



Comercio, consumo y cultura en los mercados públicos de la Ciudad de México

Angela Giglia

UAM, 2018 Precio: distribución gratuita

Este estudio sobre los mercados públicos de la Ciudad de México es una investigación sin precedentes por el tamaño de su objeto de estudio y por el enfoque interdisciplinario e interinstitucional que hizo posible su realización. El lector encontrará un análisis de los factores históricos que inciden en el presente de los mercados; los resultados de una encuesta a alrededor de 18,000 locatarios y una investigación cualitativa sobre seis mercados, elegidos como testigos de diversas dinámicas urbanas. Nuestra hipótesis de lectura es que la diversidad de los contextos urbanos en donde los mercados públicos se encuentran emplazados es clave para entender su situación y para elaborar estrategias viables que garanticen su óptimo funcionamiento y su desarrollo futuro en una metrópoli que cambia.