

Los vendedores callejeros y el espacio público: ¿el movimiento como eslabón de la legitimidad en el panóptico?

SALTO-MORALES César, SÁNCHEZ-ORTEGA Jorge Alberto

Recibido: septiembre, 22, 2020; Aceptado Febrero 9, 2021.

Resumen

En el primer cuadro de la ciudad de Chilpancingo, vendedores ambulantes transitan y permanecen en las calles para la venta de sus mercancías, donde el intento de control ejercido por las autoridades crea una situación de subordinación o escapatoria. Para realización de esta investigación, el uso de una metodología cualitativa a través de entrevistas, observación participante, manejo de SIG's y fotografía se hace presente. Se inicia con el planteamiento de la existencia de un sistema panóptico, que interviene en el comportamiento de los actores. A partir del contexto mencionado, se analizan las variables de movilidad y legitimidad social que están presentes en la complejidad del comercio ambulante, ya que la sociedad, manifestada como una clientela, mantiene juicios morales que parten desde una percepción creada por los apropiadores de lo público, que interrelacionada con sus desplazamientos en el territorio, lleva a cabo la configuración del espacio urbano imaginario. Se aterriza con un sujeto de prueba para explicar lo planteado y demostrar el eslabón que pudiera tener el movimiento como pieza clave del orden público, por consiguiente, pudiéndose evitar las sanciones establecidas.

Palabras clave: Movilidad, legitimidad, vendedor ambulante, espacio público y panóptico

Abstract

In the first square of Chilpancingo city, street vendors walk and remain in the streets to sell their goods where the attempted control by the authorities generates a situation of submission or escape. To carry out this research, a qualitative methodology is used through interviews, participant observation, GIS management and photography. It begins with the proposal to create a panoptic system that intervenes in the behavior of the actors. Starting from the previous context, the variables of mobility and social legitimacy are analyzed which are present in the complexity of street trade, since the society manifested as costumers, supports moral judgments based on a perception created by the appropriators of the public and related to his movements in the territory, it carries out the configuration of the imaginary urban space. It lands with a test object to explain what was raised and show the context that the movement, as a key element of public order, could have to avoid the sanctions established.

Keywords: Movility, legitimacy, street vendor, public space and panopticon

Citación: SALTO-MORALES César, SÁNCHEZ-ORTEGA Jorge Alberto Los vendedores callejeros y el espacio público: ¿el movimiento como eslabón de la legitimidad en el panóptico? Foro de Estudios sobre Guerrero. 2020, Mayo 2021- Abril 2022 Vol.9 No.1 94-104

Correspondencia al Autor (lejendario1995@gmail.com)

Artículo

Desarrollo Humanístico y Social

Foro de Estudios sobre Guerrero

Mayo 2021- Abril 2022 Vol.9 No.1 94-104

Introducción

En el primer cuadro de la ciudad de Chilpancingo se vive un control del espacio público por parte de las autoridades municipales, que puede explicarse a través de un sistema desarrollado por medio del panóptico, modelo planteado por Foucault (1976), que muestra el control de los individuos en un sitio específico, el cual se adapta a éste como una innovación, que explica el cómo los vendedores ambulantes desarrollan sus actividades en el espacio público en la venta de sus mercancías a través de las variables movilidad y legitimidad social. Esta investigación une varios modelos que explican parte de la complejidad del actor en la situación mencionada, tomando como caso el de un vendedor de empanadas. Se utiliza una metodología cualitativa con el uso de entrevistas, observación participante, manejo de SIG's y fotografía. Se inicia con la estructura que gobierna el sitio, después la relación entre movimiento y mercancía, así mismo las variables movilidad y legitimidad social, finalmente se aterriza con un sujeto de prueba donde se adaptan los modelos en conjunción.

Objetivos

- Analizar la estructura que mantiene el control del comercio ambulante.
- Analizar la relación entre movimiento y legitimidad social en el espacio público.
- Analizar la cotidianidad del vendedor ambulante a partir de los modelos planteados.

Desarrollo

Una forma de representar el poder ejercido por los actores del comercio ambulante es adaptando su realidad a un panóptico. Foucault (1976) señala que: “El panóptico debe ser comprendido como un modelo generalizable de funcionamiento; una manera de definir las relaciones del poder con la vida cotidiana de los hombres” (pág. 189).

Este sistema de poder se plantea a través de relaciones de nivel jerárquico y se adecua al espacio público como una innovación debido a que, en el planteamiento original del autor, se presenta en espacios cerrados como escuelas, cárceles, hospitales, etc. Foucault (1976) afirma que: “Siempre que se trate de una multiplicidad de individuos a los que haya que imponer una tarea o una conducta, podrá ser utilizado el esquema panóptico” (pág. 190). Además, debido a su característica de visibilidad como un modelo acondicionado al espacio abierto, su poder puede ser ejercido sin limitantes. “Para ello Bentham ha sentado el principio que el poder debía ser visible e inverificable. Visible: el detenido tendrá sin cesar ante los ojos la elevada silueta de la torre central de donde es espiado” (Foucault, 1976, pág. 186).

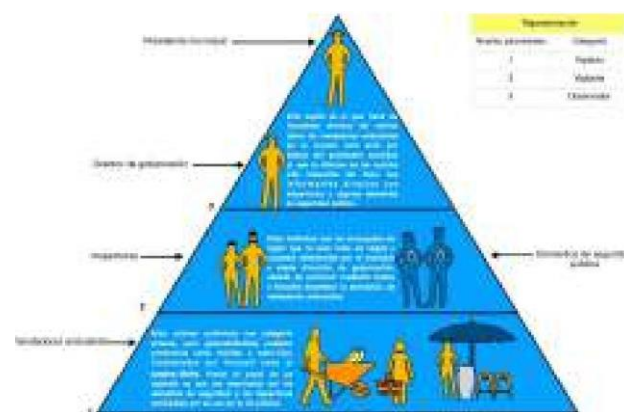


Gráfico 1 Representación piramidal panóptica del comercio ambulante en el primer cuadro de la ciudad de Chilpancingo. Elaborado con base al texto *Vigilar y castigar* de Foucault (1976).

Artículo

Desarrollo Humanístico y Social

Foro de Estudios sobre Guerrero
Mayo 2021- Abril 2022 Vol.9 No.1 94-104

En la ilustración 1 se puede mirar en el primer nivel piramidal a los vigilados, vendedores ambulantes u hombres-límite que están siendo observados por las figuras de autoridad; en el segundo al vigilante, persona a quien se le conceden ordenes por parte de la punta piramidal para poder subyugar a los primeros; finalmente al observador, actor con mayor mando sobre todos los que se encuentran dentro del panóptico, dirigiendo, controlando y acordando acciones para el control de la base o nivel uno.



Figura 1 Carretillero como actor “vigilado” del espacio público visto en la calle Ignacio Zaragoza. Fotografía tomada por César Salto Morales el 13-12-2018 en la ciudad de Chilpancingo, Guerrero.

El comportamiento de los observados se vigila debido a su propensión al conflicto el cual genera desorden en la vía pública. “¿Y cuál es el motivo?, que están parados indebidamente, que se están emborrachando, que se están drogando, que le están faltando a la ciudadanía. El carretillero debe caminar, no se tiene que enquistar, tiene que estar en movimiento” (D. Simón, comunicación personal, 22 de octubre del 2019).

Este mando tiene la finalidad de mantener supervisados a los vendedores ambulantes, desde el conocimiento y la observación panóptica.

El panóptico funciona como una especie de laboratorio de poder. Gracias a sus mecanismos de observación, gana en eficacia y en capacidad de penetración en el comportamiento de los hombres; un aumento de saber viene a establecerse sobre todas las avanzadas del poder, y descubre objetos que conocer sobre todas las superficies en las que este viene a ejercerse (Foucault, 1976, pág. 189).

El poderío establecido en el panóptico es detentado por el Director de Gobernación, poseedor de las facultades que involucran la vigilancia de la instalación, adecuación, alineamiento, mantenimiento, reparación y retiro de los comercios instalados en la vía pública; por encima sólo se encuentra el presidente municipal, cuyo eje de poder encabeza la observación máxima. Tiene a su cargo vigilantes e inspectores, que actúan como sus ojos y oídos, informándole del comportamiento de los hombres-límite.

Tú podrías apreciar que en la mañana estamos muy intensos, pero cuando se va el turno es cuando llegan no más de repente o se aparecen en unos bajitos echándose y ya ven al Director de Gobernación, agarran unos palitos y se echan a ver, y cómo que empiezan a caminar, o sea ya los hemos encontrado. En la tarde ya se integró un nuevo equipo de tres agentes de gobernación para que atiendan después de las 3:00 un turno y salgan hasta las 8:00 u 8:30 de la noche (D. Simón, comunicación personal, 22 de octubre del 2019).

Artículo

Desarrollo Humanístico y Social

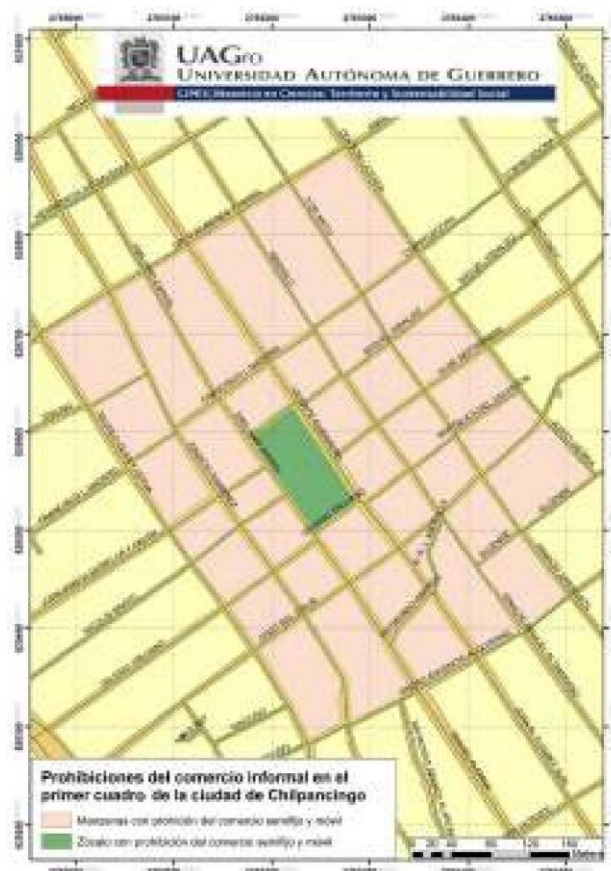
Foro de Estudios sobre Guerrero
Mayo 2021- Abril 2022 Vol.9 No.1 94-104

El ojo físico del panóptico está representado por la Dirección de Gobernación, sitio establecido dentro del primer cuadro de la ciudad, cuya oficina principal alberga la mirada de Daniel Simón Acuña, Director de Gobernación, hacia el zócalo. Este lugar está sujeto a la interacción de actores con fines comunicativos (entre el observador y el vigilante), que lleva al mantenimiento del orden público.

Desde su torre central, el director puede espiar a todos los empleados que tiene a sus órdenes: enfermeros, médicos, contra maestras, maestros, guardianes; podrá juzgarlos continuamente, modificar su conducta, imponerles los métodos que estime mejor; y él mismo a su vez podrá ser fácilmente observado. Un inspector que surja de improviso en el centro del panóptico juzgará de una sola ojeada, y sin que se le pueda ocultar nada, cómo funciona todo el establecimiento (Foucault, 1976, pág. 188).

La vigilancia, ejercida desde la autoridad y el poder, modifica el comportamiento del actor que busca un interés individual. La presencia de un observador impredecible posibilita un cambio de conducta, reformando la moral, difundiendo el buen comportamiento, y haciendo una continua referencia al uso correcto del espacio público. Foucault (1976) afirma que: “El panóptico puede ser utilizado como máquina de hacer experiencias, de modificar el comportamiento, de encauzar o reeducar la conducta de los individuos” (pág. 188).

La dimensión física del control panóptico en el primer cuadro de la ciudad de Chilpancingo es representada por una frontera con un límite normativo, donde la comunicación entre los niveles piramidales rige el comportamiento de los actores.



Mapa 1 Prohibición del comercio semifijo y móvil en el primer cuadro de la ciudad de Chilpancingo. Elaboración propia con base al artículo 32 del Reglamento para Actividades Comerciales en Uso de la Tendencia de la Vía Pública del Municipio de Chilpancingo de los Bravo, Guerrero.

Artículo

Desarrollo Humanístico y Social

El propósito del esquema panóptico es el fortalecimiento del control social para la creación de un presunto beneficio colectivo. Así, se intenta implementar esta lógica, utilizando el espacio público para el desarrollo de actividades que integren a la ciudadanía para la recreación y, por tanto, para el logro del bienestar colectivo. Esto da lugar a la exposición de grupos de divulgación cultural, científica, musical, etc. “Vamos con ese propósito, de embellecerlo, de cambiar la cultura, de concientizarlos, que el zócalo sea recreativo y de las familias, así como el Andador Zapata que ya desalojamos, y eso es para beneficio de la ciudadanía” (D. Simón, comunicación personal, 22 de octubre del 2019).

El panóptico, por el contrario, tiene un poder de amplificación; si acondiciona el poder, si quiere hacerlo más económico y más eficaz, no es por el poder en sí, ni por la salvación inmediata de una sociedad amenazada: se trata de volver más fuertes las fuerzas sociales, aumentar la producción, desarrollar la economía, difundir la instrucción, elevar el nivel de la moral pública; hacer crecer y multiplicar (Foucault, 1976, pág. 192).

Foucault (1976) señala que: “Toda institución panóptica, así sea tan cuidadosamente cerrada como una penitenciaría, podrá sin dificultad estar sometida a esas inspecciones a la vez aleatorias e incesantes; y esto no solo de parte de los inspectores designados, sino de parte del público” (pág. 191). Esta dinámica se visualiza en el primer cuadro de la ciudad, donde los actores secundarios (ciudadanos) se vuelven parte de los informantes, ejerciendo presión sobre aquellos individuos que usan la vía pública a su arbitrio, debido a que el uso del espacio público instaura un orden social en la mente de la colectividad, que unida a su responsabilidad ciudadana, se vuelve una especie de centinela del orden público.

La mercancía, factor de intercambio, es una variable que influye en la movilidad del vendedor ambulante. Su diversidad en el primer cuadro es vasta, tanto que modifica sus

Foro de Estudios sobre Guerrero
Mayo 2021- Abril 2022 Vol.9 No.1 94-104

desplazamientos realizados de forma directa o indirecta durante su jornada laboral.

Por ejemplo: las gorditas, comida preparada bajo circunstancias específicas, no proveen a las cocineras las mismas condiciones de traslado, comparadas con las que tienen los vendedores callejeros de gelatina, debido a que los segundos pueden detenerse mientras comercian para después continuar caminando, lo cual es posible gracias a la pequeña caja de metal y vidrio que transportan.



Figura 2 Vendedoras de gorditas Mary ubicadas en la calle 16 de Septiembre. Fotografía tomada por César Salto Morales el 2003-2020 en la ciudad de Chilpancingo, Guerrero.

La raíz de la explicación se encuentra principalmente en el producto, el primer alimento se prepara con ingredientes como pollo, chorizo, queso, etc., de allí la necesidad de que sean fritos con aceite de cocina.

Artículo

Desarrollo Humanístico y Social

Esto origina el uso de artículos como: tanque de gas, comal, etc., por tanto, no pueden ser desplazados fácilmente. Por otra parte, el otro no necesita del espacio público para preparar su producto ya que se puede hacer desde casa porque no pierde su consistencia como el primero, es decir, si una gordita se hace desde el hogar y solo se trae a la venta, se pone dura rápidamente y pierde su consistencia, por consiguiente, su calidad es diferente. El éxito del negocio se debe a la preparación al instante, así como las pizzas, por tanto, la diferencia radica en que el primero necesita de un lugar semifijo para ser preparado (fotografía 2), en cambio el segundo (fotografía 3), no, ya que puede elaborarse en otro lugar sin ningún tipo de degradación que afecte al producto. De allí la relación entre movimiento y mercancía.



Figura 3 Vendedor ambulante de gelatinas visto en el zócalo de la ciudad de Chilpancingo. Fotografía tomada por César Salto Morales el 11-12-2018 en la ciudad de Chilpancingo, Guerrero.

Messonnier (2006) dice que: “La legitimidad de la ocupación espacial del medio urbano es producto de la visibilidad. Esta se adquiere por la ocupación de dos dimensiones que son el espacio y tiempo” (pág. 256). La existencia de una segunda variable manifiesta el cómo el vendedor ambulante es visto durante sus desplazamientos en la ciudad, que en conjunción con su movimiento, mantiene una estrecha relación inversa. Para éste, la forma y la frecuencia en cómo sea percibido en el espacio público, además de factores personales y

superficiales manifestados en sí mismos, crea una percepción social ya sea positiva o negativa, que recae en la clientela. La apropiación del territorio desarrollada a partir de las características que manifieste el hombre-límite, que pueden ser físicas o a través del imaginario colectivo, le crea una identidad. Esto permite construir un patrón recurrente.

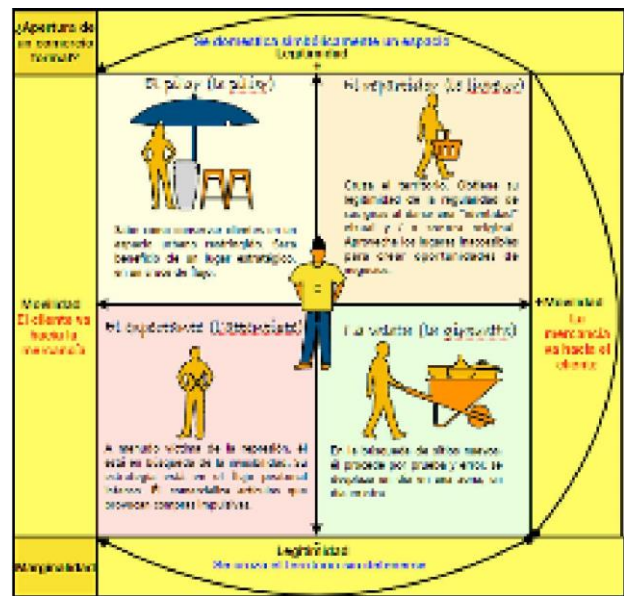


Gráfico 2 Figuras ideales típicas del vendedor ambulante en el primer cuadro de la ciudad de Chilpancingo. Elaboración propia con base al modelo de Messonnier (2006) en Marchands de rue à Istanbul.

El modelo Weberiano, construido por Messonnier (2006) a partir del tipo ideal del vendedor ambulante, pero adaptado a los sujetos del primer cuadro de la ciudad de Chilpancingo, clasifica sus papeles en el espacio urbano. Se inicia con el pilar, figura de menor movilidad el cual mantiene una legitimidad alta en el imaginario colectivo. Aquí se puede retomar a las vendedoras ambulantes de gorditas presentadas anteriormente, debido a que su forma de apropiarse del espacio público es estratégica, presentándose en los lugares más concurridos, además su establecimiento cuenta con muchos años de antigüedad;

Artículo

Desarrollo Humanístico y Social

Foro de Estudios sobre Guerrero

Mayo 2021- Abril 2022 Vol.9 No.1 94-104

El segundo pertenece al expectante, individuo cuyo perfil no subyace en el territorio estudiado debido al tipo de mercancía que maneja, sin embargo, se encuentran en otras partes la ciudad. Por otra parte, están los que poseen mucha movilidad como la veleta y el repartidor. El primero, algo abundante, es visto entre carretilleros y otro tipo de vendedores móviles con y sin vehículo, que transitan con mercancías no muy habituales, por ejemplo: artesanías, miel, flores, insectos, etc., tienen una baja legitimidad debido a que sus zonas de recorrido no son las mismas. Ello afecta el reconocimiento de su persona, expresado en la confianza que pudiera brindar al comprador el cual no sabe dónde encontrarlo en un día habitual. El segundo, por el contrario, mantiene niveles de confianza altos entre los clientes por sus rutas cotidianas repetitivas, que genera un reconocimiento por parte de éstos.



Figura 4 El rey de las empanadas en la figura ideal del repartidor, visto a un costado de Plaza Guerrero. Fotografía tomada por César Salto Morales el 22-03-2020 en la ciudad de Chilpancingo, Guerrero.

El rey de las empanadas, protagonista en el primer cuadro, cumple con el perfil del repartidor, que trae consigo los niveles más altos de legitimidad y movilidad que cualquier otra figura en el modelo propuesto. Se plantea en la investigación su cotidianidad en el espacio público, que se muestra como el ejemplo de la situación transitada por estos individuos para una mejor comprensión del modelo.

Gran parte de las mercancías que ofrecen los vendedores ambulantes atraen la atención de los

Peatones en el instante que las miran. La razón predominante está dada por los alimentos que ofrecen: frutas, golosinas, bebidas, etc., despertando la atención y los deseos más profundos de consumo. Crossa (2018) dice que: “No hay ciudadano urbano que no haya, consciente o inconscientemente, de alguna u otra manera contribuido a esta economía de las necesidades inmediatas, del consumo no estipulado, del deseo permisible, accesible y perdonable; de ese gasto no planeado pero permitido” (pág. 97). Para los vendedores callejeros, las interacciones se dan principalmente por esta clientela, que en la búsqueda del convencimiento para las adquisiciones de sus bienes, deciden utilizar estrategias de persuasión.

Yo manejo mucho la psicología de —Dices que no te gusta, pero nunca la has probado —y muchos nos quedamos así sin siquiera haberla probado, —Entonces, ¿sí, amigo? — Lo que yo hago es, si primero la prueba y ya no me quieren comprar, adelante, no pasa nada, pero ya les quedó el sabor, y si les gustó, me van a comprar al otro día, de eso estoy seguro (El rey de las empanadas, comunicación personal, 22 de marzo del 2020).

La cantidad de mercancía que vendan depende no solo del espacio donde se relacionen, sino del cuándo decidan vender. La relación espacio-tiempo establece criterios de demanda en el mercado, así un vendedor callejero puede salir beneficiado si aplica estrategias con base al flujo peatonal presente en el espacio público.

Artículo

Desarrollo Humanístico y Social

Foro de Estudios sobre Guerrero

Mayo 2021- Abril 2022 Vol.9 No.1 94-104

En días festivos claro que sí, salimos a vender, es donde hay un poco más de demanda, es lo que se puede decir de mis empanadas, es más, las acabo un poco más rápido que las anteriores: un catorce de febrero, un 15 de septiembre, un 22 de abril, y entonces la mayoría de la gente sale a divertirse y es donde yo aprovecho para vender mis empanadas ya que hay demanda y las acabo a muy temprana hora (El rey de las empanadas, comunicación personal, 22 de marzo del 2020).

La preferencia del consumidor establece el criterio de legitimidad, que junto con aspectos inherentes al vendedor (personalidad), influye en su percepción de adquirir o no la mercancía. De allí parte una elección puesta en el mercado, donde la competencia da lugar a un enfrentamiento entre los vendedores ambulantes, sin embargo, cuando no hay productos similares existe una ventaja, el doble reconocimiento.

Mis competidores más cercanos son las empanadas de arroz con leche, por ejemplo, las mías son horneadas y son comida. ¿Yo compito con las empanadas de arroz con leche?, sí, ¿con las donas?, se puede decir, ¿al igual que con la comida? sí, con los postres, pero principalmente el hecho de ser una novedad, el hecho de estar solo en el mercado, estar con el producto solo pues me hace muy redituable el negocio de las empanadas (El rey de las empanadas, comunicación personal, 22 de marzo del 2020).

Los precios cambian cuando existen desacuerdos, inconformidades o choque de intereses entre vendedores callejeros. Sus relaciones pueden sucumbir al mercado, beneficiando al consumidor, pero perjudicando sus ganancias con tal de mantener las ventas. Hobbes (2020) afirma que: “Así hallamos en la naturaleza del hombre tres causas principales de discordia. Primera, la competencia; segunda, la desconfianza; tercera, la gloria” (pág. 164).

He visto un poco de conflicto en los ambulantes que se quedan en un solo espacio contra sus compañeros, florece la envidia entre ellos. A veces veo que hablan mal de sus donas, o ese tipo

de cosas, como que le echan tierra, o hasta algunos bajan los precios con tal de vender y que no se vaya para otro lado la clientela, entonces estamos destruyendo el mercado o ellos están destruyendo, en dar menos con tal de vender (El rey de las empanadas, comunicación personal, 22 de marzo del 2020).

Entendiendo el contexto sobre el cual se desarrolla la cotidianidad del rey de las empanadas en el espacio público, esta se estructura desde la planeación, que aplicada en espacio y tiempo, significa que su labor comienza con días de trabajo determinados, horarios establecidos y rutas a seguir.

Mi planeación estratégica de venta es de un día sí y un día no; ¿por qué?, lo hago así para no chocar a la gente porque tengo como una ruta, es cierto hay una zona de confort donde nada más paso y a lo mejor me compran, abarco un solo mercado porque no tengo competidores (El rey de las empanadas, comunicación personal, 22 de marzo del 2020).

Con personalidad y sigilo hacia el reconocimiento de compradores potenciales, la búsqueda de legitimidad es la estrategia que sigue, apoderándose del mercado y obteniendo buenas ganancias, gracias a interacciones exitosas y la garantía de un negocio que sigue de pie. Messonnier dice que “la presencia urbana de vendedores (y sus prácticas resultantes de caminar o estacionarse) es el resultado de la construcción de una “legitimidad social” producida en la interacción social diaria” (pág. 276). El conocer el territorio es la mejor arma para este sujeto, fruto de las caminatas cotidianas durante la venta de empanadas.

Artículo

Desarrollo Humanístico y Social

Foro de Estudios sobre Guerrero
Mayo 2021- Abril 2022 Vol.9 No.1 94-104

La mayoría de los vendedores ambulantes, después de haber establecido límites en su movilidad, solo se mueven dentro de este límite territorial. Un buen conocimiento del espacio físico y social les ayuda a evitar riesgos y a garantizar la presencia de sus clientes (Tuan, 2017, pág. 220).

Por lo tanto, se presenta a continuación el recorrido habitual del protagonista, que abarcando parte de la ciudad de Chilpancingo, pasa por lugares estratégicos debido al gran flujo peatonal y la enorme cantidad de negocios formales establecidos como potenciales clientes.



Mapa 2 Recorrido aproximado típico del rey de las empanadas en la ciudad de Chilpancingo. Elaborado por César Salto Morales con base a entrevistas interpersonales.

El rey de las empanadas circula por el espacio público, evitando el pago de algún tipo de impuesto o peaje ante la Dirección de Gobernación o Cámara de Comercio por toda la ruta transitada, así pues la incertidumbre emerge, volviendo al sujeto cauteloso por el rápido reconocimiento de los peligros. Esto resulta a su

Favor en la labor diaria, un reto. Messonnier (2006) dice que: “Este vínculo entre legitimidad y movilidad se complica por factores de "riesgo", como la auto exposición excesiva a la crítica de los compañeros o la vigilancia policial" (pág. 276). Las medidas tomadas por este sujeto lo mantienen bajo la estructura panóptica planteada anteriormente.

Se va a oír un poco egoísta de mi parte porque muchos salen a vender y pagan su cuota a Gobernación, su derecho de piso, pero yo, no. Tengo un plan donde si me agarran les voy a decir que voy a hacer un pedido, no es para vender, es para una fiesta, para algo. Gracias a que camino, a que me muevo, a que no estoy en un solo lugar, puedo salirme con esa justificación, amigo (El rey de las empanadas, comunicación personal, 22 de marzo del 2020).



Gráfico 3 El panóptico: castigo, movilidad y legitimidad al hombre-límite. Elaboración por César Salto Morales con base a entrevistas interpersonales, Foucault (1976), Messonnier (2006) y el Reglamento para Actividades Comerciales en Uso de la Tendencia de la Vía Pública del Municipio de Chilpancingo de los Bravo, Guerrero.

Resultados

La relación entre las variables movilidad y legitimidad forman parte de la construcción del territorio en la cotidianidad del vendedor ambulante, donde la normativa rige el control sobre el hombre-límite, tanto visible como invisible con respecto a la estructura panóptica establecida, específicamente en el primer cuadro de la ciudad de Chilpancingo. “El rey de las empanadas” como sujeto de estudio en el modelo presentado, aunque su condición responde a la categoría de *Le livreur*, posee características particulares extra, mostradas en la ilustración 2. La inherencia de las variables ya mencionadas y el castigo lo dejan fuera del panóptico, el control fuera del control. La cuestión del ser atrapado la mitiga gracias a estrategias y amenazas que pueden llevarlo a enfrentarse a un inspector con criterios de castigo o a seguir su camino indefinidamente sin ser detenido.

Agradecimientos

Esta investigación pudo realizarse gracias a las facilidades prestadas por los vendedores ambulantes y autoridades locales, que permitieron la recaudación de información a través de entrevistas.

Contribución

Esta investigación estudia los vendedores ambulantes en el espacio público. A través de éste se puede comprender el proceso cotidiano que viven en un sistema regido por un tipo de gobernanza que intenta mantener el control; los modelos planteados pueden adaptarse a cualquier tipo de vendedor ambulante dentro del primer cuadro de la ciudad de Chilpancingo.

Conclusiones

El planteamiento del panóptico, modelo que explica el control de la zona estudiada mediante una estructura, expone una categorización del espacio público dividida en tres actores: el vigilado, el vigilante y el observador. En la primera están los vendedores ambulantes,

supervisados por agentes de autoridad, quienes pueden ser detenidos en caso de ser necesario; en la segunda los inspectores y policías, quienes tienen el ejercicio de guardar el cumplimiento de las leyes y normas establecidas; finalmente en la tercera, el Director de Gobernación y el Presidente Municipal, controlan y revelan la visibilidad de todo lo que sucede. Estos dictan órdenes para el buen funcionamiento del sistema, siendo informados por los segundos. El sistema puede ser afectado por fuerzas exteriores, obligando a los observadores a ceder acciones que incidan al control, de ese modo ordenan a los vigilantes atender dichas indicaciones. La apropiación del espacio público descrita en la cotidianidad del vendedor ambulante mantiene una estrecha relación entre las variables “movilidad y legitimidad”, que explican la manera en cómo estos interactúan con otros, especialmente con sus clientes. El movimiento ejercido por el vendedor ambulante, definido por la mercancía, es el eslabón que puede ser usado para traspasar la estructura panóptica de control, y así evitar sanciones establecidas por la ley.

Artículo

Desarrollo Humanístico y Social

Foro de Estudios sobre Guerrero

Mayo 2021- Abril 2022 Vol.9 No.1 94-104

Referencias bibliográficas

Crossa, V. (2018). Luchando por un espacio en la ciudad de México. Comerciantes ambulantes y el espacio público urbano. Ciudad de México: EL COLEGIO DE MÉXICO.

Foucault, M. (1976). Vigilar y castigar. Buenos Aires: Siglo veintiuno editores.

Hobbes, T. (2020). Leviatán. Madrid: Zeuk Media.

Messonnier, J. (2006). Marchands de rue à Istanbul. Istanbul: "Institut français d'études anatoliennes.

Tuan, N. (30 de enero de 2017). Le commerce ambulante: un économie populaire. Paris, Francia.