

La economía callejera en las ciudades contemporáneas

La redes efímeras de venta ambulante como modelo para la reconstrucción de lo urbano

Cervantes Corazzina, Julia

Alicante, España, julia_cervantes@hotmail.es

Resumen

Según Robert Neuwirth alrededor de 1.800 millones de personas trabajan en la economía informal, generando unos 10 billones de dólares anuales. Este autor afirma que si todas las personas vinculadas a dicho modelo económico se reunieran en un único país, éste sería la segunda potencia económica mundial. Junto a la importancia económica del modelo, su flexibilidad al contexto urbano es también destacable. La economía callejera, en particular, está vinculada a la construcción de redes urbanas complejas donde el individuo puede decidir y negociar. Este aspecto es lo que hace de este tipo de apropiación urbana una referencia fundamental para la innovación en la construcción de ciudad y, en especial, para el Urbanismo Táctico. En este artículo se analiza cómo las construcciones urbanas vinculadas a la economía callejera y a la venta ambulante se relacionan con los conceptos que diversos autores han empleado para definir las dinámicas contemporáneas. Primero se aborda la manera en que la venta ambulante teje, relaciona y transforma las redes urbanas existentes (sociales, productivas, económicas y de identidad) y busca su vínculo con los siguientes conceptos: 'red', 'rizoma', 'radicante', 'punto de paso obligado' y 'hacker'. Seguidamente se reflexiona sobre la materialización de la economía informal en las ciudades actuales, relacionando este fenómeno con los siguientes conceptos: 'el derecho a la ciudad', 'lo informal', 'TAZ' y el urbanismo 'emergente', entre otros.

Palabras clave: venta ambulante, economía callejera, dinámicas urbanas, espacios colectivos, construcciones temporales

Abstract

According to Robert Neuwirth, about 1.8 billion people work in the informal economy, producing more than \$10 trillion per year. Neuwirth also stated that if all the people involved in the informal economy formed a country, this would be the second strongest economy in the world. Together with its economical importance, its urban flexibility is also remarkable. This model is linked to urban activities and spaces that allow the inhabitants to be more proactive in the dynamics of the city. Looking at the relationship between this phenomenon and several concepts that various authors have employed when defining the current realities, this article analyses how this type of economy and especially the street vending transform the city life and inspires other types of urban interventions such as some involved in the Tactical Urbanism. Firstly the article looks at the way by which the street vending creates, links, and transforms the social, identity, and economic urban dynamics. Secondly, the article also discusses the way in which the informal economy materialized within the current cities as well as the relationship between this entity and the urban spaces without identity, the 'right to the city' or the tactical urbanism, amongst others.

Key words: street vendors, street economy, informal economy, urban dynamics, collective spaces, temporary constructions

1. Introducción.

Robert Neuwirth¹ es un periodista que ha dedicado parte de su carrera a estudiar el impacto de la economía informal en la sociedad. De esta manera, ha analizado casos como el de Nigeria, donde destacan la venta ambulante en ríos y lagos como el Makoko (Fig.1) y el mercado efímero de Oshodi (Fig.2). Uno de los términos que él emplea para reflexionar sobre este tipo de fenómenos es el concepto de *System D*. Éste es un término derivado de la palabra francesa *débrouillardise* y que hace referencia a la autosuficiencia de la economía sumergida así como a la manera en la que este tipo de modelos son capaces de sobrevivir en momentos de crisis. En relación a esto último, Neuwirth afirma que no hay que infravalorar la importancia económica del modelo informal ya que, a pesar de la crisis actual, es un modelo que da empleo a 1.800 millones de personas y sus ganancias rondan los 10 billones de dólares anuales. Según el periodista, si toda la venta ambulante del mundo se reuniera en un único país, éste sería la segunda potencia económica mundial. Muchas empresas multinacionales, conscientes de la importancia de este motor económico, emplean de hecho los canales de la economía informal para su propio beneficio. Un ejemplo de ello es el estudio que llevan a cabo las grandes marcas de la demanda de productos falsificados para así conocer las tendencias de mercado y consumo.

Aparte de las importantes implicaciones económicas de este modelo, este periodista también menciona el hecho de que la economía informal construye espacios urbanos cargados de identidad y donde el individuo tiene más capacidad de decisión en los asuntos que atañen al colectivo. Lo que busca tratarse en este artículo es precisamente la manera de en la que estas economías aparecen la escena de la ciudad como entidades informales, frágiles, transparentes, blandas y/o espontáneas y, a la vez, son capaces de construir una entidad urbana en la que el individuo tiene un mayor espacio para la toma de decisiones. A este fin, se busca relacionar las economías callejeras de las ciudades actuales con algunos conceptos que describen la complejidad de las dinámicas contemporánea; entre ellos, el concepto de red, el de punto de paso obligado o el de *hacker*.



Fig. 1. (Izquierda) Venta en barca en el río Makoko (Nigeria) (Fuente: Conferencia TED de Robert Neuwirth).

© Robert Neuwirth

Fig. 2. (Derecha) Mercado de Oshodi en Lagos (Nigeria) (Fuente: Conferencia TED de Robert Neuwirth).

© Robert Neuwirth

Junto con Neuwirth, encontramos otros autores que definen este tipo de economías. Éste es el caso de Hugo Maul², un economista guatemalteco que propone la siguiente definición: *“La economía informal no es lo mismo que la economía ilegal. La economía informal es simplemente ganarse la vida a través de actividades y fines lícitos a través de medios ilícitos. Por ejemplo, vender mangos en una esquina no es un delito. Así, mientras que la venta de estupefacientes está prohibida, la venta de mangos no es algo prohibido por las autoridades. Lo que sucede es que no necesariamente aquella persona que vende los mangos cumple con todos los requisitos que impone el ministerio de economía, de sanidad o las autoridades locales. (...) La economía informal no es*

¹ NEUWIRTH, Robert Stealth. *Stealth of Nations: The Global Rise of the Informal Economy*. Nueva York: Random House LLC, 2011. 288 páginas.

² MAUL, Hugo. Foro "La economía de las calles" de la Universidad Francisco Marroquín, Guatemala, 2013. Disponible en la web: <<http://newmedia.ufm.edu/gsm/index.php/Foroeconomicas calles>>

necesariamente ilegal sino más bien una revolución silenciosa, pacífica y mayoritariamente honesta, de gente que se esfuerza por ganarse la vida diariamente.”

Por su parte, Jorge Mario Jáuregui (arquitecto y urbanista argentino que ha dedicado buena parte de su carrera al estudio de las expresiones urbanas informales, como las favelas de Río de Janeiro en Brasil) propone la siguiente definición de las economías callejeras e informales: “*Lo informal es un fenómeno de múltiples dimensiones, y por eso su abordaje exige considerar simultáneamente aspectos económicos, políticos, culturales y urbanísticos, como campos interrelacionados que se solapan con las cuestiones del sujeto contemporáneo. Sujeto este, tensionado y asediado por los condicionamientos del consumo, la información y valores contradictorios, puestos de manifiesto a través de las diferentes lógicas que se expresan confusamente en la lucha del día a día por la supervivencia y el derecho a existir. (...) La economía informal se refiere al espacio donde normalmente se expresa el embate entre lo global y lo local, entre lo regulado por el Estado y lo que escapa a éste. Entre el lado excluyente de la conexión a las redes del capitalismo mundializado y la producción de un excedente de «mano de obra» que no es absorbida por una actividad productiva cada vez más especializada, concentrada (reducida al mínimo operacional) y crecientemente mediada por procesos de automatización. Al mismo tiempo, la disminución del aparato del Estado y la «tercerización» de parte de sus funciones contribuye por su lado a la precariedad de los lazos laborales y, consecuentemente, al debilitamiento de las redes sociales. Tanto del lado de la producción como del lado de los servicios y la administración, lo que se acentúa crecientemente desde los años ochenta es la precarización de las relaciones económicas y sociales como un todo, con su manifestación en el espacio urbano.*”³

El objeto del presente artículo es analizar de qué manera la economía callejera teje redes económicas, productivas y sociales complejas mientras que, a la vez, presenta espacios de oportunidad para favorecer la toma de decisiones por parte de los habitantes de las ciudades, la subsistencia y la transformación del espacio urbano. De esta manera, en el artículo se presentan una serie de conceptos que demuestran la pertinencia de dicho tema y el modo en que este tipo de economías pueden suponer no sólo una fuente de inspiración, sino también un punto de arranque en la definición del urbanismo contemporáneo. Cabe aclarar que, si bien el artículo emplea numerosos ejemplos y teorías que relacionan la venta callejera con la economía informal, no se pierde de vista en ningún momento el enorme valor sociológico que tiene el análisis de las economías callejeras reguladas. Por esta razón, en el desarrollo del texto también se incluirán algunas referencias a estudios que la autora realizó sobre los mercadillos callejeros de la provincia de Alicante (España) en el 2011.

El artículo comienza por destacar la importancia social que tienen las redes vinculadas a la economía callejera. Después, se analiza el fenómeno partiendo desde su carácter de red compleja que se superpone a la ciudad contemporánea y aprovecha sus infraestructuras para servir de soporte a numerosas actividades económicas (ya sean formales o informales). Por último, se introducen algunos ejemplos de urbanismo emergente que miran hacia las economías callejeras como herramienta de trabajo y punto de partida para la construcción de una nueva relación individuo-colectivo-ciudad.

2. La Venta Callejera como Estructura Red.

En este apartado se habla de aquellos conceptos que tienen que ver con la manera en la que la venta ambulante teje redes productivas y económicas complejas. Además, se analiza cómo la economía callejera vincula estas redes con la identidad local así como la manera en la que *hackea* tanto la escena urbana como los sistemas económicos existentes. Los conceptos de los que se habla en este apartado son el de ‘red distribuida’ (de Paul Baran y David de Ugarte) y ‘rizoma’ (de Gilles Deleuze y Félix Guattari), el de ‘punto de paso obligado’ (de Andrés Jaque) así como el concepto de *hacker* (de Pekka Himannen), entre otros.

2.1. Relación con los Conceptos de Red, Rizoma⁴ y Líquido.

La venta ambulante, como se ha dicho arriba, se apoya en las complejas redes sociales, económicas y productivas que existen en las ciudades. Por otra parte, hoy en día el vendedor ambulante, a parte de ser una de

³ JÁUREGUI, Jorge Mario. *The Evolving City: Informal Economies / Temporary Spaces*. Disponible en Web: <<http://www.ciutatsocasionals.net/textos/textosprincipalcast/jauregui.htm>>

⁴ DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Rizoma*. Valencia: ED. Pre-Textos, 1972. 64 páginas.

las formas más visibles de la economía informal, es también el reflejo local de una serie de dinámicas que tienen lugar a escala global. Así, el abastecimiento de productos, de hecho, sería el ejemplo más claro de que la economía blanda es en muchas ocasiones posible gracias a una red de relaciones internacionales. De esta manera, no es extraño ver a vendedores ambulantes locales vendiendo productos que se han fabricado en China (Fig.3) ni ver televisores usados en Occidente vendiéndose, de nuevo, en los mercadillos tecnológicos de Nigeria.



Fig. 3. Productos 'Made in China' de mercadillo de Alicante, España. (Imagen realizada por Julia Cervantes Corazzina)

A escala local, por su parte, la venta ambulante aparece en las ciudades según el modelo de red distribuida (Fig.4) desarrollado por Paul Baran y del que habla David de Ugarte en su libro *El poder de las redes*⁵. En este modelo, al igual que sucede en las redes de información (p.e. Facebook, Twitter, Wikipedia, etc.), el vendedor ambulante es parte de una red horizontal en la que todos los nodos tienen la misma importancia (aunque existan nodos con más conexiones que otros). Además, según Alexander Bard y Jan Söderqvist, la principal diferencia de la red distribuida con una red centralizada o jerárquica es que en el primer tipo *"todo actor individual decide sobre sí mismo, pero carece de la capacidad y de la oportunidad para decidir sobre cualquiera de los demás actores"*. Éste es el modelo que suele predominar en los fenómenos urbanos de la economía callejera.

Es interesante mencionar que la definición de los tres tipos de redes (Fig. 4) fue un concepto que Paul Baran introdujo en su libro *On Distributed Communications. Introduction to Distributed Communications Networks*⁶ de 1964. Éste es un informe que desarrolló el autor para las fuerzas aéreas de los Estados Unidos durante la Guerra Fría con el objetivo de estudiar distintos mecanismos y estrategias bélicas frente a un ataque. Paul Baran profundiza en la red distribuida frente a otro tipo de redes y destaca cómo la principal potencialidad de dicho sistema es el hecho de que la eliminación de uno de sus nodos no provoca la desaparición del conjunto. La aplicación de esta idea a los sistemas que generan las economías callejeras es fundamental para entender su proliferación en las ciudades. David de Ugarte, además, destaca la desaparición de la diferencia entre centro y periferia en este

⁵ DE UGARTE, David. *El poder de las redes*. Barcelona: El Cobre Ediciones, 2007. 136 páginas.

⁶ BARAN, Paul. *On Distributed Communications. Introduction to Distributed Communications Networks*. Estados Unidos, 1964.

sistema y sus consecuencias en la transmisión de la información entre los nodos: “*En las redes distribuidas, por definición, nadie depende de nadie en exclusiva para poder llevar a cualquier otro su mensaje. No hay filtros únicos. En ambos tipos de red «todo conecta con todo», pero en las distribuidas la diferencia radica en que un emisor cualquiera no tiene que pasar necesariamente y siempre por los mismos nodos para poder llegar a otros.*”

De esta manera, entenderíamos aquí que el término ‘red distribuida’ no siempre se relaciona con el concepto de ‘red colaborativa’. En ésta, el sistema no existe si no existe la comunicación continua de los nodos; en el primero, el sistema sobrevive por la capacidad que tiene cada nodo de tomar decisiones con un grado alto de independencia. De este modo, el modelo por el que funciona la venta ambulante de una ciudad es diferente de los modelos de economías compartidas y de consumo colaborativo. En el *crowdfunding*, por ejemplo, es indispensable que un mecanismo permita un alto grado de comunicación entre nodos, mientras que en la economía callejera cada vendedor puede ejercer sus funciones con un grado mucho menor de comunicación con el resto. En relación con esto último, es importante destacar el papel que hasta ahora ha desempeñado Internet en los dos modelos. Por un lado, en movimientos como el del uso compartido del coche, la irrupción de las redes sociales ha posibilitado la autorganización de sus usuarios (lo que ha permitido, además, que este modelo se extienda exponencialmente y sea un espacio para la innovación económica y de consumo). Por otro, el uso de Internet parece no haber alterado todavía en gran medida el funcionamiento de la venta callejera.

Por otro lado, sería también posible relacionar la venta ambulante con las definiciones que hacen, por un lado, Gilles Deleuze y Félix Guattari del ‘rizoma’ y, por otro, Nicolas Bourriaud del ‘radicante’. Según los dos primeros autores: “*Un rizoma es un modelo descriptivo o epistemológico en el que la organización de los elementos no sigue líneas de subordinación jerárquica (...), sino que cualquier elemento puede afectar o incidir en cualquier otro*”. A su vez, Bourriaud define el ‘radicante’ como “*una forma basada en la trayectoria. Dibuja una línea, lo que significa que incluye un sujeto y un proceso de subjetivación. El sujeto de Bourriaud no es ontológico, porque no existe antes de su realización. El sujeto del radicante se crea al describir su propia trayectoria, gracias a su misma dinámica.*”⁷ Esta última definición nos resulta extremadamente útil para entender las dinámicas de la venta ambulante, pues es en esta condición efímera, “líquida” y en movimiento, donde la red de la economía **callejera** desata todo su potencial.

Por otro lado, la horizontalidad e independencia de los nodos de este tipo de red distribuida incrementan la flexibilidad de dicha red. Podríamos hablar, así, de que ciertas construcciones urbanas vinculadas a la economía callejera forman parte del grupo de entidades líquidas a las que hace referencia Zygmunt Bauman: “*los sólidos conservan su forma y persisten en el tiempo: duran, mientras que los líquidos son informes y se transforman constantemente: fluyen. Como la desregulación, la flexibilización o la liberalización de los mercados*”⁸.

Por un lado, la adaptabilidad de determinadas redes de venta ambulante permite que los nodos se amolden a las estructuras urbanas existentes y a los múltiples condicionantes del contexto. Del mismo modo, la red distribuida de nodos de vendedores ambulantes es menos vulnerable a cambios internos del sistema como pueden ser la intensificación, extensión, reestructuración o eliminación de partes de la red. Así, por ejemplo, un vendedor ambulante puede cambiar su producto o su estrategia de venta sin que ello suponga ninguna variación significativa a la totalidad del sistema.

Sin embargo, la principal ventaja de esta condición adaptable y flexible de la red distribuida es que el sistema resultante es menos vulnerable a una crisis de contexto. Es por esta razón, pues, que podemos ver que el fenómeno de la economía callejera y la venta ambulante tienen una tendencia creciente en el contexto español de crisis. Si a la flexibilidad del sistema le añadimos el tipo de gestión que los regula y que buena parte se desarrolla dentro de lo que conocemos como economía sumergida, el futuro de la economía informal parece claro en una situación económica adversa como la actual.

⁷ Resumen en la contraportada del libro: BOURRIAUD, Nicolas. *Radicante*. Madrid: Adriana Hidalgo Editora, 2009. 233 páginas.

⁸ BAUMAN, Zygmunt. *Liquid Modernity*. Cambridge (UK): Polity, 2000. 240 páginas.

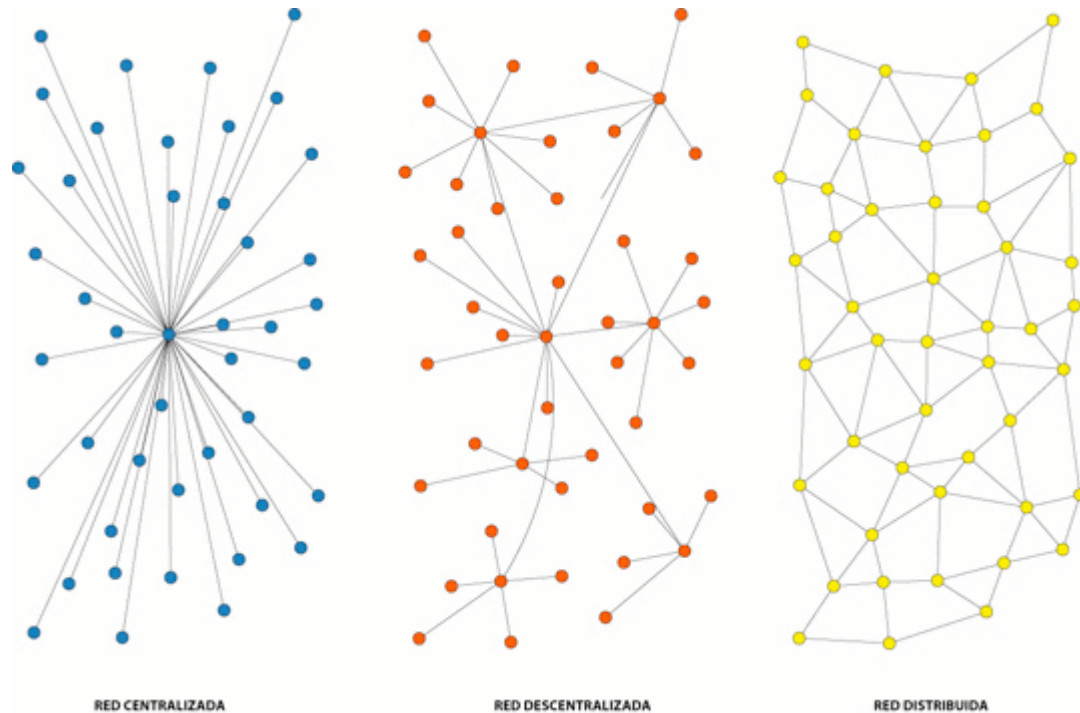


Fig. 4. Los tres tipos de redes descritos por Paul Baran en el libro de *El poder de las redes* de David de Ugarte. (Fuente: Libro *El Poder de las Redes*).

2.2. Relación con el Concepto de Punto de Paso Obligado.

Andrés Jaque definió el concepto de ‘Puntos de Paso Obligado’⁹ como aquellos “*objetos tecnológicos que, sin unificar ni fijar consensos, establecen alianzas más o menos duraderas entre actores con ideologías, expectativas, intereses, deseos, tiempos de evolución y códigos estéticos diferentes, contradictorios e incluso contrapuestos. Los objetos tecnológicos punto-de-paso-obligado son parlamentos en los que estos actores están políticamente representados, y se convierten en mediadores privilegiados, necesariamente presentes en la puesta en práctica de la asociación*”. Desde este punto de vista, los intercambios entre las distintas redes sociales, productivas y económicas que confluyen en la venta callejera dependen directamente de la negociación entre los distintos actores implicados. La gestión del espacio, la movilidad o las estrategias de venta, por ejemplo, son aspectos que los vendedores ambulantes suelen definir de manera colectiva. Junto a ello, la negociación con el resto de agentes sociales también es necesaria a la hora de resolver aspectos propios de la venta ambulante, entre los que se encuentra la ocupación temporal del espacio público.

En una serie de conversaciones que tuvo la autora en 2011 con una serie de vendedores de los mercadillos callejeros de la ciudad de Alicante (España), los vendedores dichos mercadillos tradicionales explican la manera en la que definen los recorridos que realizan por el territorio cada día de la semana en función de distintos factores; entre ellos se encuentran, por ejemplo, la existencia de espacio disponible en cada mercadillo o la proximidad a los centros de abastecimiento. Si bien este tipo de mercadillos en España no podrían clasificarse como parte de la economía informal (pues son entidades altamente regladas en las que en generalmente son las autoridades locales las que establecen los productos que se pueden vender, el área que ha de ocupar cada vendedor y el precio por uso temporal del espacio público, entre otros), sí que permiten conocer algunas de las lógicas que rigen la economía callejera así como la relación que tienen con la sociedad en la que se inserta.

⁹ JAQUE, Andrés. *Arquitectura Parlamento: Primer sello de calidad democrática para acciones arquitectónicas* [en línea]. Web de la Oficina de Innovación Política. 29 de Enero de 2007. Disponible en Web: <<http://oficinadeinnovacionpolitica.blogspot.com.es/2007/01/arquitectura-parlamento-el-primero-sello.html>>



Fig. 5. Mercadillo de Teulada en Alicante, España. (Imagen realizada por Julia Cervantes Corazzina)

Por ejemplo, en el caso de los mercadillos de la provincia de Alicante (Fig. 5), se ha observado que en muchas ocasiones los puestos de los vendedores ambulantes ocupan temporalmente las calzadas de las calles. Todo ello supone, aunque de forma temporal, una alteración sustancial de la experiencia que tienen los individuos de la vida urbana; por un lado, se interrumpen o modifican los recorridos habituales del tráfico rodado del barrio donde se instala el mercadillo; por otro, los viandantes han de transitar por calles temporalmente transformadas. Sin embargo, lejos de la controversia que suscitan otros tipos de ocupaciones urbanas informales (por ejemplo, los botellones), lo cierto es que los habitantes de Alicante generalmente aceptan con agrado dichas alteraciones de la escena pública. De esta manera, la mayoría de los conductores asumen con normalidad que determinados días de la semana no se pueda aparcar ni transitar con fluidez por ciertos viarios y, a la vez, los viandantes aceptan como un “mal menor” la suciedad que un mercadillo deja en las calles una vez que sus puestos han sido retirados. Se observa entonces que la sociedad tolera las alteraciones que produce la venta ambulante en el tejido urbano; es consciente de su temporalidad y la entiende como una entidad propia que beneficia al colectivo.

2.3. Relación con el Concepto de *Hacker*.

Las redes de la información han tenido siempre un papel importante a la hora de configurar la sociedad. Sin embargo, en palabras de Manuel Castells¹⁰, la ‘era de la información’ actual es un momento

¹⁰ CASTELLS, Manuel. *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza, primera edición 1997-1998, segunda edición

sin precedentes: “es un periodo histórico caracterizado por una revolución tecnológica centrada en las tecnologías digitales de información y comunicación, concomitante, pero no causante, con la emergencia de una estructura social en red, en todos los ámbitos de la actividad humana, y con la interdependencia global de dicha actividad. Es un proceso de transformación multidimensional que es a la vez incluyente y excluyente en función de los valores e intereses dominantes en cada proceso, en cada país y en cada organización social. Como todo proceso de transformación histórica, la era de la información no determina un curso único de la historia humana. Sus consecuencias, sus características dependen del poder de quienes se benefician en cada una de las múltiples opciones que se presentan a la voluntad humana”.

El análisis del modelo en el que se basan las redes de la información en la actualidad ha probado ser sumamente útil a la hora de estudiar otros procesos contemporáneos complejos que escapan al mundo de lo digital; el modelo generación de ciudad actual o el impacto de la economía callejera en la escena urbana son algunos de ellos. En dicho contexto, otros autores como Pekka Himannen¹¹ han ido más allá y han trasladado términos propios de los entornos digitales al mundo analógico para ahondar más en las definiciones de la realidad contemporánea. Este último autor, por ejemplo, estudia el papel que tiene la cultura *hacker* a la hora de producir transformaciones dentro de las redes de información y destaca su labor a la hora de cuestionar las dinámicas del sistema tecnológico. El colectivo *hacker*, a diferencia del *cracker* que busca el daño de los sistemas de información, propone alternativas de uso libre que vayan en a favor del bien colectivo. El *hacker*, además, es un colectivo que desarrolla su actividad de una forma lúdica y que relega la productividad a un lugar secundario.

Este concepto de *hacker* también ha saltado al debate arquitectónico, empleándose a la hora de pensar en aquellas acciones sociales que transforman el tejido urbano. Ciertas modalidades de la venta ambulante forman parte de aquellas construcciones *hacker* que permiten al habitante transgredir los roles urbanos. Según Jorge Mario Jauregui en su artículo para el libro *Post-it City: Ciudades Ocasionales*¹², este tipo de informalidades efímeras urbanas “se manifiesta como una enorme energía de interacción social, a pesar del desorden visual y funcional producto de sucesivas crisis económicas, la corrupción gubernamental y la falta de políticas públicas para encauzar los acontecimientos. En este contexto, la economía informal se refiere al espacio donde normalmente se expresa el embate entre lo global y lo local, entre lo regulado por el Estado y lo que escapa a éste.”

La economía callejera es un sistema capaz de *hackear* la escena urbana por ser una red adaptable al contexto y capaz de insertarse en la calles de forma temporal y ágil. A nivel de sistema, el hecho de que la red permita que los nodos puedan modificar su conducta sin perjudicar al conjunto también incrementa su poder de transformación del tejido urbano. Los artefactos que se emplean en este modelo, por su parte, son pensados para permitir la rápida ocupación-desocupación del espacio público así como para optimizar su transportabilidad (véase, por ejemplo, el sistema ‘top manta’).

De esta manera, la venta ambulante transforma de la experiencia en el espacio público de forma efímera: los mercadillos cargan de identidad espacios urbanos de tránsito (‘no lugares’), los camiones de los vendedores ambulantes de Oshodi (Lagos, Nigeria) transforman una autopista en un centro comercial al aire libre o los vendedores del mercadillo de Guangshen (China) parasitan el vacío que queda bajo una autopista elevada para transformar este *terrain vague* en un lugar para la venta de productos. Así pues, las construcciones de la economía informal forman parte de los hoy en día escasos mecanismos urbanos que permiten a la sociedad apropiarse de las infraestructuras urbanas para dotarlas así de identidad (*terrain vague*, no lugares, espacios contenedores, ciudad genérica, lugares de tránsito, etc.)

2000-2003, tercera edición 2005-2006. 656 páginas.

¹¹ HIMANEN, Pekka. *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Barcelona: Ed. Destino, 2004. 264 páginas.

¹² AAVV. *Post-it City: Ciudades Ocasionales*. Madrid: Ed. Turner, 2009. ISBN: 9788475068893.

Disponible en la web: <<http://www.ciutatsocasionals.net/textos/textosprincipalcast/jauregui.htm>>



Fig.6 Vendedores retirando los puestos de las vías para dejar pasar al tren en el mercadillo Rom Hoob (Tailandia). La fotografía forma parte del proyecto Other Markets dirigido por Helge Mooshammer. (Fuente: Web del proyecto Other Markets <<http://www.othermarkets.org>>). Imagen cortesía del autor, Soranart Sinuraibhan,

3. La Venta Callejera, los 'No Lugares' y el Individuo.

A continuación se analizan los mecanismos que emplea la economía callejera para superponerse a la ciudad actual. Las redes de economía callejera ofrecen un posible contrapunto a los espacios 'sin identidad' que produce la ciudad contemporánea sobre los que las redes de venta ambulante se superponen y se adaptan tanto física como funcionalmente.

En relación a lo anterior, la 'ciudad genérica' es un término que definió Rem Koolhaas¹³ para referirse a ciertas tipologías de espacios urbanos que aparecieron a partir de la década de los 90 y cuya principal característica es que se construyen ajenos a la identidad de los lugares: "la *ciudad liberada de (...) la camisa de fuerza de la identidad*". Dentro de esta definición se engloba a espacios como el de los aeropuertos, centros comerciales, centros turísticos, etc. Por otro lado, el antropólogo francés Marc Augé¹⁴ se refiere a este tipo de espacio con el término de 'no lugares' y resalta de ellos su condición de espacios 'de paso' y, por lo tanto, de espacios que no contienen ninguna identidad. Además, Augé también menciona que los 'no lugares' son espacios para el anonimato, es decir, espacios donde la interacción social es escasa, superficial y artificial. De igual manera, Ignasi de Solà-Morales¹⁵ define el término 'espacio contenedor' como espacios cuyo diseño busca desvincularse del contexto local.

¹³ KOOLHAAS, Rem. *La Ciudad Genérica*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 2011. 62 páginas.

¹⁴ AUGÉ, Marc. *Los No Lugares: Espacios del Anonimato. Antropología sobre la Modernidad*. Barcelona: Ed. Gedisa, 1993. 128 páginas.

¹⁵ DE SOLÀ-MORALES, Ignasi. *Territorios*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 2003. 207 páginas.



Fig. 7. Vendedores retirando los puestos de las vías para dejar pasar al tren en el mercadillo Rom Hoob (Tailandia). La fotografía forma parte del proyecto Other Markets dirigido por Helge Mooshammer. (Fuente: Web del proyecto Other Markets <<http://www.othermarkets.org>>). Imagen cortesía del autor, Soranart Sinuraibhan,

Sin embargo, pese a los aparentes esfuerzos de la ciudad contemporánea por despojarse de su identidad, la sociedad sigue buscando mecanismos por los que apropiarse de los espacios en los que habita y reflejar sobre ellos sus modos de entender la realidad, su relación con el entorno y la construcción del colectivo y el individuo. Es más, en cierta manera se podría decir que los espacios urbanos contemporáneos suponen una suerte de plataforma neutra en la que la falta de identidad permite a este tipo de expresiones sociales desarrollar todo su potencial. De igual manera que un *graffitti* cobra sentido al estar en un soporte neutro y anodino de la ciudad, los vendedores ambulantes recuerdan a los transeúntes la necesidad de ser conscientes de aquellos rasgos característicos de su colectivo. La calle, en el momento que aparece el vendedor ambulante, deja de ser una zona de paso y se transforma en un punto de encuentro entre viandante y la identidad de la sociedad a la que pertenece.

En la economía callejera, así como en otros mecanismos de apropiación del entorno urbano, se ponen de manifiesto los roles del individuo y su relación con el grupo. Un ejemplo de ello sería la relación de la economía callejera con las cuestiones de género. El papel que tiene la mujer en la venta ambulante de países como la India, Trinidad y Tobago, Jamaica o Ecuador revela qué lugar ocupa en la construcción de los núcleos familiares, en la economía o en el paisaje social. Una autora que ha profundizado en esta cuestión es Naila Kabeer, quien, en su libro *Mainstreaming Gender in Social Protection for the Informal Economy*, destaca la predominancia en número de las mujeres en la economía informal de ciertos países. De esta manera, explica las barreras que las limitan a un autoempleo inseguro, con pocas ganancias e inestable para poder sustentar a sus familias: “*Within the informal economy, men predominate as owners of small family business, while wives act as unpaid labour. Women’s business ventures are found in a limited range of activities such as food production, petty commerce and personal services. They are generally smaller in scale because of lack of assets and start-up capital, constrained time schedules due to domestic and childcare responsibilities, and a restricted range of space that limits their access to markets (Sethuraman, 1998). The informal sector in the Caribbean also includes a high percentage of women in trade and services. In Jamaica about 50 per cent of women are in the informal economy, while in Trinidad and*

*Tobago it is around 36 per cent. There are many women managing successful businesses in the informal economy, while the less successful are to be found working as domestic servants and petty vendors (Ellis, 2006)."*¹⁶

Así, la calle recupera mediante los mercados callejeros su papel de expositor de identidades locales gracias a su condición efímera (Fig.6 y7), a sus productos y a la negociación entre individuos. Además, el individuo de la economía callejera no es un individuo anónimo pues el espacio permite a su habitante identificarse, individualizarse y ser un agente activo y transformador de la escena urbana. Un ejemplo de ello es el conjunto de técnicas que usan los vendedores para atraer la atención de los compradores. En el mercadillo, la relación comprador-vendedor y persona-producto/servicio es más directa que la que se produce en un centro comercial, por ejemplo, y está ligada a los afectos y al imaginario colectivo. Por otro lado, la venta ambulante es incompatible con las técnicas de diseño de los 'espacios contenedor'; por lo general, la economía callejera depende tanto de las infraestructuras como de los condicionantes de su contexto. Véase, por ejemplo, la colección de artefactos (toldos, gorros, etc.) que protegen de las radiaciones solares tanto a los productos como a los propios vendedores ambulantes de latitudes extremadamente calurosas (Fig. 6 y7). Esta colección de elementos auxiliares, aparte de ayudar a la propia venta, acaban transformándose en elementos distintivos, no sólo de las características locales, sino de la sociedad en la que aparecen. Así pues, las climatología, entre otros factores, condiciona la aparición de las redes de venta ambulante a la vez que define la manera en la que dichas redes se materializan en la escena urbana.

A continuación, se relaciona este tipo de construcción informal urbana con el concepto de lo 'común' (de José Pérez de Lama) y el Derecho a la Ciudad (de Henri Lefebvre). Por último, se destaca la manera en la que ciertas corrientes actuales de la disciplina arquitectónica están mirando hacia las construcciones 'ordinarias' y 'espontáneas' (Enrique Walker) así como a los movimientos de urbanismo 'táctico' o 'emergente'.

4. La Venta Callejera, lo Común y el Derecho a la Ciudad.

La venta ambulante genera un espacio urbano común que permite la singularidad de cada uno de sus nodos. Así, el resultado es un espacio urbano transformado por la multiplicidad de identidades que confluyen tanto en los mercadillos callejeros como en el resto de construcciones urbanas efímeras vinculadas a la economía callejera. Como diría José Pérez de Lama¹⁷: *"El común que imaginamos, con Negri o Deleuze es un común paradójico. No se propone ser unidad, sino multiplicidad, un espacio en el que las singularidades no se anulen o coarten entre sí sino que se enriquezcan y encuentren ocasión y estímulo para su desarrollo."*

Como diría Henri Lefebvre¹⁸, la sociedad tiene el derecho a disponer de un espacio público donde poder expresarse e intervenir según sus necesidades, tanto colectivas como individuales. Así pues, el Derecho a la Ciudad es un concepto que habla de la necesidad al empoderamiento de la sociedad en relación a la construcción de los espacios en los que habita. En un escenario urbano cada vez más alienado e inhibido por los procesos productivos contemporáneos globales, la invención de mecanismos urbanos que permitan la expresión del individuo y la negociación de 'lo común' es un reto; pero también supone la oportunidad de recuperar las inteligencias colectivas que se basan en la identidad y que construyen el imaginario de los espacios comunes. Se trata, así pues, de reclamar el derecho a un soporte físico local que suponga una arena política y democrática para la sociedad. Según las palabras del propio Lefebvre: *"El derecho a la ciudad no puede concebirse como un simple derecho de visita o retorno hacia las ciudades tradicionales. Sólo puede formularse como el derecho a la vida urbana, transformada, renovada."* Este autor señala, además, la relevancia que puede tener el urbanismo experimental (lo que ahora algunos llaman urbanismo emergente o táctico) a la hora de alejarse de la práctica urbana burocrática y la consiguiente creación de dinámicas colectivas destinadas a repensar la escena pública. A pesar de que la definición del

¹⁶ KABEER, Naila. *Mainstreaming Gender in Social Protection for the Informal Economy*. Ed. Commonwealth Secretariat, 2008. 429 páginas. (p.81)

¹⁷ PÉREZ DE LAMA, José. *Devenires ciborg. Arquitectura, urbanismo y redes de comunicación*. Sevilla: Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla, 2006. 260 páginas.

¹⁸ LEFEBVRE, Henri. *El derecho a la ciudad*. Barcelona: Ediciones 62, 1969. 176 páginas.

término de 'derecho a la ciudad' ha resultado en ocasiones impreciso, cabe decir que, en última instancia, el punto en el que coinciden todos y cada uno de los autores que han reflexionado sobre este término es el de la necesidad de promover políticas urbanas sostenibles y que permitan la construcción participativa de espacios locales autogestionados por la sociedad.

Los espacios que generan las informalidades urbanas pueden permitir al habitante de la ciudad ejercer su derecho a decidir cómo emplean las infraestructuras urbanas existentes (Fig. 6y7). Las prácticas urbanas *Do It Yourself*, en las que es el habitante de la ciudad el que diseña, construye y gestiona determinados elementos de una ciudad, han existido desde siempre. Sin embargo, con la complejidad actual del espacio público, la proliferación de movimientos que lleven a cabo este tipo de prácticas es especialmente relevante a la hora de buscar soluciones a los problemas medioambientales y sociales a los que se enfrentan las ciudades actuales. El urbanismo emergente y sus estructuras efímeras, así pues, son el contrapunto, o al menos el complemento, tanto al modelo de urbanismo existente como a las estructuras "duras" que éste genera.

Las alternativas que la sociedad propone a estos conflictos se materializan, en algunos casos, en sistemas frágiles que entienden el "error" urbano de igual manera que lo hace un *hacker*. Los vendedores ambulantes y, más concretamente, aquellos que forman parte de la economía informal, desarrollan su actividad en un espacio urbano reapropiado que tiene mucho que ver con lo que Hakim Bey denominó Zona Temporalmente Autónoma o TAZ¹⁹. Este autor desarrolla dicho concepto para reflexionar sobre la siguiente idea de Bruce Sterling: *"La decadencia de los sistemas políticos podría desembocar en una proliferación descentralizada de experimentos sobre formas de vida: gigantescas corporaciones de propiedad obrera, enclaves independientes dedicados a la piratería de datos, enclaves verde-socialdemócratas, enclaves de trabajo cero, zonas anarquistas liberadas, etc."* De este modo, Hakim Bey define las TAZ sirviéndose de un estudio que lleva a cabo para investigar sobre la red de piratas mundial del siglo XVIII: *"Los piratas y corsarios del siglo XVIII crearon una «red de información» que envolvía el globo: primitiva y dedicada primordialmente a los negocios prohibidos, la red funcionaba admirablemente. Repartidas por ella había islas, remotos escondites donde los barcos podían ser aprovisionados y cargados con los frutos del pillaje para satisfacer toda clase de lujos y necesidades. Algunas de estas islas mantenían «comunidades intencionales», completas minisociedades que vivían conscientemente fuera de la ley y mostraban determinación a mantenerse así, aunque fuera sólo por una corta -pero alegre- existencia."*

Relacionar la teoría de Hakim Bey con los mecanismos de la venta ambulante informal es relevante no sólo por dar a conocer las similitudes sistemáticas que pudieran existir entre ambos modelos, sino también por ofrecer oportunidades para la reconstrucción política de lo urbano. La venta ambulante informal constituye un TAZ que teje redes al margen de los canales contemporáneos preestablecidos y de la que depende la subsistencia de un amplio espectro de la población mundial. Por otra parte, este tipo de TAZ es una de las pocas construcciones urbanas contemporáneas que surgen de la sociedad y cuya relación es directa con las tradiciones y lo local. Así pues, el estudio de dichos conceptos aplicados a la compleja relación entre habitante, espacio y economía de la economía callejera puede brindarnos nuevas herramientas para el diseño general de los lugares que habita el colectivo. Además, puede servirnos de ejemplo para la configuración de otros espacios productivos; entre ellos, los espacios para el conocimiento, como el educativo o el investigador.

Volviendo a la idea inicial de este apartado, el Derecho a la Ciudad que se defiende desde la venta callejera informal no sólo se relaciona con la idea del derecho que tiene el habitante urbano de disponer de una ciudad acogedora y amable; tiene que ver, además, con un espacio en el que dicho habitante es un agente urbano activo. Esto lo capacita para transformar la ciudad gracias a la negociación con el colectivo y a que el entorno urbano le ofrece la posibilidad de desarrollar otras actividades como las productivas, las económicas y las de conocimiento. Alberto Corsín²⁰ habla del Derecho a la Infraestructura para reconstruir la idea de Lefebvre e incluir términos como el de las Ciudades de Código Abierto o el Hardware Urbano Abierto: *"La infraestructura deja de ser algo que se le 'añade a lo social'; aquello que soporta o acoge*

¹⁹ BEY, Hakim. *La zona temporalmente autónoma*. Brooklyn: Autonomedia, 1991. 32 páginas.

²⁰ CORSÍN JIMÉNEZ, Alberto. Presentación Prezi *El derecho a la infraestructura: ecología política del urbanismo open source*. 2013. Disponible en Web:

http://prezi.com/3vvuku21w4cm/edla13gcultural-drcho-infraestructura/?utm_campaign=share&utm_medium=copy

nuestra sociabilidad e intercambios. La infraestructura pasar a operar como agente social en sus propios términos; términos que reobran sobre la concepción de lo social como algo, ahora, en estado beta.” Así, el “código abierto” es lo que permite al actor urbano experimentar con los sistemas que constituyen la ciudad y pasar de habitante a constructor de los escenarios colectivos.

5. La Venta Callejera, lo Ordinario y el Urbanismo Emergente.

Según Enrique Walker, el concepto de ‘lo ordinario’ en la práctica arquitectónica tiene “relación con la apropiación e instrumentalización de las denominadas condiciones existentes: lo banal, lo cotidiano, lo hallado, lo popular, el paisaje existente. (...) lo ordinario supone por definición una condición de alteridad. Es decir, consiste en aquellos objetos que la disciplina de la arquitectura proclama fuera de su territorio y contra los que define sus límites. A distancia, estos objetos ejercen cierta fascinación, y en ocasiones la disciplina recurre a ellos de forma polémica como parte de su propio proceso de redefinición (...) En la arquitectura, la genealogía de la apropiación e instrumentalización de lo ordinario como estrategia de formulación se inicia incipientemente con la revisión crítica del urbanismo moderno (...) En definitiva, para la arquitectura lo ordinario ha supuesto un instrumento para investigar fenómenos urbanos emergentes y, por extensión, construir una práctica de teoría de la arquitectura basada en aprender del paisaje existente”.²¹

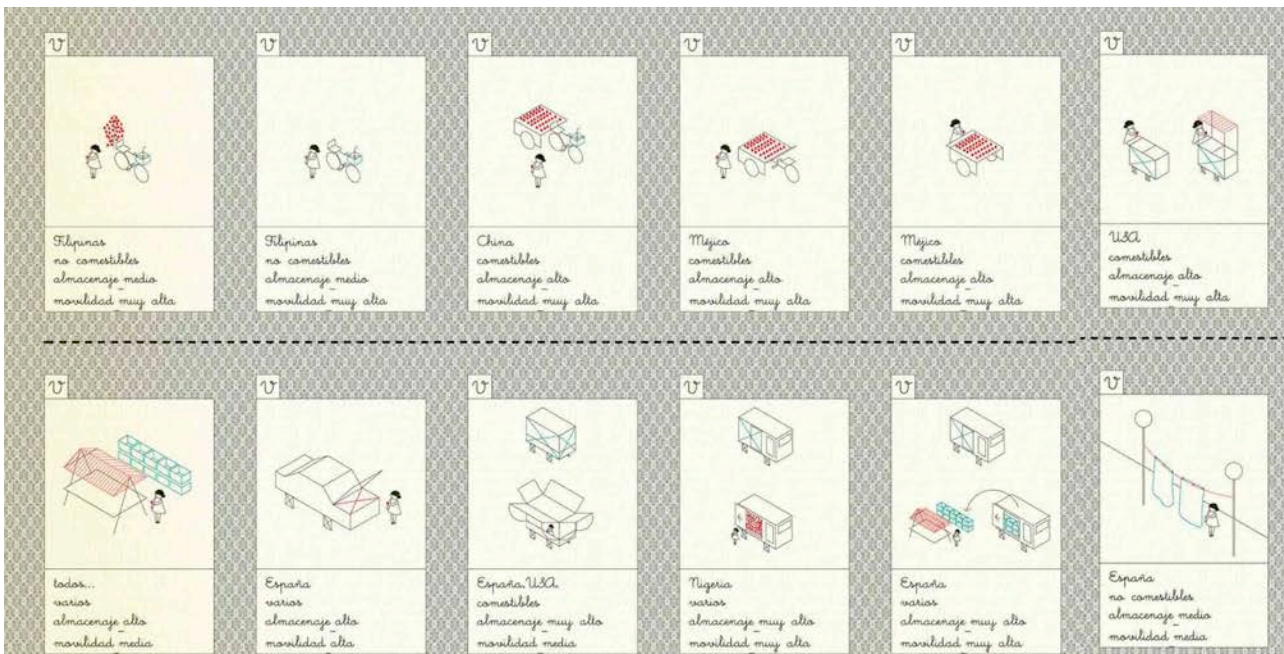


Fig. 8. Selección del catálogo de dispositivos usados en la venta ambulante (Imagen realizada por Julia Cervantes Corazzina)

Según esta definición, la venta ambulante y el resto de construcciones urbanas vinculadas a la economía callejera formarían parte del conjunto de entidades *ordinarias* a las que en la actualidad la disciplina de la arquitectura y el urbanismo miran con especial interés. Muchos expertos en el fenómeno urbano contemporáneo ven en estas manifestaciones colectivas una fuente de aprendizaje para la construcción de lugares urbanos social, medioambiental, cultural y económicamente sostenibles. Además, la disciplina asiste a una tendencia creciente de proyectos de investigación que ponen el punto de mira en aquellos en los que la economía callejera aparece en entornos urbanos de rápida transformación. Entre ellos, encontramos el estudio del mercado de Oshodi que llevó a cabo el arquitecto holandés Rem Koolhaas²², el estudio reciente sobre construcciones informales y efímeras Post-it Cities²³ que dirigió Martí Perán, el proyecto fotográfico Totem Series de Alain Delorme (Fig.9) o la investigación *Other Markets*²⁴ dirigida por Helge Mooshammer y en la que también participa el arquitecto Teddy Cruz. En esta línea, desde el Museo de Arte Contemporáneo PARASITE (Liubliana, Eslovenia) se llevó a cabo el

²¹ WALKER, Enrique. *Lo ordinario*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 2010. 218 páginas.

²² KOOLHAAS, Rem. *Mutaciones*. Barcelona: Ed. Actar, 2001. 880 páginas. ISBN: 9788495273543.

²³ Ídem 8.

²⁴ AAVV. *Other markets* [en línea]. Disponible en Web: <<http://www.othermarkets.org>>

proyecto *Street Economy Archive*²⁵ para analizar las relaciones que existen entre sociedad, cultura y política en las ocupaciones informales de venta en el espacio urbano así como ver las potencialidades de esta red urbana para proponer soluciones en momentos de crisis: “*El comercio ambulante es la manifestación más conspicua de la economía informal. Dado que es tan visible, está sujeto a un control constante y a numerosas limitaciones. Explotando una combinación de varios modelos económicos y estrategias de suministro, el comercio callejero ha sido capaz de sobrevivir, de conservar su éxito y vitalidad. Sobrevive gracias a su capacidad de adaptación, a su movilidad y al sentido de la improvisación. Cuando México se vio inmerso en una profunda crisis económica en los años ochenta, la venta ambulante asumió las funciones del comercio oficial, proporcionando a la ciudad todos los servicios básicos, desde la venta de comida fresca y electrodomésticos hasta la venta de herramientas y productos de electrónica.*”²⁶



Fig. 9. Vendedores ambulantes en las complejas ciudades chinas. La fotografía pertenece al proyecto fotográfico *Totem Series* de Alain Delorme (Fuente: Página web del fotógrafo < <http://www.alaindelorme.com/>>) © Alain Delorme

Por otro lado, el urbanismo emergente o táctico²⁷, como oposición al urbanismo tradicional, pone en valor aquellas estructuras blandas, informales o efímeras que la sociedad utiliza para amoldar el entorno urbano a sus necesidades. Las intervenciones del urbanismo emergente son llevadas a cabo por la propia sociedad, escapando en muchas ocasiones del ámbito definido por la disciplina arquitectónica. Con ellas, son los propios habitantes de las ciudades los que proponen modos alternativos de construcción de ciudad. De esta manera, estos movimientos suponen todo un ejemplo del que pueden aprender tanto las instituciones como los profesionales encargados de diseñar las ciudades. La aparición de los movimientos urbanos *bottom-up* nos deja entrever, en primer lugar, que la sociedad es consciente de la necesidad de transformar la forma de habitar en las ciudades y, en segundo lugar, que quiere ser un actor activo a la hora de proponer modelos urbanos alternativos.

²⁵ Exposición *Street Economy Archive* en el Museo de Arte Contemporáneo PARASITE (Liubliana, Eslovenia). Ver información en la Web: < <http://www.parasite-pogacar.si/street-economy.html>>

²⁶ Reseña sobre la exposición *Street Economy Archive* (Museo de Arte Contemporáneo PARASITE, Liubliana) realizada en la Web de Post-It City: <<http://www.ciutatsoccasional.net/proyectos/9pogacar/index.htm>>

²⁷ LYDON, Mike; GARCIA, Anthony. *Tactical Urbanism*. Washington: Island Press, 2015. 224 páginas. ISBN: 1610915267.

Dentro del ámbito del urbanismo emergente, existen colectivos que reflexionan sobre la manera en la que los intercambios de productos y servicios aparecen en la escena pública. Uno de ellos, es el colectivo de vendedores ambulantes de la ciudad de Nueva York *Street Vendor Project*. Este grupo ha desarrollado el proyecto *Vendor Power!*²⁸ (Fig.10), una iniciativa con la que se pretendía mejorar las condiciones de los vendedores ambulantes de la ciudad de Nueva York mediante la publicación de un manual sobre los derechos que tiene este colectivo. De esta propuesta llama la atención, entre otras cosas, la necesidad de transparentar los datos normativos que tienen que ver con los procesos de economía informal. De esta manera, este grupo centra su atención en traducir la información que, a pesar de haber estado siempre disponible, es demasiado compleja y enrevesada para que la sociedad pueda comprenderla. Con este objetivo, el manual muestra una serie de infografías que ilustran a los vendedores ambulantes sobre los derechos que tiene este colectivo.

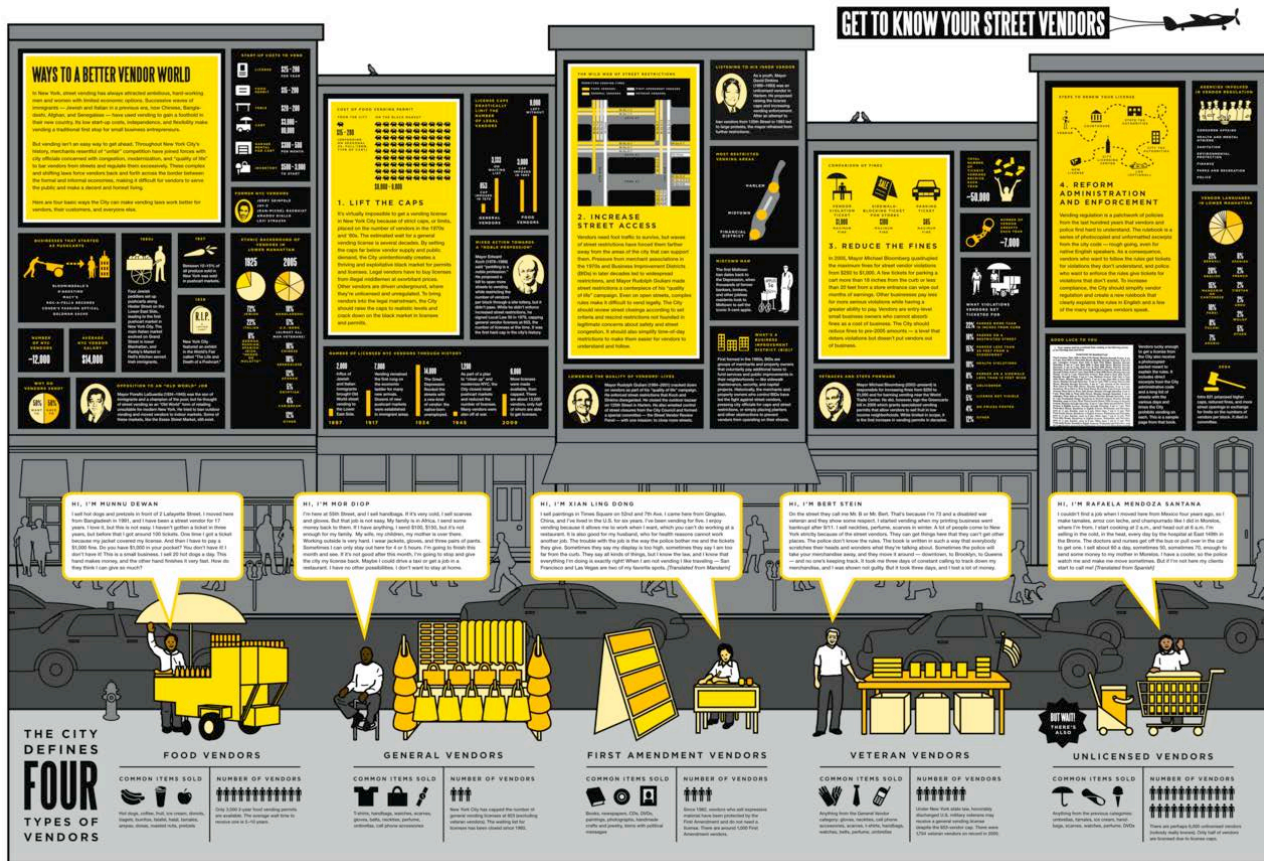


Fig. 10. Publicación del proyecto *Vendor Power!* del colectivo *Street Vendor Project*, *Center for Urban Pedagogy NY* y *Candy Chang*. (Fuente: Página web de *Center for Urban Pedagogy NY* <<http://welcometocup.org>>) © Center for Urban Pedagogy NY

En el artículo *Custom Bike Urbanism* escrito por el arquitecto japonés Hiroyuki Shinohara para la conferencia *Global Visions* en el 2011, se analiza el modo que en el que los vendedores ambulantes usan las bicicletas como herramienta para desarrollar su actividad y cómo ello es un elemento fundamental para la construcción de los entornos urbanos chinos: *"The physical space of the city is a reflection of in tertwined social realities and represents the multiple desires of different actors in the city. Urban aspiration requires city planning that insures a variety of spaces and places where a spectrum of different activities can be fully performed. Current Chinese cities however, are produced through planning strategies based on generic masterplans; static, centric in nature, and dominated by infrastructure and inaccessible landscaping. Custom Bike Urbanism, on the other hand, suggests a possibility of constructing urban spaces that are individualist and dispersed, yet able to accommodate a multitude of dynamic forms. With the inherent characteristics of mobility and ephemerality, it brings vibrancy to redundant urban space and enhances the function of the existing city(...)* The mobility of custom bikes destabilizes urban spaces and transforms them into places of activity that include a broad range of the actors of the city. The instabil-

²⁸ AAVV. *Vendor Project!* [en línea]. Disponible en Web: <<http://welcometocup.org/Projects/MakingPolicyPublic/VendorPower>>

ity that characterizes these custom bikes is positive, as long as it produces and sustains openness. Custom Bike Urbanism does not replace or overwrite the city with imposed plans. It rather oscillates and thickens layers of the city from within and vitalizes urban spaces essentially left for interpretation by the generic masterplans. It mobilizes the city in dynamic equilibrium and eventually leads to more sustainable city development.”²⁹

Esta atención a la venta callejera y, en particular, a su apropiación temporal del espacio público ha saltado el ámbito de lo informal para servir de ejemplo a otro tipo de actores urbanos más vinculados a los canales de comercio predominantes en la actualidad. Éste es el caso del movimiento Pop-Up Retail o Store llevado a cabo tanto por grandes cadenas como por pequeños comercios y cuyo objetivo es el de aprovechar pequeños espacios desocupados de la ciudad para la instalación de puestos de venta efímeros. De esta manera, algunas marcas están usando autobuses, vallas callejeras o contenedores portuarios como nuevo soporte. Si bien esta tendencia tiene como principal objetivo el marketing y la promoción de un producto o servicio, lo cierto es que esta mirada a la venta ambulante podría suponer un espacio para la innovación de los modos de hacer ciudad, así como de la relación entre el consumo reglado y el espacio urbano. Esta moda ha inspirado a muchos otros grupos sociales menores que, sin estar clasificados como informales, toman como modelo dichas estrategias de apropiación de la calle y las aprovechan para el pequeño comercio, los usos comunitarios o la incubadora de nuevos modelos de negocio. Mediante este tipo de iniciativas, el habitante de la ciudad parece entender, por un lado, los beneficios de las estructuras efímeras en cuanto al aprovechamiento de recursos y el valor de los artefactos transportables y espontáneos; por otro, la importancia del derecho que tiene el individuo a transformar y a usar la ciudad. Asimismo, esta tendencia puede contribuir a extender la demanda social para que las ciudades sean susceptibles de alojar esta y otras formas de Urbanismo Táctico como son los jardines urbanos o la reutilización de las plazas de aparcamiento para otros usos que no sean el estacionamiento de vehículos.³⁰

6. Conclusiones.

La protección y la puesta en valor de las construcciones informales en el espacio urbano parece ser una tarea esencial para el proyecto de ciudad. Diversas instituciones internacionales urgen a la puesta en marcha de iniciativas que mejoren la sostenibilidad social, económica, medioambiental y cultural del contexto urbano actual. Es necesario, pues, el repensar tanto cómo se desarrollan los entornos urbanos, como la manera en la que se habitan las ciudades. Dentro de este contexto, la economía callejera genera una serie de espacios y dinámicas urbanas que sirven de ejemplo a la hora de abordar la sostenibilidad urbana de una manera compleja. Siendo una red por la que a una parte importante de la sociedad mundial subsiste (1.800 millones de personas en el mundo sobreviven gracias a la economía informal) con una enorme capacidad de transformación de la escena urbana y tremendamente adaptable a crisis del contexto, el reconsiderar urbanismo teniendo en cuenta las potencialidades de la economía callejera puede abrir numerosas posibilidades para la construcción política de los espacios colectivos. La venta ambulante hace patente la confluencia de redes sociales, productivas y de identidad existentes en la ciudad y aprovecha sus ‘errores’ para establecer espacios donde el habitante es un actor urbano y político que tiene una mayor capacidad para transformar el contexto y adecuarlo a sus necesidades.

La pertinencia que tiene la mirada a ‘lo ordinario’ y, especialmente, a aquellas formas de apropiación del espacio colectivo para usos complejos y vitales, como lo es la venta ambulante, abre un camino para ser conscientes de la importancia del espacio público democrático con posibilidad de que su habitante lo reconstruya. El Urbanismo Táctico, en relación con la economía, puede guiar a la reinención de las maneras de subsistencia y/o desarrollo profesional en el espacio público. Pero no sólo eso; este estudio ofrece nuevas alternativas que traducen las estrategias de la economía callejera a otros ámbitos. De este modo, de la misma manera que se habla de economía callejera, podría hablarse de la educación o la investigación callejera, con implicaciones sociales y políticas importantes para la construcción del espacio colectivo. El derecho a la ciudad, a la infraestructura y a la economía pueden confluir en el derecho social a un Urbanismo Táctico que abre caminos para la construcción de redes complejas urbanas que aborden todos los ámbitos de la vida de sus habitantes. La ciudad pasa, entonces, a ser una plataforma- infraestructura modificable en la que el individuo es capaz de decidir. Así pues, la oportunidad que ve en el ‘error’ de la ciudad la economía callejera es una fuente inmensa de aprendizaje que nos recuerda que las calles son unas plataformas de código abierto en las que se puede innovar y proponer realidades alternativas inclusivas.

²⁹ SHINOHARA, Hiroyuki. *Custom Bike Urbanism*. Artículo para la conferencia Global Visions, 2011. Disponible en Web: <<http://globalvisions2011.ifou.org/Index/Group%207/FOUA00057-00063P2.pdf>>

³⁰ Ídem 27.

Bibliografía

AAVV. *Other markets* [en línea]. Disponible en la Web: <<http://www.othermarkets.org>>

AAVV. *Post-it City: Ciudades Ocasionales*. Madrid: Ed. Turner, 2009. ISBN: 9788475068893. Disponible en la web: <<http://www.ciutatsocasionals.net/textos/textosprincipalcast/jauregui.htm>>

AAVV. *Vendor Project!* [en línea]. Disponible en Web: <<http://welcometocup.org/Projects/MakingPolicyPublic/VendorPower>>

AUGÉ, Marc. *Los No Lugares: Espacios del Anonimato. Antropología sobre la Modernidad*. Barcelona: Ed. Gedisa, 1993. 128 páginas. ISBN: 9788474324594.

BARAN, Paul. *On Distributed Communications. Introduction to Distributed Communications Networks*. Estados Unidos, 1964.

BAUMAN, Zygmunt. *Liquid Modernity*. Cambridge (UK): Polity, 2000. 240 páginas. ISBN: 0745624103.

BEY, Hakim. *La zona temporalmente autónoma*. Brooklyn: Autonomedia, 1991. 32 páginas.

BOURRIAUD, Nicolas. *Radicante*. Madrid: Adriana Hidalgo Editora, 2009. 233 páginas. ISBN: 9788493714062.

CASTELLS, Manuel. *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza, primera edición 1997-1998, segunda edición 2000-2003, tercera edición 2005-2006. 656 páginas. ISBN: 9788420677002.

CORSÍN JIMÉNEZ, Alberto. Presentación *El derecho a la infraestructura: ecología política del urbanismo open source*. 2013. Disponible en Web: <http://prezi.com/3vvuku21w4cm/edla13gultural-drcho-infraestructura/?utm_campaign=share&utm_medium=copy>

DE SOLÀ-MORALES, Ignasi. *Territorios*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 2003. 207 páginas. ISBN: 9788425218644.

DE UGARTE, David. *El poder de las redes*. Barcelona: El Cobre Ediciones, 2007. 136 páginas. ISBN-13: 978-8496501324.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Rizoma*. Valencia: ED. Pre-Textos, 1972. 64 páginas. ISBN: 9788485081028.

GARCÍA TRIVIÑO, Francisco. "Arquitectura hacking. El error como mecanismo de intrusión en sistemas arquitectónicos existentes". *Criticall I International Conference on Architectural Design & Criticism*, 2014.

HIMANEN, Pekka. *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Barcelona: Ed. Destino, 2004. 264 páginas. ISBN: 9788423336371.

JAQUE, Andrés. *Arquitectura Parlamento: Primer sello de calidad democrática para acciones arquitectónicas* [en línea]. Web de la Oficina de Innovación Política. 29 de Enero de 2007. Disponible en Web: <<http://oficinadeinnovacionpolitica.blogspot.com.es/2007/01/arquitectura-parlamento-el-primero-sello.html>>

JÁUREGUI, Jorge Mario. *The Evolving City: Informal Economies / Temporary Spaces*. Disponible en Web: <<http://www.ciutatsocasionals.net/textos/textosprincipalcast/jauregui.htm>>

KABEER, Naila. *Mainstreaming Gender in Social Protection for the Informal Economy*. Ed. Commonwealth Secretariat, 2008. 429 páginas. ISBN: 0850928400.

KOOLHAAS, Rem. *La Ciudad Genérica*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 2011. 62 páginas. ISBN: 9788425220524.

KOOLHAAS, Rem. *Mutaciones*. Barcelona: Ed. Actar, 2001. 880 páginas. ISBN: 9788495273543.

LEFEBVRE, Henri. *El derecho a la ciudad*. Barcelona: Ediciones 62, 1969. 176 páginas. ISBN: 8429709169.

LYDON, Mike; GARCIA, Anthony. *Tactical Urbanism*. Washington: Island Press, 2015. 224 páginas. ISBN: 1610915267.

NEUWIRTH, Robert. *Stealth of Nations: The Global Rise of the Informal Economy*. Nueva York: Random House LLC, 2011. 288 páginas. ISBN-13: 978-0307279989.

PAQUOT, Thierry. "Releer El derecho a la ciudad de Henri Lefebvre". Revista Urban, Departamento de Urbanística y Ordenación del Territorio, Escuela Técnica Superior de Arquitectura - Universidad Politécnica de Madrid. NS02-Espectros de Lefebvre [en papel]. Septiembre, 2011. Sección Artículos y Notas de investigación. Número 02.

PÉREZ DE LAMA, José. *Devenires cibernético. Arquitectura, urbanismo y redes de comunicación*. Sevilla: Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla, 2006. 260 páginas. ISBN: 978-8447210640.

POGAČAR, Tadej. *Street Economy Archive*. Exposición en la galería ŠKUC, Ljubljana, desde 2001 hasta 2006. Información online: <<http://www.ciutatsocasionals.net/proyectos/9pogacar/index.htm>>

Street Economy Archive en el Museo de Arte Contemporáneo PARASITE (Liubliana, Eslovenia). Ver información en la Web: <<http://www.parasite-pogacar.si/street-economy.html>>

WALKER, Enrique. *Lo ordinario*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 2010. 218 páginas. ISBN: 9788425223303.

Biografía

Julia Cervantes Corazzina. Arquitecto por la Escuela Politécnica Superior de Arquitectura de la Universidad de Alicante (2012). Beca de la Comisión Europea para el Dep. de Infraestructuras de la Oficina para la Armonización del Mercado Interno (desde Septiembre del 2014). Colaborador honorífico en el Departamento de Expresión Gráfica y Cartografía en la Universidad de Alicante (2012). Desde 2012 es co-fundadora del grupo de práctica y reflexión creativa y arquitectónica Make it Better. Desde 2011 es Editora Jefe de la enciclopedia multimedia de la sostenibilidad More Than Green (www.morethangreen.es). Colaborador en el área de Urbanística y Ordenación del Territorio para el Proyecto de Redes de Investigación en la Docencia Universitaria de la Universidad de Alicante (2009).

Julia Cervantes Corazzina. Architect from the Superior Technical School of University of Alicante (2012). Traineeship at the Infrastructure Dep. - Office for the Harmonization of the Internal Market (European Commission) since September, 2014. Ad-Honorem collaborator in the Department of Graphic Expression and Cartography of the University of Alicante (2013). Since 2012 is founding member of the architectural, thinking, and creative group Make it Better. Since 2011 is Editor in Chief of the multimedia encyclopedia of sustainability More Than Green (www.morethangreen.es). Collaborator at the Urban Development and Land Management Area at the project for the Research Networks on University Teaching at the University of Alicante (2009).