

Presentación

En diversas ciudades del mundo, los mercados de abasto se encuentran en el epicentro de fuertes disputas de orden económico, político y urbanístico, y en medio de un doble discurso de decadencia generalizada y de renovación selectiva, que promueve en algunos de ellos (ubicados en lugares “estratégicos”) una transformación radical de sus contenidos o del contenedor. Su obsolescencia física, funcional y/o económica es presentada, por parte de algunos gobernantes e inversionistas privados, como el ocaso de un “ciclo natural de vida”, en donde los antiguos mercados, por ser cosa del pasado, no pueden competir con las nuevas y globalizadas formas de consumo y canales de distribución de abasto en el nivel internacional. Se trata de un discurso que legitima un conjunto de políticas públicas y proyectos privados que pretenden la modernización y/o transformación sustancial de los mercados de abasto para “actualizarlos”, asignarles otros usos (centros culturales, comerciales o de entretenimiento), sustituirlos por edificios de mayores alturas o reconvertirlos en mercados de comida gourmet o de productos “típicos”.¹

Los mercados de abasto, articulados con distintos circuitos, regionales y globales, de distribución de mercancías, en sus diversas variantes y escalas de servicio (central de abasto, mercado regional, metropolitano o barrial) son una realidad de múltiples dimensiones. Además de ofrecer alimentos a precios accesibles, funcionan como imanes urbanos que atraen a distintos grupos sociales para abastecerse, socializar y encontrarse; tienen una dimensión simbólica y cultural que remite a pautas de consumo (por ejemplo el regateo, imposible de practicarse en los supermercados), y constituyen espacios abiertos y relacionados con el barrio y la ciudad. Los mercados históricamente han sido lugares donde la población inmigrante de bajos ingresos y poco calificada consigue un empleo (in)formal.

Por otro lado, los mercados padecen la competencia desigual de las cadenas de supermercados, que venden los mismos productos supuestamente más baratos, despliegan amplias campañas de mercadotecnia, y ofrecen créditos y pago con tarjeta bancaria. Sin embargo, los actuales procesos de transformación y disputa por los mercados de abasto son desiguales en función de las (des)ventajas de su ubicación territorial y de los específicos actores sociales, económicos y políticos, que defienden distintas visiones sobre el futuro de los mercados.²

La disputa por estos espacios no es algo aislado, se inscribe en la contienda por un modelo de sociedad y de ciudad y, en este caso, por un tipo de “mercado”. Por ello, en el *dossier* que presentamos en este número de *Alteridades* nos planteamos como punto de partida una serie de preguntas a ser respondidas desde la perspectiva de diversas ciencias sociales, lugares y casos de estudio: ¿Los mercados de abasto son un tipo de servicio público irremediablemente condenado a desaparecer? ¿Los mercados tradicionales serán sustituidos por los modernos supermercados? ¿La salvación de los mercados radica en su reconversión como espacio de consumo para el turismo y las clases medias? ¿A qué se debe que en lugares tan distantes y relativamente diferentes se presenten

¹ En febrero de 2016, el subutilizado mercado céntrico de Zacatecas, México, pretende concesionarse a una marca de cerveza mexicana para destinarlo al consumo de esa bebida, botanas y comida tradicional.

² Locatarios propietarios, inquilinos o concesionarios, consumidores, vendedores informales, inversionistas locales y globales, legisladores y gobernantes de diferentes escalas.

los mismos discursos sobre la aparente obsolescencia y abandono de los mercados y su necesidad de “renacimiento” con otra oferta? ¿Cuáles son los discursos que justifican la renovación y modernización de los mercados? ¿Por qué algunos mercados intentan ser integrados a los circuitos del ocio y el turismo y otros no? ¿A qué se debe que el discurso de la unicidad y autenticidad del patrimonio edilicio haya alcanzado a los mercados de abasto? ¿Por qué la transformación de algunos mercados españoles, de abasto tradicional a comida gourmet, se ha convertido en un modelo a seguir? ¿Para quiénes? ¿Por qué en Europa ha aparecido la moda de la *street food*, que parece un símil aburguesado de los tianguis, ferias y comercio ambulante de América Latina? ¿La modificación de la oferta de los mercados promueve o es una consecuencia de la gentrificación del barrio? ¿La transformación de los mercados puede verse como un proceso de gentrificación comercial o resultado de la gentrificación residencial? ¿La gentrificación y turistificación de los mercados sigue la gentrificación del barrio o es su punta de lanza?

Antes de hablar sobre los artículos que integran el *dossier* y el número, nos permitimos hacer una breve revisión de las incipientes aportaciones teóricas en torno a la transformación de los mercados en el contexto de la globalización de la economía capitalista neoliberal.

Mercado, un concepto polisémico

Por principio de cuentas, mercado es un concepto con múltiples significados que remite a diversos tipos de actividades y lugares, transacciones materiales, flujos internacionales de capital, compra-venta de acciones, especulación financiera y bolsa de valores. En su más amplia expresión el mercado, libre o regulado, refiere tanto a la oferta y demanda de productos y servicios, como a un espacio público, abierto o cerrado, donde se venden y se compran alimentos y productos básicos (Topalov *et al.*, 2010: 735-749). El mercado, por definición, es competencia de productos que se ofertan y demandan, y también fuente de desarrollo y progreso socioeconómico. No obstante, en la era neoliberal, lejos de garantizar la competencia libre en beneficio de productores, comerciantes y consumidores, el mercado ha sido secuestrado por monopolios y oligopolios que erosionan la libre competencia y favorecen a unos cuantos (Merino, 2010: 10). Para Guàrdia y Oyón (2010), la polisemia del término tiene la ventaja de permitir el estudio de los mercados desde distintas disciplinas sociales.

Sin embargo, este *dossier* aborda únicamente la disputa por los tradicionales mercados de abasto de alimentos y bienes de primera necesidad. Aquí, el mercado es el contenedor (edificio y puestos comerciales), el contenido (oferta de alimentos y mercancías) y las relaciones sociales de los diferentes actores involucrados en su funcionamiento.

La dimensión social de los mercados

Los mercados públicos son lugares muy apreciados por diversos investigadores sociales de variadas disciplinas, geografías y cuencas lingüísticas. Chapa (2007) compila relatos sobre los mercados y la vida cotidiana en la Ciudad de México entre los siglos *xvi* y *xx*. Para Ayús (2005) y Kingman (2012), dichos espacios constituyen huellas urbanas insoslayables, referentes fundamentales en la construcción de las identidades colectivas, y sitios de reproducción de las culturas locales. En este sentido, Mónica Lacarrieu, en su artículo de este *dossier*, destaca que las poblaciones indígenas de Bolivia y Ecuador reproducen en el mercado urbano su cultura y su propia vida social. Así, los mercados trascienden la función económica de compra-venta de productos locales frescos, y contribuyen a tejer relaciones vecinales o barriales (Hernández, 2014; Robles, 2008). Justo este conjunto de atributos se ha convertido en un argumento central de defensa de los mercados frente a diversos proyectos públicos y/o privados que pretenden su modificación sustancial.

Muerte por congestión urbana

La transformación de los mercados no es tan reciente ni exclusiva del capitalismo neoliberal. En la época del Estado benefactor algunos mercados centrales fueron desplazados, cambiados o destruidos por motivos económicos y urbanísticos. Mende (2008) consigna que la destrucción de Les Halles en París se debió a la congestión urbana que producía esa central de abasto. En 1953, justo un siglo después de su construcción, las autoridades decidieron derribar y trasladar ese mercado central a Rungis. A pesar de movilizaciones sociales que defendían Les Halles como patrimonio histórico, al que Émile Zola llamó *la panza de París*, la demolición concluyó en 1971 y en sustitución se creó un nuevo proyecto urbano de usos mixtos en lenguaje posmoderno. Para Mende, este hecho marcó la historia de los mercados europeos.

El desplazamiento del mercado del centro de la ciudad hacia una periferia, y su destrucción o cambio de uso, se ha repetido en otras urbes con argumentos similares: la ciudad se expandió y el mercado quedó atrapado en una zona central, generando problemas y congestión. Así, el decimonónico mercado Convent Garden de Londres fue desplazado en 1974 y el antiguo edificio reconvertido en pequeñas tiendas, restaurantes y oficinas (Mende, 2008).

La Central de Abasto de la Ciudad de México (La Merced), erigida en 1957, fue trasladada en 1982 a Iztapalapa, aunque los mercados continúan funcionando como tales (GDF, 2010). Mientras que el mercado La Victoria, inaugurado en 1914 en la ciudad de Puebla, fue desplazado en 1985 –junto con los comerciantes informales que ocupaban las calles del centro histórico– a siete mercados periféricos. El antiguo mercado fue convertido en centro comercial.

Recientemente, y bajo claras estrategias del urbanismo neoliberal, El Abasto de frutas y verduras de Buenos Aires (construido en 1893) fue cerrado en 1984 y trasladado al mercado mayorista de La Matanza. La muerte de ese mercado y su transformación en “*shopping cultural*” de la mano del capital transnacional, en 1998, ha sido estudiado en profundidad por Carman (2006). El “renacimiento” de El Abasto, acompañado de políticas culturales y urbanísticas e inversiones privadas (presentadas como acciones de filantropía o altruismo cultural), implicó una paulatina pero profunda reconversión del barrio e incluyó el desalojo de los indeseables: de *Bronx porteño* ha pasado a ser un barrio atractivo para nuevos residentes de mayores ingresos. Una operación urbana similar se intentó en Tucumán, Argentina, con la reubicación de la central de abasto a la periferia urbana en 1998. Aquí, el antiguo edificio se transformó en un centro comercial con un hotel de lujo (Bodrini y Malizia, 2014).

¿El ocaso de un ciclo natural de vida?

De manera semejante a otro tipo de edificaciones decimonónicas, en el siglo **xxi** algunos mercados han sido considerados obsoletos por haber culminado su ciclo de vida. Su declive se expresaría en su obsolescencia física (por falta de mantenimiento), funcional (los contenedores ya no responden a los usos para los que fueron creados) y/o económica (los costos de operación son mayores que las expectativas de ganancias). Para Pintaudi (2006) los mercados, inventos decimonónicos hijos de la Revolución Industrial y las políticas higienistas, han entrado en una fase de obsolescencia desde la segunda mitad del siglo **xx**, debido a las nuevas formas de producción, conservación y circulación de alimentos y mercancías, y particularmente a la emergencia de los supermercados. Asimismo, la sobrevivencia de los mercados en el siglo **xxi** será posible sólo a través de la radical metamorfosis del contenedor y el contenido: convertirse en centros culturales comerciales o mercados turísticos; o bien, mediante su preservación como patrimonio histórico. Por último, sostiene la autora, los mercados que dejen de ser funcionales y no sean incorporados a los procesos de reproducción del capital, desaparecerán.

Siguiendo este discurso, se señala que las grandes transformaciones económicas en la escala mundial irremediablemente colocan a los mercados de abasto frente a enormes desafíos derivados

de la modificación de los patrones de consumo, los hábitos alimentarios y de compra de la población, y el acelerado incremento de nuevas formas y formatos comerciales (Sedeco, 2015). Así, en un contexto de competencia desigual, las disyuntivas actuales se encuentran entre la reproducción de las economías locales y la soberanía alimentaria o la reproducción de las economías globales (Torres, Felipe, 1999; Torres, Gerardo, 2003), y los mercados de abasto como bienes públicos o privados, es decir, los mercados de abasto regidos por el Estado o el libre mercado (Castillo, 2003). Black (2012) subraya que los mercados ni son tan “tradicionales”, ni obsoletos, ni enemigos de la globalización de la economía, pues siempre han incorporado nuevos productos e inmigrantes recientes.

La transformación de los mercados en la fase actual del capitalismo

Para González y Waley (2013), Hernández (2014) y algunos autores que escriben en este *dossier*, la obsolescencia de los mercados no es un proceso “natural”, sino un discurso aparentemente neutro, despolitizado y racional, que legitima los procesos de despojo y privatización de esos bienes comunes, busca nuevas formas de lucro, y privilegia otras maneras de distribución de alimentos y mercancías controladas por cadenas internacionales. La modernización de mercados también responde a la lógica de una selectiva reestructuración urbana. Hernández (2014) reconoce que los gobiernos se aprovechan del estado de deterioro de los mercados (proceso que no necesariamente es natural) para promover mecanismos de renovación con esquemas neoliberales y financiamiento mixto, que buscan el lucro y excluyen a la población de bajos ingresos.

Turistificación y patrimonialización de mercados y mercancías

Una de las tendencias recientes más frecuentes en selectos mercados de algunas ciudades europeas, que comienza a ser reproducida en las latinoamericanas, es la turistificación y patrimonialización de los antiguos mercados. Éstos se promueven como lugares auténticos y originarios de la cultura (gastronómica) local y como atracciones turísticas. Aquí destaca la reconversión de varios mercados en España, de abasto tradicional a comida gourmet para turistas, que se han constituido en un modelo “exitoso” a emular según diversas agencias de desarrollo (Rojo, 2008).

Por su parte, el discurso de la unicidad y autenticidad del patrimonio edilicio e intangible ha alcanzado a los mercados de abasto. En la Ciudad de México, 45 mercados construidos durante el siglo xx han sido catalogados por las autoridades locales y federales como patrimonio edificado por sus características físicas, mientras que otra iniciativa en curso fomenta la patrimonialización de la oferta gastronómica tradicional y típica. En el *dossier* aquí presentado, Lacarrieu reconoce que la patrimonialización de los mercados tiene dos vías: la de la “cosa/objeto”, cuando el inmueble es monumental, tiene historia o un particular estilo arquitectónico; y cuando los edificios no cuentan con alguna singularidad destacable, entonces se patrimonializan los productos que allí se venden. Así, en el mercado indígena y popular de San Roque, el gobierno de Quito promueve la patrimonialización de los productos originarios que ahí se ofertan, pero invisibiliza y relega a la población indígena y mestiza que los vende y los compra (Bedón, 2014). Para Hernández (2014) esto constituye una política clasista y racista que justifica el “rescate” de los mercados. Sin embargo, a veces la dimensión étnica de éstos, que en principio es negada, se reincorpora en las estrategias que los venden como auténticos, exóticos y multiculturales.

Gentrificación

Hernández (2014) y González y Waley (2013) apuntan que la reciente transformación y revalorización multidimensional de los mercados de abasto en las ciudades europeas representa una forma

de gentrificación comercial. Aquí se sustituyen el tradicional abasto por productos selectos, los consumidores cotidianos por clientes de mayores ingresos, y/o los antiguos oferentes de abasto tradicional por comerciantes que ofrecen “nuevos” productos. La gentrificación de mercados aparece como parte de un urbanismo neoliberal –que entiende y gestiona la ciudad y sus componentes en cuanto máquina de negocios–, y puede ser consecuencia de la gentrificación del barrio (como el mercado de Santa Catarina en el Raval de Barcelona, de acuerdo con Hernández, 2014) o tener su propia lógica al margen del barrio y constituirse como la punta de lanza de la gentrificación de ese territorio, según Carman (2006) lo muestra para el barrio porteño de El Abasto. En nuestro *dossier*, Eva García, Alejandro Rodríguez y Vincenzo Maiello señalan que la transformación del mercado, en diálogo dialéctico y contradictorio con los cambios del entorno urbano, es una nueva frontera de gentrificación y un vector del mismo proceso. En el caso de mercados enclavados en centros históricos latinoamericanos en proceso de revalorización, se advierte que las políticas públicas sobre el patrimonio urbano arquitectónico expanden la frontera de su “recuperación”, para abarcar los populares mercados de San Roque en Quito (Kingman, 2012) y La Merced en la Ciudad de México.

El desplazamiento, nos recuerda Hernández (2014), es el principal elemento que caracteriza a la gentrificación y se puede expresar de manera directa (desalojos de locatarios por la demolición o reconstrucción de edificios) o con formas más sutiles, como el desplazamiento simbólico por cuestión de clase y consumo. En el mercado de Santa Catarina, Barcelona, los primeros desplazados fueron los comerciantes más precarios (ancianos e inmigrantes) que por su baja capacidad económica no pudieron adaptarse a las nuevas demandas de consumo o no resistieron el largo periodo de reubicación, mientras se reconstruía el mercado.

Conviene añadir que los procesos de modernización y gentrificación no ocurren de modo generalizado en todos los mercados de una ciudad. La localización y los actores específicos de cada uno influyen en el tipo de transformación que en éstos se producen. Boldrini y Malizia (2014) demuestran cómo en dos mercados muy cercanos, en el centro de Tucumán, los resultados de iniciativas similares de gentrificación son sustancialmente diferentes.

Luchas en defensa de mercados

Una perspectiva de estudios más reciente e incipiente se ha centrado en las luchas de vecinos y locatarios frente a proyectos de modernización de mercados. Aquí podemos citar el trabajo de Hernández (2014) sobre la defensa del mercado de Santa Catarina, barrio del Raval en Barcelona, que evidencia intereses y estrategias divergentes entre comerciantes y vecinos, lo que limitó el éxito de esa batalla contra la reconstrucción del mercado; y la investigación de Boldrini y Malizia (2014) en relación con las luchas de “contragentrificación”, calificadas así por las autoras, en defensa del mercado Del Norte en la ciudad de Tucumán. Esta lucha consiguió detener momentáneamente el megaproyecto de transformación del mercado en un centro comercial, que impulsa IRSA, la misma empresa que convirtió El Abasto de Buenos Aires en “*shopping cultural*” (Socoloff, 2015).

Las distintas temáticas y enfoques teóricos sobre la transformación y la disputa por los mercados, hasta aquí expuestos, son abordados en su conjunto o de manera puntual en los artículos que integran el *dossier* de este volumen de *Alteridades*.

El artículo de León Felipe Téllez Contreras, “Los mercados de San Juan: bienes colectivos en transformación”, muestra los estrechos vínculos entre la histórica transformación de los mercados, los selectos proyectos de modernización de un mercado y el sentido de pertenencia al barrio. Aquí, los discursos sobre la crisis y deterioro de los mercados y la “necesidad” de modernizarlos

son de vieja data. En la actualidad, sólo el mercado de San Juan Pugibet es prioritario en el discurso del gobierno local por su potencial turístico derivado de su ubicación y tradicional oferta de alimentos “exóticos” (por la presencia de inmigrantes europeos y judíos que se acercaron en el barrio durante el siglo xx). Sin embargo, su tradicional “exotismo” recientemente ha devenido en elitismo de consumidores y productos: su clientela tiene sustanciales diferencias económicas y culturales respecto a los otros tres mercados. Esta transformación es reforzada por políticas públicas de funcionarios con aspiraciones cosmopolitas, que pretenden emular el éxito de los modernos mercados europeos.

Mónica Lacarrieu, en “‘Mercados tradicionales’ en los procesos de gentrificación/recualificación. Consensos, disputas y conflictos”, analiza el vínculo de los mercados tradicionales, declarados obsoletos o patrimonializados por su contenido o contenedor, en relación con los procesos de gentrificación y recualificación urbana. Ella presenta ejemplos de mercados y ferias de Bolivia, Buenos Aires, Quito y São Paulo, para (de)mostrar que las iniciativas de modernización-gentrificación público-privadas no son unidireccionales ni verticales: los distintos actores sociales afectados negocian y disputan esas iniciativas hacia afuera (con actores públicos y privados) y hacia adentro (con locatarios, administradores y vendedores in-formales). Este artículo destaca que la “recuperación” del centro histórico de Quito, consistente en sucesivos avances territoriales sobre nuevos territorios, se expande últimamente hacia el mercado de San Roque con la intención de patrimonializar el contenido, “blanquear” el mercado en términos físicos y simbólicos, y desplazar a los vendedores callejeros. En cambio, en el mercado de San Telmo, Buenos Aires, adquirido por un empresario mexicano, el proyecto de conversión en *shopping center* no prosperó: el lugar fue cambiando en una lógica que incluye por igual a comerciantes asociados con la venta de antigüedades para turistas, que a comerciantes tradicionales que continúan en la lógica barrial del mercado.

El artículo de Eva García Pérez, Alejandro Rodríguez Sebastián y Vincenzo Maiello, “La transformación de los mercados municipales de Madrid, nuevas fronteras de la gentrificación comercial”, examina la transformación del conjunto de mercados municipales de Madrid, en el marco de una economía de servicios globalizada. Para ellos, la modernización selectiva y los procesos de gentrificación comercial ocurren sólo en los mercados más centrales, ubicados en demarcaciones “turísticas” y habitadas por clases medias. La sustancial modificación de algunos mercados es evidencia y motor de los procesos de gentrificación que acontecen en selectos barrios. Los autores trazan los fuertes vínculos existentes entre la multiplicación de los mercados y el proceso de urbanización durante el siglo xx, la expansión periférica y los hipermercados, y la actual modernización de los mercados centrales (dirigidos a la venta de nuevos productos y consumidores de mayores ingresos) y la renovación urbana de los distritos centrales y el casco histórico. Para quienes presentan la transformación y privatización del mercado de San Miguel como un caso “exitoso”, los autores demuestran que dicha mutación no sucedió de modo pacífico y sin resistencia social.

El último artículo, “La disputa por los mercados de La Merced”, de Víctor Delgadillo, aborda las reacciones de múltiples actores “afectados” por un megaproyecto (aún no realizado) de “rescate” integral anunciado por el gobierno local para el conjunto de mercados de La Merced, que entre las décadas de 1950 y 1980 fungió como central de abasto de la Ciudad de México. El proyecto anunciado ha servido para (re)definir posiciones entre los actores sociales, económicos y políticos en torno a la “necesaria” modernización de los mercados, declarados oficialmente obsoletos. Este trabajo ofrece un breve panorama general del sistema de abasto en la Ciudad de México y, a manera de hipótesis, presenta las principales tendencias y problemáticas que sufren los mercados. En La Merced aparece con claridad el tema del comercio informal históricamente asociado con los mercados en el país, pero también la actitud dual del Estado mexicano, que con una mano prohíbe esa actividad, pero con la otra la tolera y, de manera cíclica, la “regulariza”.

Investigación antropológica, Diálogos y Lecturas

En “Identidades sociolingüísticas y migración internacional: reacciones frente a la discriminación”, Karla Janiré Avilés González y Yuribi May Ek Ibarra Templos discuten las formas en que, en la era de la globalización, dos comunidades indígenas mexicanas (nahuas de Morelos y mixtecos de Oaxaca) enfrentan la discriminación sociolingüística en Estados Unidos, en un contexto de inmigración y de encuentro con múltiples lenguas de geografías distantes. Estos indígenas se topan con un doble racismo lingüístico: el de los estadounidenses angloparlantes y el de los mexicanos inmigrantes que sólo entienden español. Las autoras dan cuenta de cómo la lengua materna, indígena, se convierte en una herramienta de reivindicación cultural, sociolingüística, y en código secreto de socialización intraétnica, y observan que, en la era de la globalización, una compleja diversidad de historias, patrones y respuestas ante la discriminación influyen en las particulares reconfiguraciones sociolingüísticas desarrolladas por los hablantes.

Aaraón Díaz Mendiburo y Janet McLaughlin, en “Vulnerabilidad estructural y salud en los trabajadores agrícolas temporales en Canadá”, abordan los riesgos en salud a los que se enfrentan los trabajadores mexicanos como resultado de las características que adquieren programas de trabajadores migrantes como el de Trabajadores Agrícolas Temporales de Canadá, debido a las condiciones de vulnerabilidad a que están expuestos, es decir, condiciones laborales que afectan sus posibilidades de bienestar y desarrollo económico, social y cultural. Mediante un estudio etnográfico en diversas entidades de México y Canadá, ambos investigadores muestran que varios de los programas canadienses mediante los cuales se aceptan migrantes tienen ventajas y desventajas para quienes se insertan en ellos. Si bien pueden obtener mayores ingresos que los que caracterizan los niveles salariales del campo mexicano, al mismo tiempo pueden ser sujetos de abusos por su posición marginal y su propio deseo de laborar con mejores sueldos, pero en condiciones insalubres y de inseguridad. Igualmente, este tipo de programas supeditan a los trabajadores a situaciones de control que les impiden el acceso a mejores servicios de salud y a establecer condiciones de trabajo más justas en general.

“Jasidismo, cábala y rock en el proyecto musical de Atzmus”, de Damian Setton, analiza el cruce entre las prácticas religioso-espirituales y artístico-musicales (rock, jasidismo y cábala) en una banda musical llamada Atzmus. Este estudio de caso se inscribe en una investigación sobre las industrias culturales, lo religioso y lo espiritual que se practica fuera de templos. Por su parte, Matías Calderón Seguel y Cristian Morales Pérez, en “Etnografía del mercado de algas en Chile: transformaciones económicas y discursos en isla Apiao, Chiloé”, examinan las principales transformaciones económicas y culturales ocurridas en esa isla del sur de Chile, a partir de la penetración del mercado internacional de algas en esa zona, que históricamente han servido al consumo humano alimenticio (forman parte de costumbres culinarias en Asia y América), y en épocas recientes se han vinculado con la industria internacional de golosinas, bebidas, cosméticos y dentífricos, por lo que su producción se ha convertido en la principal fuente de empleos de la población local. Curiosamente, la cosecha de algas continúa siendo considerada una práctica de pobres y flojos, y aquéllas, un producto no tradicional.

En su ensayo “Más allá de la jaula estatal”, Néstor García Canclini señala que la histórica diferenciación entre la antropología y la sociología (una división disciplinar que a la primera le atribuía el estudio de los aborígenes alejados de la “civilización” y privilegiaba el estudio individualizado de las personas a través de entrevistas; frente a la segunda, que abordaba a los colectivos “modernos”, se enfocaba en los grupos y usaba encuestas) constituyó opciones epistemológicas con consecuencias políticas: unos concebían la emancipación de las etnias y otros la de las clases oprimidas. García Canclini analiza las transgresiones del antropólogo y sociólogo Roger Bartra, quien prefiere usar el ensayo a encasillarse en el artículo académico, para abordar por igual las dimensiones de lo real y lo imaginario de “la realidad”, y el papel de la imaginación en la conducta (supuestamente) racional. En una era en la que los Estados han perdido capacidad operativa por haber cedido poder económico, comunicacional y cultural a las corporaciones nacionales y transnacionales,

García Canclini pregunta si la teoría de las redes imaginarias de Bartra puede ser refigurada en una época de Estados débiles, en la que los jóvenes ya saben que vivirán peor que sus padres, que trabajarán cuando puedan y por *proyectos* (de manera intermitente) y que será difícil aspirar a casa propia, seguridad médica y beneficios sociales.

Las reseñas incluidas en este número presentan los libros *Ver y creer. Ensayo de sociología visual en la colonia El Ajusco*, de Hugo José Suárez, e *Identidad étnica, migración y socialización urbana. Profesionistas indígenas de la Huasteca en la capital potosina*, de Mónica Lizbeth Chávez González. La primera, escrita por Carlos Garma Navarro, destaca un corpus de texto y fotos que testimonia la domesticación de un paisaje volcánico, producido por el volcán Xitle, a través de la producción de la arquitectura y la urbanización popular. Mientras que la segunda, elaborada por Marina Bermúdez, reconstruye las trayectorias de indígenas profesionalizados y debate la hipótesis que dice que ellos se constituyen en agentes de aculturación.

Finalmente, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Angela Giglia y al Comité Editorial de *Alteridades* por el espacio brindado para el *dossier*. Asimismo, agradezco a Sara González, una colega que tiene años de involucrarse en el estudio y defensa de los mercados en el Reino Unido y España, quien generosamente me ha motivado a involucrarme con mayor profundidad en este fascinante tema.

Víctor Delgadillo

Fuentes

AYÚS, RAMFIS

2005 *El habla en situación: conversaciones y pasiones. La vida social en un mercado*, El Colegio de la Frontera Sur/Universidad Juárez Autónoma de Tabasco/Universidad Autónoma Metropolitana/Fondo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 386 pp.

BEDÓN, ERIKA

2014 "Mercados de Quito, memoria colectiva y patrimonio", en Lucía Durán, Eduardo Kingman y Mónica Lacarrieu (eds.), *Habitar el patrimonio. Nuevos aportes al debate desde América Latina*, Instituto Metropolitano de Patrimonio (IMP)-Quito/Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso)-Ecuador/Universidad de Buenos Aires (UBA), Quito, pp. 280-294.

BLACK, RACHEL

2012 *Porta Palazzo: The Anthropology of an Italian Market*, University of Pennsylvania Press, Filadelfia, 232 pp.

BOLDRINI, PAULA Y MATILDE MALIZIA

2014 "Procesos de gentrificación y contragentrificación. Los mercados de Abasto y del Norte en el Gran San Miguel de Tucumán (noroeste argentino)", en *Revista INVI*, vol. 29, núm. 81, pp. 157-191.

CARMAN, MARÍA

2006 *Las trampas de la cultura. Los "intrusos" y los nuevos usos del barrio de Gardel*, Paidós, Buenos Aires, 272 pp.

CASTILLO, HÉCTOR

2003 "Los mercados públicos de la Ciudad de México. Características, problemas y ¿soluciones?", en Gerardo Torres (coord.), *Políticas de abasto alimentario. Alternativas para el D. F. y su zona metropolitana*, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)/Juan Pablos, México, pp. 187-195.

CHAPA, MARTHA

2007 *Mercados de México*, UNAM/Gobierno del Estado de Nuevo León, México, 354 pp.

GDF (GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL)

2010 *200 años 1810-2010. El abasto en la Ciudad de México*, Central de Abasto de la Ciudad de México, México, 205 pp.

GONZÁLEZ, SARA Y PAUL WALEY

2013 "Traditional Retail Markets: The New Gentrification Frontier?", en *Antipode*, vol. 45, núm. 4, septiembre, pp. 965-983.

- GUÀRDIA, MANUEL Y JOSÉ LUIS OYÓN (EDS.)
 2010 *Hacer ciudad a través de los mercados. Europa, siglos XIX y XX*, Museu d'Història de Barcelona-Institut de Cultura-Ajuntament de Barcelona, Barcelona, 476 pp.
- HERNÁNDEZ, ADRIÁN
 2014 *Gentrificación comercial y mercados públicos: El Mercado de Santa Caterina, Barcelona*, Working Paper Series, Contested_Cities, mayo <<http://contested-cities.net/working-papers/2014/gentrificacion-comercial-y-mercados-publicos-el-mercado-de-santa-caterina-barcelona/>>.
- KINGMAN, EDUARDO
 2012 "Ciudad, seguridad y racismo", en Eduardo Kingman (coord.), *San Roque: indígenas urbanos, seguridad y patrimonio*, Flacso-Ecuador/Heifer-Ecuador, Quito, pp. 175-211.
- MENDE, MICHAEL
 2008 "Markthallen, eine Architekturgeschichte", en Michael Mende y Manfred Hamm, *Markthallen*, Nicolai, Berlín, pp. 7-38.
- MERINO, MAURICIO (COORD.)
 2010 *¿Qué tan público es el espacio público en México?*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Fondo de Cultura Económica/Universidad Veracruzana, México, 394 pp.
- PINTAUDI, SILVANA MARÍA
 2006 "Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana", en *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. X, núm. 218 (81), 1º de agosto <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-218-81.htm>>.
- ROBLES, JUAN IGNACIO
 2008 "Comercio urbano en espacios metropolitanos. Mercados, vidas y barrios", en *Distribución y Consumo*, núm. 101, septiembre-octubre, pp. 19-31.
- ROJO, FRANCISCO
 2008 *Los mercados minoristas como motor para el desarrollo económico, social y cultural de una ciudad*, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, D. C., 35 pp.
- SEDECO
 2015 *Política de protección y fomento para los mercados públicos de la Ciudad de México (2013-2018)*, Secretaría de Desarrollo Económico, México, 31 pp.
- SOCOLOFF, IVANA
 2015 "Capital inmobiliario-financiero y articulaciones público-privadas", en *Ciudades*, núm. 106, pp. 10-19.
- TOPALOV, CHRISTIAN ET AL.
 2010 *L'Aventure des motes de la Ville a travers le temps, les langues, les societies*, Editions Robert Laffont, París, 1493 pp.
- TORRES, FELIPE
 1999 *Alimentación y abasto en la Ciudad de México y su zona metropolitana*, GDF/UNAM, México, 140 pp.
- TORRES, GERARDO (COORD.)
 2003 *Políticas de abasto alimentario. Alternativas para el D. F. y su zona metropolitana*, UNAM/Juan Pablos, México, 388 pp.