

Mercados tradicionales entre el imaginario colectivo y las dinámicas urbanas contemporáneas.

Mauricio Velasco Ávalos
Linda Stephanie Artunduaga Morales
Pablo Stiven Rodríguez Aroca

¹Profesor investigador de la Universidad de Guanajuato

²Estudiante de Arquitectura en la Fundación Universitaria de Popayán, Colombia

³Estudiante de Arquitectura en la Fundación Universitaria de Popayán, Colombia

Resumen

Los mercados tradicionales son los espacios públicos que representan a las sociedades, pues en ellos se manifiestan con una densidad especialmente consistente las dinámicas sociales de la ciudad y de su territorio. En ciudades en las que existen mercados tradicionales con amplio reconocimiento en el imaginario colectivo, el influjo del mercado puede convertirse en atracción para usuarios externos que buscan otros tipos de satisfactores. Las complejas relaciones que se presentan en los mercados tradicionales se ven simplificadas en las políticas públicas que ignoran las dinámicas del comercio y tratan de imponer un sentido único al mercado.

Las contradicciones surgidas de visiones divergentes del mercado tradicional ponen en evidencia los riesgos que existen para el patrimonio cultural sobre el sitio histórico, lo que queda comprobado en la indagación realizada en los mercados tradicionales de Guanajuato, Gto.

Al no haber resonancia entre las políticas públicas y la complejidad de fenómenos sociales y espaciales ligados al mercado se corre el riesgo de que se tomen decisiones unilaterales, intentando los usuarios de los espacios públicos

resolver por cuenta propia asuntos públicos, lo que puede producir debilitamiento de la economía y menoscabo en el patrimonio cultural asociado al comercio.

Introducción

Los mercados tradicionales se cuentan entre los espacios públicos en los que las sociedades se representan mejor. En las ciudades con zonas históricas bien identificadas los mercados suelen extender sus áreas de influencia con diferentes alcances, ignorando las delimitaciones estrictas e imponiendo ritmos de uso y aprovechamiento que escapan a las intenciones que acompañan a las intenciones oficiales.

En términos de construcción de imagen la importancia de los mercados tradicionales puede llegar hasta la periferia urbana, a través de su representación como lugar de intercambio comercial y de aprovisionamiento; en términos prácticos y funcionales ocasionan en el entorno inmediato una continuidad de actividad comercial que puede extenderse a calles y plazas aledañas, por una lógica de economía de proximidad, impactando en otros modos de entender la economía y el patrimonio cultural edificado.

Los mercados son concentradores de población, de actividades cotidianas y espejo del patrimonio inmaterial, convirtiéndose en patrimonio cultural por el fuerte sentido de pertenencia e identidad que pueden despertar. Por esto, su existencia en ciudades históricas contemporáneas se presenta como divergente en relación con las dinámicas previstas por los programas y proyectos que relacionan los mercados y otros sitios históricos con el turismo, pues las consideraciones con las que los usuarios cotidianos de estos espacios los utilizan, pueden omitir el carácter monumental del edificio contenedor de la actividad e intereses. Por otro lado, la divergencia se refleja en el alcance que pueden tener los mercados en el imaginario colectivo, proponiéndose como referencia urbana y desestimando las delimitaciones que se hacen con premisas de conservación patrimonial.

Como espacios públicos de la mayor representación y como elementos esenciales de las zonas históricas, conteniendo elementos físicos (funciones) e intangibles (imagen) los mercados tradicionales escapan a algunas de las políticas ordinariamente consideradas como generales y sucumben ante otras. A la vez, permiten tener una lectura concentrada de actividades y alta densidad de evidencias de la organización social: estratificación, consumo, gentrificación, prácticas olvidadas y nuevas prácticas de comercio.

Cuando el mercado tradicional ha logrado permanecer y guardar elementos patrimoniales ha sido llevado a integrar las evidencias de la transformación, convirtiéndose en un recipiente en el que se encuentran condensadas las dinámicas territoriales. Así, la permanencia que se adapta a las políticas públicas se aleja de la parálisis, cuyo riesgo es la precariedad o la desaparición.

Para el proyecto de investigación se considera que los mercados tradicionales que han seguido en funciones con su destino original, usualmente ligados a la historia urbana y ubicados dentro de zonas patrimoniales, guardan una estrecha relación con el patrimonio cultural inmaterial, del que son depositarios. Estos mercados tradicionales, que incluyen inmueble, zona, actividad económica imaginario y patrimonio cultural, constituyen una estructura social que ha respondido con diferentes niveles de éxito a los embates de las políticas públicas dirigidas a la

turistificación masificadora, a la sustitución de actividades cotidianas, a la expulsión de población local y otros fenómenos urbanos vinculados.

Para lograr este objetivo debemos aclarar la relación entre las funciones del mercado tradicional y las otras funciones urbanas a partir de la premisa de que el mercado es una construcción social muy dinámica y por lo mismo casi inasible, cuya influencia sobrepasa determinaciones oficiales. Estas relaciones nos dejan ver que las funciones contemporáneas del mercado tradicional son mucho más amplias que las de por sí complejas interrelaciones entre las actividades económicas, debiendo incluir los imaginarios colectivos, las políticas públicas, así como los reglamentos y actividades que de ellas se derivan.

Al mismo tiempo, debemos considerar que los mercados de las ciudades deben estar integrados con esa función en las políticas urbanas, con las respectivas consideraciones sociales. (Lacarrieu, 2016)

Por su parte, las políticas públicas, en nuestro caso particularmente las del gobierno local, deberían ser construidas a partir de las dinámicas sociales, para favorecerlas o detenerlas, en su caso, y ser aplicadas eficientemente, pues las dinámicas sociales pueden desvirtuarse si no existe el control del poder público. Las dinámicas sociales precisan una comprensión e interpretación de los tomadores de decisiones en la administración pública, y un seguimiento que permita revisarlas cuando sea necesario. (Torres-Melo, 2013)

Con base en lo anterior, podemos plantear como objetivo principal de esta investigación la comprobación de que el mercado tradicional, entendido como un fenómeno complejo, al convertirse en un agente divergente de las políticas públicas y de la iniciativa privada sobre el sitio histórico, es al mismo tiempo una oportunidad para la conservación del patrimonio cultural local y un espejo de las transformaciones urbanas que se derivan de las políticas públicas, lo que establece una disputa entre estas dos tendencias coexistentes.

Materiales y métodos

La investigación se desarrolla en un medio cultural, por lo que la experimentación controlada queda descartada. Esta etapa se ha realizado en un territorio observable, sobre el que se

levantaron registros. Se ha seleccionado la ciudad de Guanajuato, Gto., en la que se considerarán dos mercados existentes en el Centro Histórico de la ciudad como referentes para la prueba sobre los supuestos de la investigación. La elección del sitio corresponde al de una “Zona de Monumentos Históricos” delimitada por decreto del ejecutivo federal, que contiene dentro de su perímetro dos mercados tradicionales con un amplio impacto por su impronta en el imaginario colectivo y en las zonas urbanas adyacentes.

Siendo una investigación principalmente cualitativa, los métodos particulares son: observación directa, entrevista, indagación bibliográfica, indagación en documentos emitidos por el gobierno local. Estos métodos se complementan con la comparación de casos análogos, registros fotográficos, registro en cartografía y otras formas de registro gráfico.

Los informantes proporcionan datos de la historia reciente de la ciudad, de sus hábitos y consideraciones en relación con los mercados. Los acervos documentales se han consultado principalmente para la obtención de datos históricos y oficiales aplicables al sitio.

Resultados

La ciudad de Guanajuato, Gto., en el centro de México nació como una ciudad cuya actividad principal era la minería. Durante muchos años la minería ocupó a la mayoría de la población, y solo hasta el siglo XVIII se instaló el Hospicio de la Santísima Trinidad, administrado por los sacerdotes de la orden jesuita. A partir de la independencia de México, la ciudad fue la capital del Estado de Guanajuato, residiendo en ella los poderes locales. El territorio de topografía compleja y la especialización en las actividades económicas de la ciudad originaron que los insumos necesarios para la subsistencia debieran ser siempre importados, al menos de la zona del Bajío, por lo que el sitio de mercado siempre tuvo un lugar de altísima relevancia y su carácter era principalmente de consumo de productos foráneos.

El 28 de julio de 1982 se declaró una zona de monumentos históricos en Guanajuato (Secretaría de Gobernación, 1982) y en el año 1988 fue incluida en la Lista del Patrimonio Mundial de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) como Ciudad histórica de Guanajuato y minas adyacentes (UNESCO, 1988). Cada una de estas

determinaciones sobre un territorio de características patrimoniales incluía las zonas de los mercados tradicionales, llamados Mercado Hidalgo y Mercado de las Embajadoras. Sin embargo, tanto una como otra de las declaratorias consideran como primordiales las características físicas de la estructura urbana para su determinación, y no incluyen variables sociales. La condición de permanencia de objetos arquitectónicos históricos ha servido a las autoridades locales para llevar a cabo políticas públicas que privilegian la actividad turística como principal en la ciudad, y que dirigen los objetivos de gasto público en beneficio de los objetos que se consideran patrimoniales.

Mercado de las Embajadoras.

Se localiza en un punto estratégico de la ciudad, asociado directamente con el Jardín de las Embajadoras y el Paseo Madero, en donde confluyen vialidades primarias como la calle Padre Belaunzarán, la calle Sangre de Cristo y el Paseo Madero que comunica con el Paseo de la Presa. Este punto de la ciudad es considerado como perimetral al Centro Histórico y está incluido en la Zona de Monumentos históricos.

Estado actual:

El mercado de las Embajadoras nació como un tianguis y se resiste a funcionar de otra manera. La dinámica actual consiste en que el mercado se desborda hacia el espacio público exterior, es decir, hacia las banquetas y áreas del jardín anexo, sobre las vías peatonales mientras los edificios que se hicieron expresamente para alojar el mercado se encuentran casi vacíos.

Esta actividad tiene su principal manifestación los domingos, cuando el comercio es muy intenso, mientras que los días de la semana hay muy poco flujo de personas y el comercio se reduce considerablemente, pues la ausencia de estacionamiento propio y las políticas de movilidad, que prohíben estacionarse en las inmediaciones del equipamiento, dificultan el acceso de los posibles clientes alterando el flujo económico del sector. Sin embargo, el acceso en transporte público (autobuses urbanos) es fácil, pues hay varias rutas que llegan hasta el mercado desde puntos lejanos de la ciudad.

El contraste con la agitada actividad de los domingos, el mercado tiene gran parte de sus espacios vacíos, en particular en el edificio elevado, pues muchos puestos han sido abandonados ante la falta de compradores. Los comercios de la plaza interna permanecen también

cerrados y algunos han cesado su función de local, siendo abandonados o convertidos en bodegas.



Ilustración 1: Mercado Embajadoras. Locales abandonados

Políticas públicas:

El abandono de los locales y la falta de actividad comercial es atribuido, al menos parcialmente, a algunas políticas públicas que no han resultado benéficas. Los vendedores acusan a las administraciones municipales de hacer constantemente promesas de intervención en el sitio para reanimar el comercio, pero no hay programas específicos para ello. Por el contrario, al parecer la falta de visibilidad del mercado desde la vía pública y la imposibilidad de estacionarse ha sido dos de las principales causas del abandono. En relación con las decisiones del gobierno local, lo expresado por un comerciante es elocuente y resume las opiniones de varios interesados:

“Desde que aplicaron políticas públicas que prohibían estacionarse fuera del mercado, nos sacaron del “Kiosko” y nos encerraron en este edificio, las ventas disminuyeron mucho al punto de que varios compañeros vendieron sus negocios o abandonaron el lugar”



Ilustración 2: Interior del Mercado Embajadoras. Locales abandonados por falta de consumidores.

Las políticas aplicadas en el sitio siguen en la misma dirección, y más recientemente se “implementó un operativo especial en el exterior del Mercado Embajadoras para mantener en orden el comercio ambulante de la zona y asegurar que la circulación vehicular se mantenga fluida” (Comunicación social Ayuntamiento de Guanajuato, 2018), con lo que se fortalece la idea de que se pretende tener orden en la vía pública, sin lograrlo, aplicándose al sitio para “poner orden” el fin de semana sobre un problema puntual, que es el tránsito de vehículos y peatones.

Este mercado no recibe turistas, al menos no en la proporción que otros sitios de la ciudad y es utilizado preferentemente por habitantes cercanos y hasta de periferias urbanas, pretendiendo un orden deseado al que no se le da seguimiento, en acciones que han desbordado a las autoridades, que no destinan presupuesto más que para mantener el estado de las cosas.



Ilustración 3: Alrededores del Mercado Embajadoras: problemas viales, tianguis y falta de estacionamiento.

Sin embargo, en el imaginario urbano este sitio es relevante y por su carácter central es fácilmente identificable, incluso por el impacto que tiene en el uso de suelo de sus alrededores, tanto en la calle Sangre de Cristo como en Puertecito, que se han transformado en zonas comerciales, sustituyendo a la habitación.

Mercado Hidalgo.

El edificio que ocupa el Mercado Hidalgo fue construido expresamente para albergarlo desde el año 1910. Su tipología particular y su situación en un espacio urbano extenso, en comparación con otros edificios de equipamiento urbano, bordeado de árboles en su lado más público y su carácter de monumento, lo hacen un hito urbano reconocible e indiscutible.

El Mercado Hidalgo se localiza cerca de otros

monumentos principales de la ciudad, sobre la Avenida Juárez, que es una vialidad primaria, y forma parte del Centro Histórico de la ciudad.

Estado actual:

El mercado Hidalgo es un centro de actividades en la ciudad, es reconocido como punto de gran relevancia y fácilmente accesible por medio de transporte público. El mercado ha tenido un impacto muy identificable en el entorno inmediato, pues sobre la avenida Juárez y calles aledañas los usos de suelo son principalmente comerciales.

En apoyo a las actividades de visita del mercado Hidalgo y la zona en la que se encuentra, existen además de las rutas de transporte público mencionadas, varios estacionamientos para carga y descarga, así como para vehículos particulares, que hacen más accesible el sitio.

El mercado Hidalgo es incluido constantemente entre las edificaciones que deben ser visitadas por el turismo, y es considerado como uno de los principales atractivos de la ciudad al que se le dedican estelas informativas y se le incluye en planos y descripciones, debido al peculiar ambiente de su interior, de enorme altura, y a que aprovechando la promoción para la visita turística, la oferta para ese tipo de usuario se ha diversificado ofreciendo objetos de consumo económicos y atractivos, aunque no son productos locales (salvo algunas excepciones, como los dulces típicos llamados charamuscas). El mercado Hidalgo está en gran parte dirigido al turismo, en particular en algunas actividades comerciales como las de artesanías y gastronomía, que son utilizadas por turistas y otras formas de población flotante. sin embargo, coexisten servicios y comerciantes tradicionales, que operan en estratos de usuarios definidos por sus productos y el modo de ofrecerlos, todo trabajando sobre el mismo sitio. Esto es perceptible también en las actividades desbordadas del mercado, es decir en los puestos semifijos que funcionan en el exterior del mercado que no ofrecen objetos para los turistas, sino para consumidores locales.



Ilustración 4: Mercado Hidalgo. Oferta de artículos para turismo.

Políticas públicas:

La atención de las autoridades locales sobre el mercado Hidalgo es evidente, y su promoción como atractivo turístico es innegable. La opinión de un comerciante del sitio es significativa y permite tener una visión cercana a un sentir más o menos generalizado:

“El mercado Hidalgo es muy bueno para trabajar porque contamos con apoyo estatal y cada cierto tiempo invierten en el edificio, que es un ejemplo de la arquitectura de Guanajuato, y gracias a eso el mercado es visitado por muchos turistas”

Otro ejemplo de la atención que tiene el edificio, en relación con el valor “histórico-artístico... monumental e icónico” que se le otorga por parte de las autoridades locales, es la inversión anunciada por el ayuntamiento para el año 2019, en el que se destinarán diez millones de pesos para obras de restauración, que en realidad se aplicarán también en mejora de instalaciones, y que “proviene de la bolsa para las Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial”. (Polémica Guanajuato, 2019).



Ilustración 5: Mercado Hidalgo. Vista interior con puestos de comida preparada y venta de "artesanías"

Esta acotación deja en evidencia que la inversión se hace en donde se considera que hay posibilidad de redituabilidad, es decir, en donde hay un rendimiento neto económico. En una ciudad en la que se considera que la actividad turística está ligada a la existencia de edificios históricos, las inversiones sobre ellos tendrán un impacto en la captación de ingresos. Los beneficiarios de estas inversiones son, en primer término, los ocupantes de los locales, y después los turistas, que pueden cumplir su expectativa de encuentro de un edificio patrimonial.

Conclusión

Los mercados tradicionales son reconocidos como centros urbanos donde confluyen diversos agentes que generan intercambio de productos. son espacios de encuentro, convivencia y patrimonio social y cultural, debido a su esencia de trato directo entre el marchante y el cliente, el abastecimiento diario y la identidad local.

Cada mercado tradicional es un objeto arquitectónico-social complejo, en el que confluyen una multitud de intereses, entre ellos los que se relacionan con las expectativas del gobierno local de atracción de dinero por la actividad turística. Sin embargo, otras actividades, aún cuando sean comerciales, son vistas como un conflicto y merecen menos atención que la actividad turística.

Por esta capacidad de atracción de diferentes estratos de actividad y de usuarios el mercado tradicional se constituye en un agente divergente de las políticas públicas, pues al no tener un eco en las políticas públicas, los usuarios no ligados a las líneas principales de atención del gobierno buscan resolver por su cuenta y con sus recursos sus necesidades. En el mercado tradicional se pueden observar dinámicas sociales determinadas por el imaginario tradicional y las necesidades cotidianas que se separan de las pretensiones oficiales, pues obedecen a las determinaciones de los usuarios.

Se comprobó que el mercado tradicional que funciona en gran parte en torno al turismo es beneficiado por políticas públicas que se convierten en agentes importantes en la transformación de estos centros de intercambio comercial, cultural y social. En ellos el patrimonio cultural se ve permeado por las dinámicas actuales coexistentes que generan el mercado

tradicional en otros espacios públicos, alrededor de él, o en otros sitios, transformando el mercado en favor del turista y no del habitante local, beneficiando el comercio de mercancías genéricas y no tradicionales, menoscabando así su esencia popular.

El mercado tradicional, como un fenómeno complejo, se ve en riesgo de homogenización al ser beneficiario de políticas públicas que impulsan preferentemente un aspecto del sistema y a un tipo de usuario, por lo que podemos afirmar que el exceso de función turística altera las dinámicas tradicionales de los mercados.

Cuando el mercado tradicional deja de lado su esencia, que es el abastecimiento de los alimentos y bienes para la población, y se convierte en un mercado globalizado de comercio genérico y turístico, apoyado por políticas públicas que influyen en el desarrollo de esa nueva dinámica, el resultado es la mutación hacia el estancamiento de la economía en los mercados.

Actualmente los mercados tradicionales se reajustan a las nuevas dinámicas como el turismo que también le produce rentabilidad económica y que a su vez los convierte en puntos de referencia, cultura y patrimonio tanto material (según la riqueza del edificio) e inmaterial de acuerdo con la actividad humana que conlleva una identidad según el contexto, que muestra en sus acciones la vida de la ciudad en la cual se encuentre inmerso. Pero esto produce una pérdida de identidad local pues la dinámica de los Mercados responde a una población flotante.

Referencias

- Comunicación social Ayuntamiento de Guanajuato. (03 de noviembre de 2018). Guanajuato Somos Capital. Recuperado el julio de 2019, de [http://polemicaguanajuato.com/guanajuato-capital-conservan-valor-historico-del-mercado-hidalgo-con-nueva-restaurantacion/](http://www.guanajuatocapital.gob.mx/comunicado/ponen-orden-en-mercado-embajadoras-Lacarrieu, M. (2016). Mercados tradicionales en los procesos de gentrificación/recualificación consensos, disputas y conflictos. Alteridades, 26(51), 29-41. Polémica Guanajuato. (20 de abril de 2019). Polémica Guanajuato. Recuperado el julio de 2019, de <a href=) Secretaría de Gobernación. (28 de julio de 1982). Diario Oficial de la Federación. Recupe-

rado el julio de 2019, de <https://www.dof.gob.mx/index.php?year=1982&month=07&day=28>

Torres-Melo, J. y. (2013). Introducción a las políticas públicas: conceptos y herramientas desde la relación entre Estado y ciudadanía. Bogotá: IEMP.

UNESCO. (1988). Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture. Recuperado el julio de 2019, de <https://whc.unesco.org/fr/list/482>