PMDU_Valle_Chalco.pdf) (edomex.gob.mx).

Es pertinente aclarar que según el Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco Solidaridad, *los corredores comerciales* se caracterizan por ser vías donde permean las actividades económicas en el municipio, y se pueden identificar por el número de unidades económicas que aglomeran, la siguiente tabla muestra los corredores comerciales divididos por tipo de vía y descripción para el municipio de Valle de Chalco Solidaridad (Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco Solidaridad, 2022, p.162). Si bien el uso del suelo o espacio que está destinado al tianguis híbrido Lopez Mateos no está definido del todo; sin embargo, este solo aparece en el marco de corredores comerciales, el cual no descarta su existencia, sino todo lo contrario, pues se vincula a una actividad mercantil, la cual está asociada a la apropiación de un espacio determinado al menos una vez por semana.

Para realizar la identificación de los corredores comerciales se ocupó el plano E-02 del Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco Solidaridad sobre el Uso del Suelo.

Imagen 3. Centros Urbanos y Corredores



Fuente: Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco
Solidaridad, Estado de México, 2022, p.395

Centros Urbanos y Corredores	
CU100A	CRU200A
	CRU200B

. Recuperado de: [*PMDU Valle Chalco.pdf \(edomex.gob.mx\)](http://edomex.gob.mx)

Imagen 4. Vialidades y Restricciones



Fuente: Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco
Solidaridad, Estado de México, 2022, p.396

. Recuperado de: [*PMDU_Valle_Chalco.pdf \(edomex.gob.mx\)](http://*PMDU_Valle_Chalco.pdf*(edomex.gob.mx))



De acuerdo con la Imagen 3, podemos visualizar que los corredores se localizan en diferentes puntos del municipio; pero en específico también en la av. Lopez Mateos zona que no excluye al tianguis híbrido. Ahora bien, en el plano E-03 (*Imagen 4. Vialidades y Restricciones*) se identifica a dicha avenida como una zona principal; la cual por su importancia es un lugar en donde converge la movilidad vehicular y de tránsito, donde se hay comercios industriales entre otros. Contrastando que esta avenida es un suelo/espacio público donde se llevan a cabo actividades económicas a través de la noción de tianguis, se demuestra la paradoja antes mencionada y revelando que si hay una trasgresión a nivel de imagen urbana al bloquear ciertos servicios contiguos, unidades habitacionales o sitios de recreación por mencionar algunos, pues el hecho de pensar en vialidades alternativas que propone el gobierno del municipio de Valle de Chalco devela que es una problemática social con doble sentido: 1) bloquea las rutas de trabajo del transporte público, pero 2) a la vez pueden ser capaces de reorganizar nuevas rutas temporales que posibiliten un acercamiento al tianguis. A nivel político-cultural nos demuestra que esas nuevas alternativas de vialidades primarias y secundarias confirman la importancia cultural de los espacios fijo-temporales de comercio como los tianguis, ya que en ningún momento se presenta modificar el espacio donde se ubica en tianguis híbrido López Mateos.

En otra visión los Nodos demuestran que la Av. López Mateos se ubica en dicha categoría por las siguientes razones:

Focos estratégicos de una ciudad que constituyen puntos intensivos que pueden ser confluencias, cruces viales o convergencias de sendas y generan altas concentraciones en usos y actividades (Lynch, 1960). Dentro del municipio de Valle de Chalco Solidaridad se identificaron 58 nodos donde confluyen gran cantidad de

peatones, vehículos y es dentro de estos puntos que existe una alta concentración de actividades tanto económicas como sociales (Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco Solidaridad, 2022, p.236).

Tabla 3. Nodos

No.	NODOS
1	Av. Guadalupe Posadas y cruce con Las Torres
2	Av. Soto y Gama, Cruces con Guadalupe Posada
3	Carretera México – Puebla y cruce con Concepción
4	Carretera México – Puebla y cruce con Toluca
5	Carretera a Sta. Catarina y cruce con Tecamazichitl
6	Eje 10 Sur y cruce con Terraplén
7	Av. Pipila y cruce con Carretera a Sta. Catarina
8	Av. Anáhuac y cruce con Encino
9	Av. Anáhuac y cruce con Av. Alcapol
10	Av. Anáhuac y cruce con Av. Lombardo Toledano
11	Av. Anáhuac y cruce con Av. Cuauhtémoc
12	Av. Cuauhtémoc y cruce con Av. Tezozómoc
13	Av. Tezozómoc y cruce con Av. Lombardo Toledano
14	Av. Alcapol y cruce con Av. Tezozómoc
15	Av. Moctezuma y cruce con Av. Alcapol
16	Av. Moctezuma y cruce con Av. Lombardo Toledano
17	Av. Moctezuma y cruce con Av. Cuauhtémoc
18	Av. Cuauhtémoc y cruce con Pte. 12
19	Av. Alcapol y cruce con Av. Cuitláhuac
20	Av. Cuauhtémoc y cruce con Av. Cuitláhuac
21	Av. Cuitláhuac y cruce con Av. Lombardo Toledano
22	Av. Alcapol y cruce Carretera Chalco – Tiáhuac
23	Av. Cuauhtémoc y cruce con Carretera Chalco - Tiáhuac
24	Adolfo López Mateos y cruce con Chalco – Tiáhuac
25	C. Rosario y cruce con Carretera Chalco – Tiáhuac
26	Av. Miguel Hidalgo y cruce con Real de San Martín
27	Av. Isidro Fabela y cruce con Av. Lázaro Cárdenas
28	Av. Tezozómoc y cruce con Av. Adolfo López Mateos
29	Av. López Mateos y cruce con Av. Moctezuma
30	Av. López Mateos y cruce con Av. Cuitláhuac
31	Av. Moctezuma y cruce con Av. del Mazo
32	Av. Tezozómoc y cruce con Av. del Mazo
33	Av. Tezozómoc y cruce con Av. López Mateos
34	Av. López Mateos y cruce con Av. Anáhuac
35	Av. Anáhuac y cruce con Av. Emiliano Zapata
36	Av. Anáhuac y cruce con Av. del Mazo
37	Av. López Mateos y cruce con Av. Isidro Fabela
38	Av. Isidro Fabela y cruce con Av. Emiliano Zapata
39	Av. del Mazo y cruce con Isidro Fabela
40	Av. Cuauhtémoc y cruce con Ignacio Comonfort

Fuente: Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco Solidaridad, Estado de México, 2022, p.236. Recuperado de: [*PMDU Valle Chalco.pdf](http://*PMDU_Valle_Chalco.pdf) (edomex.gob.mx)

El tianguis híbrido López Mateos se ubica en una zona habitacional y de vía pública muy importante; ya que es una avenida principal que concentra mucha movilidad e influye en el desplazamiento de los habitantes. Se puede decir que en los días en los que no se presenta el fenómeno del tianguis dicho municipio suele ser más tranquilo sin alguna modificación al paisaje urbano.

Dicho tianguis hace referencia al uso de un espacio público fijo-temporal (apropiación) con uso comercial. El día martes el tianguis López Mateos modifica el panorama urbano donde la avenida principal se transforma en un espacio de comercio, de interacción social y de cultural; las áreas verdes y las entradas de las casas contiguas se mezclan entre el fenómeno tianguista, mezclándose también en el entorno externo al tianguis. Siendo entonces que este tianguis modifica no solo el espacio físico, sino también el de relaciones con los habitantes, clientes y trabajadores, así como también el organizativo (tanto de la vida del tianguista como la vida de los habitantes), hay cierta toma de identidad para determinados paisajes (del urbano y del tianguis). Tomando en cuenta el Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco Solidaridad, se debe destacar que en el capítulo Bando Municipal en sus artículos no se menciona específicamente sobre los tianguis; sin embargo, este se retoma de manera general en el apartado Plan Nacional de Desarrollo 2019 – 2024, bajo el objetivo de Política económica donde se busca que:

- Detonar el crecimiento
- Mantener finanzas sanas
- No más incrementos impositivos
- Respeto a los contratos existentes y aliento a la inversión privada
- Rescate del sector energético
- Impulsar la reactivación económica, el mercado interno y el empleo
- Creación del Banco del Bienestar
- Construcción de caminos rurales
- Cobertura de Internet para todo el país (Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco Solidaridad, 2022, p.121)

Por lo que el Plan de Desarrollo para este municipio en términos económicos busca reactivar la economía; la cual puede entenderse a apelar por actividades como el tianguismo, respetar a los convenios a la inversión privada: que también puede incluir el fenómeno de la privatización de un espacio simbólico y espacial bajo la idea de tianguis. Al hacer énfasis en finanzas sanas podemos comprenderlo como

todo tipo de transacción mercantil de origen fidedigno; es decir no se deben de aceptar ventas de procedencia dudosa en cualquiera que sea la actividad económica. También se debe de hacer énfasis que el Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco Solidaridad, carece del tema del uso del suelo en términos comerciales. Pues solo se sigue muy por encima en el apartado Estrategia Nacional de Ordenamiento Territorial 2020 – 2040 donde se pretende identificar aquellos sitios adecuados para un mejor aprovechamiento comercial, por lo que, lo más cercano a dicha idea es lo que se plantea en términos de corredores (pero muy deficiente); además considero que son proyecciones que se buscan realizar en un futuro lejano, cuando realmente se tiene que tener datos de un fenómeno el cual lleva más de 30 años y que además debe de estar presente, con elementos recientes en el Plan de Desarrollo Urbano del municipio, porque forma parte de una cultura social-económica dentro de la vida urbanita de los vallechalquenses; ya que ellos aprecian la forma de vida de los tianguistas; pues en esos espacios pueden conseguir beneficios y satisfactores sociales ; como el de compra-venta, de ocio, de empleo entre otros.

Capítulo III. El Tianguis Híbrido López Mateos de la Colonia Jardín en el Municipio de Valle de Chalco: Metamorfosis social y comercial del paisaje espacial público

III.I Caracterización

El Tianguis Híbrido López Mateos; fue creado hace más de 30 años, este se fue consolidando como una necesidad para los habitantes de Valle de Chalco, generando así una cultura del fenómeno tianguista. De acuerdo a información recopilada en trabajo de campo; mencionan los trabajadores de este tianguis que en sus inicios este comenzó con puestos ubicados en los corredores, posteriormente se empezaron a extender a la vía pública ubicándose con un número limitado de trabajadores, hasta lograr consolidarse y considerarse como un tianguis,

en el proceso de creación de dicho tianguis, refieren los trabajadores que nunca se ha establecido un marco normativo por escrito, sino sólo de palabra, como un contrato no escrito pero que todos los tianguistas aceptan, pues ellos consideran este sitio como algo sagrado del cual obtienen beneficios (trabajo).

En términos legales refieren que no hay un proceso plenamente complejo, pues para hacer uso de un espacio solo tienen que acudir al Ayuntamiento del municipio y solicitar de manera presencial una Licencia de uso de suelo (Expedición y revalidación de cédulas de identificación de empadronamiento de comercio en vía pública) y un permiso para estacionamiento en vía pública, el cual tarda en expedirse una hora y veinte minutos (esto para puestos fijo-temporales).

III.II. Organización Administrativa

De acuerdo con charlas con los tianguistas, expresan que su organización administrativa interna no está estipulada en algún documento oficial, sin embargo, mencionan que hay ciertos criterios de operación que siguen y respetan.

Esquema 1. Organización Administrativa del Tianguis Híbrido López Mateos.



Fuente: Elaboración propia con base a Entrevista 2023

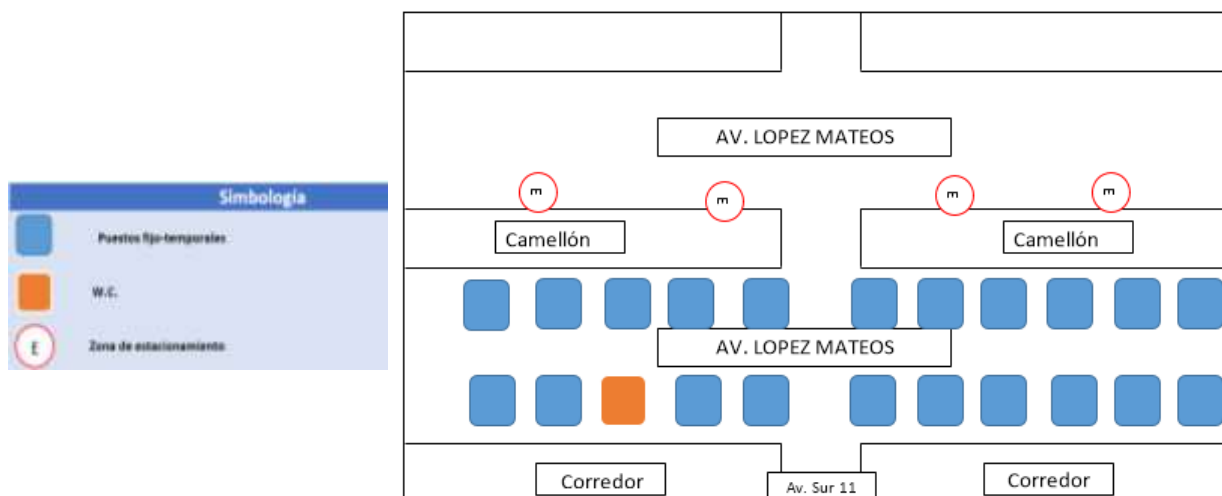
Para este caso el Administrador de permisos es el único que puede avalar si los trabajadores cumplen con la licencia o permisos necesarios para laborar en dicho

tianguis; una vez corroborado todo; este dirige a los trabajadores con el Personal interno, el cual muestra el catálogo de opciones⁴ en donde pueden los trabajadores escoger donde quieren ubicarse dentro del tianguis (de acuerdo al sitio elegido se les cobra una cuota extra por ser primera vez), posteriormente los cobros son semanalmente (cobrador de cuotas). Mientras que los supervisores se encargan de cuidar en general que se cumplan con los pasos estipulados anteriormente, de lo contrario serán sancionados.

III.III. Ocupación espacial de la actividad mercantil.

La distancia total del Tianguis Híbrido López Mateos es de 2.70 km. Dentro de este se identifican dos categorías de puestos; 1) los puestos fijo-temporales y 2) los eventuales (por un día) se encuentran dispersos dentro de la Av. López Mateos como se muestra a continuación:

Mapa 1. Distribución espacial del Tianguis Híbrido López Mateos



Fuente: Elaboración propia. Levantamiento Agosto 2023

⁴ Puestos fijo-temporales; \$850 pesos en zona central y \$1100 en esquinas o cruces. Puestos eventuales \$150 pesos por día, por un día no contempla techo ni piso firme y \$210 pesos con techo y piso.

En la distribución espacial se encuentran los puestos fijo- temporales los cuales se ubican a lo largo de la Av. López Mateos. Respecto a los servicios de sanidad se ubica uno solo, por otro lado, los puestos eventuales; estos suelen ubicarse en los sitios donde queda espacio; comparando la dimensión de ambos puestos, el fijo-temporal suele ser más grande y con una estructura (herramientas para armar el puesto), mientras que el temporal es de tamaños mediano o pequeño, no cuenta con estructura (artículos en el suelo dispersos).

Dentro de este tianguis su venta y prestación de servicios es de diversos artículos, los cuales se muestran en la *Cuadro 1*:

Cuadro 1. Giros y Servicios dentro del Tianguis Híbrido López Mateos

Giro	Servicio
<ul style="list-style-type: none"> • Categoría ropa: nueva/medio uso • Comestibles • Puesto de comida • Productos de cuidado de la piel • Artículos de segunda mano • Accesorios personales • Accesorios de carros • Accesorios para el hogar • Accesorios de telefonía • Accesorios para mascotas • Accesorios escolares • Área de carne • Accesorios artesanales • Zapatos • Juguetes • Productos de abarrotes • Dulces • Plantas • Productos de jarcería • Venta de animales exóticos 	<ul style="list-style-type: none"> • W.C. • Estacionamiento • Sitio de moto-taxis

Fuente: Elaboración propia con base a Encuesta 2023.

Como se observa dicho tianguis lo denominó híbrido ya que los artículos que se venden dentro de este son variados tanto en precio, calidad y de divisiones. Los artículos se venden en puestos que se distribuyen dentro del tianguis, sin seguir un orden; es como una jungla dentro del espacio público-urbano. A la par que se vende se va creando un espacio lleno de vida, invitando a los clientes o solo a los que se

dedican a mirar a consumir o preguntar acerca de los servicios más específicamente.

Imagen 5. Representación espacial de puestos



Fuente: Elaboración propia. Tomada en 2023.

Si bien los artículos en su mayoría tienen que ver con el agrado de la gente o lo que más necesitan, además los tianguistas con base a los gustos de los clientes, estos tienden a tener una preferencia espacial; esto se refleja en las entrevistas dirigidas tanto a los tianguistas como a los clientes los cuales refieren lo siguiente (*Cuadro 2*):

Cuadro 2. Relación Tianguista/Cliente

Relación Tianguista /Cliente	
¿Qué es lo que vende y porque? ¿Cuál es el motivo por el cual decidió ubicarse en este espacio?	¿Qué es lo que más consume en dicho tianguis? y ¿por qué?
<p>Por lo menos uno de los comerciantes tianguistas se ubica dentro de alguna actividad de las anteriores mencionadas, haciendo énfasis en que los artículos que venden son los más solicitados por los clientes.</p> <p>Además en términos de motivos espaciales casi todos mencionaron que buscan colocarse estratégicamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Por ejemplo los comestibles, productos de jarcería, productos de abarrotes y puestos de comida se suelen ubicar en las esquinas o donde se ubica un cruce (el precio de uso de suelo es más elevando en dichos espacios); ya que según ellos; son más visibles para el cliente. - Por otro lado los tianguistas de ropa, accesorios para carro, útiles, juguetes y zapatos etc. se ubican en la parte central del tianguis, pues ellos mencionan que no siempre son los artículos más vendidos, por lo que no les conviene comprar los espacios más visibles, ya que la venta es casi igual o inferior aun estando en las esquinas (hechos comprobados en trabajo de campo). 	<p>En contraste los clientes refieren que lo que más consumen son los artículos comestibles, de jarcería, abarrotes, comida, ropa, zapatos, carnes etc. ya que aún tianguis acuden primeramente a satisfacer necesidades primarias (alimentaria, de calzado y vestido, y del hogar), ya de manera secundaria se encuentra la necesidad de belleza, de telefonía, de mascotas, de artículos escolares, plantas, juguetes etc.</p> <p>Además llegan a guiarse con la estructura del tianguis, si primero se ubican los comestibles, abarrotes etc.; es lo primero en que se fijan, ya posteriormente van viendo los puestos del centro, sin embargo también los clientes se dirigen a las zonas que ya conocen (si es que tienen en mente compras específicas), saltándose los puestos de bajo interés.</p>

Fuente: Elaboración propia con base a Encuesta 2023

Retomando el costo de uso del suelo dentro del tianguis proporcionada en los recorridos dentro del mismo 2023, este se divide en dos montos; el primero va enfocado a los puestos fijo-temporales; este a su vez tiene dos subdivisiones: se paga una cuota de ochocientos cincuenta pesos (puede variar) mensuales si se ubica en la zona central y mil cien pesos si se ubican en esquinas o cruces.

Ahora para los puestos eventuales se subdivide en dos categorías: se les cobra ciento cincuenta pesos por un día, el cual no contempla techo ni piso firme y doscientos diez pesos con techo y piso. El estacionamiento no está controlado (no

tiene costo), por lo que este es libre siempre y cuando no se obstruya o bien vaya más allá del puesto aledaño. Y por último los baños tienen un costo de seis pesos.

Imagen 6. Representación de puestos del Tianguis Híbrido López Mateos



Fuente: Recuperada de google maps el 30 de septiembre del 2023

Como se muestra en la fotografía, comprueba la localización de los puestos de primera necesidad, pues para ellos significa tener más oportunidad de venta o mirar a la competencia para mejorar los precios. Además, se identifica que se ubican en un cruce de transporte y obstruyendo zonas de corredores y tiendas cercanas. El Tianguis Híbrido López Mateos cuenta con el siguiente horario de apertura y cierre:

Cuadro 3. Horario de actividades comerciales del Tianguis Híbrido López Mateos

Horario de actividad comercial del Tianguis Híbrido López Mateos		
Día	Hora de apertura	Hora de cierre
Martes	7:00 am	5:30 pm

Fuente: Elaboración propia con base a trabajo de campo y verificado por los tianguistas 2023

De acuerdo con el Cuadro 3, muestra el tiempo que los tianguistas abarcan a diario en su jornada laboral, dejando ver que es casi un día entero, comprobando que este espacio se convierte en un estilo de vida, donde no solo se es trabajador sino también hacen uso de otros roles como padres o madres de familia, maestros, entre otros, sin embargo, trata de prevalecer a un ochenta por ciento el rol de comerciante.

Otro elemento por el cual estos comerciantes comienzan a trabajar desde tan temprana hora es por qué pueden abarcar mayor clientela, ya que según ellos se busca aprovechar el tiempo para acumular las ganancias posibles.

III.IV. Estructura socio-comercial del tianguis Híbrido López Mateos

Por lo general en los tianguis se distribuyen bienes y servicios a bajo costo. De acuerdo con lo observado y verificado por el trabajo de campo en el Tianguis Híbrido López Mateos se pueden distinguir distintos trabajadores y visitantes de diversas edades que realizan recorridos dentro de dicho tianguis como se muestra a continuación:

Cuadro 4: Estructura socio-comercial (Tianguistas)

Estructura socio-comercial (Tianguistas)		
Sexo	Edad	Razones/Motivos (¿Cuál es el motivo por el cual decidieron emplearse en este negocio (tianguismo)? y ¿Cuántos años tiene?).
Mujer	21 a 68 años	<ul style="list-style-type: none"> - Facilidad de laborar - Libertad de tiempo - Por necesidad - Negocio familiar - Fácil acceso - No requiere de formalidades a la hora de trabajar - Es fuente de ingresos
Hombre	18 a 68 años	

Fuente: Elaboración propia con base a trabajo de campo y encuesta 2023

Respecto a los tianguistas se puede observar en el Cuadro 2 que la mayoría de los trabajadores ya sea hombres o mujeres están en un rango de edad de 18 a 68 años, destacando que los hombres comienzan un año antes que las mujeres -esto de acuerdo a trabajadores con la mayoría de edad- ya que el trabajo de campo arrojó que hay de todas las edades trabajando dentro de esta jungla (los jóvenes se encargan de descargar o acarrear productos).

Por otro lado, los motivos positivos por el cual se acercan a laborar son por esa accesibilidad que da el tianguismo, porque los trabajadores pueden ser sus propios jefes sin necesidad de que este alguien detrás de ellos, sin embargo, los motivos contrarios por los cuales se acercan a este negocio son por necesidad, por falta de algún nivel educativo, por difícil acceso a un empleo formal, por su edad, desempleo etc.

Cuadro 5: Estructura socio-comercial (Clientes)

Estructura socio-comercial (Clientes)			
Categoría	Razones/Motivos		
	¿Porque realiza sus compras en este tianguis?	¿Con que frecuencia acudes a este tianguis?	¿Cuál es el gasto promedio total que destina para sus compras al mes?
Adultos (en su mayoría mujeres y algunos hombres)	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor variedad, a diferencia de un mercado fijo. - Precios accesibles - Mayor calidad - Buen trato - Por cercanía - Puede comprar y a la vez tener acceso a un paseo 	Siempre que se pone el tianguis.	Mil doscientos al mes (considerando gastar el máximo: trecientos pesos por cada día que se coloca) o seiscientos (si se considera el mínimo de capital; ciento cincuenta).
Jóvenes (unos cuantos)	<ul style="list-style-type: none"> - Más opciones sin tener que movilizarse para conseguir cada producto. 	<p>En todo el mes, como dos veces.</p> <p>Un día por mes.</p>	Quinientos pesos (considerando que no se asiste todos los días)

Fuente: Elaboración propia con base a trabajo de campo y encuesta 2023

En este tianguis se manifestó a través de observación del trabajo de campo que acuden individuos de todo tipo de clase social, sin embargo, se puede distinguir que en su mayoría los que más concurren al tianguis son los de estratos medios. En suma, podemos distinguir que los motivos por los cuales asisten tienden a aspectos culturales, que se han estado gestando a través del tiempo de permanencia de dicho tianguis; pues a este sitio suelen acudir familias enteras; ya sea como acompañantes o para ir a consumir los productos, estos realizan recorridos que

llenen el espacio vacío (espacio público) junto con los tianguistas, dándole un sentido a dicho espacio.

El arribo de esta gama de visitantes se da el día martes de cada semana. En los horarios de siete de la mañana a doce de la tarde se concentran más los adultos (mayormente señoras) los cuales acuden con mayor frecuencia que los jóvenes, y de doce de la tarde a las cinco y media se incluyen los jóvenes; claro está no es una regla necesariamente estricta o escrita, ya que siempre se observa en los pasillos del tianguis a todo tipo de clientes; creando prácticas de socialización dentro y fuera de este.

III.V. Esparcimiento comercial del Tianguis Híbrido López Mateos

Retomando el tema del espacio público, podemos decir que dicho espacio los días martes se convierte en un espacio mercantil; ya que se da vida al tianguismo, y no solo el espacio público sino también los servicios como de transporte, tiendas departamentales y de avenidas aledañas junto con corredores, terminan por ser configurados por los tianguistas, ya que su esencia de cada aparato se modifica temporalmente, de forma que se va adecuando a las necesidades de los trabajadores; como lo son avenida contigua en estacionamiento, de corredores como espacios de descanso o como almacén al aire entre otros.

En el plano D-09 se muestran los espacios que son considerados públicos además de identificar la vía de comunicación principal donde se ubica el Tianguis Híbrido López Mateos de acuerdo con el Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco Solidaridad, Estado de México:

Imagen 7. Espacio Público del Municipio de Valle de Chalco



Fuente: Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco
Solidaridad, Estado de México, 2022, p.393

. Recuperado de: [*PMDU_Valle_Chalco.pdf \(edomex.gob.mx\)](http://*PMDU_Valle_Chalco.pdf(edomex.gob.mx))



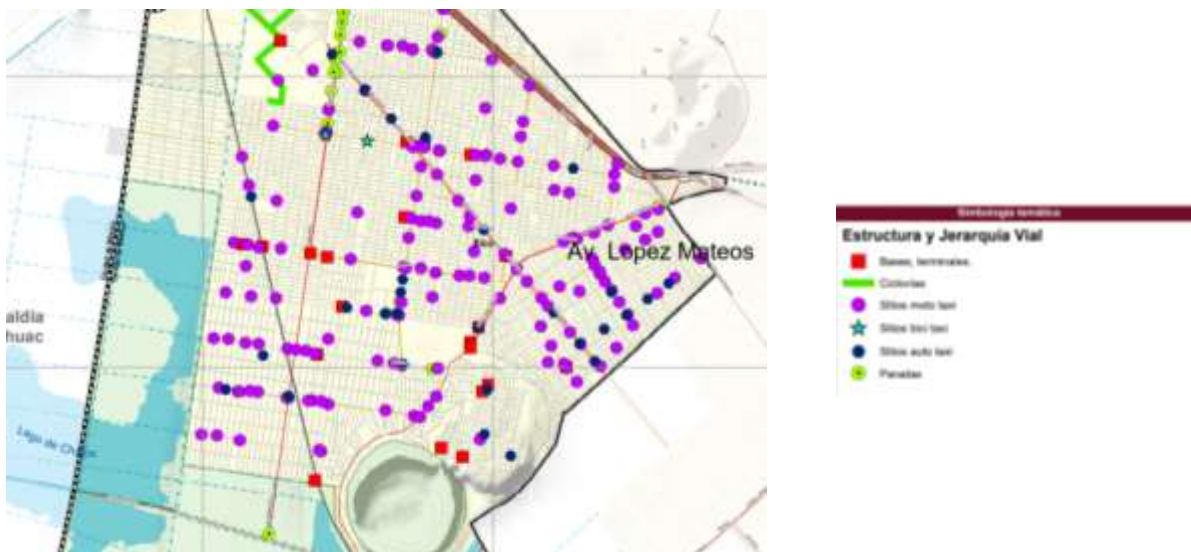
Como se muestra en la imagen 7; se puede destacar que a lo largo y ancho de la Av. López Mateos donde se ubica el tanguis híbrido, este llega a bloquear los martes; jardines vecinales, juegos infantiles y plazas cívicas, además de que la simbología revela que dicha avenida es una vía de comunicación primaria, por lo que limita totalmente el paso de vehículos y transporte público.

Entonces la actividad mercantil denominada tanguismo se lleva a cabo dentro de un perímetro privado de interés público, además como se mencionó anteriormente no respeta el límite, sino que va más allá de este, si así se requiere, generando congestión dentro del área donde se esparce.

III.V.I Uso comercial de avenidas

Las vías de comunicación son la principal fuente de movilidad dentro del municipio de Valle de Chalco, ya que esto permite tener un mayor alcance de tránsito, ya sea a las periferias, a centros comerciales, a escuelas etc., sin embargo, estas llegan a mermarse en un sentido espacial cuando se avecina la instalación del tianguis.

Imagen 8. Infraestructura y jerarquía vial



Fuente: Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco
Solidaridad, Estado de México, 2022, p.394

. Recuperado de: [*PMDU Valle Chalco.pdf \(edomex.gob.mx\)](https://edomex.gob.mx/PMDU_Valle_Chalco.pdf)

Como se aprecia en la Imagen 8, la avenida López Mateos obstruye por los menos cuatro espacios; Bases-terminales, sitios de moto taxi, sitios de auto taxis y una parada, esto nos muestra que la instalación de dicho tianguis bloquea principalmente espacios de transporte público, servicio que se ocupa con frecuencia, provocando una retención del tráfico, haciendo más imposible el poder transitar ya sea por vehículo y a pie. Algunas avenidas secundarias como la Av. Sur 11, sufre importantes transformaciones pues en dicha avenida además de ser una zona donde se ubica una base de mototaxis, esta también es la ruta de combis (Sta. Marta), sin embargo, su modificación más importante es que se convierte

temporalmente en una de las entradas al tianguis López Mateos, por lo que el espacio se reduce a una cuarta parte de su totalidad, generando una congestión aún mayor.

Otro proceso el cual se mencionó anteriormente es el del estacionamiento del tianguis; este fenómeno como se explicó no tenía una organización como tal estipulada o un encargado, simplemente los tianguis acomodan sus herramientas de trabajo y se respeta el espacio sin necesidad de un escrito o regla:

Imagen 9. Estacionamiento provisional del Tianguis Híbrido López Mateos



Fuente: *Fuente: Elaboración propia. Tomada en 2023.*

Por ejemplo, en la imagen 9. Representa cómo es que los estacionamientos provisionales se llevan a cabo, pues solo basta con hacer uso de utensilios de trabajo que sean identificables para los otros trabajadores como; cajas de plástico, llantas, algunos lazos o los mismos vehículos donde transportan la mercancía. Este es una clara representación de la configuración del espacio de acuerdo con las necesidades de los tianguistas, ya que al no contar con un estacionamiento exclusivo/privado, ellos se encargan de crearlo.

El uso abusivo del espacio público; como se da en los frentes de domicilio, banquetas, calles, avenida etc., muestran de alguna manera que las autoridades y los tianguistas “*poco parece interesarles la movilidad peatonal, predominando en*

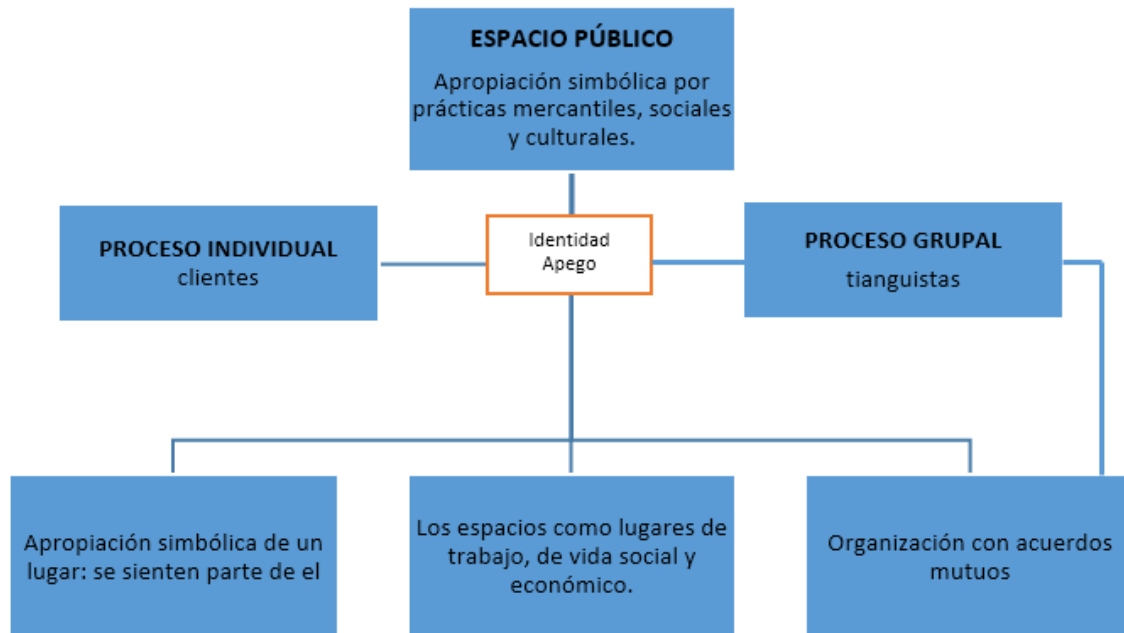
cambio, el uso inconsciente del territorio público y su conversión inmediata en usufructo privado mediante la obstaculización del sendero” (Ramírez, 2021, p.14), lo que me hace pensar que no han llegado a acuerdos más concretos sobre el uso del espacio público, ya que no son los únicos afectados laboralmente, sino también la otra rama de oficios (tiendas, sitios de taxi, puestos ambulantes etc.). Lo que hace falta cuestionar es, por qué las autoridades si permiten la instalación de los tianguis como fenómeno cultural-social pero no hay una preocupación o interés mayor en mantener los espacios públicos menos congestionados. Esto nos habla de que hay una inclinación mayor en el flujo monetario que por un bien público social urbano, pues el pertenecer al fenómeno del tianguismo implica permisos que equivalen a la acumulación de capital.

III.VI. Privatización socio-comercial del espacio público

Como hemos visto el Tianguis Híbrido López Mateos está conformado por un conjunto de fenómenos culturales, sociales, económicos, etc. Todas estas prácticas se dan bajo la noción del tianguis, propiciando transformaciones del espacio urbano, es decir, cómo la apropiación y la construcción del espacio público.

Dentro del Tianguis López Mateos. La población hace uso del espacio como un espacio de vida, es decir tanto los tianguistas como los clientes hacen de ese espacio vacío, un espacio animado, lo que tiene que ver en que los comerciantes fungen como una población activa que realiza sus actividades de trabajo, mientras que por el otro lado, los clientes o visitantes son esa parte de la población que se encarga de disfrutar e incluso visitar de manera precisa los puestos, es decir, desde ambas visiones existe una idea de apropiación, se crea una identidad de acuerdo determinado espacio y prácticas. Otro elemento que no debemos dejar de lado son los residentes de las casas, los cuales también forman parte de esa modificación, o por lo menos permiten que los tianguistas en conjunto usen el espacio público construido es decir hay de cierta forma una organización social no escrita que lucra con la actividad mercantil.

Esquema 2. Transformación socio-espacial del Tianguis Híbrido López Mateos



Fuente: Elaboración propia. 2023

Con base al esquema entonces podemos decir que la apropiación de un espacio determinado, de una avenida como el caso del Tianguis Híbrido López Mateos tiene que ver con la identidad pues, la **identidad** implica que las personas o grupos se reconozcan históricamente dentro de un entorno físico, social y simbólico. Por ende, la identidad se forma a través de un sentido de pertenencia como categorización social. También este proceso va a requerir del **apego**, el cual es un tipo de comportamiento hacia una persona o un espacio en cuestión de proximidad, es decir, en medida en que el otro o el espacio sean correspondidos. En este sentido, en el caso del tianguis los clientes y tianguistas tienen una proximidad la cual les permite tener un apego que se da de manera sutil a través de miradas de contacto físico, de saludos, etcétera. Teniendo en cuenta estos dos elementos, entonces se puede generar lo que se conoce como **apropiación**. Siendo este un vínculo que existe entre un individuo y un lugar, el cual significa que los individuos sienten una

cercanía respecto a un entorno, se sienten parte de él y que les permite entonces tener la posibilidad de modificarlo en medida de sus necesidades.

Conclusión General

El espacio público tiene un papel importante en la sociedad ya que permite generar una verdadera convivencia ciudadana, además de contribuir a la formación de una identidad ciudadana, este también define la calidad de la ciudad y la calidad de vida de la gente. Además, su característica principal es que son espacios libres. Estos espacios están destinados al desarrollo de la vida urbana como lo son de aspectos recreativos, de ocio, educativos, sociales etc. pero también para un uso comercial, como lo son los tianguis, los cuales permiten el flujo de la actividad económica.

Estos espacios son capaces de transformarse por la mano del hombre a través de la identidad, el apego y la coexistencia, haciendo posible la modificación temporal de dichos espacios, estos son lugares reconocidos históricamente por los pobladores de una ciudad, lugares que aceptan, que se sienten parte de él y que tiene un valor social muy importante ya que forma parte de las costumbres de cada uno de los actores urbanos. La identidad y el apego muestran la conexión y cercanía que se tiene a cierto lugar (los tianguistas como lo son a los clientes y viceversa).

Por otro lado, los tianguis forman parte de una serie de fenómenos sociales-comerciales del entorno urbano, los cuales ocupan en su gran mayoría espacios públicos los cuales a través de la identidad y el apego producen la apropiación del espacio, generando un conjunto de interacciones y significados que van construyendo un modo de vida un espacio de vida. Sin embargo, el tianguismo también son prácticas de sobrevivencia que auto organizados adquieren aceptación social, propiciando conflictos económicos, políticos y principalmente sociales y espaciales.

Es importante entender que hay una relación entre el espacio social y el espacio físico muy fuerte que se da gracias a reglas sociales y mercantiles no escritas que legitiman esta misma.

En el caso del Tianguis Híbrido López Mateos. Los puestos de este tianguis se distribuyen en diferentes áreas internas del espacio público. Este cuenta con puestos fijo-temporales y eventuales, así como también servicios de sanitarios y de un estacionamiento no privado. El tianguis goza de popularidad gracias a su variedad de artículos que tiene a la venta, además el trato es un factor que le encanta a los clientes y por lo grande que es. Su extensión va más allá de calles vecinas, de corredores y avenidas contiguas, llegando a obstruir la entrada de las casas, de tiendas departamentales e incluso de bases de transporte público.

Su estructura comercial está compuesta principalmente por los clientes y los trabajadores. En cuanto a los clientes quienes más asisten a este tianguis son mujeres, así como también familias completas y jóvenes. Además, el crecimiento del comercio ha ido en ascenso, ya que se ve un aumento en los estacionamientos y en el número de visitantes. Se observa también que el espacio público se modifica temporalmente cuando es el día de instalación de dicho tianguis pasando de espacio público a un espacio con uso mercantil.

Por otro lado, este tianguis híbrido no cuenta con un reglamento escrito, sin embargo, ellos siguen reglas no escritas las cuales se conocen y difunden a través de la dialéctica entre ellos. Otro elemento que se debe de rescatar es el tema de la presencia de las autoridades, pues con base al trabajo de campo se observó que la presencia de esta es lo más limitada posible, es decir, solo se dirige a cuestiones documentales y permiso, no se presenta como elemento protector hacia los tianguistas. En ese sentido cuando se habla de un tianguis como elemento cultural-social-económico, este debe de ser tomado en cuenta a la hora de la planeación urbana, planeación comercial y del diseño urbano ya que como se mostró a lo largo del trabajo este fenómeno cruza por estas tres variables las cuales terminan por modificar el paisaje urbano y que determina la tranquilidad de los habitantes de un espacio urbano.

Si bien lo aprendido aquí es que tanto los espacios públicos pueden convertirse en espacios mercantil, esto a través de diversas prácticas sociales, de formación de identidades y de apego hacia un sitio, de socialización entre otros.

En cuanto a la gestión e información acerca de los espacios públicos urbano se debe de resaltar que:

El acontecimiento de la privatización/apropiación del espacio público bajo la noción de tianguis debe de estar presente en las políticas urbanas y de planeación de esta, así como también ser atendidas y estudiadas por disciplinas afines, esto con motivo de expresar mejor la planeación de los espacios urbano.

Igualmente es preciso mencionar que existieron dificultades en términos de información, la inexistencia de información sobre espacios públicos urbanos creados por la sociedad limitó la investigación hasta cierto punto.

Con base a la información para esta investigación se observó nula existencia de información oficial y precisa, por consiguiente, dicha investigación tuvo que recurrir a la técnica de observación participante de modo que se pudiera generar y recopilar información de fuente primaria. Dicha problemática fue un estudio de caso descriptivo.

Otra de las barreras informativas que se tuvo a lo largo de la investigación fue la atención de las autoridades frente a este fenómeno, ya que no resguardan información sobre casos como estos, es el mismo caso para ordenamientos de desarrollo. El gobierno municipal solo cuenta con datos que contabilizan el número de mercados y tianguis que hay y donde se ubican, sin embargo, no hay mapas o más información acerca de ello.

En cuanto a la recopilación en campo, también hubo limitaciones, a pesar de conocer a algunos trabajadores, aun así, la información que ofrecían pudiera no ser del todo confiable o genuina, de cierto modo está la desconfianza por parte de los trabajadores, pues hay un temor de pérdida de su forma de subsistencia, lo cual es comprensible. Por lo que el estudio de la configuración de los espacios públicos construidos por los agentes (tianguistas y clientes) llega a tener dificultades de información, por ende, permite divisar la falta de atención a la parte de ordenamiento, gestión y creación de estos.

Considero importante tomar en cuenta la Planeación urbana de manera seria y sobre todo cuando se trata de zonas donde está en juego la vida nerviosa social, es por eso que se tiene que plantear el uso de información y personal a fin; como lo son personal de planeación territorial, ecología entre otros, pues a la genera problemáticas de índole social político y económico y sobre todo de lo urbano; pues este espacio público-urbano se va ajustando a la necesidad económica, modificando los espacios de convivencia social a espacios de modos de vida.

Ahora con el comercio en crecimiento *-físico-espacial-* en estas zonas es imperante producir investigaciones que recopilen y reflexiones acerca de este fenómeno, contemplando y haciendo uso de herramientas a fines, para que estas sean capaces de influir en la aportación de información a las instituciones gubernamentales, principalmente en la de cada municipio para que esta se integrada a los planes de desarrollo municipales, ya que la transformación de espacios públicos es generada por la sociedad es necesario que se contemplen dentro de los lineamientos de cada plan, pues forman parte del fenómeno social por ende no contemplarlos sería ir en contra del bienestar social.

Por ello sugiero que las venideras investigaciones por parte de la licenciatura de sociología tengan presente el poder trabajar en conjunto con diversas áreas como lo es Planeación Territorial, así como con otras, ya que pueden permitir ampliar la visión a nuevas soluciones de carácter social. No podemos permitir que se siga negando *-en términos territoriales, políticos y de gestión -* un fenómeno que forma parte de la vida diaria de todos, de la vida nerviosa social.

Referencias

Libros:

- Merino Pérez, Leticia (2014), "Perspectivas sobre la gobernanza de los bienes y la ciudadanía en la obra de Elinor Ostrom", Revista Mexicana de Sociología, 76 (Número Especial dedicado a Elinor Ostrom), Ciudad de México, UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales, pp. 77-104.
- Neüman, M. (2008). Construcción de la categoría "apropiación social". Quórum Académico, 5 (2), 67-98.
- Olavarrieta, S.; Manzur, E.; Hidalgo, P, y; Farías, P. (2008). "Un análisis a los atributos relevantes de los mercados de las pulgas para los compradores: Evidencia desde América Latina", Revista de Ciencias Sociales (Ve), Col. XIV, Núm. 3, septiembre-diciembre, 468-478

- Crossa. V. (2008). VIII. LOS TRABAJADORES EN LA VÍA PÚBLICA: ELEMENTOS PARA DISCUTIR SU LEGITIMIDAD. El Colegio de México. Recuperado el 19 de agosto de 2023, de <https://www.jstor.org/stable/j.ctv3dnrdb.12?seq=1>
- Delfin. M. (2010). Un breve comentario sobre la historia de los tianguis y los mercados de México. Recuperado el 19 de agosto de 2023, de <https://www.historiacocina.com/paises/articulos/mexico/tianguis.htm>
- Gobierno del municipio de Valle de Chalco Solidaridad. (2022). Plan Municipal de Desarrollo Urbano del Municipio de Valle de Chalco Solidaridad. Recuperado el 10 de agosto de 2023, de http://sedui.edomex.gob.mx/sites/sedui.edomex.gob.mx/files/files/planes_municipales/Valle%20de%20Chalco%20Solidaridad/PMDU_Valle_Chalco.pdf
- Gallego & Tomas. (2016). TÉCNICAS CUALITATIVAS DE INVESTIGACIÓN: 3.3. LA OBSERVACIÓN EN INVESTIGACIÓN CUALITATIVA. Recuperado el 20 de agosto de 2023, de

https://ocw.unizar.es/ocw/pluginfile.php/839/mod_folder/content/0/Unidad%203.3.pdf

- Garriz, Schroeder. (2014). Dimensiones del espacio público y su importancia en el ámbito urbano. Universidad Nacional del Sur (Argentina). Recuperado el 20 de agosto de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/1053/105338606003.pdf>
- Garrido, R. (2006). Apego, emoción y regulación emocional. Implicaciones para la salud. Revista Latinoamericana de Psicología, 38 (3), 493-507. Recuperado el 23 de agosto de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/805/80538304.pdf>
- Sánchez, G. J. G., & Martínez, P. M. P. (2020). La apropiación y el uso del espacio público urbano. Los comunes en el Parque Urbano. Economía, Sociedad y Territorio, 21(65), 57-85. Recuperado el 23 de agosto de 2023, de <https://doi.org/10.22136/est20211678>
- Sosa. L & Ortiz. S. (2022). Diseño emergente en las ciudades: uso del espacio urbano y el fenómeno de los mercados callejeros. Mundo, Arquitectura, Diseño gráfico y Urbanismo. Recuperado el 20 de agosto de 2023, de <https://madgu.unison.mx/index.php/madgu/article/view/84/95#toc>
- Kuri. (2013). Representaciones y significados en la relación espacio-sociedad: una reflexión teórica. Recuperado el 24 de agosto de 2023, de <https://www.scielo.org.mx/pdf/soc/v28n78/v28n78a3.pdf>
- Marrone, M. (2001). La teoría del apego. Un enfoque actual. Revista Internacional de Psicoanálisis Aperturas, 1 (10), 31-32. Recuperado el 27 de agosto de 2023, de <https://www.aperturas.org/articulo.php?articulo=0000198>
- MXCity. (2020) TODO SOBRE EL FAMOSO TIANGUIS DE LA SAN FELIPE DE JESÚS. Recuperado el 22 de agosto de 2023, de: <https://mxcity.mx/2022/07/todosobre-el-famoso-tianguis-de-la-san-felipe-de-jesus/>
- Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. OPERA. Recuperado el 7 de agosto de 2023, de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/1187>

- Nuñez. N (2017). Intersecciones espaciales: una mirada desde la teoría socioespacial. UAM Xochimilco. Recuperado el 28 de agosto de 2023, de <https://www.bing.com/ck/a?!&p=3248c4d7c35d41ccJmItdHM9MTY5NTYwMDAwMCZpZ3VpZD0zZGJiMjE5My02NmRhLTZmZDgtMGVmYy0zMzcyNjdiOTZlZGQmaW5zaWQ9NTE3Ng&ptn=3&hsh=3&fclid=3dbb2193-66da-6fd8-0efc-337267b96edd&psq=Intersecciones+espaciales%3a+una+mirada+desde+la+teor%3%ada+socioespacial&u=a1aHR0cHM6Ly92ZXJIZGFzb2pzLnhvYy51YW0ubXgvaW5kZXgucGhwL3ZlcmVhYXN0aWNsZS9kb3dubG9hZC80NjYvNDYxLw&ntb=1>
- Pio. D. (2019). Proyecto Mercado Municipal. Recuperado el 2 de septiembre de 2023, de http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB_UMI_CH/11170/FA-L-2019-1588%20VR.pdf?sequence=1
- Publimetro. (2023). Mapa de tianguis de la CDMX: ¿Dónde se ubican y qué días se instalan? Recuperado el 4 de septiembre de 2023, de <https://www.publimetro.com.mx/noticias/2023/01/11/mapa-tianguis-cdmx-donde-se-ubica-y-que-dia-se-instalan/#:~:text=Datos%20de%20la%20Secretar%C3%ADa%20de%20Desarrollo%20Econ%C3%B3mico%20%28Sedeco%29,circulaci%C3%B3n%20vehicular%20en%20importantes%20v%C3%ADas%20de%20la%20capital.>
- Pascal. (2021). Mercado de antigüedades de la Lagunilla, ¿dónde está? México Travel Channel. Recuperado el 4 de septiembre de 2023, de <https://mexicotravelchannel.com.mx/servicios/20210611/lagunilla-mercado-antiguedades-ubicacion/>
- Ramirez. R. (2021). Tianguis y ciudad: comercio, espacio público y criticalidad urbana en el noreste mexicano. Universidad Nacional de Colombia. Recuperado el 5 de septiembre de 2023, de <http://eprints.uanl.mx/23153/1/Tianguis%20y%20ciudad-articulo.pdf>

- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. (2019). Tianguis: origen y tradiciones. Recuperado el 9 de septiembre de 2023, de <https://www.gob.mx/siap/es/articulos/tianguis-origen-y-tradiciones?idiom=es>
- Seve, Villaverde, Gastelum, Redondo. (2022). Tianguis. Emergencia de ciudades temporales dentro de la ciudad. Ocupación espontánea del espacio público: el caso de Tlacolula. EURE Santiago. Recuperado el 13 de septiembre de 2023, de https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612022000100015
- Simmel. G. (1977). La Metrópolis y la vida mental. En la revista Discusión. núm. 2 Barcelona: Barral. Recuperado el 11 de septiembre de 2023, de <https://biblat.unam.mx/hevila/BifurcacionesSantiago/2005/no4/9.pdf>
- Velera, S., Pol, E. (1994). El concepto de identidad social urbana: una aproximación entre la psicología social y la psicología ambiental. Anuario de Psicología, 1 (62), 5-24. Recuperado el 19 de septiembre de 2023, de <https://www.raco.cat/index.php/anuariopsicologia/article/viewFile/61126/88865>
- Vidal, Pol. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. Universitat de Barcelona. Recuperado el 2 de octubre de 2023, de <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99095/1/545803.pdf>
- Villegas, P. (2010). Del tianguis prehispánico al tianguis colonial: lugar de intercambio y predicación (siglo XVI). Estudios Mesoamericanos, 1(8), 93-101. Recuperado el 2 de octubre de 2023 <https://biblat.unam.mx/es/revista/estudios-mesoamericanos/articulo/del-tianguis-prehispanico-al-tianguis-colonial-lugar-de-intercambio-y-predicacion-siglo-xvi>

Anexos

Anexo 1. Formato de entrevista

El objetivo es complementar al trabajo de investigación que lleva por título: “USO Y MODIFICACIÓN DEL ESPACIO URBANO EN LA ACTUALIDAD: EL CASO DEL TIANGUIS LÓPEZ MATEOS EN LA COLONIA JARDÍN EN VALLE DE CHALCO”.

CARGO: Trabajadores del Tianguis Híbrido López Mateos

FECHA: 26/09/2023

1. ¿Cuál es el motivo por el cual decidieron emplearse en este negocio (tianguismo)?

1.1. ¿Cuántos años tienen?

2. ¿Qué es lo que vende y por qué?

2.1. ¿Cuál es el motivo por el cual decidió ubicarse en este espacio?

Anexo 2. Formato de entrevista

El objetivo es complementar al trabajo de investigación que lleva por título: “USO Y MODIFICACIÓN DEL ESPACIO URBANO EN LA ACTUALIDAD: EL CASO DEL TIANGUIS LÓPEZ MATEOS EN LA COLONIA JARDÍN EN VALLE DE CHALCO”.

CARGO: Clientes del Tianguis Híbrido López Mateos

FECHA: 26/09/2023

1. ¿Por qué realiza sus compras en este tianguis?
2. ¿Qué es lo que más consume en dicho tianguis? y ¿Por qué?
3. ¿Con qué frecuencia acudes a este tianguis?
4. ¿Cuál es el gasto promedio total que destina para sus compras al mes?