



Universidad Autónoma Metropolitana

Unidad Iztapalapa

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

*Trabajo, Identidad y Acción colectiva en el Trabajo no Clásico:
Los vendedores de Tianguis en el D.F.*

TESIS

QUE PRESENTA

José Luis Gayosso Ramírez

Matrícula: 206381359

**PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR EN ESTUDIOS SOCIALES, LINEA
ESTUDIOS LABORALES.**

Director de Tesis: Dr. Enrique de la Garza Toledo.

Jurados: Dr. Marco Antonio Leyva Piña.

y Dr. Fernando F. Herrera Lima.

IZTAPALAPA, D.F. JULIO DE 2012.

DEDICATORIA.

*A mis tres amadas mujeres Camila, Ixchel y Verónica,
cuya grata presencia ilumina y da sentido a mi vida.*

Por siempre, a mis padres.

*A quienes me enseñaron que el único camino digno
es el trabajo y la lucha incansable.*

AGRADECIMIENTOS.

Inicio agradeciendo en primer lugar al Posgrado de Estudios sociales de la Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa por haberme brindado la oportunidad de continuar mi desarrollo académico dentro de sus programas de Maestría y de Doctorado, ambos con niveles de excelencia nacional e internacionalmente. Agradezco en particular a todos y cada uno de mis Profesores del Posgrado de quienes recibí generosamente sus excelsas enseñanzas. A la Dra. Marcela Hernández Romo y al Dr. Javier Melgoza por su apoyo irrestricto como Coordinadores de la Línea de Estudios Laborales.

De manera especial quiero agradecer a mi Director de Tesis y Maestro, Dr. Enrique de la Garza, por haber confiado en mí y contar en todo momento con su respaldo intelectual, material y personal sin el cual hubiera sido imposible concretar el presente trabajo de la forma en que se logró. De las discusiones, asesorías y consejos que me ofreció a lo largo del proceso de elaboración de la tesis así como de las actividades curriculares y de la convivencia cotidiana durante mi permanencia en el Posgrado me llevo un profundo aprendizaje que me guiará por siempre en el ejercicio del oficio que decidí emprender, e incluso en mi vida personal. Por ello, mi gratitud y respeto estimado Enrique.

Le agradezco también al Dr. Marco A. Leyva por su paciencia, críticas y pertinentes consejos vertidos durante los cuatro años que durara el trabajo de investigación y la posterior redacción de la Tesis. Asimismo al Dr. Fernando Herrera por acompañarme en la última etapa de este arduo pero gratificante proceso.

A Giovanna por sus comentarios y sugerencias durante el tiempo que fungió como mi lectora y compañera de generación.

Mención especial merece mi Esposa y compañera Verónica a quien, por su generosa motivación y apoyo, le debo el haberme atrevido a dar este gran paso en mi vida académica y a poder concretarlo teniendo su soporte incondicional. Con sinceridad le doy las gracias por estar a mi lado y compartir mis logros que indudablemente son también los de ella.

Un singular reconocimiento también al Equipo de Investigación sobre Trabajo atípico: a Teodora, Gustavo, Carlos Clemente, Sandra, Carlos León, Juan, Inés, Leticia, Azucena,

Miguel Ángel Olivo, Saúl H. Moreno por sus críticas y aportaciones pero sobre todo por compartir conmigo una parte importante de mi formación y trabajo académico.

A los integrantes de la Asociación Nacional de Artesanos de Coyoacán (ANAC) y de la Unión Nacional de Artesanos Independientes (UNAI). Especialmente a Enrique, Elvira, Lourdes, Blanca, Antonio (Q.E.P.D), El *Norteño* y Frida; a las autoridades del Gobierno Popular de Iztapalapa a través de la Coordinación de Mercados y Vía Pública cuyo apoyo fue imprescindible para la concreción del trabajo de investigación de campo. En general, a todos mis informantes del Tianguis de Artesanías de Coyoacán y del Tianguis El Salado; este trabajo es también de ustedes.

Finalmente, mi gratitud al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT) por el financiamiento otorgado durante los seis años de mi estancia en el Posgrado de Estudios Laborales.

ÍNDICE

Introducción. Perspectiva teórico metodológica y estrategia de investigación.

1. Definición del Problema.
2. La articulación entre la Metodología de Reconstrucción y el Configuracionismo para la investigación y el análisis en el Trabajo no clásico.
3. Universo de observación.
4. Técnicas e Instrumentos de Investigación.
5. Trabajo de campo.
6. Descripción del contenido de la tesis.

Sección 1ª *Planteamiento Teórico.*

Capítulo I. La problemática en la Teoría social sobre Estructuras, subjetividad, acción.

1. Estructuralismo y subjetivismo.
2. Teorías de la *agency* y la articulación entre estructuras, subjetividad, acción.

Capítulo II. Referentes teóricos de los ejes de análisis.

1. El problema de la Identidad Colectiva en la Teoría social.
2. Cultura y agencia social: la cultura del trabajo y de los trabajadores.
3. Acción colectiva, Sujetos y Movimientos sociales.
4. Poder y Dominación.

Capítulo III. Teorías de alcance medio, campos de relaciones sociales y conceptos ordenadores: Estructuras, sujetos y espacios de interacción social.

1. Trabajo.
 - 1.1 Control del proceso de trabajo.
 - 1.2 Regulación de las Relaciones sociales de trabajo.
 - 1.3 Construcción social de la ocupación.
2. La Familia: ámbito de reproducción social y articulación con la ocupación.
3. Territorio y espacio social urbano.
4. El Ocio y su imbricación con el tiempo de trabajo.
5. La Religiosidad como fuente de sentido laboral y referente de identidad.
6. El campo Organizativo: estructura jerárquica y relaciones sociales de poder.

Sección 2ª *Trabajo, identidad y acción colectiva en trabajadores no clásicos: el caso de los tianguistas artesanos de Coyoacán y los tianguistas de El Salado en Iztapalapa.*

Capítulo IV. Los condicionantes estructurales en el trabajo de los tianguistas y en la constitución de su identidad colectiva.

1. Una ocupación entre lo tradicional y lo moderno: el trabajo de vender en el tianguis como *trabajo no clásico*.
2. Condicionantes estructurales en la construcción social de la ocupación del tianguista.
3. Estructuración del comercio en Vía Pública en la ZMVM como alternativa de trabajo en sectores sociales populares.
 - 3.1 Tipos de Tianguis en la Ciudad de México.
 - 3.2 Principales fuentes de aprovisionamiento mercantil de los comerciantes.
4. Condiciones de trabajo de los vendedores de tianguis.
5. Las estructuras organizativas de los tianguistas.

- 5.1 *Corporativismo flexible* en las Organizaciones gremiales de los comerciantes de tianguis.
- 5.2 Organización y acción colectiva en los tianguistas de la Ciudad de México.
- 6. Heterogeneidad en las relaciones sociales de trabajo de los tianguistas. La clientela como actor estratégico.
- 7. Diferenciación en el estatus laboral del comerciante de tianguis.

Capítulo V. Precariedad, autonomía relativa e identidad en los tianguistas de *El Salado* en Iztapalapa.

- 1. La configuración sociolaboral del tianguis *El Salado*.
 - 1.1 Espacio social urbano y comercio en la Vía Pública en la Delegación Iztapalapa.
 - 1.2 El proceso de constitución del Tianguis *El Salado* como espacio de trabajo y de consumo popular.
 - 1.2.1 Orden y distribución de los lugares de venta.
 - 1.2.2 Condición sociodemográfica y composición laboral del comerciante.
 - 1.2.3 La red de Proveedores.
 - 1.3 La situación laboral del trabajador de tianguis.
 - 1.3.1 Precariedad y flexibilidad en las condiciones de trabajo.
 - 1.3.2 La Situación laboral precaria.
 - 1.3.3 Entre la labor rutinaria y el tiempo de ocio: las dos caras de la actividad laboral de venta en el Tianguis.
 - 1.3.4 El trabajo como riesgo: violencia e inseguridad en el desarrollo de la ocupación del tianguista.
 - 1.4 Subjetividad y capital social en la incorporación del tianguista a la ocupación.
 - 1.5 Las redes sociales como mecanismo de vinculación al espacio de trabajo: redes familiares y de amistad.
 - 1.5.1 Fuerza de trabajo auxiliar, reproducción social y redes de apoyo: La Integración familiar en el trabajo de vender en el tianguis.
- 2. Estructuras y Relaciones sociales laborales: Control, Regulación en el trabajo y Dominación político gremial.
 - 2.1 Control y Regulación en el Trabajo no clásico.
 - 2.2 La gestión gubernamental sobre la operación de los tianguis en la Cd. De México.
 - 2.3 La Organización gremial: poder y dominación en los tianguistas de *El Salado*.
 - 2.3.1 Control corporativo y mecanismos de regulación de la Organización de Tianguistas. El control de la FNCIPRM en el trabajo de los tianguistas del *Salado*.
 - a. Control sobre el espacio de trabajo.
 - b. Formas de Regulación de la Organización gremial.
- 3. El acto de venta ¿intercambio mercantil o interacción social compleja?: la relación social cotidiana entre el tianguista y el cliente.
- 4. Construyendo y reproduciendo la ocupación: prácticas y subjetividad en la toma de decisión del tianguista para permanecer en su trabajo.
 - 4.1 El *saber hacer* del vendedor de tianguis: aprendizaje, habilidad y experiencia en el manejo integral de la ocupación.
 - 4.2 Proyectando la autonomía. Autocontrol y orden laboral consensado.
 - 4.2.1 El autocontrol laboral relativo del comerciante.
 - 4.2.2 Mecanismos de autocontrol colectivo.
 - 4.2.3 El conjunto de reglas implícitas dentro del espacio de comercialización: costumbres y *código de ética laboral* en el trabajo del tianguista.
- 5. Sentido y práctica religiosa como referente de identidad colectiva en el vendedor de tianguis.
- 6. La pertenencia colectiva: solidaridad, competencia y convivencia gremial.
 - 6.1 Espacios y mecanismos de sociabilidad entre los tianguistas de *El Salado*.
 - 6.2 Diversas formas de competencia y disputa laboral.

7. El espacio de posibilidades para la acción colectiva de los tianguistas de *El Salado*.
- 7.1 De la inacción a la reacción: el efímero movimiento de 2008.
- 7.2 Expectativas y alcances para la Organización y acción gremial autónoma de los tianguistas por la defensa de su espacio de trabajo.

Capítulo VI. *Fabricando la ocupación: Construcción social de la ocupación, identidad y acción colectiva en los tianguistas artesanos del Centro Histórico de Coyoacán.*

1. La Conformación del *Tianguis de Artesanías* en el Centro Histórico de Coyoacán: Un proceso de resistencia, conflicto y negociación.
2. Apropiación y disputa por el espacio público: el espacio social urbano como campo laboral en disputa y de identificación colectiva.
3. Los tianguistas del Centro Histórico de Coyoacán. ¿Artesanos, hippies o comerciantes ambulantes?: Los diferentes significados sobre el comerciante artesano de Coyoacán.
4. Construcción social de la ocupación del comerciante artesano de Coyoacán. Condiciones sociales y motivaciones subjetivas en la construcción de la decisión para elegir la ocupación de tianguista.
 - 4.1 Los mecanismos de ingreso a la ocupación y al espacio de trabajo: Las redes sociales como mediación para la inserción laboral.
 - 4.2 La construcción de la decisión del comerciante artesano para elegir su ocupación.
5. Situación laboral y permanencia en la ocupación.
 - 5.1 El proceso de trabajo de fabricación y venta de artesanías en la Vía Pública.
 - 5.2 La intersección entre ocio y trabajo durante el proceso laboral de comercialización del tianguista artesano.
 - 5.3 La eficacia laboral como condición para la permanencia en la ocupación.
6. Formas de control sobre el trabajo del comerciante.
 - 6.1 Control sobre el trabajo y Control sobre el espacio.
 - 6.2 Relaciones sociales de trabajo: entre el conflicto y la negociación.
 - 6.2.1 La estrategia de control del aparato burocrático gubernamental sobre el *Tianguis de Artesanías*.
 - 6.2.2 La Clientela y sus formas de condicionamiento hacia el trabajo del comerciante.
 - 6.2.3 El papel de las organizaciones gremiales en la defensa y el control sobre el espacio de trabajo.
 - 6.3 Elementos de autocontrol laboral en el tianguis de artesanías.
 - 6.3.1 Autocontrol colectivo.
 - 6.3.2 Autocontrol *relativo* sobre el proceso de trabajo.
7. Organización gremial y formas de dominación política laboral.
 - 7.1 Tipos de Organizaciones y liderazgos.
 - 7.2 Coordinación y relaciones de poder entre las Organizaciones de tianguistas artesanos en el Centro Histórico de Coyoacán.
8. Identidad y Acción colectiva en los comerciantes artesanos por la defensa de su espacio de trabajo.

Conclusiones.

Lo similar y lo diferente en el trabajo, la construcción de la identidad y la generación de acciones colectivas de los tianguistas artesanos de Coyoacán y los tianguistas del Salado en Iztapalapa.

Bibliografía.

Apéndices.

Introducción.

1. Definición del Problema.

Uno de los problemas fundamentales de la teoría social ha sido aquél referente a la acción social y al papel que juegan los sujetos y las estructuras en su constitución.

En este sentido, los grandes paradigmas teóricos se posicionaron en dos extremos opuestos desde fines del siglo XIX para explicar la acción social (Elster, 1997). De un lado, aquellas teorías provenientes de la economía neoclásica que magnificaron la capacidad de los individuos para actuar de manera independiente a las estructuras económicas, sociales o políticas, que estuvo imbuida por una perspectiva racionalista a partir de la cual se intentó dar cuenta de la forma en que se construye la toma de decisiones para la acción. La teoría de la elección racional, fundamentada tanto en el individualismo metodológico como en la concepción del actor racional, es la máxima expresión de esta posición (Elster, 1997). En ésta se afirma que el sujeto actúa con base a una lógica precisamente de índole racional y calculadora de costo-beneficio y bajo el supuesto de poseer toda la información necesaria para tomar una decisión que le lleve a actuar en función de lograr la mayor utilidad posible de manera individual, lo cual como consecuencia implicaría el beneficio general: una concepción voluntarista e individualista del sujeto.

Tratando de matizar esta posición teórica fue elaborada una versión más flexible de la elección racional por parte de Herbert A. Simon: la teoría de la racionalidad limitada (Simon, 1989). Para este autor el razonamiento de tipo instrumental contiene diversas fallas, entre éstas: la imposibilidad de emplearlo literalmente en las decisiones humanas reales; la incapacidad del individuo para tener una visión global de todo el medio circundante, luego entonces, se carece de toda la información. La indisposición de todas las alternativas, por ejemplo, las que surgen en el futuro. La falta de conocimiento sobre las consecuencias de cada una de las elecciones posibles.

“...los seres humanos no tienen a su disposición ni los hechos ni la firme estructura de valores ni el poder de razonamiento que habrían de requerirse, incluso en estas situaciones relativamente simples, para aplicar los principios de la Utilidad Subjetiva Esperada (USE).” (Simon, *Ibíd.*:28)

Por tanto, para los sujetos no es posible tomar la decisión más óptima sino solo la más satisfactoria.

En el otro extremo se encuentran las concepciones holistas, que sobredeterminaron el peso de las estructuras sobre los individuos y condenaban su acción como respuestas a determinaciones de tipo social, cultural e histórico. Representantes de esta concepción se encuentran principalmente dos paradigmas que en sus momentos de mayor auge se proclamaron como enemigos a ultranza el uno del otro: el marxismo ortodoxo y el funcionalismo parsoniano. En el primero, la estructura económica se sobreponía a la superestructura de tal forma que el desarrollo del modo de producción, y en particular de las fuerzas de producción, llevaría tarde o temprano al cambio en el Estado, el derecho, la cultura, la ideología, soslayando así la capacidad creadora de los individuos y sus colectividades y condenándoles a la pasividad en espera a que las condiciones estructurales propiciaran la acción colectiva (Harnecker, 2005). En el segundo de los casos, el sistema cultural ocupaba el lugar principal en la determinación de la acción social, la cual estaba condicionada por los procesos de internalización cultural que coadyuvaba a la adaptación de los sujetos a su entorno social amplio con lo cual todo funcionaría de manera armoniosa y equilibrada. La acción social, entonces, quedaba determinada por la estructura cultural (Parsons, 1968).

Entre ambas posiciones extremas las teorías hermenéuticas y fenomenológicas coexistieron a inicios del siglo XX, aunque luego decayó su influencia hasta la década del cuarenta. No obstante, tampoco representaron del todo una alternativa integral al problema de la acción social con respecto al individualismo metodológico de la elección racional y a las teorías holistas reificantes de las estructuras. Su tesis fundamental es que la realidad se construye socialmente, de tal forma que sólo existe como un producto de la subjetividad humana y no de forma objetiva. Aquí la acción social sólo se genera en microprocesos cara a cara entre los individuos al concebir que es la única realidad posible de ser percibida por los sujetos, soslayando claramente las acciones constituidas en un plano de segundo orden y la presencia de estructuras transindividuales que escapan a la visión inmediata de los sujetos pero que de forma directa o indirecta se encuentran condicionando su existencia en los diferentes mundos de vida. (Schutz, 1973; Berger y Luckmann 2001)

Este espectro teórico no alcanza a resolver, entonces, la problemática referida a la acción social, a la importancia del sujeto y su subjetividad, y al papel de las estructuras en la generación de la misma. De esta manera, aunque es posible encontrar representantes marginales de estos esfuerzos teóricos en toda la historia moderna de las ciencias sociales, es a fines del siglo XX cuando se comienzan a desarrollar propuestas

teóricas que buscan dar una mayor flexibilidad a los sistemas rígidos que representaban tanto la elección racional como las teorías estructuralistas tratando de priorizar la capacidad de agencia de los sujetos. Partiendo de la premisa de Marx, escrita en el primer párrafo del *Dieciocho Brumario de Luis Bonaparte*¹ (Marx, 1988), se desarrolla una visión alternativa que trata de dar cuenta de la capacidad de los sujetos para construir y generar acciones pero no de una forma voluntarista sino en donde las estructuras se encuentran enmarcando en todo momento la gama de posibilidades para actuar en diversas direcciones. Anthony Giddens (1998), Pierre Bourdieu (1990) y J. Habermas (1987) han sido los principales promotores de esta concepción, en la que también podemos ubicar desde la región norteamericana a Jeffrey C. Alexander (1989), no obstante estos aportes teóricos no alcanzan del todo a dar cuenta plenamente de la importancia de la subjetividad humana y la cultura como mediación entre las determinaciones estructurales y la acción social. La perspectiva más importante con relación a esto último la encontramos a lo largo de su obra en Antonio Gramsci (1986), quien afirmaba que entre las estructuras y las acciones de los sujetos ocupa un lugar imprescindible su visión del mundo. Así la subjetividad, como proceso de dar sentido, es totalmente coadyuvante en la generación de acciones colectivas a partir de las presiones ejercidas por las estructuras. Pero dicha subjetividad no se concibe sólo como absolutamente racional sino imbuida por una configuración de códigos de dar sentido (De la Garza, 2006) que tiene que ver con sentimientos, concepciones sobre lo estético, valores morales, ideología, formas de razonamiento cotidiano, formas de razonamiento científico, etc. las cuales influyen en la toma de decisiones para la generación de acciones sociales. Es decir, entre las estructuras y la acción social de los sujetos media en todo momento la subjetividad de éstos, aún considerando que también existen estructuras de significación sedimentadas y objetivadas a través de la cultura. No obstante, la configuración subjetiva nos plantea la utilización de códigos para la situación concreta que nutren la construcción de la decisión de los sujetos para actuar.

Esta perspectiva, que se fundamenta en observar y explicar la realidad a partir de considerar la existencia y la correlación dialéctica entre Estructura-subjetividad-acción, o como dice Zemelman (2007) ubicada entre *una concepción objetivista y otra centrada*

¹ “Los hombres hacen su propia historia, pero no lo hacen a su libre albedrío, sino bajo aquellas circunstancias con que se encuentran directamente, que existen y les han sido legadas por el pasado”: K. Marx (1978), *El dieciocho Brumario de Luis Bonaparte*, p. 17.

en la subjetividad-existencial del sujeto, establece el enfoque del planteamiento general de presente escrito que busca dar cuenta de cómo aún bajo el constreñimiento de estructuras específicas, referidas al mundo laboral del trabajo no clásico, los sujetos poseen un espacio de posibilidades para actuar, cuyo motor propulsor es de forma inherente su propia subjetividad que dota de sentido a su realidad mediata e inmediata, convirtiéndolos en sujetos con capacidad de agencia y no solamente en reproductores rutinarios de estructuras.

Es, pues, bajo esta perspectiva teórica metodológica de Estructura-subjetividad-acción, que se inscribe el proyecto de investigación que tratará de analizar y explicar, precisamente, *la forma en que se construye la acción social considerando el proceso subjetivo de los actores que dota de sentido a su experiencia social objetiva y que, dentro de cierto espacio de posibilidades enmarcado por las estructuras, puede llegar a concretar tal acción.*

Partiendo de este supuesto es importante, para nuestros fines, investigar y explicar ***qué condiciones de carácter estructural, de interacción social y subjetivas definen y propician el proceso de construcción de identidad colectiva en sujetos que desarrollan sus prácticas laborales en trabajos no clásicos esencialmente precarios, flexibles y no contemplados por la legislación laboral vigente. Así como bajo qué espacio de posibilidades estos mismos sujetos pueden llegar o no a constituir acciones colectivas.*** Específicamente, los actores que interesan en esta investigación son los ***trabajadores de tianguis*** en el Distrito Federal.

El problema planteado es relevante en la medida en que se contrapone a las tesis, ampliamente difundidas y puestas de moda, sobre la fragmentación identitaria asumidas por diversos autores como Z. Bauman (2001, 2002, 2005), R. Sennett (1994, 2006) y U. Beck (1992, 2003), quienes hacen énfasis en la imposibilidad de constitución de identidades y acciones colectivas dado el contexto de flexibilidad de las relaciones laborales, precarización del trabajo y la intermitencia de los sujetos en el empleo, así como el debilitamiento de las constricciones sociales propias de la modernidad capitalista como las clases sociales, el Estado, la seguridad social, los sindicatos, la regulación de las relaciones laborales, etc.,

Tratando de contribuir entonces a la crítica de estas posiciones teóricas se pretende demostrar, con las armas de la investigación empírica, cómo, contrariamente al discurso de dichos autores, es posible encontrar en la realidad social concreta

generación de identidades y, aún, de acciones colectivas organizadas en sujetos laborales que desempeñan sus actividades en condiciones precarizadas y sin mantener los rasgos tradicionales del obrero industrial como lo es el aglutinamiento dentro de un espacio fijo de trabajo, la seguridad social, una remuneración salarial mínima establecida, una situación de dependencia y subordinación al capital por encontrarse en un esquema de regulación y control laboral sustentado jurídicamente. Aclarando que lo anterior no deja de ser más un problema teórico que práctico toda vez que los sujetos de carne y hueso, alimentados por la necesidad de subsistir y de transformar sus condiciones de vida han generado históricamente acciones sociales que conllevan procesos de organización y de identidad colectiva, sin necesariamente ser obreros de una fábrica o militantes de algún sindicato para lograr tal fin. Es decir, sin ser parte del sujeto 'revolucionario' tradicional, de facto los trabajadores 'no proletarios' se han constituido como un elemento imprescindible en movimientos sociales contemporáneos a veces con proyectos anticapitalistas, construyendo incluso su identidad en el mismo fragor de la lucha.

La posición de abandono de cualquier posibilidad de constitución de identidades colectivas en el contexto laboral actual tiene como punto de partida el hecho de que tradicionalmente dentro de la Teoría social, desde Marx hasta muy entrado el siglo XX, se priorizó el estudio del trabajo industrial restringiendo su aparato conceptual. Dos paradigmas teóricos fundamentaron la noción tradicional del concepto de Trabajo: el Neoclásico, que concibe al trabajo asalariado como el único posible de vender y comprar libremente en el mercado de trabajo, y el Marxista que si bien no concebía como trabajo sólo al asalariado sino a toda actividad humana capaz de generar valores de uso, también privilegió el trabajo asalariado propio de la producción industrial capitalista. La noción restringida del Trabajo, que tiene detrás una visión evolucionista bajo la cual se concebía que todas las demás formas de trabajo que persistían 'marginamente' terminarían por desaparecer o ser subsumidas por las formas modernas de producción, fue motivada también por el argumento del marxismo de que sólo bajo las condiciones de producción capitalista era posible la constitución del sujeto revolucionario que, en la medida en que se desarrollaran las fuerzas productivas, daría pie a la transformación del modo de producción. Dicha noción fue heredada y desarrollada por la Sociología del Trabajo clásica, por lo que durante un periodo largo de tiempo se priorizaron los estudios sobre el trabajo asalariado industrial, como la única forma de trabajo posible, o por lo menos estratégicamente más importante.

No obstante, en años recientes la globalización y liberalización de los mercados mundiales han impulsado la búsqueda de menores costos de producción y de crecientes niveles de productividad y competitividad por parte de las empresas. Ello, junto a una dinámica del cambio tecnológico, ha conducido a una transformación radical de su organización productiva. En especial, esta transformación se ha caracterizado por una disminución de la integración vertical de las empresas y por la descentralización y externalización de funciones y partes del proceso productivo. Esto se ha reflejado en una búsqueda de mayores niveles de flexibilidad -no sólo del empleo, sino también de los costos laborales, del horario de trabajo y funcional- y en el intento de transferir a los trabajadores parte de los costos relacionados con la utilización de los servicios y parte de los riesgos relativos a una actividad productiva cambiante y más inestable. Todo lo anterior ha hecho posible el relajamiento de las condiciones contractuales, el crecimiento del empleo independiente, no regulado por relaciones laborales típicamente capitalistas, subcontratado y por cuenta propia. Más en general, factores tanto de demanda como de oferta, han llevado al crecimiento de lo que se ha denominado como empleo atípico.

Asimismo la generación de empleos descansa cada vez en mayor medida en el sector terciario: el comercio y los servicios. Tan solo en los países centrales el porcentaje de ocupación en este sector rebasa el 60%, gracias, por un lado, al aumento de la población activa y, por otro, a la reducción de empleos en los sectores primario y secundario, lo cual llevó en algún momento a nociones tales como las del postindustrialismo, enarboladas entre otros autores por Daniel Bell (Bell, 1988). Para los países periféricos esta tendencia a la terciarización ha implicado un deterioro en la calidad de los empleos, ya que el salario medio en las actividades terciarias es menor que en la industria.

En suma, ya sea en el sector terciario, secundario o primario, hay una fuerte tendencia a la precarización del trabajo y a la expulsión de cantidades importantes de trabajadores a actividades laborales 'informales' o, como es denominado desde nuestra perspectiva que a continuación se explica, al *Trabajo no clásico*.

Por ello, es preciso abordar no sólo el trabajo asalariado sino toda aquella actividad no necesariamente productora de bienes tangibles sino de servicios, productos simbólicos inmateriales, etc.

Ahora bien, estas nuevas formas de trabajo como se les ha considerado contienen una variedad de definiciones que intentan dar cuenta de las diversas expresiones y características que asumen. Así se distinguen: el *trabajo no decente* que se entiende

como el trabajo inestable, en condiciones precarias, sin salario suficiente, sin protección social, sin el goce de derechos laborales, insatisfactorio (Barreto, 1999); *el trabajo atípico*, definido como aquel que se realiza bajo un vínculo de subordinación y dependencia entre un trabajador y un empleador y, por lo tanto, insertas teóricamente dentro del ámbito de aplicación del Derecho del Trabajo y del derecho a la Seguridad social. Sin embargo, se presentan múltiples violaciones a la normatividad a través de: a) los contratos de duración determinada, entre los que se encuentran: el contrato de trabajo a plazo fijo y el contrato de trabajo por obra, faena o servicio; b) el trabajo a domicilio; c) el teletrabajo; d) la subcontratación de servicios personales, también denominada suministro de trabajadores o trabajo temporal, y el contrato de trabajo a tiempo parcial (Caamaño, 2005), (De Grip, Hoevenberg, 1997); el *trabajo precario* que es el realizado al margen del Derecho laboral, así como de la protección básica frente a las contingencias sociales (enfermedad, desempleo, vejez) y cuyas características pueden ser: a) Inestabilidad en el empleo: trabajadores eventuales, por honorarios, con contratos verbales, y que por lo mismo es susceptible de concluir en cualquier momento; b) Inseguridad: falta de protección en materia de seguridad social, como el sistema de pensiones, la protección de la salud, al seguro de desempleo o al seguro por accidentes de trabajo y enfermedades profesionales; c) Insuficiente: bajo nivel de los ingresos percibidos (Barreto, 1999); en América Latina se ha utilizado el término de *trabajo informal* para definir todos aquellos trabajos que no se encuentran dentro del trabajo asalariado como el comercio ambulante, los pequeños talleres familiares, el trabajo doméstico y los trabajadores por cuenta propia (Jusidman, 1995). Esta última noción de trabajo informal tiene, empero, diversos problemas que impiden su utilización con una fundamentación teórica adecuada (Salas, 2006).

Retomando el sentido de las definiciones anteriores, aunque no enfocando al problema en cuanto a si la relación laboral es formal o protegida, utilizaremos la *noción ampliada del concepto de trabajo* buscando abrir el campo de análisis hacia actividades laborales que no se han investigado típicamente en los estudios sobre el trabajo. Se trata de abordar el estudio sobre el trabajo considerando aspectos no contemplados en el enfoque clásico lo que implica, en cuanto al objeto de trabajo, atender no únicamente lo material sino también lo *inmaterial*, es decir aquella actividad en la que el producto no existe separado de la propia actividad de producir y que “de manera ideal comprime las fases económicas tradicionales de producción, circulación y consumo en un solo acto.” (De la Garza, 2006) Lo cual motiva que se tenga una relación directa entre el productor

y el consumidor en el propio acto de la producción. Con ello, las relaciones sociales de producción se complejizan al hacer intervenir a un tercer sujeto de manera inmediata en el proceso de producción junto al trabajador y el empleador. Este es el caso de muchas de las actividades laborales abocadas, por ejemplo, a los servicios. Pero también la ampliación del concepto de trabajo hace referencia al aspecto *simbólico* del producto un tipo de producción intangible como es el caso del Software.

Con respecto a la *actividad de trabajar* ésta también asume particularidades importantes pues conlleva atender el carácter dual del trabajo, tanto objetivo como subjetivo, así como del producto objetivado de dicha actividad que no necesariamente es un objeto externo sino un proceso de producción subjetivada es decir, concretada sólo a través de la participación de otro sujeto como puede ser el cliente o el usuario.

Ello debido a que,

“la conexión entre medios y fines en el trabajo pone en juego a todos los campos de la subjetividad y no sólo los de carácter cognitivo o bien científicos, en particular porque trabajar es relación con objetos que pueden provenir de la naturaleza o no, pero específicamente interacción social de manera inmediata o mediata, con sus componentes también materiales y subjetivos. Pero la especificidad de cada trabajo no proviene de las características del objeto, ni de las actividades mismas, ni del tipo de producto, sino de la articulación de este proceso de producir con determinadas relaciones sociales amplias, con relaciones económicas, de poder, de interés, de influencia, culturales.” (De la Garza, 2010)

En síntesis, el trabajo en su noción ampliada consiste en considerar para su estudio los aspectos material e inmaterial, lo simbólico así como los procesos de interacción social que se generan dentro del conjunto de actividades laborales clásicas y no clásicas.

Por lo anterior, para la presente investigación es importante abordar el trabajo bajo esta perspectiva, desde una noción ampliada, y de manera particular como *Trabajo no clásico*, es decir como un trabajo no tradicionalmente estudiado pero históricamente existente, y que abarca diversas actividades laborales que no se enmarcan dentro de la gama de aspectos que caracterizan al trabajo industrial: un espacio fijo y enclaustrado, una jornada laboral determinada, un salario mínimo definido, relaciones laborales reguladas jurídicamente, un control estricto sobre el proceso de trabajo, los cuales en conjunto constituían la expresión clásica de la relación entre el capital y la fuerza de trabajo.

La existencia de este tipo de trabajo no es un asunto novedoso ni reciente como ya se señala. Éste ha sido constante en diversas regiones del mundo, y en particular en el caso

de México su incremento tiene lugar desde la época del desarrollo industrial a mediados del siglo XX, cuando las condiciones de trabajo eran en general favorables debido al empuje que se le dio al proceso de modernización industrial y como resultado de las luchas obreras. Pero, esta situación propició un fenómeno social de migración del campo a la ciudad, lo que trajo consigo un exceso de oferta de la fuerza de trabajo que la industria fue incapaz de satisfacer adecuadamente, entre otras cosas por el nivel de cualificación de la fuerza de trabajo migrante así como a la insuficiente cantidad de empleos disponibles. Es entonces cuando crece el número de pequeños comercios y talleres familiares, o de trabajadores por cuenta propia, vendedores ambulantes, comerciantes de pequeños establecimientos. Aunque esta situación ciertamente se exagera a partir de las crisis económicas de los setentas y ochentas.

En particular, la actividad laboral del Comercio en la Vía Pública ha sido estudiado desde diversas áreas y disciplinas sociales, si bien no de manera amplia, por lo menos con cierto interés gracias a que ha constituido una práctica socioeconómica recurrente en los habitantes de México, y en general de Latinoamérica, desde la época prehispánica. El problema es que estas investigaciones han priorizado estudios desde la perspectiva economicista, partiendo de la visión dualista de formalidad/informalidad (Tockman, 1976; De Soto, 1987; Gutiérrez, 1996; Mendoza, 1994; Valenzuela, 1993) considerando al trabajo de venta callejera sólo como una actividad de subsistencia de carácter temporal y no como una forma estructurada de trabajo con normas, controles sobre el proceso de trabajo, relaciones laborales explícitas o implícitas, mecanismos de inserción y permanencia, etc., o bien han destacado aspectos más sociodemográficos (Cortés, 1990, 1991; Solís Pérez, 1997; Contreras, 1988) priorizando la recolección de datos que tienen que ver con el origen de los trabajadores, los ingresos, el tipo de producto, la composición por género, etc., e históricos, abocándose al estudio de los orígenes del comercio desde la época prehispánica con el tianquiztli (Garibay, 1961; Díez-Gutiérrez, 1981), o haciendo recuentos del proceso de desarrollo que ha tenido a lo largo del tiempo (Escobedo, Yabar, 1990), con la salvedad de autores que han tratado de priorizar el estudio del comercio callejero desde la perspectiva de la historia social (Pérez Toledo, 2001, 2011; Barbosa, 2008) en los cuales se ha expuesto y analizado el papel jugado por los propios sujetos. Por lo tanto, la mayoría de estos estudios dejan de lado aspectos más sociológicos que pueden ayudar a comprender sus particularidades como proceso de trabajo, por un lado, y por otro, que den cuenta del significado que le otorgan los sujetos actuantes a su actividad. Aún estudios realizados desde una

perspectiva de género (Escobar y Berger, 1988); desde la geografía humana (Veleda da Silva, 2003) y desde la antropología (Alarcón, 2008), no han dejado de priorizar el enfoque que aduce a lo legal o formal como parámetro de explicación sobre el comercio callejero o desde la visión propia del mercado, en función de la oferta y la demanda sociales de este tipo de actividad.

Por tal motivo es de vital importancia dar cuenta de las formas específicas que se expresan en este tipo de trabajo, sobre todo con relación al tipo de estructuras que intervienen, la subjetividad que se genera así como el tipo de interacciones sociales, y no sólo considerarla como una actividad temporal, destacando su proceso de construcción social por medio de prácticas y significados referidos a la actividad de vender en un lugar específico como lo es el tianguis. En ello se busca mantener un enfoque distinto a aquél que reduce el trabajo del comerciante callejero a la informalidad y se plantea en cambio orientarlo desde una concepción ampliada del trabajo, para lo cual es importante investigar qué tipos de control del proceso de trabajo existen, cuáles son las formas de regulación y las relaciones sociales de trabajo que ahí se establecen, los mecanismos de inserción laboral en donde tiene un peso fundamental la posesión de cierto capital social, los procesos de aprendizaje, la conformación de agrupamientos de defensa gremial; lo cual integralmente puede influir en el tipo de identidad que como trabajadores de tianguis construyen simultáneamente con otros mundos de vida cotidiana como puede ser la familia, la comunidad, la práctica religiosa, el esparcimiento, la participación en organizaciones sociales; y aún bajo la itinerancia y flexibilidad que caracteriza este tipo de ocupaciones los trabajadores pueden ser capaces de constituirse como sujeto social que luche por la defensa de su espacio de trabajo y por el mejoramiento de sus condiciones laborales y de vida, lo cual demuestra lo inverosímil de las afirmaciones hechas por los teóricos de la *para posmodernidad*² sobre la imposibilidad de construir identidades y acciones colectivas por parte de este tipo de sujetos no insertos en una relación formal entre capital-trabajo.

De acuerdo a lo planteado anteriormente los objetivos que pretende la investigación son los siguientes:

- a) Explicar la forma en que los trabajadores de tianguis constituyen y reconfiguran su identidad colectiva con relación tanto a su actividad laboral, como a su

² Se define como para posmodernos al conjunto de autores que son proclives a las teorías posmodernas cuyo eje de argumentación es la tesis del fin del trabajo y la subsecuente fragmentación de la identidad colectiva de los sujetos. Entre estos autores se encuentran R. Sennet, U.Beck, y Z. Bauman.

interacción en otros mundos de vida como puede ser la familia, el territorio y la organización social.

- b) Investigar y analizar cómo es construida socialmente la ocupación de tianguista, ejerciendo diversas prácticas y significados referidos al trabajo de venta, destacando además qué tipo de actores sociales urbanos intervienen en dicho proceso y qué características asumen sus relaciones sociales de trabajo.
- c) Conocer cómo son ejercidos el control y las regulaciones sobre el trabajo por parte del conjunto de actores que intervienen en la actividad laboral del tianguista, de manera formal e informal, así cómo dar cuenta de la estructuración y desarrollo del proceso de trabajo del comerciante de tianguis.
- d) Indagar de qué manera interviene la Organización gremial de los tianguistas, como mediación en: 1. la estructuración de la dinámica de trabajo; 2. El proceso de apropiación y gestión del espacio público utilizado para la operación de los tianguis; 3. las formas de dominación política y liderazgo sobre los comerciantes ante el monopolio que la organización pueda poseer sobre la forma de representación y la intermediación de los intereses colectivos; 4. El tipo de relación sostenida con la autoridad con el objetivo de mantener bajo su control el espacio laboral del tianguis.
- e) Investigar cuáles son las potenciales configuraciones subjetivas que influyen en la toma de decisión de los tianguistas para participar, o no, tanto dentro de su organización gremial como en acciones colectivas; así como ubicar de qué manera legitiman y adoptan sus formas concretas de acción, su discurso, su marco de interpretación de la realidad y del orden social en su conjunto, y cómo impacta todo ello sobre la generación de la identidad colectiva del tianguista.

2. La articulación entre la Metodología de Reconstrucción y el Configuracionismo para la investigación y el análisis en el trabajo no clásico.

Para la investigación de los aspectos fundamentales concernientes al trabajador de tianguis y a su espacio laboral, así como a otros espacios sociales de interacción cotidiana, en los cuales podemos ubicar diversas estructuras, tipos de subjetividades e interacciones sociales múltiples que en conjunto contribuyen a la constitución del

espacio de posibilidades para la acción viable de los sujetos, partimos de la necesidad de utilizar una epistemología y metodología alternativas, diferentes y opuestas a las practicadas por la corriente tradicionalmente hegemónica, por lo menos durante una buena parte del siglo XX: el positivismo.

El por qué prescindir de la epistemología positivista lo justifican sus diversos planteamientos y concepciones limitadas, que procederemos a revisar a continuación, las cuales son inherentes a esta forma de aprehensión tradicional de la realidad, cuyo proceso metodológico no nos permitiría un entendimiento integral de los factores que intervienen en la constitución y praxis de nuestro sujeto de estudio, y mucho menos poder plantear las tendencias y lo potencial de su acción social.

La discusión sobre la forma de producción del conocimiento científico ha sido, desde el siglo pasado, una actividad recurrente realizada en general por los representantes del círculo de Viena³ por un lado, y por la Escuela de Frankfurt y la corriente teórica hermenéutica y comprensiva, por otro.

La posición hegemónica en el ámbito académico y en la investigación científica durante una gran parte del siglo XX fue la del Positivismo lógico, cuyos máximos impulsores fueron Carnap, Hempel, Hayek Von Mises, y K. Popper, entre otros.

El positivismo lógico tiene como fundamento el positivismo clásico desarrollado por A. Comte y por E. Durkheim así como por el empirismo filosófico de David Hume. El enfoque naturalista de los primeros consistió en adoptar los mismos métodos aplicados en las Ciencias Naturales a la investigación social con el objetivo de encontrar regularidades y patrones sociales que propiciaran el control y pronóstico del comportamiento colectivo y de los hechos sociales en general, de ahí la afirmación de Durkheim de concebir a éstos como ‘cosas’.

La intención general tanto del positivismo de Comte como del empirismo sensible es partir de la experiencia inmediata sobre la realidad, a través de los sentidos, para la obtención del ‘verdadero’ conocimiento científico sobre el mundo. Sólo a través de un método experimental que permita la cuantificación de datos y el descubrimiento de regularidades es posible, según esta concepción, el desarrollo científico de la realidad social de manera similar a como acontece en las ciencias de la naturaleza. El fin de

³ De acuerdo con Ayer en su texto *El Positivismo Lógico* (1986), el Círculo de Viena surgió a principios de la década de 1920 a 1930, siendo sus miembros principales: Moritz Schlick, Rudolf Carnap, Otto Neurath, Herbert Feigl, Friedrich Waismann, Edgar Zilsel y Victor Kraft ; así como los matemáticos: Philipp Frank, Karl Menger, Kurt Gödel y Hans Hahn.

dicho trabajo no es otra cosa, entonces, que la obtención de leyes universales que permitan el dominio del ser humano sobre su entorno social tal y como sucede con los fenómenos naturales.

Por tal motivo, las denominadas, ‘ciencias del espíritu’ fueron fuertemente criticadas al basar sus afirmaciones no en la experiencia sensible sino en especulaciones filosóficas de carácter metafísico.

No obstante, la posición empirista y naturalista también fue sujeta de cuestionamientos por el hecho de basar el conocimiento científico en la observación fragmentada de la realidad y por considerar posible la generación de leyes universales.

El positivismo lógico original continuaba planteando, pues, la búsqueda de la científicidad a partir de predominar la indagación de regularidades a través de la investigación empírica; lo novedoso se encontraba en aplicar la lógica simbólica, como la utilizada en las matemáticas, con el fin de otorgar coherencia y desechar los enunciados que pudieran resultar contradictorios y, por lo tanto, no científicos. De esta manera, dividían las proposiciones significativas en dos clases: las proposiciones formales como las de la lógica o las matemáticas puras, que decían eran tautológicas; y las proposiciones fácticas, que se requería fueran verificables empíricamente. Con ello, muchos de los planteamientos filosóficos resultaban a la luz de ésta lógica como planteamientos carentes de verdad.

Una de las cuestiones fundamentalmente criticadas al planteamiento positivista, desde uno de sus propios seguidores -Karl Popper- fue el referido al caso de los enunciados universales sobre una ley, toda vez que es susceptible de ser refutada en cualquier momento al carecer de un enunciado general y único.

Según Ayer,

“ello significa que los enunciados de esa clase nunca son verificables de un modo concluyente; por otra parte, si pueden ser desmentidos de una manera concluyente en razón de que un ejemplo negativo formalmente los contradice.”⁴

Sin embargo, esta debilidad evidente del positivismo lógico fue de algún modo salvada por Karl Popper quien sin pertenecer al círculo de Viena, si en cambio, compartía las mismas ideas sobre la forma de producir el conocimiento científico que los representantes de dicha corriente. Lo que se necesitaba era que en principio un enunciado fuera capaz de ser desmentido, puesto que los científicos “formulan hipótesis

⁴ Ayer: Op. Cit. p.19

que someten a prueba buscando ejemplos contrarios: cuando se descubre un ejemplo contrario, se desecha la hipótesis o se la modifica; en caso contrario, se conserva.” (Ayer, 1986:19)

Con ello se soslaya el principio de la búsqueda de leyes universales, tal y como sucede en las ciencias de la naturaleza, proponiendo sólo la generación de hipótesis que partan de la teoría y cuyas condiciones básicas para ser consideradas coherentes en su estructura interna es que sean asequibles y verificables, esto es, que no carezcan de sentido lógico como proposiciones simbólicas y que sean susceptibles de ser desmentidas o corroborables en la realidad empírica. La realidad, de este modo, sólo existe en la medida en que es enunciada y sometida a un proceso de verificación.

Así, este método considera que sólo en las ciencias formales y naturales es posible la elaboración del procedimiento de investigación científica propuesta por el positivismo. Las ciencias sociales podían incluirse también siempre y cuando dejaran de lado su apego a la corriente de la filosofía especulativa como lo era, por ejemplo, la hermenéutica, por un lado, y, por otro, sí se apegaba al principio de objetividad científica enarbolada por los positivistas, soslayando toda clase de valor o elemento subjetivo al momento de realizar una investigación científica. Todas las demás disciplinas que eran tildadas como ‘ciencias del espíritu’, entonces, serían desechadas por considerarlas como no científicas: la historia, la filosofía (a excepción de la analítica), la hermenéutica, etc., pues sus planteamientos no podían ser susceptibles de ser verificables a través de la observación empírica.

Sin embargo, como se afirma más arriba, el positivismo lógico tuvo una respuesta inmediata de parte de los miembros de la Escuela de Frankfurt, principalmente por la pretensión del primero de instaurarse como la única fuente y el único medio a través de los cuales arribar a un conocimiento científico verdadero, soslayando otras formas de aspiración científica.

La Teoría crítica, a través de sus destacados miembros fundadores Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, cuya influencia marxista y hegeliana era explícita, no dudaron en argumentar abiertamente contra la posición positivista.

De manera particular, es criticada la intención de emplear el método analítico deductivo y empírico en las ciencias sociales, con el fin de unificarlas con las ciencias de la naturaleza. Las ciencias sociales, y en particular la sociología, según ambos autores, han surgido de la filosofía por lo que prescindir de ella en la investigación de la realidad social concreta es condenarla a fungir como ideología:

“Si la filosofía falta o se la reprime, se reproducen meramente los hechos, y tal reproducción es, al mismo tiempo, el falseamiento de los hechos en ideología.” (Adorno, 1989:229)

Así mismo, se critica el hecho de privilegiar sólo la observación empírica como medio para el conocimiento de la realidad concreta sin tomar en cuenta aspectos de esa misma realidad que no es posible encontrar a simple vista sino que es imprescindible el tratamiento hermenéutico y comprensivo.

“Los métodos empíricos han ignorado la objetividad social, sustancia de todas las relaciones, instituciones y fuerzas en cuyo interior actúan los hombres; los que están cortados objetivamente con tal patrón son ellos, los medios empíricos; (en sus métodos y técnicas de investigación) se reflejan también las objetividades, pero con toda seguridad no completamente y desfiguradas de muchos modos.” (Ibid: 216)

Para Adorno y Horkheimer una ciencia social amparada por este método no puede llegar a un verdadero conocimiento científico toda vez que fragmenta la realidad social tanto de sus elementos estructurales como de los aspectos subjetivos de los hombres.

Siguiendo esta misma línea Jürgen Habermas critica que el positivismo prescinda de la idea de totalidad y se concentre en la búsqueda de datos compartimentados de la realidad social en su conjunto. Para el autor, la realidad social vista como totalidad no es uniforme y estable sino contradictoria y en continua recomposición, por lo que un dato específico obtenido en un espacio tiempo determinado no puede proporcionar certeza al conocimiento científico pues los hechos sociales son hechos históricos y como tales, parte de procesos sociales más generales y complejos.

Considerando entonces estos aspectos anteriores la denominada “unificación de las ciencias” mantenida por el positivismo, tomando como base vinculante el método empírico analítico deductivo, es insostenible. De acuerdo con la Teoría crítica no es posible la aplicación única y absoluta de los métodos empíricos en las Ciencias sociales, pues la realidad social concebida como totalidad dialéctica conlleva la utilización de métodos comprensivos del sentido de los sujetos así como de la hermenéutica, por lo que la obtención de datos específicos, a la manera positivista, sólo representa una parte pero no la única forma de entender y explicar el vasto y complejo mundo social. Según Habermas: “el concepto dialéctico de sociedad como totalidad exige que los instrumentos analíticos y las estructuras sociales se engranen entre sí como ruedas dentadas.” (Habermas, 1996: 25).

De esta forma, aunque en la crítica que hace la Escuela de Frankfurt hacia el positivismo no se desecha completamente del método analítico deductivo sino que da lugar a su utilización, dependiendo de las características del objeto, el método comprensivo y hermenéutico se muestra como imprescindible con el fin de obtener un conocimiento verdaderamente científico al considerar los aspectos no sólo directamente observables sino también las mediaciones y los niveles de abstracción más profundos que, aunque no se nos presentan a simple vista, son parte fundamental de lo que esta corriente teórica denomina Totalidad dialéctica.

En este sentido, desde una epistemología crítica marxista latinoamericana, Hugo Zemelman menciona con respecto a la idea de Totalidad soslayada por el positivismo:

“...la totalidad no es todos los hechos, sino que es una óptica epistemológica desde la que se delimitan campos de observación de la realidad, los cuales permitan reconocer la articulación en que los hechos asumen su significación específica.” (Zemelman, 1989).

Así, para Zemelman la diferencia fundamental entre lo que denomina como epistemología crítica y el sistema epistémico positivista se encuentra en la forma en que ambas conciben la realidad. Para el positivismo la realidad representa algo dado y establecido, por lo que el objetivo del proceso de obtención del conocimiento no es otro que el de recabar los datos que la experiencia sensorial permite. Para la epistemología crítica, en cambio, la realidad se encuentra en constante movimiento y transformación, es decir constituida por lo *dado*, las estructuras, las regularidades de larga duración, y lo *dándose*, la coyuntura, la acción histórica y creativa de los sujetos, lo que además no implica sólo la observación de la realidad inmediata sino que se conciben diversos niveles de profundidad para el análisis de lo concreto. En este sentido el método pertinente para la investigación y el análisis de los procesos histórico-sociales es aquél que se ejerce partiendo de lo concreto a lo abstracto y de éste nuevamente a lo concreto en un continuum dialéctico. De acuerdo con Della Volpe:

“El método correcto puede ser representado como un movimiento circular de lo concreto o real a lo abstracto o ideal y de éste a aquél: o sea que con precisión lógica consiste en un continuo e inevitable ajuste histórico de las abstracciones o categorías. Este ajustar históricamente las categorías o abstracciones es el método del concreto-abstracto-concreto.” (Della Volpe, 1972)

Esta diferencia crucial permite, de acuerdo con Enrique de la Garza, plantear al devenir no como algo predeterminado y sujeto al pronóstico científico como en el positivismo, sino como un espectro de posibilidades.

De esta manera,

“En perspectivas como el positivismo, desde el momento en que se ve la realidad como sujeta a leyes universales y no hay un papel para el sujeto, el problema del conocimiento de esa realidad no es función de la práctica transformadora de dicha realidad sino de la contemplación verificativa del funcionamiento de la misma a través de los sentidos. (...) En una concepción activa de la realidad y del conocimiento, el problema de lo empírico queda subordinado al de la práctica.” (De la Garza, 2001)

Aquí la práctica constituye el requisito para la concreción del futuro, no como predicción a la manera positivista, sino como ‘potenciación de lo posible’ (Zemelman, 2006)

Con ello, esta concepción sobre una realidad en movimiento y transformación también implica la relatividad de la teoría acumulada y, por lo tanto, la producción del conocimiento científico a través de la reconstrucción teórica desde los niveles más abstractos hasta los más concretos. (Ibid.)

Por ello es importante partir de una noción no Standard de la teoría, o sea no como un sistema coherente axiomático deductivo, sino como *configuración* que implica concebir al objeto en sus múltiples representaciones, visto desde distintos ángulos de análisis y considerando relaciones conceptuales débiles, como las del sentido común, o fuertes, como las causales deductivas, en la teoría. Ello implica reconocer que dentro de la teoría es posible articular conceptos puramente teóricos con términos del lenguaje común. (De la Garza, 2006b). Es decir, se trata de concebir a la realidad no como un sistema coherente sino donde es posible la existencia de contradicciones, disfunciones, incertidumbres, discontinuidades, etc., sin que ello signifique la negación del objeto.

En este sentido afirma Enrique de la Garza,

“Se puede preguntar qué grado de coherencia puede tener una noción de configuración tan abierta y precisamente tendríamos que reconocer que los conceptos en las teorías también pueden ser contradictorios (no todos), presentar discontinuidades u oscuridades. No se trataría de la contradicción lógico formal, sino de algo cercano a lo que Gramsci llamó la contradicción substantiva, no lógica sino de contenido.” (ibid: 7)

Pero, para poder realizar esta tarea trazada por la epistemología crítica de reconstrucción teórica, Zemelman propone partir del método de la *Descripción articulada* teniendo como fundamento la idea de realidad como Totalidad concreta, la cual implica entender que los procesos en la realidad no se dan aislados, sino que entre ellos hay relaciones necesarias que hay que descubrir (De la Garza, 2001) Y ello sólo es posible incluyendo en el análisis los diferentes campos temáticos que intervienen en

la reproducción y construcción de lo *dado-dándose*, campos que expresan la multiplicidad y heterogeneidad de las relaciones sociales del tiempo histórico presente. De esta forma, según la epistemología crítica desarrollada por Zemelman el análisis de la realidad social, como totalidad concreta, se inicia con la problematización y desarticulación de conceptos continuando con una descripción desarticulada para, a posteriori, arribar hacia lo que sería la tarea de articulación constituyéndose ésta como la nueva teoría.

Es decir, a diferencia de la perspectiva epistemológica y metodológica del positivismo en donde la teoría está dada y únicamente el ejercicio empírico a través de la creación de hipótesis es para comprobar la pertinencia de los presupuestos teóricos y de esta manera cumplir con uno de sus objetivos más importantes como es el pronóstico de los hechos sociales, la perspectiva *Configuracionista* y de la Epistemología crítica que aquí se considera, la cual conlleva el método de análisis de la *descripción articulada*, nos indica la posibilidad de reconstrucción teórica a través del análisis concreto de la realidad, cuya existencia no se encuentra determinada por leyes inmanentes sino en una dinámica de *dado-dándose*, en continuo devenir y movimiento, situación que nos permite ubicar los hechos sociales y a sus protagonistas, los sujetos sociales, no como algo establecido sino en constante construcción, reproducción y cambio potencial y fáctico, condición que conlleva también la reconstrucción de la teoría y no su reificación. Por ello, la tarea de la investigación social no tiene que ser únicamente la comprobación de la teoría acumulada sino la de vislumbrar, a través de la investigación en la realidad concreta, el margen de posibilidades de la acción social de los sujetos, considerando ésta última no como algo predeterminado sino como algo posible de concretarse de acuerdo a la situación específica de cada sujeto dentro de un contexto histórico social particular.

De tal forma, en nuestro caso al adoptar el paradigma epistemológico y metodológico propuesto por Zemelman y De la Garza, partimos en primer lugar de la definición del problema y la consideración de su ángulo de análisis seleccionando, posteriormente, los campos temáticos referidos al objeto de estudio de los que se desprenden los conceptos ordenadores que tienen una “función de búsqueda de relaciones posibles, lo cual implica su desarticulación a partir de los corpus teóricos de donde provienen.” (De la Garza, 2001)

Lo anterior lo desarrollamos de manera concreta en nuestro problema a investigar seleccionando y delimitando los campos de análisis y considerando los conceptos

ordenadores de acuerdo a nuestra fundamentación teórica no con un afán deductivista sino como punto de partida para la búsqueda de nuevos contenidos surgidos de la realidad empírica.

3. Universo de observación.

Considerando la metodología expuesta el universo de estudio que se ha elegido corresponde a comerciantes de dos grupos de tianguistas de la Ciudad de México. Uno, que labora en un Tianguis ubicado en la zona oriente de la Capital en la Delegación Iztapalapa, en el que los tianguistas provienen de distintas zonas geográficas, algunas cercanas y otras distantes, pues incluso arriban a trabajar desde otros estados del país colindantes con la capital así como de municipios del estado de México como son Cd. Nezahualcoyotl, La Paz y Valle de Chalco. El segundo es un grupo de comerciantes de tianguis que realizan su actividad en la Delegación Coyoacán, de manera específica en lo que fuera el Tianguis de artesanías del Centro Histórico los cuales, a diferencia de los primeros, regularmente tienen su lugar de residencia dentro de la propia Delegación en donde laboran.

En el caso del tianguis de la Delegación Iztapalapa éste se ubica geográficamente y se caracteriza de la siguiente manera:

1. El **tianguis de ‘El Salado’** opera semanalmente dentro de las Unidades habitacionales Fuentes de Zaragoza, La Concordia, y Popular Ermita Zaragoza entre las avenidas Zaragoza y Texcoco, justo en los límites de la Delegación Iztapalapa con el Estado de México, particularmente con los municipios de Nezahualcoyotl y La Paz. Este tianguis tiene alrededor de 35 años de fundado, iniciando en sus orígenes con algunos puestos colocados sobre la avenida Zaragoza, a la altura de la zona conocida como ‘Cárcel de mujeres’, siendo sus primeros comerciantes oriundos de las colonias Santa Martha Acatitla y el Conjunto Habitacional Popular *Ermita Zaragoza*. Este es uno de los centros de comercio itinerante catalogados por el Gobierno del D.F. como de ‘alto riesgo’ debido al aumento desproporcionado de vendedores pues actualmente laboran cerca de 12000, organizados en torno a una agrupación. Asimismo es uno de los tianguis en los que, según fuentes gubernamentales, se trafica con mercancía ilegal (piratería, fayuca, productos robados, armas de fuego y estupefacientes) siendo también uno de los espacios en donde operan diversos grupos de

delincuencia organizada. Este hecho influyó en la decisión de las autoridades para implementar un operativo policiaco en el mes de mayo de 2008 con el fin de confiscar mercancía presuntamente robada, lo que originó una respuesta violenta por parte de varios comerciantes.

Por su parte, el tianguis seleccionado correspondiente a la Delegación Coyoacán tiene las siguientes características:

2. Los tianguistas del **Tianguis de Artesanías de Coyoacán**, se dedican a la fabricación y venta de artesanías diversas. Sus días de actividad son el sábado y el domingo. Se ubicaba, hasta el año 2008 en el Jardín Hidalgo y Centenario del Centro de Coyoacán y su extensión, a diferencia del anterior, es más reducida. La clientela que lo visita proviene de distintas partes del D.F. y Estado de México, así como una gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros. Por el tipo de productos que venden tiene además, de manera mayoritaria, una clientela de jóvenes. Este tianguis tiene alrededor de 27 años de existencia, y al igual que los primeros, se empezó a conformar con unos cuantos comerciantes que, a la postre, aumentaron hasta un total de 550. A diferencia del tianguis de la Delegación Iztapalapa elegido, en este otro no hay presencia de algún partido u organización política de manera predominante. Es importante su estudio, en primer lugar, porque mantienen un tipo de organización autónoma que les ha llevado a la realización de diversas actividades como gremio, sobretodo de índole cultural y es la propia organización de los comerciantes la que ha regulado y llevado a cabo acciones y mecanismos de control sobre la venta en este tianguis, en general con el consenso de la mayoría de los tianguistas. En el año 2008 fueron desalojados de su espacio tradicional de trabajo, iniciando con ello un movimiento de resistencia y defensa del Tianguis, el cual duró hasta mediados del año 2009. En la actualidad los comerciantes han sido reubicados en tres diferentes lugares para realizar su labor: el Bazar del artesano mexicano, la Casa del Artesano y el patio del edificio delegacional de Coyoacán.

La realización del estudio se concretó en estos dos tianguis, diferenciando al tipo de tianguista de acuerdo a rasgos como: el género (hombres y mujeres), la edad (Jóvenes, adultos, ancianos), el grado escolar (básica, media o superior), la trayectoria laboral (ocupación anterior, antecedentes en la ocupación), la existencia de redes sociales para

ingresar a la ocupación, el grado de agregación o sectarismo hacia el conjunto de la comunidad gremial.

La importancia, entonces, de la elección de estos diferentes tipos de tianguis ha radicado en la posibilidad de poder realizar en ellos una comparación con respecto a diversos aspectos del trabajo de los comerciantes así como de sus formas de organización e identificación colectiva. De manera particular, además de investigar de qué forma se ejerce el control sobre el trabajo teniendo con ello diferentes formas de ejercicio del poder sobre los vendedores, la pretensión del presente trabajo ha sido investigar cómo se genera el proceso de construcción social de la ocupación teniendo como marco de acción el trabajo, diferentes contextos sociales así como diferentes tipos de agrupamientos colectivos lo cual, de acuerdo a la perspectiva aquí sostenida, influye sobre el proceso de construcción de la identidad como gremio de tianguistas así como en la definición del espacio de posibilidades para la acción viable ante la tendencia estatal de ‘formalización’ y contención de este tipo de ocupaciones en diferentes zonas de la capital mexicana.

4. Técnicas e instrumentos de investigación.

Tomando como base un proceso de *dimensionalización* de los conceptos ordenadores desprendidos de los campos de relaciones sociales, los cuales se exponen de forma detallada en el capítulo tercero, a partir de su traducción empírica en los indicadores contruidos para cada una de las dimensiones y de acuerdo a los ejes de análisis, pasamos a la selección de las técnicas e instrumentos de investigación que fueron utilizados en el estudio del sujeto empírico de manera concreta. Siendo todo ello, desde el planteamiento teórico metodológico hasta la construcción de los instrumentos, lo correspondiente al diseño metodológico necesario para el logro de los objetivos de investigación de nuestro proyecto.

Los parámetros que se utilizaron para optar por las técnicas e instrumentos pertinentes se relacionan con la necesidad de dar cuenta lo mejor posible de los tres niveles por los que hemos decidido indagar a nuestro sujeto de estudio: las Estructuras –macro, meso y micro-, subjetividades e interacciones sociales, considerando con ello que la elección de las técnicas de investigación y la determinación del carácter cualitativo o cuantitativo de las mismas no es posible hacerla a priori, o de forma voluntarista, atendiendo sólo a un interés particular del investigador o a una ‘moda’, de manera independiente al sujeto

y objeto de investigación sino que tiene que estar ligado y corresponder en todo momento con éstos. En este sentido, las técnicas e instrumentos se seleccionaron considerando aquellos que nos proporcionaran los datos idóneos de cada nivel. Así, consideramos que para el conocimiento de las estructuras que enmarcan la acción y subjetividad de nuestro sujeto es importante la investigación en diversas fuentes como documentos, estadísticas, análisis concretos, mapas, reglamentos, documentos institucionales: estatutos, organigramas, actas constitutivas, etc. no sólo de manera sincrónica sino también en un sentido diacrónico, de tal forma que es posible comprender a las estructuras como procesos en formación y no dadas *per se* únicamente existentes en el tiempo presente y como si los sujetos no intervinieran de manera directa tanto en su constitución como en su reproducción.

De igual forma, para las estructuras sociales más inmediatas y que son parte constitutiva y constituyente de la dinámica cotidiana de nuestros sujetos, como la estructura familiar, laboral, organizativa, o la normatividad existente en su espacio de trabajo o en la propia colectividad de pertenencia, etc., además de incluir un estudio documental, también se consideró la utilización del cuestionario, con preguntas cerradas, que nos ayudó a la indagación de datos fijos e invariables de los sujetos, como datos sociodemográficos, cuestiones concretas y cuantificables sobre su trabajo: ingresos, dimensiones de su lugar de trabajo, cantidad de personal que se ocupa, antigüedad en el trabajo, o sobre su participación en la organización: antigüedad, los mecanismos de participación, el lugar que ocupa en la estructura organizativa, etc.

Para el estudio de las subjetividades, tales como significados, motivaciones, emociones, tipos de razonamiento, sentido de lo estético, etc., se utilizaron diversas técnicas e instrumentos, como son: la entrevista a profundidad, grupos de discusión, la observación participante, es decir, técnicas tradicionalmente ligadas al estudio de lo cualitativo, de los significados y las experiencias de los sujetos.

Las interacciones sociales, por su parte, se indagaron través de la observación directa (etnográfica), de la observación participante y de los grupos de discusión con el objeto de lograr captar desde diferentes instrumentos las prácticas interactivas de nuestros sujetos, para lo cual además se priorizaron los espacios de trabajo y organizativo. El objetivo, en suma, fue obtener los datos necesarios para poder ofrecer una descripción y

análisis de los tipos de interacción que los trabajadores de tianguis llevan a cabo con los diferentes actores sociales que se relacionan cotidianamente en su espacio laboral.

De acuerdo, entonces, a las características del sujeto de estudio a investigar así como la problemática específica abordada, que conlleva un estudio sobre los procesos de trabajo, la construcción de la identidad colectiva, la realización de acciones colectivas, las interacciones sociales inherentes a este tipo de sujetos laborales y el conjunto de significados referidos a esos ámbitos, las técnicas de investigación que se utilizaron y fueron fundamentales para la obtención de los datos necesarios, tanto de tipo cuantitativo como cualitativo, sobre todo considerando nuestro principal eje de análisis, Estructuras, Subjetividad, Acción (ESA), son concretamente los siguientes:

- **Observación directa (etnografía):** los datos obtenidos fueron las características visibles de los sujetos y de su espacio de trabajo; formas de ejercer su trabajo, formas de interacción social laboral, aspectos operativos y/o técnicos, limitantes para el desarrollo del trabajo, rutinas de trabajo, tipos de actores que intervienen, técnicas de venta, prácticas de consumo, etc. Para el desarrollo de esta técnica se utilizaron instrumentos para la obtención de datos como: fichas de trabajo, fotografías, videograbaciones, pláticas informales.
- **Cuestionario con preguntas cerradas:** Los datos referidos a este instrumento fueron aquellos que no conllevan una interpretación de los sujetos ni implican significados particulares sobre lo que se pregunta por parte de cada sujeto en específico, principalmente datos fijos, invariables: Sociodemográficos, como preguntas relativas a la descripción de las características sociales básicas del individuo, y a características permanentes, como las demográficas (género, edad, lugar de nacimiento, etc.) y las connotaciones sociales heredadas de la familia o, en todo caso, establecidas en la edad juvenil (como la clase social de origen y el nivel de escolaridad), y también las características que, aunque no sean permanentes en sentido estricto, definen al individuo en un periodo concreto de su vida, como la profesión, el estado civil, la situación geográfica y el lugar de residencia, etc.; aspectos ‘objetivos’ y cuantificables sobre su trabajo (tiempo de antigüedad, dimensiones de su lugar de trabajo, tipo de mercancía, número de trabajadores, tipo de permisos para el desempeño de su trabajo, formas de inserción al trabajo, etc.), datos sobre la forma en que interactúan y participan en

la organización gremial, y sobre el desarrollo de acciones colectivas. Se pretendió, pues, dar prioridad a la indagación de aquello que tienen en común los individuos por encima de aquello que los diferencia, con el fin de uniformar, clasificar y comparar, así como obtener un conocimiento sobre el contexto inmediato en el que se desenvuelven y que le define ciertas características como sujeto social. Ahora bien, la realización de esta técnica se realizó bajo ciertas limitaciones impuestas por las organizaciones gremiales de los trabajadores a los cuales se investigó. De esta forma, puede aceptarse cierto sesgo en el tipo de información que se obtuvo aunque esto afecta mínimamente al proceso de investigación en su conjunto debido, por un lado, a que ésta era una más de las técnicas a utilizar y no la única, y por otro, a que los datos obtenidos a través del cuestionario fueron, como ya se menciona, informes sobre aspectos en su mayor parte de tipo cuantitativo que no estuvieron sujetos a una interpretación profunda sobre el sentir de los encuestados.

- **Entrevista a profundidad semiestructurada**, la cual se realizó a través de una guía de entrevista prioritariamente con informantes calificados: representantes del gremio, personas con una amplia antigüedad en el trabajo, líderes formales o informales del gremio, funcionarios públicos, vecinos, etc. El objetivo del empleo de esta técnica fue conocer la perspectiva del sujeto estudiado, comprender sus códigos de significado, sus interpretaciones, sus percepciones y sentimientos, los motivos de sus actos. Es decir, el objetivo prioritario de la entrevista cualitativa es proporcionar un marco dentro del cual los entrevistados puedan expresar su propio modo de sentir con sus propias palabras. Para la concreción de esta técnica se tuvo un margen amplio de libertad para designar a los informantes, de tal forma que, a diferencia del cuestionario, en las entrevistas se pudieron elegir a trabajadores, líderes y actores relacionados indirectamente, de manera diversa con lo cual la información lograda fue bastante amplia y rica en relación a lo que se buscaba obtener con esta técnica. De hecho, en la mayoría de los casos el grado de desenvoltura de los entrevistados fue muy amplia por lo cual la información sobre los temas que se trataron fue abundante y pertinente para el posterior análisis que se realizó como base sobre la cual se sustentó la mayor parte del trabajo empírico aquí expuesto.
- **Observación participante**: A través de ésta técnica, que consiste en realizar una inmersión en el contexto de los sujetos a estudiar, se pudieron concretar

descripciones de los acontecimientos, de los sujetos y sus múltiples interacciones, con lo que fue posible obtener una mayor comprensión de su situación y su comportamiento colectivo. Al implicar un contacto directo y personal con los sujetos estudiados se logró conocer, a través de la experimentación propia del investigador en la situación social observable, el tipo de interacciones que se llevan a cabo, la cotidianeidad de la dinámica de trabajo, las preocupaciones, deseos, motivaciones, cosmovisiones que surgen en los trabajadores a partir de las experiencias en su espacio laboral y organizativo, etc. La Observación participante fue bastante útil para arribar a un conocimiento más integral del objeto estudiado, sobre todo porque al considerarse la actividad laboral de los sujetos como informal –la venta en tianguis-, se cuenta con una información muy limitada sobre las características y particularidades de este tipo de trabajo y era importante la indagación, para los objetivos de nuestro proyecto, de lo visible y lo oculto de esta particular forma de trabajo así como las características de la construcción de la identidad colectiva de los vendedores de tianguis.

- **Grupos de discusión:** Una técnica adicional pero pertinente que se concretó aunque de manera limitada fueron los grupos de discusión. Esto se realizó con el objetivo de captar el sentir de los sujetos de manera colectiva y no sólo de forma individual como en el caso de las entrevistas o el cuestionario. En el caso de esta técnica existió mayor disponibilidad por parte de un grupo de comerciantes que de otro debido al grado de confianza que se concretó durante la investigación. Lo anterior hizo posible que, en donde se pudo llevar a cabo de forma más adecuada, los protagonistas se desarrollaran en la discusión de forma más espontánea y propositiva, pudiendo abarcar temas que incluso no se encontraban en nuestra guía de discusión.

Por ello, su utilización ha sido relevante para conocer el conjunto de opiniones de los participantes y desentrañar aspectos que tienen que ver con ciertos significados referidos al trabajo, a la organización gremial, a su situación social y laboral, así como elementos que nos permitieron definir el grado de identidad colectiva y las particularidades que asume en el tipo de trabajadores que se estudiaron, cuestiones que se lograrán conocer al tratarse de una reconstrucción discursiva de la colectividad que expresa su sentir como tal.

5. Trabajo de campo.

En la etapa del trabajo de campo se realizaron diversas actividades tendientes a concretar la investigación de primera mano sobre los sujetos de estudio. Este proceso de investigación empírica se llevó a cabo de Octubre de 2009 a Noviembre de 2010. Durante una primera etapa el trabajo de campo se abocó a los tianguistas artesanos de Coyoacán, para posteriormente dedicar dicho trabajo en los tianguistas del Salado, con quienes, de hecho, se concluyó esta actividad.

El trabajo de campo consistió en general en la aplicación de los instrumentos de investigación diseñados para tal fin; en particular, la realización de entrevistas, la aplicación de un cuestionario, el registro de información a través de la Observación directa; la concreción de dos grupos de discusión en ambos espacios estudiados.

Con relación a las entrevistas se realizaron un total de 43 a comerciantes de base, dirigentes de las Organizaciones de tianguistas, funcionarios gubernamentales, clientes y vecinos de las zonas en donde se encuentran los tianguis estudiados. En particular el número de entrevistas en Coyoacán fue de 18 y en El Salado se lograron concretar 25 entrevistas.

Así mismo para la aplicación del cuestionario las condiciones fueron parcialmente difíciles sobre todo en el Tianguis el Salado en el que, para llevarlo a cabo, se tuvo que solicitar permiso a la Organización gremial la cual finalmente accedió con la condición de que su personal decidiera a quienes se les podía aplicar. Pese a ello se lograron aplicar 200 cuestionarios en El Salado y en Coyoacán un total de 130.

El registro de la información por medio de la Observación directa fue posible acudiendo a los espacios de forma permanente en tanto que duró el trabajo de campo y llevando un diario de campo. Como parte de este proceso de investigación se realizaron múltiples conversaciones informales con un cantidad importante de comerciantes y funcionarios de las Organizaciones; así mismo fue importante también el haber tenido la experiencia de trabajo en el tianguis gracias a que en particular en el Salado pude acceder a colocar un puesto de forma personal durante al menos dos meses gracias al apoyo de uno de los informantes con los que se logró concretar una relación estrecha. De tal forma, fue muy vasta la información que pudo recopilarse a través de esta técnica que no hubiera sido posible obtener a través de otros medios.

Con relación al trabajo de campo en Coyoacán, se tuvo acceso a las acciones colectivas llevadas a cabo por los comerciantes artesanos durante su proceso de lucha,

principalmente al Plantón permanente que realizaron los comerciantes en la explanada de la Delegación Coyoacán y a las movilizaciones que llevaron a cabo durante el tiempo que duró el conflicto con la autoridad delegacional. Como parte de ello también pude estar presente en dos mesas de negociación entre representantes de comerciantes y funcionarios gubernamentales.

De la misma forma, se logró el acceso a dos asambleas realizadas por los representantes de las organizaciones efectuadas durante los meses de Septiembre y Octubre de 2009. Así mismo, se hizo la recopilación de información relacionada con los comerciantes de Coyoacán, principalmente a través de documentos internos de las organizaciones como son estatutos, actas constitutivas, minutas de las reuniones, convenios firmados por las autoridades y los comerciantes, proyectos sobre el Tianguis de artesanías presentados a las distintas administraciones de la Delegación, fotografías del tianguis en sus diferentes etapas y de los procesos de lucha que han tenido: el ocurrido en 1997 y el de 2008-2009; videos de movilizaciones, actos de protesta, testimonios de los fundadores del tianguis; ejemplares de su Boletín Informativo *Artesanas por la Defensa del Espacio Público*, volantes de las distintas organizaciones del último proceso de lucha de los comerciantes.

Por otro lado, en el Salado, las fuentes documentales fueron escasas aunque se pudo tener acceso a la lectura de los estatutos de la Organización gracias a la colaboración de un informante que funge como funcionario subalterno de la asociación gremial. Igualmente se asistió a otros tianguis en donde comerciantes de El Salado laboran cada semana. Sobre todo en Colonias de Cd. Nezahualcoyotl, Iztacalco, Sta. Cruz Meyehualco, Valle de Chalco.

También fue posible obtener información a través de la Delegación Iztapalapa, particularmente a la Coordinación de Mercados y Vía pública sobre el Padrón de comerciantes del Tianguis realizado en el 2008.

De la misma manera, se asistió a un Foro sobre Comercio Popular en Iztapalapa el día 23 de febrero de 2010, por medio de una invitación hecha por la encargada de la Coordinación de Mercados y Vía pública de la Delegación Iztapalapa, María del Carmen Bustamante. En este mismo periodo participé en una Mesa de discusión sobre el Comercio Popular con dirigentes de Tianguis, Mercados y Concentraciones en Vía pública de la Delegación Iztapalapa, a la cual se me invitó por parte de la misma funcionaria arriba mencionada.

Fue posible, también, llevar a cabo recorridos en diversos tianguis de Iztapalapa con la subdirectora de la Coordinación de Mercados Lic. Magdalena García González y con personal operativo de la Delegación conjuntamente con el líder y los delegados de los tianguis visitados que fueron: el tianguis de las torres y periférico; el tianguis de Santa Cruz Meyehualco, cuyo objetivo fue que la autoridad tomara nota de las anomalías existentes en los tianguis y emitiera recomendaciones verbales a los comerciantes para regularizar su situación; las visitas se realizaron tanto en la mañana como en la tarde. En ellos pude tomar algunas opiniones de los comerciantes con respecto a lo que significaba para ellos la intervención de la autoridad en su trabajo en el tianguis y su relación con los vecinos y el papel desempeñado por los *delegados* de la Organización de tianguistas.

6. Descripción del contenido de la tesis.

El contenido de la tesis se encuentra dividido en dos secciones. La primera aborda los referentes teóricos que han orientado el trabajo de investigación, análisis y conceptualización de los procesos encontrados en nuestros sujetos de estudio. Como parte de ella en el capítulo I damos cuenta del debate ocurrido en torno a las principales teorizaciones sobre estructuras, subjetividad y acción social en sus diferentes vertientes, hasta arribar a los planteamientos de las teorías de la agencia contemporáneas que tratan de integrar estos tres elementos fundamentales. En el Capítulo II abordo la discusión teórica sobre el problema de la identidad y la acción colectiva, así como el ámbito del poder ya que estos representan la piedra angular del eje de análisis de la investigación. En el tercer capítulo hago una revisión conceptual sobre los campos de relaciones sociales que se eligieron como prioritarios para el análisis de los sujetos de acuerdo al problema de investigación. Así, se exponen los principales planteamientos con relación a la Familia, el Territorio, el Ocio, la Religiosidad, la Organización todos ellos enfocándolos en su relación con el trabajo, y en particular con el tipo de trabajo que llevan a cabo los vendedores de tianguis.

La segunda sección representa la parte de exposición de los resultados empíricos de la investigación. En el capítulo IV se exponen los elementos estructurales condicionantes de la ocupación del tianguista, y se hace una caracterización tanto de los trabajadores como de sus espacios de trabajo en el D.F. así como de las formas de organización gremial que subsisten.

El capítulo V aborda el análisis de los tianguistas de El Salado, haciendo énfasis en los aspectos del trabajo y su relación con otros mundos de vida en donde el trabajador interacciona, con el objetivo de explicar la forma en que construye tanto su ocupación como las diversas maneras en que expresa su identidad colectiva.

En el capítulo VI se exponen los resultados de investigación y el análisis hechos con relación a los comerciantes artesanos del Centro Histórico de Coyoacán, particularmente también el aspecto característico de su trabajo, el proceso de construcción social de su ocupación, así como los procesos de lucha y organización que han tenido durante su existencia. Todo ello relacionado con el problema de investigación que tiene que ver con la conformación de su identidad colectiva y el espacio de posibilidades para concretar acciones colectivas.

Por último, en las Conclusiones se expone un análisis comparativo entre ambos grupos de tianguistas tratando de resaltar los aspectos más sobresalientes de su actividad y de aquellas características que los hacen similares así como de las que establecen diferencias fundamentales. Todo ello con el objetivo de dar cuenta tanto de la forma en que logran constituir su identidad colectiva de manera específica como grupo dentro de un espacio de trabajo concreto así como de modo más amplio como colectividad gremial, y las condiciones específicas que dan lugar al espacio de posibilidades para la realización de sus acciones colectivas considerando en todo momento el papel de la voluntad para actuar de los sujetos así como de las organizaciones oficiales en tal proceso, pero de manera imprescindible también el contexto estructural que finalmente delimita dicha acción.

Sección 1ª *Planteamiento Teórico.*

Capítulo I. La problemática en la Teoría social sobre Estructuras, Subjetividad, Acción.

“El individuo sólo puede intervenir en la historia, es decir, en los procesos y las leyes de continuidad objetiva, porque es ya histórico, y esto por dos razones: porque se encuentra siempre siendo ya de hecho el producto de la historia, y, al mismo tiempo, es potencialmente el creador de la historia.”
Karel Kosik. *El Individuo y la historia.*

1. Estructuralismo y Subjetivismo.

El siglo XX fue testigo del predominio estructuralista y de la perspectiva holista en sus diferentes vertientes con lo cual se impuso una visión en la cual los sujetos, de acuerdo a la posición que ocuparan en las estructuras, les correspondía una determinada forma de conciencia y de acción. Las teorías más representativas e influyentes en la teoría social desde ésta perspectiva, aunque excluyentes entre sí, fueron el marxismo ortodoxo, por un lado, y las propuestas de E. Durkheim y T. Parsons, por otro. Las cuales bajo una visión determinista sobreponían las estructuras a la acción de los sujetos.

El determinismo económico marxista, impulsado por F. Engels y Karl Kautsky en un primer momento y desarrollado por Lenin y, sobre todo por Stalin como ideología oficial en la URSS en el siglo XX, concebía la caída del capitalismo como algo inevitable y ‘científicamente’ justificado con el establecimiento de ‘leyes del desarrollo social’. En su opinión, el marxismo era capaz de producir una teoría científica de su desmoronamiento con la fiabilidad predictiva de las ciencias naturales y físicas.

Y más tarde el marxismo soviético afirmarían que:

“La contradicción entre las fuerzas productivas actuales y las relaciones capitalistas de producción engendra la necesidad histórica del paso del capitalismo al socialismo. La ley fundamental y más general de nuestra época es, desde un punto de vista mundial, la ley que postula el paso de las formas de la vida social, creadas a lo largo de siglos y basadas en la propiedad privada, al sistema socialista de economía. (Konstantinov, 1976: 412)

En forma mecánica, los cambios en las fuerzas productivas determinarían cambios en las relaciones de producción (*estructura*), lo que a su vez se reflejaría en la ideología y ordenamiento jurídico político (*superestructura*). Así, concluyó edificándose una concepción de mecanicismo economicista que revestida de necesidad histórica condujo

a los sujetos a la pasividad en aras del desarrollo y maduración de las ‘condiciones objetivas’ que harían posible la transformación del modo de producción y del Estado.

Para el denominado Materialismo Histórico, como ya se menciona, la conciencia social no es más que el reflejo de la existencia social de los sujetos, en correspondencia a la relación determinista entre la estructura económica y la superestructura. Así, se afirma, por ejemplo, que:

“El ser social existe independientemente de la conciencia; en cambio, **la conciencia social es un producto del ser, se halla condicionada por éste y lo refleja.** De ahí que la fuente en que se originan las ideas sociales haya que buscarla no en las ideas mismas, sino en la vida material de la sociedad y, ante todo, en las relaciones económicas que los hombres contraen entre sí. Al cambiar las relaciones económicas, cambian también con mayor o menor rapidez las ideas, teorías y concepciones políticas, jurídicas, filosóficas, morales y otras, así como las instituciones correspondientes.” (Konstantinov, 1976: 562)

Es decir, la ‘conciencia social’ de los sujetos es sólo un reflejo de la realidad objetiva de tal forma que el sujeto está condenado a que sus pensamientos, y en general toda su actividad subjetiva, esté condicionada por su experiencia en el mundo social sin que tenga la libertad para concebir la realidad de un modo distinto y mucho menos para otorgarle un significado alternativo a lo dispuesto societalmente. Así, el sujeto, de acuerdo a la posición que ocupe en la estructura social y específicamente en las relaciones sociales de producción, tendría un tipo específico de ‘conciencia’, correspondiente a su existencia en dicha posición y al ser entonces sólo un reflejo no tendría cabida la generación de subjetividades alternativas. Conforme con esta visión la lógica sería entonces que, para el caso del sujeto obrero productor de plusvalía, éste tendría conciencia de su existencia subordinada y explotada por parte del capital de forma insoslayable y automática, al reflejarse su existencia concreta en su conciencia.

Esta concepción hegemónica en el marxismo, que fue ampliamente estudiada y reproducida tanto por el comunismo militante como por la teoría social marxista desarrollada en el ámbito académico, conduce necesariamente a una reificación de las estructuras, sobre todo económicas, en detrimento de los sujetos sociales como actores imprescindibles en la construcción histórica. Concepción que no propugnó necesariamente el propio Karl Marx, quien en diversos escritos nos deja entrever un enfoque que prioriza el papel de los sujetos en la transformación histórica.⁵

⁵ Por ejemplo, en obras como *El dieciocho Brumario de Luis Bonaparte*, así como en los *Manuscritos económicos filosóficos de 1844* o en las *Tesis sobre Feuerbach* menciona: “**El hombre hace de su actividad vital misma objeto de su voluntad y de su conciencia.** Tiene actividad vital consciente. **No es una determinación con la que el hombre se funda inmediatamente.** La actividad vital consciente distingue inmediatamente al hombre de la actividad vital”

En el conjunto de la obra intelectual de Marx queda plasmada su idea sobre la importancia de los sujetos como protagonistas de la historia y del cambio revolucionario de la sociedad, y como sujetos cuya conciencia interviene en todo momento en su actividad práctica, considerando asimismo la influencia de las estructuras pero sin que éstas se constituyan como inalterables ni restrinjan de forma absoluta la acción humana. No obstante, el estructuralismo marxista, aún con el determinismo que lo caracterizó, se desarrolla tomando como base la idea de la transformación revolucionaria y no su preservación como fue el caso del estructuralismo social de Durkheim. En este autor la determinación social causal ocupa un lugar predominante, según él “El individuo está determinado por una realidad moral”, esto es, el comportamiento de los sujetos obedece a causas normativas.

En este sentido, el medio social establece las premisas sobre las cuales todos los demás ámbitos subsisten y se reproducen (Durkheim, 1990).

Contrariamente, y en franca oposición al individualismo radical y el atomismo del siglo XIX, Durkheim insistía en que la conducta humana emana de la sociedad. Así, los sujetos son en realidad los portadores de las representaciones y creencias colectivas por lo que la conciencia individual está determinada por la conciencia de la colectividad. El argumento general es que los aspectos físicos de la estructura determinan los aspectos sociales de la estructura. Ellos determinan también los aspectos mentales y morales de la sociedad, es decir la subjetividad (Collins, 1995: 199). El sujeto, aunque se considere a sí mismo como racional y poseedor de su destino en realidad su propia racionalidad le ha sido otorgada por la estructura social en la que vive, es dicha estructura la que moldea tanto el producto de su mente como su comportamiento social.

Y este principio de Durkheim, según el cual la densidad física de la sociedad determina el comportamiento y las ideas, es igualmente válido en el nivel de los grupos pequeños o en el de toda la sociedad (Collins, 1995: 200).

animal. (...) sólo es ser consciente, es decir, sólo es su propia vida objeto para él, porque es un ser genérico. Sólo por ello *es su actividad libre.*”

“La producción práctica de un mundo objetivo, la elaboración de la naturaleza inorgánica, es la afirmación del hombre como un ser genérico consciente. (...)El animal forma únicamente según la necesidad y la medida de la especie a la que pertenece, mientras que *el hombre sabe producir según la medida de cualquier especie y sabe siempre imponer al objeto la medida que le es inherente; por ello el hombre crea también según las leyes de la belleza.*” (Manuscritos económico filosóficos de 1844)

Tesis 3. **La teoría materialista de que los hombres son producto de las circunstancias y de la educación, y de que, por tanto, los hombres modificados son producto de circunstancias distintas y de una educación modificada, olvida que son los hombres, precisamente, los que hacen que cambien las circunstancias y que el propio educador necesita ser educado.** (Tesis sobre Feuerbach)

La sociedad, pues, determina al individuo en la medida en que establece la ubicación de las personas en su situación estructural y siempre con relación a otras.

Entonces, si es la totalidad social la que establece el comportamiento y las formas de pensamiento sociales el sujeto queda colocado en una posición de ente pasivo y receptivo de lo que la estructura determina, por lo tanto, el cambio histórico se produce mecánicamente sin que intervenga la voluntad ni la acción de los individuos, de acuerdo a una especie de ‘ley de gravitación del mundo social’. Los individuos adquieren roles cada día más especializados, pero no porque ellos mismo los inventen, sino a causa del crecimiento de la población y su migración a las ciudades (Collins, 1995: 197) Estos dos cambios en la estructura social provocan una “concentración progresiva de las sociedades” con lo que el orden social se transforma. De esta manera, para Durkheim, tanto el tipo de subjetividad del ente colectivo como la acción e interacción de los sujetos son el resultado de la estructura social.

Las tesis de Durkheim finalmente influyeron en la creación del Estructural Funcionalismo de Talcott Parsons. En esta corriente –que fue hegemónica en el pensamiento social durante la mayor parte del siglo XX- se argumenta que el sistema cultural ocupaba el lugar principal en la determinación de la acción social, la cual estaba condicionada por los procesos de internalización cultural que coadyuvaba a la adaptación de los sujetos a su entorno social amplio con lo cual todo funcionaría de manera armoniosa y equilibrada. La acción social entonces, de nueva cuenta, quedaba determinada por la estructura social (Parsons, 1968).

Para el funcionalismo la sociedad se constituye a partir de una coherencia cultural sólida, sin contradicción, en la que cada objeto material, cada idea, cada creencia, representa una parte importante en la totalidad orgánica, cumple una función vital, y tiene una tarea que desempeñar. De esta manera, las estructuras sociales tienen una función en el sistema social en su conjunto: la estructura educativa se ocupa, por ejemplo, de la reproducción cultural, la productiva, de la producción de bienes, etc.

De tal forma que no se considera al actor en función de sus pensamientos y acciones, sino sólo como conjunto de estatus y roles. El mantenimiento del orden social es posible, entonces, debido al proceso de socialización de los sujetos, basado en la internalización de valores y normas así como en la eficacia del control social, lo cual constituye el fundamento de la reproducción del sistema en su conjunto a través de la

autoregulación de los cuatro subsistemas: el organismo, la personalidad, el sistema social y el sistema cultural.⁶

El sistema cultural es la parte más importante de la estructura del sistema en su conjunto. La cultura media en la interacción entre los actores e integra la personalidad y los sistemas sociales constituyendo un sistema pautado y ordenado de símbolos que son objeto de la orientación de los actores, componentes internalizados del sistema de la personalidad, y pautas institucionalizados del sistema social. De tal forma que el sistema de la personalidad, sistema organizado de la orientación y la motivación de la acción del actor individual, a su vez está controlado por el sistema cultural y por el sistema social. Lo que motiva la acción son, entonces, las Disposiciones de necesidad las cuales son impulsos moldeados por la sociedad y no producto de la construcción autónoma de los sujetos ni de las elaboraciones subjetivas espontáneas y concretas.

Así pues, en las tres grandes teorías anteriores el común denominador es la visión de un sujeto incapaz de actuar de forma voluntaria sino condicionado y moldeado por las estructuras sociales, económicas o culturales, las cuales determinan tanto su práctica como su conciencia; aunque del lado de Durkheim y Parsons el objetivo fue el explicar la necesidad del mantenimiento del orden social y, contrariamente, en el marxismo, se pretendió dar cuenta de la transformación revolucionaria considerada como necesidad histórica.

La perspectiva estructuralista mantuvo su hegemonía durante un largo periodo lo cual se expresó en prácticamente toda la producción intelectual realizada en éste dentro de las Ciencias Sociales (Alexander, 1989). Aún ya entrado el siglo XX surgieron otras formas de estructuralismo que tuvieron cierta relevancia como fue el marxismo estructural sostenido por Althusser, N. Poulantzas y M. Godelier así como el estructuralismo antropológico de C. Lévi-Strauss, basado en la concepción estructuralista del lenguaje. No obstante, paralelamente coexistieron corrientes teóricas divergentes cuyos planteamientos ponían el acento en el sujeto y la subjetividad: las teorías hermenéuticas. De hecho, la relevancia de la subjetividad en las ciencias sociales actuales se constituye

⁶ En correspondencia con lo anterior existen cuatro imperativos funcionales de todo sistema social: (A) adaptación, la cual permite al sistema responder a los problemas internos y a los de orden externo; (G) Capacidad para alcanzar metas; (I) Integración, lo cual asegura la estabilidad del sistema; (L) Latencia – mantenimiento de patrones, que implica la aceptación de todos los miembros de la sociedad de un conjunto de reglas, normas y valores.

a partir del rechazo a los planteamientos deterministas del estructuralismo y el funcionalismo.

Las dos últimas décadas del siglo XX, empero, trajeron consigo una crisis hegemónica para el paradigma teórico dominante. Con ello, comienza el derrumbe de los grandes discursos teóricos estructuralistas en sus diferentes vertientes: funcionalismo, estructuralismo antropológico, marxismo; así como una crisis también en el planteamiento neopositivista. Hecatombe teórica epistemológica que, sin embargo, dio lugar al surgimiento y colocación en una posición protagónica del discurso Neoliberal y paralelamente a la emergencia y difusión de las tesis de la posmodernidad que asumen una posición liquidacionista de la capacidad transformadora de los sujetos, del acontecer histórico, de la modernidad, y de la posibilidad de explicación de la realidad a través de la creación de discursos totalizantes. Planteamiento éste último que lo único que supo expresar fue un estado de ánimo derrotista y de desesperanza.

Sin embargo, “después del derrumbe” –no sólo de los grandes paradigmas teóricos, sino en la realidad empírica, del socialismo real, del modelo keynesiano, y de los planteamientos ortodoxos del neopositivismo- han emergido nuevas propuestas teóricas integradoras, entre ellas, las de la *Agency* confrontadas con las de la elección racional recientes y con la teoría de sistemas. La característica, empero, de estos nuevos grandes planteamientos es la incorporación de las teorías del discurso y, junto con ello, la atención primordial del campo subjetivo. En este sentido, han tomado una relevancia inusual las corrientes teóricas hermenéuticas como el historicismo, la fenomenología, la etnometodología, el interaccionismo simbólico con el objeto de explicar el sentido y significado de las acciones sociales para los sujetos.

Como parte del conjunto de corrientes hermenéuticas que se alejan de la sobredeterminación de la estructuras sobre los sujetos y brinda a éstos la capacidad de concretar acciones revestidas de una intencionalidad, se encuentra la propuesta teórica que parte de la crítica justamente hacia el determinismo economicista, principalmente marxista, y cuya influencia intelectual más fuerte se basó en pensadores como Kant, H. Rickert y Dilthey: la Sociología comprensiva de Max Weber. La importancia de Weber reside, entre otras cosas, en el hecho que da un giro al esquema holista, en el cual la estructura determina unilinealmente la acción social y su motivación subjetiva, para proponer, en cambio, que al adoptar cierta forma de racionalidad los sujetos son capaces

de actuar de diferente manera e incidir directamente sobre la estructura social, su obra *La ética protestante y el espíritu del capitalismo* es una muestra de esta concepción.

Weber introduce la categoría epistemológica de "sentido" para la comprensión de los fenómenos sociales. El "sentido" de Weber es utilizado para explicar diversas motivaciones de la acción, por ejemplo, el sentido de lo justo, de lo verdadero, etc. Max Weber lo define como,

“el sentido mentado y subjetivo de los sujetos de la acción, bien: a) existente de hecho; b) en un caso históricamente dado; c) como promedio de un modo aproximado en una determinada masa de casos; d) como construido en un "tipo ideal" con actores de este carácter.” (Weber, 2004: 6)

Así, "comprender" para el autor es captar y explicar la forma en que se expresa el sentido de una actividad; con ello el sentido no es solo el objetivo de una determinada acción, sino también intencionalidad, lo que abre el margen de estudio del ámbito subjetivo. De esta forma la conducta social estaba impregnada de sentidos orientados hacia los otros. Es decir, los sujetos en su interacción social siempre tienen una intención con relación a los demás que los lleva a actuar de una forma específica, lo que en un primer momento pareciera establecer intenciones y acciones indeterminadas, esto es, voluntaristas, pero Weber al respecto menciona que en realidad esa aparente libertad implica considerar ámbitos sociales normativos, por lo que sólo puede ser expresada en términos de reglas (Weber, 2004).

Las reglas pueden comprenderse no solamente como el sentido de los actores sociales de lo que es posible o propio, sino también como leyes causales objetivas. Para ello Weber unifica dos perspectivas que precisamente atendían ambas cuestiones pero de forma separada. Por un lado Rickert establecía la necesidad de establecer en la ciencia social la explicación de las relaciones sociales como leyes objetivas; por otro, Dilthey propugnaba por abordar la acción social desde el ámbito de la significación subjetiva. De esta manera, para Weber, la sociología tenía que tomar la acción intencional como su objeto, pero explicándola en términos de las relaciones causales nomotéticas.

No obstante, en Weber la estructura sistémica, el orden social, no se encuentra totalmente por encima de los sujetos determinando su acción y pensamientos de manera vertical y coercitiva, sino que para su existencia y reproducción necesita de la legitimación de los sujetos, es decir, requiere que éstos lo signifiquen y representen como un orden legítimo, o sea, le confieran 'validez'. (Ibíd.: 25) Dicha atribución de validez legítima del orden social puede ser de acuerdo a la tradición instituida, la

creencia afectiva, lo ejemplar, la creencia racional basada en valores, la creencia racional de la legalidad.

Con ello, Weber construye un enfoque distinto de cómo abordar la relación de la estructura con la acción social, en el cual la primera no se sobrepone de forma determinista a la segunda, y en la que, además de manera prioritaria, interviene la subjetividad, en términos de ser la fuente con la cual el sujeto fundamenta su acción, cabe decir, le da sentido; aún cuando al querer establecerla como basada en leyes causales soslaye las acciones sociales contingentes y, por supuesto, el carácter amplio de lo que constituye la subjetividad que no se restringe a diferentes tipos de 'racionalidad' solamente.

Así, la concepción de la acción de los sujetos fundamentada en la *intencionalidad* expresa una valoración importante de la subjetividad de éstos por sobre el carácter reificante que se le otorgaba a las estructuras por parte de las teorías marxista y colectivista de Durkheim en las que el sujeto se encontraba prácticamente anulado de la producción del proceso histórico social.

Siguiendo esta línea, aunque paralelamente a la sociología comprensiva, las teorías hermenéuticas y fenomenológicas coexistieron ante los paradigmas holistas hegemónicos, pero de forma más bien marginal. Siendo hasta entrado el siglo XX cuando comenzarían su desarrollo más importante.

De esta forma, la oposición intelectual surgida ante la preeminencia sobre todo del determinismo estructural de las teorías macrosociales así como del reduccionismo psicológico del conductismo da lugar a la corriente interaccionista cuyo objetivo es orientarse hacia las capacidades mentales de los actores y su relación con la acción y la interacción.⁷ Fue George H. Mead quien establece los fundamentos de esta propuesta teórica en la que se asigna primacía y prioridad al mundo social, de hecho, la conciencia, la mente, son un producto de él. No obstante, aunque se afirme la existencia de un orden social irreductible a la interacción social inmediata éste no se sobrepone ni es independiente de los sujetos sino que es la expresión generalizada de ellos. Esto concuerda, por ejemplo, con su concepción sobre las instituciones las cuales, para Mead, no son ordenes estructurados y objetivos sino que el orden colectivo se

⁷ El interaccionismo tiene sus fundamentos en la filosofía del pragmatismo de John Dewey, el conductismo psicológico (John B. Watson), así como la sociología de G. Simmel.

corresponde con la experiencia generalizada de sus miembros. "...una institución no es más que una organización de actitudes que todos llevamos dentro de nosotros." (Alexander, 1989: 171) El control social, por tanto, no es más que una variación del autocontrol mutuo existente en el medio social sobre todo en las sociedades occidentales y que se encuentra en oposición a órdenes sociales burocratizados y autoritarios.

Es debido al conjunto de interacciones sociales que es posible el orden social sobre todo por lo que en ello va implicado, es decir, la conducta consistente de los sujetos.

Con relación a la acción, Mead menciona que un acto social implica dos o más actores, y el mecanismo básico del acto social es el gesto, pero un tipo de gesto que contiene un significado consciente.

Es decir, en este caso la acción o interacción social no sólo es resultado de significados que la motivan sino que también es fuente para la reproducción y reconfiguración significativa. Es en la interacción social simbólica en donde los significados se recrean y actualizan.

Ahora bien un elemento importante para explicar los procesos subjetivos que intervienen y se gestan en la interacción social simbólica es la definición del self. Éste es la capacidad de verse a sí mismo como un objeto social. El mecanismo general del self es la capacidad de las personas de ponerse en el lugar de otros con el fin de actuar como esos otros actúan y verse a sí mismas como las ven otros. Mead ubica la génesis del self en las etapas del juego y del deporte en la infancia. En este sentido es importante la concepción de Mead sobre el 'otro generalizado' que emerge en la etapa del deporte. La capacidad de verse desde el punto de vista de la comunidad es esencial tanto para la emergencia del self como para la de las actividades grupales organizadas.

Por ello, la propuesta de Mead es importante gracias a que introduce cierto grado de libertad en los sujetos no sólo para la acción sino también para la significación. Con esto las personas son capaces de modificar o alterar los significados y los símbolos que usan en sus prácticas y en la interacción basándose en su capacidad para interpretar la situación a través del 'self', lo que les permite examinar los posibles cursos de acción, y valorar sus ventajas y desventajas relativas para luego elegir uno. La concepción del 'otro generalizado' es relevante toda vez que da lugar en el sujeto al sentido de comunidad y de pertenencia a ésta, es decir, a una forma de identidad colectiva. No obstante que una de las limitantes en la teoría de Mead es que reduce la existencia de las estructuras al conjunto entretejido de interacciones y para él son resultado de las

experiencias generalizadas de los sujetos, por lo que son incapaces de existir de manera objetiva.

Pero, tratando de complementar y llenar el vacío que limitaba la explicación de la vida social en la primera versión del interaccionismo simbólico, Goffman propone que la interacción social se concreta teniendo como escenario a un conjunto de microestructuras que de algún modo condicionan al sujeto. La estructura se representa, entonces, como una especie de marco que restringe y delimita la acción e interpretación de los sujetos y que interviene en la construcción del sentido de su situación (Goffman, 1981). Así, estas microestructuras más que estar referidas al sistema social en su conjunto lo están con respecto a los significados, la cultura, los valores, las ideologías que en conjunto constituyen un marco subjetivo de interpretación de la realidad social. Es decir, son microestructuras culturales y subjetivas. Los esquemas de interpretación son aquellos que permiten al individuo 'localizar, percibir, identificar y etiquetar' ocurrencias en su espacio vital y en el mundo en general. Al dar significado a los eventos u ocurrencias, la estructura se pone en marcha para organizar la experiencia y guiar la acción, sea individual o colectiva (Goffman, 1981).

Retomando a Mead, Goffman menciona que con el fin de mantener una imagen estable del self, las personas actúan para sus audiencias sociales. La acción social lleva consigo la intención de los sujetos de representar ante los demás una imagen adecuada, tal y como si estuviera en una obra de teatro, lo hace, por un lado, disponiendo de los recursos de significado que se encuentran en sus esquemas de interpretación pero, al mismo tiempo, es capaz de innovar e improvisar su actuación de acuerdo a la situación concreta en la que se encuentre interactuando.

Esta interacción se presenta como una especie de ritual en donde los actores representan formas idealizadas del self. Las conversaciones son un tipo de rituales en donde se intercambian datos de los actores. De esta forma, los rituales de interacción son herramientas que utilizan los individuos para allegarse recursos tales como: establecer contactos, avergonzar o vencer a sus rivales o reafirmar su propia superioridad social (Collins, 1995: 232-233).

Pero, como ya se menciona, la interacción ritualizada se desarrolla siempre en una especie de escenario el cual se puede dividir en 'el frente' o 'fachada' y la parte 'trasera'. Estas fachadas, sin embargo, tienden a institucionalizarse de tal modo que surgen 'representaciones colectivas' sobre lo que sucede en una fachada determinada. El resultado es que las fachadas tienden a ser elegidas, no creadas (Goffman, 1981).

Vemos entonces en Goffman una argumentación similar a la de Mead, aunque en este caso si se acepta la existencia de estructuras en un nivel micro las cuales se presentan, hasta cierto punto, como independientes de los sujetos y como marcos que delimitan su acción; pero, además, dichos marcos proveen de ciertos recursos de los cuales los sujetos hacen uso tanto para la elaboración subjetiva como para su interacción social. Aunque de nueva cuenta se soslaya la existencia de estructuras más amplias que no provienen ni dependen de las interacciones sociales inmediatas sino que más bien las delimitan.

En este mismo tenor Herbert Blumer⁸ intenta ofrecer una explicación más amplia sobre el papel de las estructuras en la definición de la acción social aunque, fiel a los principios interaccionistas, afirma que la sociedad no se compone de macroestructuras sino que su esencia debe buscarse en los actores y la acción. Así, no obstante de que no rechaza tajantemente la existencia de las estructuras éstas, según el autor, emergen de los microprocesos, los cuales son generados por el conjunto de interacciones entre los sujetos, siendo uno de ellos la acción colectiva. Aquí es destacable la concepción de Blumer pues para él la acción colectiva realizada por los sujetos se concibe como una acción conjunta, la cual no es la suma de los actos individuales sino que tiene un carácter propio. Una acción conjunta no es externa o coercitiva para los actores y sus acciones sino que es creada por ellos. De esta forma, Blumer, además de aceptar que la mayor parte de las acciones conjuntas adoptaban formas pautadas, admitía también que esta acción se regía por sistemas de significados preestablecidos como la cultura y el orden social.

El papel que ocupan en el análisis de Blumer las estructuras es relevante. Las estructuras son contextos dentro de los cuales se enmarcan los aspectos más importantes de la vida social: la acción y la interacción. Las grandes estructuras establecen las condiciones y limitan la acción humana, pero no la determinan (Ritzer: 2002: 288).

Blumer así, admite un orden social. Menciona que los factores estructurales pueden iniciar la acción pero ese factor iniciador no explica cómo ese y otros asuntos se toman en cuenta en la situación que reclama acción (Alexander, 1989: 182).

De tal forma que aunque Blumer reconozca la existencia de las estructuras sociales, le otorga una preeminencia a la acción indeterminada y espontánea de los sujetos. Ya que, las personas no actúan dentro del contexto de estructuras tales como la sociedad; antes

⁸ Este autor es quien de hecho acuña el término de interaccionismo simbólico para definir la perspectiva teórica que inicia con Mead y a la que Blumer le da continuidad.

bien actúan en situaciones. Las grandes estructuras son importantes en la medida en que dan forma a las situaciones en las que los individuos actúan y proporcionan a los actores el conjunto de símbolos establecidos que necesitan para actuar (Ritzer, 2002: 288).

Pensando en la significación del orden colectivo señala que “la porción preponderante de acción social en una sociedad humana, sobre todo en una sociedad consolidada, existe en forma de patrones recurrentes de acción conjunta”.

“En la mayoría de las situaciones en que las personas actúan unas hacia otras, tienen de antemano una firme comprensión de cómo actuar y de cómo actuarán los demás. Comparten significados comunes y preestablecidos acerca de lo que se espera en la acción de los participantes, y por ende cada participante puede guiar su propia conducta mediante tales significados.” (Alexander, 1989: 184)

Lo cual no es otra cosa que el reconocimiento de los significados estructurados que en Parsons son los valores y las normas.

Pero, de manera contraria a esta primera afirmación, Blumer afirma que en el proceso de creación y recreación de la acción conjunta los actores se guían por significados comúnmente aceptados, pero no están determinados por ellos. Pueden aceptarlos como son, pero también pueden introducir alteraciones de diferentes magnitudes.

Así pues, la exposición anterior de la teoría interaccionista simbólica nos permite ubicar algunos de los elementos innovadores y alternativos que están contenidos en su propuesta. Principalmente destaca la importancia que se le otorga al carácter no absolutamente determinado de las acciones y a la intervención de motivaciones subjetivas de los sujetos, expresadas a través de símbolos. Nos plantea que, aún cuando hay disposiciones sociales que restringen la libertad de acción, el sujeto tiene la posibilidad para elegir entre una variedad de opciones, lo cual representa una cualidad inherente a los seres humanos.

El problema en todo caso de esta propuesta teórica reside en que su unidad de análisis se reduce a la interacción social como microproceso, ya que aún cuando se reconoce, con cierta reticencia, la existencia de estructuras éstas quedan reducidas a su nivel más micro, como en los ‘marcos de interpretación’ de Goffman, y se conciben como producto del entramado de interacciones sociales (Mead, Blumer) por lo que, sólo al concretarse éstas las estructuras subsisten. Es decir, niegan la posibilidad de que la realidad social esté constituida también por grandes estructuras, transindividuales y transhistóricas que no tienen, aparentemente, una ubicación espacial específica y que por lo tanto existen de manera objetivada y hasta cierto punto independiente a los

sujetos, aún cuando en efecto hayan sido productos históricos de éstos y, posean un carácter condicionante en los cursos de acción social. Por lo anterior, si bien estos aportes teóricos se encuentren limitados para explicar dimensiones de la realidad social de segundo orden, en cambio pueden ser útiles en el análisis e interpretación de realidades microsociales en las que el conjunto de interacciones sociales da lugar al establecimiento de un orden inmediato estructurado por parte de los sujetos que se reproduce en la cotidianeidad de forma regular y sistemática pero también como resultado de diversas contingencias.

Por otro lado, al concentrarse únicamente en los significados y en su expresión simbólica soslayan también toda la variedad de procesos subjetivos que entran en juego en la construcción del sentido para la acción social y que pueden ser no sólo de carácter cultural, sino psicológicas (como en el caso de las necesidades, las aspiraciones, las emociones, los sentimientos, las psicopatologías) morales (lo justo, lo injusto, la valentía, la libertad, la equidad) estéticas (la belleza, la fealdad) formas diversas de razonamiento, incluyendo el instrumental, el sentido común, la hipergeneralización, etc.

En respuesta a las diversas limitaciones contenidas en las propuestas interaccionistas la sociología fenomenológica de Alfred Schutz se centra en el significado no como presuposición, sino como problema. En esta corriente, las consecuencias prácticas reales no se oponen a las situaciones simbólicas definidas. Por el contrario, todas las situaciones son consecuencias, y todas las realidades humanas son tanto simbólicas como prácticas. Las distinciones entre la experiencia subjetiva y el comportamiento objetivo se sintetizan en el concepto de práctica intersubjetiva, aunque el grado en el cual un mundo es confirmado intersubjetivamente puede ser complejo.

La perspectiva positivista es invertida y la cuestión clave no es ya cuál es la estructura de la realidad social, sino, por el contrario, cómo se construye socialmente la realidad.

De esta manera el planteamiento de Schutz intenta rebasar la orientación psicologista de Husserl, y se centra en un aspecto del mundo social que denomina el *mundo de la vida*, o mundo de la vida cotidiana, el cual representa un mundo intersubjetivo en el que los sujetos crean la realidad social, a la vez que se encuentran presionados por las constricciones que ejercen las estructuras sociales y culturales previamente creadas por sus antecesores. Aunque muy buena parte del mundo de la vida es compartida, existen también aspectos privados (biográficamente articulados) del mundo. Dentro del mundo de la vida, Schutz diferencia entre las relaciones íntimas cara a cara (relaciones entre

nosotros) y las relaciones distantes e impersonales (relaciones entre ellos) (Schutz, 1973).

Lo esencial del mundo de vida es así tanto la forma en que el sujeto significa su realidad intersubjetiva como las estructuras establecidas y construidas socialmente por sus antecesores. Con ello se arriba a la propuesta de diferenciar significado subjetivo o individual del objetivo o socialmente sancionado. La mediación entre estructura y acción es, entonces, subjetiva. Para Schutz la estructura no es otra cosa que una construcción social y cultural sedimentada y concretada por los sujetos precedentes y que sanciona y constriñe socialmente de forma objetiva. La manera en que opera la estructura sobre el mundo de la vida cotidiana es a través de varios tipos de ordenamiento: el espacial, el temporal, y el social.

Sin embargo, es a partir de la realidad vivida y experimentada por los sujetos –vale decir significada- como se estructura el mundo de la vida. El mundo de la vida cotidiana es la realidad primaria de los individuos, la experiencia inmediata del mundo circundante. El resultado de los actos se verifica como sucesos dentro de un mundo intersubjetivo que es a la vez objetivo por los efectos que causa en otros sujetos simbólica o materialmente. Esto porque la realidad vivida es compartida con otros sujetos; lo que Schutz define como *comprensión recíproca*.

Pero, el mundo de la vida cotidiana tiene sentido sólo si permanece constante y armonioso. En la medida en que no es así -es decir cuando surgen experiencias abruptas- el sujeto tenderá a cambiar el acento de realidad a otro ámbito de sentido. Es decir, sólo mientras permanece coherente el mundo de la vida cotidiana será una fuente de significado para el sujeto.

El espacio de trabajo, como mundo de vida, es por ello una de las fuentes más importantes de significado ya que en él la interacción con otros sujetos se establece de manera cotidiana dando pie a una intersubjetividad recurrente y a una realidad social que no es cuestionada por los sujetos en tanto que no sufra una alteración extraordinaria en su dinámica esencial.

De esta manera, las tres formas de ordenamiento del mundo de vida son relevantes para la construcción e interacción de los significados de los sujetos, siendo el ordenamiento social en el que centramos nuestra atención.

El *ordenamiento social* del mundo de la vida de la existencia cotidiana radica, por un lado, en la actitud natural de la vida cotidiana que acepta la existencia de otros hombres como algo presupuesto tomando en cuenta que un mundo social y cultural estructurado

ya está dado históricamente para el sujeto y para sus semejantes. Por otro lado, el sujeto percibe inmediatamente a otro hombre solo cuando este comparte con él un sector del espacio y del tiempo del mundo de la vida. El encuentro (la situación cara a cara) es la única situación social caracterizada por la inmediatez temporal y espacial. Esto determina esencialmente no solo el estilo, sino también la estructura de las relaciones y los actos sociales que tienen lugar en esta situación. En el caso de una orientación tú recíproca, se constituye una relación social, a la que Schutz da el nombre de relación 'nosotros'. Es en la relación Nosotros donde la intersubjetividad del mundo de la vida se desarrolla y se confirma continuamente. El mundo de la vida es el mundo de la experiencia común entre los sujetos, una ruptura o incluso una restricción radical de la continua confirmación de este carácter del mundo tiene graves consecuencias para el normal desarrollo de su intersubjetividad.

Pero los sujetos no sólo entablan una relación social de forma inmediata con sus semejantes, es decir no sólo interactúan cara a cara entre sí sino que es posible que operen interacciones con sujetos que no están físicamente cercanos. Este tipo de relación Schutz la denomina como una relación social entre contemporáneos: hombres con quienes no se tiene realmente una relación Nosotros, pero cuya vida corresponde al mismo periodo actual del tiempo del mundo que el sujeto: una relación 'Ellos'.

Una variante que destaca Schutz de este tipo de relación es el grado de anonimia. La propiedad típica es anónima, con referencia a cada persona. El contemporáneo es en todo caso anónimo. Los tipos anónimos pueden ser: personal, funcionario, o entes sociales.

En este sentido la acción de los sujetos se realiza siempre como interacción, pero no de forma voluntarista sino constreñida por la estructura social y cultural que restringe la acción completamente indeterminada de los sujetos. Ahora bien, la interacción se realiza por un lado, de manera física y tangible (el mundo asequible), y por otro, de manera simbólica (el mundo mediato, no asequible, pero compartido y reconocido socialmente). En el último de los casos la interacción es intersubjetividad que es la conciencia compartida del mundo y sus metas, lo cual puede ejercerse en interacciones cara a cara o bien anónimas. Es decir que entre la estructura y la acción media siempre la subjetividad que es en todo momento fuente de significación de la realidad social y cultural heredada de los sujetos por sus antecesores (Schutz, 1973).

Las vivencias, así, se expresarían a través de símbolos organizados en un sistema de signos aunque la significación no corresponde a la vivencia, el significado es, más bien, reflexión sobre la vivencia pero no la vivencia misma.

Resumiendo, para Schutz la estructura social y cultural es una construcción social sedimentada que impone ciertos límites a los cursos de acción de los sujetos.

En todo ello se encuentra mediando la subjetividad de los sujetos que así, en la interacción con otros, que es a la vez física y tangible como simbólica y cara a cara o anónima, significan el tipo de relaciones que establecen entre sí, así como sus prácticas. Dicha significación se genera de manera interna al sujeto, conjuntamente con una manera objetiva, en donde el significado asume un carácter social (acumulación social de significados). Con ello, Schutz establece una diferencia trascendental entre significado objetivo –la cultura- y significado subjetivo.

Lo importante de Schutz para nuestros fines es su concepción de la relación social como intersubjetividad es decir, como proceso de significación tanto de las interacciones como del conjunto de prácticas sociales, las cuales pueden darse de forma inmediata, en una relación cara a cara, como en relaciones mediatas y anónimas, es decir, la capacidad de intersubjetividad que es esencial para la constitución de un sentido de pertenencia a una colectividad no pasa necesariamente por el contacto directo ni éste constituye una condición para el establecimiento del reconocimiento e identidad entre los sujetos. Así como también es importante el papel jugado por el cúmulo de significados socialmente estructurados que de algún modo condicionan la subjetividad misma de los sujetos sin determinarla invariablemente.

En el caso de Schutz, conjuntamente con la propuesta de sus discípulos que se menciona a continuación, el tratamiento que da a la relación entre estructura, significado y acción es distinta a la del interaccionismo y brinda elementos para el desarrollo de un enfoque teórico más integral sobre la subjetividad y la acción social, particularmente el carácter intersubjetivo de las interacciones sociales las cuales, por tanto, son fuente de significados múltiples que guían los cursos de acción y las prácticas de los sujetos.

En este sentido, la propuesta de Berger y Luckman, influenciados por Schutz, se puede resumir en dos premisas fundamentales: a) la realidad se construye socialmente, b) la sociología del conocimiento debe ocuparse de analizar los mecanismos por los que se efectúa la construcción de la realidad social (Berger y Luckman, 2001).

La relación sujeto y estructura social es de carácter dialéctico, articulándose en función de tres momentos interactuantes que son: “externalización”, “objetivación” e

"internalización". El primero se refiere al resultado de la necesidad humana para sobrevivir ante su limitada constitución biológica: la sociedad. Ésta, en el segundo momento, no obstante de ser un producto de la actividad humana se objetiva de tal forma que se presenta como algo exterior a los sujetos e independiente de su voluntad. En dicha objetivación intervienen además procesos de institucionalización y legitimación por los cuales el orden social se reproduce y se valida socialmente. La "internalización" conlleva una especie de reapropiación del mundo objetivado por la conciencia humana, de tal manera que las estructuras objetivas influyen en las propias estructuras subjetivas, siendo el proceso de socialización el cauce principal por el que la internalización del mundo social tiene lugar sin que sea esto algo que determine toda acción y significado de los sujetos. La construcción social del mundo es, así, la construcción intersubjetiva del sentido de la experiencia y acción humanas de acuerdo a las disposiciones estructurales del mundo de la vida. Lo cual implica para los sujetos otorgarle sentido a su acción social y seguridad ontológica a su existencia de vida.

En este sentido, el hombre produce y reproduce la realidad social, a la vez que es producido y reproducido por ella.

Por lo anterior, la importancia de la propuesta teórica de Berger y Luckman radica en que su intención no es sólo demostrar que las estructuras influyen en la subjetividad y acción de los sujetos, sino que el movimiento también se da en forma inversa: lo subjetivo y la acción concreta influyen sobre el mundo social modificando sus estructuras.

De acuerdo con estos dos autores el objeto de la sociología es el mundo de la vida cotidiana. Ésta se presenta como una realidad interpretada por los hombres y para ellos tiene el significado subjetivo de un mundo coherente. El mundo de la vida cotidiana no solo se da por establecido como realidad por los miembros ordinarios de la sociedad en el comportamiento subjetivamente significativo de sus vidas. Es un mundo que se origina en sus pensamientos y acciones, y que está sustentado como real por éstos (Berger y Luckman, 2001: 37).

El sentido común encierra innumerables interpretaciones pre-científicas y cuasi-científicas sobre la realidad cotidiana a la que da por establecida. La vida cotidiana es la única realidad que se le presenta como natural a los sujetos. Ésta se presenta como objetiva y preestablecida para los sujetos actuales quienes la conciben no sólo en su contenido inmediato sino también lo que no se encuentra a su alcance físico ni espacial

ni temporalmente. Esto indica la existencia, según los autores, de grados de proximidad y alejamiento.

En suma, lo que define esencialmente al mundo de la vida cotidiano es su carácter intersubjetivo ya que es un mundo que es compartido socialmente, en el cual los sujetos interactúan y producen e intercambian significados que son comunes para ellos.

Por tanto, a diferencia del interaccionismo simbólico, para la fenomenología y el construccionismo social, el significado de cualquier norma específica no se supone *a priori*: es más bien considerado como algo problemático, tanto *para el actor* como para el observador.

Así, más que ser un hecho externo para ser descubierto, el significado en una situación es resultado de un proceso subjetivo de construcción, una realidad simbólica creada a través de la confrontación recíproca y la negociación. La interacción no constituye una mera interacción de pautas definidas y normativas ni de actores que sirven como portadores o medios de dichas pautas. En realidad, la interacción es un proceso concreto de inferencia e interpretación, en el cual el significado de situaciones particulares se construye y en el que el lenguaje y la sociedad son recreados en el uso mismo.

Más, la forma en que se producen los diferentes mundos de vida, así como las pautas y el conjunto de significados objetivos en la interacción es resultado de la estabilidad de las expectativas recíprocas —y, por lo tanto, la emergencia de un mundo compartido de normas y estructura social— es inmanente al proceso de *tipificación mutua*. Es de la estructura social inmediata de donde, a partir de la experiencia interactiva de los sujetos en ella, éstos abstraen modos de dar sentido y una diversidad de criterios que otorgan relevancia a sus prácticas sociales y a las fuentes de intencionalidad para concretarlas. Así, en la medida en que las tipificaciones existentes en la estructura social inmediata se encuentran aplicables para los sujetos de forma metasituacional se les confiere el carácter de regla (Schutz, 1973). Estas tipificaciones, sin embargo, siempre son sujeto de renegociación y de redefinición interactiva. Así, aunque un sentido de estructura social puede surgir en un nivel de tipificación más elevado, necesita ser revalidado continuamente en la vida diaria. Por esto el sentido de estructura social y del orden suele ser endeble en ciertas situaciones.

Siguiendo esta línea, Garfinkel al admitir con Schutz la existencia de los procesos de significación de los sujetos a través de las interacciones postula, empero, que estos procedimientos interpretativos en la cotidianidad presuponen algunas expectativas

antecedentes acerca de *lo que cada uno sabe*; es decir, que el proceso mismo de construcción cultural requiere la existencia previa de algunos significados culturales compartidos, o interpretación documental (Garfinkel, 2006).

La afirmación de Garfinkel, según la cual las personas emplean un método documental de interpretación para comprender el mundo, destaca que cuando las personas llegan a comprender sucesos y acciones lo hacen en función de expectativas, modelos e ideas previas. Estas expectativas previas, a su vez, son modificadas por la comprensión que se obtiene, se da una especie de proceso circular continuo en el que una expresión determinada se ve como evidencia de una pauta subyacente y, al mismo tiempo, el hecho de que la expresión forme parte de esta pauta subyacente se emplea para comprenderla (Potter, 1998: 72).

Todas las prácticas acontecen en relación con las estructuras de la colectividad de la cual forman parte los sujetos, los ‘supuestos de fondo’ que configuran el orden normativo de la sociedad. Por esta razón, los actores intencionales ‘consultan aspectos institucionalizados de la colectividad. Hay una ‘cultura común’ en la cual debe inspirarse la acción intencional (Alexander, 1989: 211).

Así, los nuevos escritos, además de proveer una etnografía de las apariencias que surgen en las interacciones fijas, también sugieren un mundo de significado aún no descubierto, una estructura social histórica, transituacional, en términos de la cual los rasgos de la vida diaria se construyen.

De esta forma, la corriente fundada por Garfinkel, la *etnometodología*, se centra en los *métodos* que la gente usa en la construcción de la realidad social. Es decir, lo que busca este planteamiento es rebasar la concepción interaccionista de considerar el significado como producto puro de modo que daban cuenta de él como recurso para la explicación, pero no podían explicar la forma en que era construido. En cambio, la etnometodología considera el significado como proceso en el que se busca explicar no sólo el fenómeno como tal expresado a través de las interacciones sino también su proceso de construcción. La premisa es que el significado de una palabra o expresión depende del contexto en que se usa. Por ello, el estudio del significado de una expresión no llegará a una conclusión satisfactoria si no se tiene alguna comprensión de la ocasión en que se utiliza la expresión (Potter, 1998:65).

Así, el interés de esta corriente son las prácticas astutas que producen estructuras micro y macro, los cuales son ‘reflexivamente explicables’. Las explicaciones suponen un esfuerzo de los actores que incluye procesos tales como la descripción, la crítica, y la

idealización de situaciones específicas. La explicación es el proceso por el que las personas dan sentido al mundo. Por ello la forma de percibir la explicación de los actores es, para la etnometodología, el análisis conversacional de las prácticas ejercidas en la vida cotidiana.

Las prácticas de los sujetos en ambientes institucionales no están totalmente definidas y determinadas por la estructura –normas, reglas- sino que éstas son usadas por los actores para realizar sus tareas y para crear la institución de la que forman parte, es decir, a través de su práctica concreta los sujetos reproducen las instituciones, las cuales, por lo tanto, no existen por sí mismas.

En este caso, entonces, la relevancia en la concepción de la etnometodología consiste en atender en el proceso de investigación social el proceso social específico bajo el cual se constituyen las prácticas y los significados sin considerarlos aislados de su contexto sino enmarcados dentro de situaciones sociales concretas las cuales se tienen que explicar para encontrar el sentido real de las acciones de los sujetos.

2. Teorías de la *agency* y la articulación entre Estructuras, Subjetividad, Acción.

El espectro teórico expuesto arriba no resuelve del todo la problemática referida a la acción social, la subjetividad y las estructuras. Las diferentes propuestas tratadas anteriormente, desde las de corte estructuralista hasta las hermenéuticas –de carácter subjetivista- dan cuenta de un reconocimiento, con grados de importancia diferente en cada una de acuerdo a los objetivos de lo que pretendieron analizar, de las estructuras, tanto en su nivel amplio y más general hasta el más micro y particular, como entes sociales producidos históricamente por los sujetos pero objetivados de tal forma que afectan y limitan la acción, y en cierto modo la conciencia o subjetividad de los actores quienes, no obstante, y es algo imprescindible en la obra teórica de Marx pero también y con un nivel de complejidad mayor en las teorías hermenéuticas, poseen la capacidad para concretar acciones de manera autónoma y creativa y con ello lograr incluso la modificación de esas mismas estructuras que lo presionan social e históricamente. De esta manera, aunque es posible encontrar representantes marginales de estos esfuerzos teóricos en toda la historia moderna de las ciencias sociales, es a fines del siglo XX cuando se comienzan a desarrollar propuestas que buscan retomar de un modo flexible a los sistemas rígidos que representaban tanto las teorías estructuralistas como las subjetivistas con relación a la acción de los sujetos, haciendo un trabajo de integración

teórica de los diversos enfoques arriba señalados. Partiendo de la premisa de Marx escrita en el primer párrafo del *Dieciocho Brumario de Luis Bonaparte* se desarrolla una visión alternativa que trata de dar cuenta de la capacidad humana para construir y generar acciones pero no de una forma voluntarista sino enmarcadas por estructuras de diferente nivel que condicionan en todo momento el espacio de posibilidades para la acción de los sujetos. Anthony Giddens, Pierre Bourdieu y J. Habermas han sido los principales promotores de esta concepción que emerge como rechazo al objetivismo y al subjetivismo y que intenta resaltar la importancia de los fenómenos simbólicos, concebidos no como expresión mecánica de las estructuras sino como dimensión constitutiva del funcionamiento social. Aunque, como se expondrá, al final no alcanzan a explicar la complejidad inherente de la subjetividad humana como mediación entre las determinaciones estructurales y la acción social.

La conclusión más importante a la que arriban diversas propuestas teóricas en la Ciencias Sociales de fines de siglo XX es, sin duda, aquella que refiere a la posibilidad de los sujetos de actuar de manera reflexiva en medio de un contexto estructural que si bien le condiciona no se concibe ya como una situación de determinación histórica.

De esta manera, la Teoría de la estructuración de Anthony Giddens (1998) argumenta que uno de los elementos más importantes que explican la constitución y reproducción de la vida social es la acción. Ésta es concebida por el autor como una conducta intencional y continua, en donde la reflexividad de los actores es imprescindible:

“la forma específicamente reflexiva del entendimiento de agentes humanos la que interviene a mayor profundidad en el ordenamiento recursivo de prácticas sociales. Una continuidad de prácticas presupone reflexividad.” (Giddens, 1998:40).

Pero, “reflexividad no se debe entender como mera ‘auto-conciencia’ sino como el carácter registrado del fluir corriente de una vida social.” (Giddens, 1998:41)

Esta capacidad de racionalizar la conducta le permite a los sujetos ejercer control sobre sus acciones y actividades que le abren la posibilidad para el manejo efectivo de su mundo social en el cual está incrustada la estructura. La sucesión de prácticas sociales en la vida cotidiana, situadas dentro de un contexto histórico y geográfico específico, hace posible la reproducción de dicha estructura cuya expresión es el conjunto de *reglas* y *recursos* bajo los cuales los actores guían su acción.

La constitución de la sociedad es así producción y reproducción por parte de actores sociales situados históricamente. Es decir, la actividad práctica de los sujetos reproduce

los propios contextos sociales en los cuales es posible la acción social. Sin embargo, la situación contextual no sólo hace posible la acción sino que al mismo tiempo la delimita. Para Giddens es importante establecer que si bien los sujetos son quienes producen la estructura social ésta también influye sobre ellos, de tal forma que por un lado la estructura se crea y puede ser modificada a través de la acción, pero a la vez, la acción es estructurada por las disposiciones establecidas en la estructura. A dicho proceso dialéctico entre estructura y acción Giddens denomina como '*dualidad de la estructura*' (Giddens, 1998).

Así, la acción concebida como capacidad de intervención creativa de los sujetos en la vida social se relaciona con el concepto de *praxis social*, diferenciándose de las *prácticas* que más bien hacen referencia a actividades habitadas y reguladas.

La praxis social considera la acción intencional y reflexiva por parte de los actores dentro de un contexto social específico pero no absolutamente determinado por él, por lo que es susceptible de ser transformado. La agencia social, de hecho, tiene sentido únicamente en la medida en que introduce cambios en la vida social de manera intencional, o sea, con un control reflexivo (que conlleva motivos, razones e intenciones) por parte de los actores.

El carácter reflexivo hace referencia a su vez a la capacidad de los sujetos para dar cuenta –a ellos mismos y a los demás– de los motivos, las razones, y las intenciones de la acción de manera discursiva. Lo anterior no significa, empero, que siempre los sujetos actúen reflexivamente sino que también lo pueden hacer por motivaciones no conscientes ni racionales, aún cuando las razones que emitan a través de su discurso refieran argumentos coherentes. Por ello, el lenguaje como expresión de la capacidad reflexiva de los sujetos es importante ya que, además, es el medio por el cual interactúan y logran introducirse en un proceso intersubjetivo en el que no sólo significan sus propias motivaciones e intenciones sino que son capaces, en la interacción con otros sujetos, de entender el sentido que ellos le dan a su propia acción constituyendo en este proceso de actividad social e interacción simbólica marcos de significado sociales con los cuales es posible interpretar el mundo conformando así un conocimiento mutuo.

El concepto de dualidad de la estructura intenta explicar la mediación que en el proceso de reproducción social se establece entre estructura e interacción. Las estructuras sociales, de acuerdo con este concepto, son configuradas por la conducta de los sujetos, a la vez que representan el medio de dicha configuración.

Lo anterior asume su expresión concreta por medio de las reglas y los recursos como elementos propios de las estructuras, y como sistema normativo que permite la producción y reproducción de las mismas a través de la acción estructurada y reflexiva de los sujetos.

Según Giddens: “la estructura sólo existe en y mediante las actividades de los agentes humanos.” (Giddens, 1989: 256)

En otras palabras, las características estructuradoras de los sistemas sociales que Giddens denomina como *propiedades estructurales* -relaciones de propiedad, familia, instituciones políticas (civiles y estatales), etc.-, tanto imponen restricciones a la acción como posibilitan que ésta se realice.

De esta manera, el agente, como ya se menciona, puede concretar acciones contingentes que no se supeditan a las regularidades estructurales o rutinas sino que éste tiene en todo momento la posibilidad de actuar de un modo distinto al habitual. Ello no significa, sin embargo, que tenga una libertad irrestricta y que no considere las constricciones estructurales, “ningún agente es enteramente autónomo”, “...el margen de la libertad de la agencia depende decisivamente de la variedad de actividades que un agente puede realizar con competencia.” (Cohen, 1987: 366).

Por tanto, la existencia de posibilidades de acción inédita y transformación social del agente implica también la consideración de los mecanismos estructurales que constriñen la práctica absolutamente libre, por tanto, la teoría de la estructuración intenta ser tanto una crítica al voluntarismo individualista como al conformismo y la pasividad, propios de la visión estructuralista. El abanico de lo posible se abre ante los agentes, pero bajo cierta regularidad establecida que no se puede soslayar a expensas de que la acción social, lejos de ser liberalizadora se convierta en un resultado frustrante.

Sin embargo, la propuesta de Giddens no llega a abandonar completamente una perspectiva que se acerca mucho al voluntarismo del agente social debido a que, en aras de no caer en los estructuralismos que critica, se orienta hacia el otro extremo al considerar que es sólo la acción de los sujetos la que da vida a las estructuras, concebidas estas como *normas* y *reglas*, soslayando dimensiones estructurales que no necesariamente se expresan como códigos normativos de conducta, sino que se ubican en realidades de segundo orden las cuales, por tanto, no son inmediatamente visibles ni dependen de la acción reflexiva de los sujetos, sino que se encuentran inmersas en tiempos y espacios históricos más mediatos y, por lo tanto, al margen de la voluntad de cada sujeto en lo particular.

Esto es justamente lo que Bourdieu, por otro lado, retoma para desarrollar su propuesta teórica en la que, a diferencia de Giddens, si se acepta la existencia de estructuras objetivas que no necesariamente dependen de la voluntad ni de las prácticas de los sujetos para reproducirse. El punto central lo constituyen los *sistemas de relaciones* (o *de posiciones*), también denominados estructuras objetivas, conceptualizadas bajo el concepto de *campo* (Bourdieu y Wacquant, 1995). En estas estructuras objetivas los agentes interactúan, de acuerdo a las distintas posiciones sociales en las que se desenvuelven, tomando como base para su agencia social una segunda estructura denominada por el autor como *Habitus*, que es el producto de la internalización de las estructuras del mundo social (Bourdieu, 1998). De tal forma que lo objetivo y lo subjetivo se encuentran relacionados a través del hábitus.

En palabras de Bourdieu el Hábitus es:

“Estructura estructurante, que organiza las prácticas y la percepción de las prácticas [...] es también estructura estructurada: el principio del mundo social es a su vez producto de la incorporación de la división de clases sociales. [...] Sistema de esquemas generadores de prácticas que expresa de forma sistémica la necesidad y las libertades inherentes a la condición de clase y la *diferencia* constitutiva de la posición, el habitus aprehende las diferencias de condición, que retiene bajo la forma de diferencias entre unas prácticas enclasadadas y enclasantes (como productos del habitus), según unos principios de diferenciación que, al ser a su vez producto de estas diferencias, son objetivamente atribuidos a éstas y tienden por consiguiente a percibir las como naturales” (Bourdieu, 1998: 170-171)

Las estructuras objetivas, que Bourdieu denomina como la objetividad del primer orden, están constituidas por la distribución desigual de los recursos materiales –es decir, el mundo desde fuera. Al mismo tiempo el autor establece una objetividad del segundo orden, que está constituida por la clasificación y esquematización de la realidad a partir de la *aprehensión* que se tiene de la realidad misma –es decir: cómo reconstruyen los sujetos y le dan sentido al mundo o a la realidad a partir de la *aprehensión* que tienen de ella misma (el mundo *desde dentro*).

Entonces, el elemento reconstitutor de la realidad es la estructura social, no obstante, los sujetos también intervienen en este proceso pues a partir de la determinación social – por medio de la estructura objetiva o social- el individuo aprehende la realidad, la categoriza, la esquematiza, le da sentido y –en la mayoría de los casos- *la exterioriza* por medio de las prácticas, *reconstruyéndola*. Siendo en este punto en el que la concepción de Giddens sobre la estructura se emparenta parcialmente con la de

Bourdieu, sobre todo en el énfasis que le otorgan ambos al papel de los sujetos en la reproducción estructural.

Sin embargo, Bourdieu va más allá al considerar la existencia transhistórica de las estructuras nombrando a este proceso como *estructuralismo genético*:

“El análisis de las estructuras objetivas, en diferentes campos, es inseparable del análisis del génesis, en los individuos biológicos, de las estructuras que son, hasta cierto punto, el producto de la incorporación de las estructuras sociales; inseparable, también, del análisis de la génesis de esas mismas estructuras sociales; el espacio social, y los grupos que lo ocupan, son productos de las luchas históricas (en las que los agentes participan de acuerdo con su posición en el espacio social y con las estructuras mentales que aprenden en ese espacio.” (Bourdieu, 1990)

La aprehensión de la realidad que deriva de la determinación de la estructura social, no se remite solamente al aspecto del conocimiento de la realidad y del mundo externo, sino que también –y esto es inherente a dicha aprehensión- reproduce estructuras objetivas desiguales y disimétricas, es decir, reproduce al estado de las cosas; en otras palabras: *al orden dominante*.

El *espacio social* es la noción teórica que Bourdieu le da a la sociedad; por lo tanto, el espacio social es una vasta red estructurante que abarca una totalidad. Dentro de esta red total, existen “pequeños” espacios de juego que Bourdieu denominará, como ya se señala, *campos*, los cuales tienen una constitución histórica y una *autonomía relativa* con base a la relación que tienen con el espacio social.

Por ende, el campo es, reiterando, la red de relaciones entre las posiciones objetivas que hay en él, las cuales existen separadas de la conciencia y la voluntad colectiva. A la vez el campo esta impregnado de relaciones de poder siendo “un tipo de mercado competitivo en el que se emplean y despliegan varios tipos de capital (económico, cultural, social, simbólico)”. Sin embargo, es el campo del poder político el más importante; la jerarquía de las relaciones de poder dentro del campo de la política sirve para estructurar los demás campos.

En la propuesta de Bourdieu, entonces, aunque hay un intento por establecer las mediaciones entre estructura y agentes, a través de sus conceptos de campo y habitus, no logra desenmarcarse de cierta dosis de estructuralismo que impide libertad de acción y movimiento a los sujetos quienes, en la espina dorsal de su obra, se encuentran hasta cierto punto subordinados a los esquemas estructurales que disponen social e históricamente a los individuos. No obstante, es importante resaltar su concepción sobre las dimensiones estructurales de primer y segundo orden a partir de las cuales puede

explicarse la construcción y reproducción de la realidad social incorporando la representación y las prácticas de los sujetos en tal proceso pero al mismo tiempo ubicando históricamente aquello que subsiste de forma objetiva e independientemente de su voluntad y que no queda reducido a un conjunto de prácticas rutinarias o reglas como en Giddens.

Con relación a lo anterior, Habermas plantea algo similar con su concepto de mundo de la vida que retoma de Schutz. En su teoría de la acción comunicativa desarrolla el concepto de mundo de la vida a partir de una crítica al concepto fenomenológico argumentando que no logra explicar cómo se construye intersubjetivamente el mundo de la vida sino que sólo se limita a señalar que se trata de un mundo intersubjetivamente constituido y que la intersubjetividad es una condición a priori del mundo de la vida.

El mundo de la vida es el espacio inmediato en los que los sujetos interactúan, estableciendo para esto una acción comunicativa. El lenguaje y la cultura son aspectos constitutivos del mundo de la vida misma. Pero, este concepto se puede concebir en dos sentidos: como contenido de aquello que permite a los actores comunicarse, entenderse y establecer acuerdos; y, por otra parte, aquello que funciona como recursos o como elementos constituyentes del mundo de la vida y que para los sujetos no es significativo. Dicha distinción tiene que ver con lo que está al alcance de los sujetos y que le permite definir situaciones y planificar su acción y lo que funciona como recurso para la acción pero que no es visible a los ojos de los sujetos, es decir lo objetivo. En este sentido, los procesos de entendimiento en el mundo de la vida tienen que ver con un mundo objetivo, un mundo social y un mundo subjetivo, según se pongan en juego hechos, normas o vivencias.

De acuerdo con Habermas,

“la acción comunicativa se basa en un proceso cooperativo de interpretación en que los participantes se refieren simultáneamente a algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo aun cuando en su manifestación sólo subrayen temáticamente uno de estos tres componentes. Hablantes y oyentes emplean el sistema de referencia que constituyen los tres mundos como marco de interpretación dentro del cual elaboran las definiciones comunes de su situación de acción.” (Habermas, 1987: 171)

En la acción comunicativa los participantes persiguen de común acuerdo sus respectivos planes de acción sobre la base de una definición común de la situación.

Las normas y las vivencias no sólo son componentes de un mundo social y un mundo subjetivo (elementos a los que los actores se refieren para llegar a acuerdos), son

también elementos de carácter estructural del mundo de la vida. Ello implica que existen aspectos del mundo social y del mundo subjetivo que no pueden ser tematizados en el mundo de la vida, porque esto supondría que han dejado de funcionar como recursos implícitos no problematizados de percepción, valoración y acción.

En este sentido, mientras que para la fenomenología la interpretación de las situaciones que posibilita la acción se sustenta en acervos de conocimiento, para la teoría de la acción comunicativa supone un proceso que no se agota en lo cognitivo ni en lo cultural.

Para cada situación los actores ponen en juego un fragmento del mundo de la vida construido intersubjetivamente asociado a situaciones específicas. El dominio de las situaciones presupone un proceso circular en el que el actor es el creador de acciones atribuibles a sí mismo, y a la vez, el producto de tradiciones culturales en las que está inscrito, "de grupos solidarios a los que pertenece, y de procesos de socialización y de aprendizaje a que está sujeto" (Habermas 1987: 192).

Por ello, la no problematización del mundo de la vida descansa no sólo en certezas culturales, sino también en solidaridades acreditadas y competencias probadas de los individuos. "Sociedad y personalidad no sólo operan como restricciones, sino también sirven de recursos"(Habermas 1987: 192).

Los distintos procesos de reproducción se refuerzan unos a otros para el mantenimiento del mundo de la vida. Sin embargo, cuando los procesos de reproducción dejan de ser eficientes, las perturbaciones del mundo de la vida hacen su aparición: en la reproducción cultural se manifiestan como pérdida del 'recurso "sentido "', en la integración social como pérdida del recurso de "solidaridad social ", y en la socialización como pérdida del recurso de "fuerza del yo" (Habermas 1987: 200-201).

Una parte importante para Habermas, igual que lo es el mundo de la vida, es la referente al Sistema. Éste tiene sus raíces en el mundo de la vida pero posee la característica de desarrollar sus propios rasgos estructurales. Entre las estructuras contenidas en el sistema se encuentran: la familia, la judicatura, el estado y la economía. Lo interesante del planteamiento de Habermas es el reconocimiento de que, en la medida en que se complejizan dichas estructuras, en lugar de aumentar la capacidad de la acción comunicativa se genera una tendencia fuerte hacia su control externo. El incremento del proceso de racionalización de dichas estructuras en detrimento del mundo de la vida es la base sobre la cual se funda la colonización de ésta última.

Lo anterior ocurre a tal grado que, en lugar de ser el lenguaje el que coordina la acción, son el dinero y el poder los que realizan esa función:

“(…) la pauta capitalista de la modernización está marcada por una deformación, una reificación de las estructuras simbólicas del mundo de la vida bajo los imperativos de los subsistemas que se diferencian a partir del dinero y el poder y que se convierten en autosuficientes.” (Habermas, citado por Ritzer, 2002: 507).

Con lo anterior, Habermas reconoce que tanto la economía como la política representan estructuras sistémicas que no sólo se escapan del control de los sujetos sino que, al volverse autónomas, su lógica de colonización se revierte hacia los ámbitos de la esfera privada invadiendo y subsumiendo rasgos esenciales de los mundos de vida de los sujetos. Situación que trata de ser modificada por la acción social siendo un ejemplo de ello los movimientos sociales que buscan una mayor igualdad, una mayor autorrealización y, en fin, que se muestran resistentes dicho proceso de colonización sistémica.

En suma, la exposición de las teorías articuladoras de la agencia social propuestas por Giddens, Habermas y Bourdieu nos muestran un gran esfuerzo justamente por integrar niveles de análisis de la realidad que, como se señala más arriba, eran excluyentes unos de otros, lo macro contra lo micro, la estructura contra, o sobre, la acción y la subjetividad de los sujetos. Por ello, el intento por reconstruir la teoría en aras de fundamentar una explicación sobre la totalidad social, sin un carácter determinista ni voluntarista aporta bastante para soslayar de una buena vez las explicaciones que establecían un papel pasivo a los sujetos o bien aquellas otras que lo ensalzaban como divinidad todopoderosa, capaz de actuar independientemente del contexto social en el cual subyace y del constreñimiento de las estructuras.

No obstante habría que considerar que pese al esfuerzo encontramos algunas lagunas teóricas que limitan la generación de un entendimiento integral de la realidad social y, sobre todo, de los sujetos sociales quienes lejos están de representar un sistema de acción coherente, preestablecido material y subjetivamente y sin contingencias. Al contrario, el sujeto social como ser humano es capaz de generar acciones, no necesariamente siguiendo estructuras establecidas a priori ni influidas mecánicamente por ellas, aún cuando no sean estructuras sociales objetivas sino culturales y subjetivas. Es decir, sin negar la existencia de estructuras de significado sedimentadas socialmente que condicionan de algún modo la subjetividad de los sujetos, no es algo absolutamente necesario que tenga que actuar siempre de acuerdo con ellas, sino que está presente en

todo momento su capacidad para innovar y actuar creativamente en situaciones concretas emergentes, como seguramente no lo haría en su vida cotidiana.

De acuerdo con Enrique de la Garza:

“es posible hablar de los campos de la subjetividad, espacios diversos que permiten dar sentido porque contienen elementos acumulados para dar sentido socialmente, no a través de la identificación de códigos que reduciría la subjetividad a la cultura, sino como proceso que incorpora a los códigos acumulados creando configuraciones subjetivas para la situación concreta” (De la Garza, 2001)

Lo anterior nos lleva a plantear lo siguiente: ¿las estructuras se pueden resumir en reglas que sólo cuando el sujeto por medio de su práctica las reproduce, éstas existen? ¿Es pertinente sólo hablar de acción comunicativa sin considerar otras formas de acción e interacción social, es el fin de la acción sólo el comunicar o hay intenciones subjetivas diversas? ¿El sujeto sólo actúa en marcos empautados, en esferas culturales y sociales sedimentadas de una forma mecánica y lineal, o es capaz de reconfigurar subjetivamente dichos sedimentos e incluso de no seguir los canales preestablecidos y modificar e innovar nuevas formas de dar sentido a su interacción social?

Parte de la respuesta la encontramos en Antonio Gramsci, quien afirmaba que entre las estructuras y las acciones de los sujetos ocupa un lugar imprescindible la visión del mundo que se tenga y la existencia de elementos subjetivos creados a través del sentido común que no siguen una determinación lineal, sino que se generan teniendo como materia prima la situación concreta. Siguiendo con este planteamiento la propuesta *Configuracionista* establece que la subjetividad como proceso de dar sentido es totalmente coadyuvante en la generación de acciones colectivas a partir de las presiones ejercidas por las estructuras. Pero dicha subjetividad no se concibe sólo como absolutamente racional sino imbuida por una configuración de códigos de dar sentido (De la Garza, 2006) que tiene que ver con sentimientos, concepciones sobre lo estético, valores morales, ideología, formas de razonamiento cotidiano, formas de razonamiento científico, etc. las cuales influyen de manera directa en la toma de decisiones para la generación de acciones sociales.

Según el planteamiento Configuracionista,

“(…) en la coyuntura los sujetos no están completamente sujetos, pero tampoco son absolutamente libres para tomar decisiones y actuar. Y lo son porque sus maneras de percibir la realidad no son sistémicas ni la sociedad lo es tampoco. En su subjetividad, como aparato de dar sentido, hay espacios sistémicos junto a otros con contradicciones, heterogeneidades, discontinuidades. No todo el aparato se pone en juego al mismo tiempo para dar sentido a la

situación y decidir la acción, y en circunstancias extraordinarias, puede haber rejerarquizaciones y asimilaciones que trastocan las formas comunes de comprender.” (De la Garza, 2001)

De esta manera la interrelación estructura, subjetividad, acción, se aleja de la intención teórico metodológica de plantearla como un sistema coherente, sin contradicciones, y sin la posibilidad de rupturas en las tendencias pre-establecidas. Es decir,

“(…) las restricciones estructurales y subjetivas llevan al concepto de espacio de posibilidades para la creación de configuraciones subjetivas, conglomerados para dar sentido a la situación concreta. Es decir, no es solo lo pseudoinferencial, las eficiencias de códigos en conglomerados, sino el no determinismo en la significación, aspecto mas profundo de la actualización, que rompe el límite entre producción y reproducción de significados.” (Ibid., 2001).

Dado este gran espectro teórico, que nos permite abstraer algunos conceptos e ideas pertinentes de las distintas propuestas y enfoques teóricos relacionadas con la acción social significativa y enmarcada –lo que indica tanto constricción como margen de posibilidad- por la dinámica estructural, es factible considerar que, en primer lugar, las estructuras pueden definirse como formas objetivas del ser social, que al ser creadas por la acción histórica de los sujetos, y en concreto por el tipo de relaciones sociales mantenidos por ellos a lo largo del transcurso societal, contienen una complejidad y multiplicidad de prácticas sociales institucionalizadas que se colocan por encima de la voluntad humana, afectando, restringiendo y estableciendo los límites del espacio posible de acción de los sujetos. Es decir, las estructuras sociales son construidas por los sujetos a lo largo del devenir histórico a través de un proceso de objetivación⁹ (Lukacs, 1970), aunque una vez objetivadas existen independientemente y, bajo ciertas condiciones, por encima de los sujetos y de contextos sociales, temporal y espacialmente delimitados, ya que, al ser la expresión cristalizada del conjunto de relaciones sociales históricas¹⁰, pueden abarcar espacios mediatos e inmediatos, y su permanencia temporal puede ir de la larga a la corta duración, por lo que en todo momento se encuentran limitando la capacidad de acción de los sujetos aunque no la determinan de forma absoluta. Y es precisamente ésta última situación, el dejar cierto espacio de libertad al sujeto, lo que en un momento dado permitiría la pérdida de control

⁹ Menciona Lukacs al respecto que, “...la objetivación es efectivamente una forma insuperable de expresión en la vida social de los hombres”. Sin embargo, “Sólo cuando las formas objetivadas en la sociedad reciben funciones que ponen la esencia del hombre en conflicto con su ser, subyugando, deformando y lacerando la esencia humana a través del ser social, sólo entonces surge la relación objetivamente social de la enajenación y, como necesaria consecuencia, la enajenación interna con todos sus aspectos subjetivos.” *Historia y Conciencia de clase*, p. 21-22.

¹⁰ Según Immanuel Wallerstein las estructuras son: “ los arrecifes de coral de las relaciones humanas, que tienen una existencia estable durante un periodo relativamente largo de tiempo.”: *El Moderno Sistema Mundial* (1979) T. I, p.7.

por parte de las estructuras, por lo cual éstas necesitan, paradójicamente, la intervención del sujeto para reproducirse por medio de la validación y legitimación a través de un proceso subjetivo que permite considerar a las estructuras como formas de existencia naturales de la realidad social.

No obstante, aún esta concepción de estructura se quedaría en una abstracción vacía si no se considera el carácter diferenciado y dinámico de la misma. Es decir, las estructuras como formas objetivadas de las relaciones sociales son productos históricos, y por lo tanto, no permanecen fijas y estables sino que se encuentran sujetas a un proceso dialéctico manteniendo en su dinámica contradicciones, rupturas, avances - cualitativos y cuantitativos-, crisis, consolidaciones, transformaciones, etc. Siendo la praxis social el catalizador imprescindible de dicho movimiento.

De esta manera, tenemos distintas dimensiones estructurales que a la vez que complejizan su contenido coadyuvan a su mejor entendimiento. Por un lado, se considera una dimensión temporal de las estructuras que pueden definirse como de larga, mediana y corta duración.¹¹ Asimismo, contienen una dimensión espacial, con lo cual podemos hablar de estructuras globales, regionales y locales; en tercer lugar, es posible también concebir una tercera dimensión que se refiere al grado de profundidad y superficialidad de la estructura lo que conlleva el nivel de ocultamiento y visibilidad de la misma; y, por último, en cuanto al volumen de la estructura, ésta puede ser macro, meso o micro. Dichas dimensiones se encuentran completamente interrelacionadas y en conjunto constituyen la parte sedimentada de la totalidad social.

La importancia de concebir de este modo a las estructuras consiste en que ayuda a entender las diferentes nociones que sobre ellas mantenían las distintas propuestas teóricas arriba revisadas y que nos hablan en realidad de diferentes tipos de estructuras y, sobre todo, de poder especificar en el análisis de la realidad social concreta el tipo de

¹¹ Fernand Braudel hace una distinción entre larga duración, media y corta. En las cuales, el tiempo corto se utiliza para señalar los acontecimientos inmediatos como una coyuntura política, un movimiento social, etc., es decir, que tienen una duración muy corta de horas, días, semanas o algunos años; los tiempos de mediana duración tienen una mayor prolongación que los primeros, pero delimitados a algunas décadas, o incluso casi siglos, pero no más allá; son los tiempos transcurridos en un movimiento político, social, cultural o un ciclo económico, en una formación social; y los de larga duración, que implican siglos o incluso milenios, en los cuales transcurren civilizaciones enteras, costumbres milenarias, modos de vida, formas de interacción social o de intercambio económico, etc. Con lo cual, es posible determinar los procesos históricos en su totalidad, considerando todos los aspectos contenidos en ellos, pudiendo así determinar regularidades y tendencias a través del tiempo. De acuerdo con este historiador, “una estructura es indudablemente un ensamble, una arquitectura; pero más aún, una realidad que el tiempo tarda enormemente en desgastar y en transportar. Ciertas estructuras están dotadas de tan larga vida que se convierten en elementos estables de una infinidad de generaciones: obstruyen la historia, la entorpecen y, por tanto, determinan su transcurrir.” Fernand Braudel, *La historia y las ciencias sociales*, Alianza Editorial, México, 1989, p. 70

estructura que se encuentra enmarcando la acción de los sujetos, corresponda esto a un nivel más general o más particular, a una estructura más profunda y oculta o más inmediata y superficial. Así, por ejemplo, los paradigmas holistas como el funcionalismo consideraban a las macroestructuras sociales como únicas, estables, coherentes, y fundamentales en el sentido de que de ella se derivaban subsistemas que determinaban el comportamiento de los sujetos, no concibiendo la contradicción, los desfases, y lo no sistémico. Por otro lado, la noción limitada de estructura llevada a cabo por la fenomenología y el interaccionismo no va más allá de concebirla desde su dimensión más superficial e inmediata, temporal y espacialmente, sin tomar en cuenta las estructuras de larga duración, de carácter global y no visibles.

Por ello, al hablar de estructuras nos estamos refiriendo tanto a las más generales, de larga duración, globales, complejas y no perceptibles, por ejemplo, el sistema mundo o el modo de producción, como a las más específicas, de mediana y corta duración, locales, y visibles, como las formaciones sociales, los sistemas políticos, las instituciones, la cultura, el mercado de trabajo, los organismos sociales, las comunidades, etc.

Pero, mediando la relación estructura y acción social se encuentra de forma insoslayable la subjetividad de los sujetos. Esta subjetividad, no obstante, no está determinada inevitablemente por la estructura cultural, es decir por la acumulación de significados que en efecto se genera, reproduce y transmite a partir de un proceso de socialización y delimita históricamente el ‘utillaje mental’ (Febvre, 1942)¹² al que los sujetos recurren para dar sentido a su experiencia social, siendo el resultado y la expresión simbólica de la correlación de fuerzas existente en una formación social determinada, sino que conlleva igualmente un conjunto o configuración de códigos de dar sentido a situaciones concretas en las que están inmersos los sujetos y que pueden ser múltiples, pero utilizados de manera discrecional, y que responden a la existencia de ciertos mecanismos de interiorización inconsciente de significados (Panofsky, 1967)¹³ que no son utilizados mecánica y fielmente sino son susceptibles de ser actualizados en función de las necesidades subjetivas y materiales de los sujetos en situaciones específicas.

¹² L. Febvre: *Le Probleme de l'Incroyance au XVI Siècle. La Religion de Rabelais*. 1942

¹³ Roger Chartier (1995) al analizar esta noción de Panofsky menciona que la costumbre mental “es un conjunto de esquemas inconscientes, de principios interiorizados que otorgan unidad a las maneras de pensar de una época, sea cual fuere el objeto pensado” citado en la obra: *El mundo como representación*. Ed Gedisa, p. 21

Dicha configuración puede contener significados de tipo instrumental pero también de índole moral, estético, emocionales, sentimentales, formas de razonamiento cotidiano, formas de razonamiento lógico, etc. Las cuales son activadas por los sujetos en su acción concreta pero con la posibilidad de ser recreadas y reconfiguradas como producto de su capacidad innovadora y creativa y cuya expresión se concreta de manera importante a través del discurso pero no agotándose en él, sino que se incluyen otras formas de acción comunicativa no necesariamente verbales. Cabe señalar, con respecto al discurso que, de forma similar a otras formas de significación, se presenta ante el sujeto de dos maneras: como estructura o formación discursiva (Pecheux y Robin, 1975) y como proceso creativo (Van Dijk, 2001). Como formación discursiva otorga al sujeto de los recursos lingüísticos para dar sentido y expresar verbalmente los significados producidos en su subjetividad por lo que se encuentra limitado a lo contenido en dicha formación. Sin embargo, el sujeto no reproduce mecánicamente la estructura discursiva sino que es capaz de trascenderla creativamente generando un discurso propio atendiendo a sus necesidades concretas para significar su experiencia social toda vez que el acto discursivo está implicado por estrategias, discontinuidades, ofensivas y contraofensivas, negociaciones, acuerdos y desacuerdos, etc.

De esta manera,

“El sujeto no es solo "usuario" inconsciente de un discurso que no le pertenece, sino un momento activo dentro del rejuego de significaciones y sentidos que atraviesan la subjetividad social y que le llevan a producir un "discurso" personal que, aunque atravesado por los discursos sociales dominantes, representa un momento de ruptura sobre aquellos.” (González, 2002)

Los códigos de significación, como ya se menciona, son diversos de acuerdo a los campos en los que se inscriben. En los significados morales, por ejemplo, pueden utilizarse códigos como lo que es justo, lo injusto, la aspiración a la libertad, la solidaridad, la reciprocidad, la valentía, etc.; dentro de lo emocional el coraje, el miedo, la alegría, la tristeza, la sorpresa, la aversión, la simpatía, la apatía, la frustración, etc.; en los significados referidos a los sentimientos se encuentran códigos como el amor, el odio, la inhibición, la inquietud, la angustia, la felicidad, el júbilo, inseguridad, etc.; en lo estético, nociones sobre lo bello, lo feo, lo agradable, lo desagradable, etc.; cuyo manejo concreto de parte de los sujetos está referido por y hacia la interacción social y que pueden combinarse para dar sentido a la situación concreta a partir de formas de razonamiento cotidiano como serían el principio etcétera, la analogía, la metáfora. (De la Garza, 2001).

Concibiendo, de esta manera, a la subjetividad como un proceso de dar sentido pero socialmente y no desde una perspectiva individual ni psicológica. Proceso que, precisamente, da cuenta de la capacidad de los sujetos para actuar de manera creativa e innovadora y no determinada por las estructuras, en este caso por la estructura de significados.

En este sentido, la acción social no es, entonces, el resultado unívoco de motivaciones de tipo instrumental ni tampoco de la determinación histórica o funcional de las estructuras sino de la activación de códigos de significación, inherentes a la subjetividad humana, a partir de la experiencia concreta de los sujetos en situaciones histórico sociales específicas, y que no necesariamente apelan a una racionalidad estratégica sino a motivaciones más ‘irracionales’ y propias de los seres humanos de carne y hueso. La cual, no obstante, no es posible que sea ejecutada de forma absolutamente arbitraria sino que se realiza enmarcada por los límites y las condiciones sociales que las estructuras, materiales y culturales, establecen definiendo así el espacio de posibilidades dentro del cual los sujetos actúan y dan significado a su experiencia. Sin embargo, aquí cabría preguntarse si esto último es válido en todos los casos. Es decir, si los sujetos únicamente actúan dentro de los límites enmarcados por la estructura ¿en qué momento son capaces de modificarla y romper, hasta cierto punto, con dichos límites? O, en otras palabras, ¿en qué momento los sujetos dejan de ser reproductores de estructuras para asumirse como productores de las mismas?

La respuesta a estas cuestiones tendría que ver, precisamente, con el tipo de dimensión estructural a la que nos estemos refiriendo.

En condiciones que podríamos señalar como ‘normales’ los sujetos adoptan rutinas y formas de comportamiento utilizadas en su vida cotidiana que, de alguna manera, contribuye a la reproducción de las estructuras, aún cuando los sujetos tengan cierto margen de libertad para actuar y para la dotación de sentido que, no obstante, no afecta el desempeño de la estructura. Sin embargo, en situaciones sociales emergentes, coyunturales, cuando se logran condensar diferentes elementos críticos de la estructura que afectan negativamente la vida cotidiana, la sobrevivencia de los sujetos, y el sentido de su ordenamiento ontológico, éstos a través de un proceso previo de significación de dicha situación que experimentan, pueden tomar la decisión de actuar colectivamente, pudiendo ser capaces de romper los límites que la estructura les establece e incluso posibilitando la modificación real de las estructuras a través de la praxis. Pero también

pueden tomar la decisión de no actuar; así, aunque las condiciones sociales ampliaran el margen de acción de los sujetos, si éstos no le confieren un sentido significativo con relación a sus mundos de vida, definitivamente la acción no se concretará o difícilmente resultará en una modificación del orden imperante.

Lo cual nos lleva a concluir que para poder hablar no solo de reproducción sino de transformación estructural es imprescindible la presencia tanto de un contexto de crisis societal, o coyuntura, como de que la acción o praxis transformadora de las estructuras establecidas haya sido motivada por un proceso de significación previa por parte de los sujetos.

Para nuestro caso concreto de estudio, ésta perspectiva sobre estructuras, subjetividad y acción social delineada arriba, nos permite dar cuenta de la forma en que la estructura social constriñe y establece el espacio de posibilidades para la acción de los sujetos. En esto se diferencian los niveles en los cuales las estructuras operan. Así, se tendría un nivel macroestructural en donde se ubicaría la formación social neoliberal, el mercado de trabajo, la política económica y social, el tipo de gobierno que se ejerce, el sistema político, la cultura, las cuales establecen las condiciones sociales y culturales bajo las cuales los sujetos actúan, de manera específica, con referencia a la búsqueda y desempeño de actividades laborales que le generen ingresos para su subsistencia y reproducción genérica. Macroestructuras que condicionan los niveles de empleo y desempleo, las condiciones sociales de trabajo, el grado de precarización laboral, el margen legal y fáctico para el ejercicio de actividades laborales no formalizadas, actitudes y comportamientos culturales transgeneracionales que apuntalan o subvierten las relaciones sociales de dominación, etc. Así como, en un nivel mesoestructural permanecen y se reproducen mediaciones tales como la familia, la comunidad, el tipo de organizaciones sociales, las redes de relaciones sociales, las instituciones religiosas, la organización y control del trabajo, que se encuentran influyendo de manera directa e indirecta, primeramente, en la decisión de los sujetos de optar por desarrollar una actividad laboral específica en lugar de alguna otra, en nuestro caso el trabajo no clásico de venta en tianguis, y en segundo lugar, en la decisión de actuar tanto en la conformación y dinámica de sus organizaciones gremiales como en acciones colectivas, explicable no a partir únicamente de la posición social que estos trabajadores ocupan sino también por una diversidad de elementos culturales mantenidos tradicionalmente así como por el tipo de significación que realizan en su interacción social cotidiana

(nivel micro), que les puede llevar a la conformación de una identidad colectiva como una forma específica de dotación de sentido de su realidad laboral y social inmediata, en este caso un sentido de pertenencia y comunión entre los trabajadores de tianguis y con respecto a la Organización gremial y a la acción colectiva.

Capítulo II. Referentes teóricos de los ejes de análisis.

En el presente capítulo se busca dar cuenta de la problemática teórica referida a las principales categorías conceptuales que fungen como ejes de análisis de la presente investigación, las cuales son: Identidad Colectiva y Poder - Dominación. Dentro del eje de la Identidad se abordan dos temas adicionales pero no menos importantes que son, en este caso concreto, adyacentes al primero, que se refieren a la Acción Colectiva así como al vínculo entre Cultura y trabajo cuya expresión de ambos se relaciona directamente con la identidad.

1. El problema de la Identidad Colectiva en la Teoría social.

El debate predominante sobre la noción de identidad estuvo enmarcado, a partir de las últimas décadas del siglo XX, por un contexto histórico y social caracterizado por la disolución del bloque socialista de Europa del Este y la emergencia y hegemonía mundial del neoliberalismo como formación social. Con ello el gran proyecto de cambio social, que fue precisamente el socialismo, se derrumbó y junto con él lo que quedaba de su discurso teórico: el marxismo-leninismo que apelaba a la clase obrera como la clase ‘verdaderamente’ revolucionaria y la única capaz de definir y liderar la lucha de clases y de los grupos sociales oprimidos en el capitalismo para la construcción de un modo de producción socialista. La clase, entonces, es decir, la forma en que se estructuraba la posición social de acuerdo a las relaciones sociales de producción, era la que determinaba tanto la conciencia como la acción de los sujetos.

Sin embargo, esta visión quedó al margen de los acontecimientos históricos y, de inmediato, fue suplida por una concepción intelectual que, sobre los escombros del marxismo, consideraba que el discurso del cambio social y la lucha de clases ya no era pertinente en una época que había rebasado a la modernidad nacida a fines del siglo

XVIII, y que había sufrido una transformación cultural importante. Esta corriente que se definió como Postmoderna argumentaba que debía rechazarse todo intento por las grandes y ambiciosas explicaciones de la totalidad social, tanto el marxismo como el funcionalismo le representaban algo caduco que ya no tenía pertinencia en la realidad actual. De esta manera, quienes propugnaban por la posmodernidad se caracterizaban por “la incredulidad en las metanarrativas” (Lyotard, 1994); y explicaban que la situación social actual se concretaba por la superficialidad y la falta de profundidad; por el desvanecimiento de la emoción o el afecto; por la pérdida de la historicidad (Jameson, 1998); por la simulación y el simulacro: lo real y el espectáculo se confundían (Baudrillard, 1983); y por la disolución de la identidad o el yo personal como algo único o reconocible (Gergen, 1997).

Bajo esta perspectiva no habría ya lugar para la generación de identidades y movimientos sociales como los que surgieron en la ‘modernidad’; de hecho en la época postmoderna:

“(…) a causa de su misma inercia en las vías de lo social que le han sido trazadas las masas sobrepasan su lógica y sus límites, y deshacen todo el edificio. Hipersimulación destructora, hiperconformismo destructor (...) Es ahí donde está lo que verdaderamente se pone en juego hoy en día, en ese enfrentamiento sordo, ineluctable, de las mayorías silenciosas con lo social que se les impone, en esa hipersimulación que redobla la simulación y la extermina según su propia lógica –no en ninguna lucha de clase ni en el batiburrillo molecular de las minorías en ruptura de deseo.” (Baudrillard, 1983: 152-153)

Por tanto, lo que se concibe entonces es una sociedad libre de la constricción de las determinaciones históricas, individualista, y cuyos individuos orientan sus acciones de acuerdo a un tipo de racionalidad hedonista, en la que, por lo tanto, cualquier tipo de identidad social quedaba disuelta y la idea del cambio social ya no era fuente de sentido. Es decir, la ‘teoría’ postmoderna es una concepción caracterizada por la desesperanza, la claudicación, el liquidacionismo de cualquier posibilidad de acción colectiva, la búsqueda de explicaciones superfluas, inediatistas y de sentido común; la ‘simulación’ teórica en aras de exponer narraciones fantásticas sobre la realidad social, sin rigor científico ni amparadas en argumentaciones teóricas que, además, rechazan con bastante fobia.

Sin embargo, la crítica a estas posiciones sobrevino de inmediato aduciendo que el uso del término posmodernidad era incorrecto por ser ‘excesivamente amplio’ y hacía suponer que la etapa anterior “estuviera totalmente cerrada” (Bauman, 2002). De esta forma, a la visión postmoderna se le contraponen una nueva forma de entender la modernidad: una modernidad *líquida* caracterizada por “la ambivalencia insoslayable,

la duda continua, el escepticismo...” (Bauman, 2002); o una *segunda modernidad* caracterizada por una intensificación del riesgo propiciado por el avance tecnológico a diferencia de la modernidad clásica la cual estaba asociada a la sociedad industrial (Beck, 1992).

No obstante, las premisas de la posmodernidad con relación a la capacidad de organización y acción de los sujetos fueron aceptadas aún por algunos de sus críticos. En particular respecto a la noción de identidad en la que prevalece la visión posmoderna de fragmentación y disolución identitaria.

De esta forma, a la agudización de la contingencia en la etapa actual de la modernidad (líquida o segunda modernidad), producida por un proceso amplio de individualización y de liberación de las constricciones estructurales propias de la modernidad clásica, como las clases sociales y el Estado, le sucede un sentimiento de ineficacia social que impide la generación y práctica de la solidaridad y, por tanto, la posibilidad de una movilización colectiva duradera. Sin embargo, la identidad social aparece como necesaria para los sujetos por lo que estos la construyen pero en términos diferentes a la situación prevaleciente en la actualidad. La identidad de la modernidad *líquida* es susceptible de poder escribir, borrar y escribir de nuevo; una identidad temporal hecha de una serie de episodios, cada uno cerrado en sí mismo. Además esta identidad se caracteriza por ser plural, abierta y flexible: se busca la adaptación al medio, se tiene que ser versátil ante los cambios, tener la capacidad de establecer vínculos; la capacidad de moverse, de no anclarse (Bauman, 2002). El objetivo de las nuevas formas de identidad es, pues, la atenuación del riesgo (Beck, 1992).

Así, los movimientos sociales son vistos no ya desde la perspectiva de la desigualdad social sino de la defensa de la seguridad y existencia personales, pues lo primero dejó de ser prioritario toda vez que se ha reducido considerablemente. Por ello, las identidades vinculadas a la clase se disuelven (Beck, 1992: 101).

En esta perspectiva que puede definirse como *para-posmoderna* (De la Garza, 2010), no es posible que los sujetos logren conformar en la actualidad identidades colectivas duraderas sino sólo identidades personales diluidas y esporádicas, lo cual hace suponer que la única forma de acción de los sujetos es aquella referida al mejoramiento de su vida personal y a la búsqueda de una mayor seguridad.

Una posición cercana a las dos anteriores y que aborda de manera amplia el tema de la identidad colectiva es aquella que plantea que la globalización trae consigo una

profunda y cada vez más amplia disociación entre cultura y economía, entre mundo instrumental y mundo simbólico (Touraine, 2001).

Así, tras la globalización económica y de la cultura de masas que invaden el espacio privado de los individuos, éstos reaccionan defendiendo su identidad cultural, apoyándose en grupos primarios, aislándose del entorno público.

De esta manera los individuos rompen, o por lo menos soslayan, su definición identitaria a partir de sus relaciones sociales: expresadas en la educación, la autoridad, el trabajo, etc. Es decir, la identidad de los sujetos ya no se construye en el ámbito social sino a partir de identificaciones particularistas de tipo cultural y comunitario. Todo se traduce en una ruptura entre el actor y el sistema. Y al debilitarse los elementos que constituyeron la modernidad: el estado nación, las clases sociales, la vida pública; “el único lugar donde puede efectuarse la combinación de la instrumentalidad y la identidad, de lo técnico y lo simbólico, es el proyecto de vida personal”(Touraine, 2001: 21), posición ésta que le hace coincidir en lo fundamental con la visión *paraposmoderna* cuando habla de el proceso existente en el mundo de individualización y de fragmentación identitaria, resultado de la liberalización de los individuos de los constreñimientos sociales de la “primera modernidad” (Beck, 2000).

Así, la única salida es partir de lo individual para reafirmar la identidad como sujeto, considerando ahora la reunificación de los universos instrumental y simbólico a partir de la vida y los proyectos de carácter fundamentalmente personales. En la modernidad el actor deja de ser social, se vuelca sobre sí mismo y se define por lo que es y ya no por lo que hace.

Bajo esta perspectiva pareciera que la identidad, al permanecer fragmentada entre lo material y lo simbólico, es un atributo estático temporal y espacialmente, y que el sujeto tiene una identidad en su espacio laboral (instrumental) y otra cuando asiste a un rito religioso o a una festividad comunitaria (simbólica) sin que haya ninguna interconexión entre ambas dimensiones, porque éstos son más bien espacios ajenos el uno del otro. Existe, entonces, una disociación y contradicción entre ambas cuestiones, limitándose así la posibilidad de construir identidades colectivas al estar fragmentada la personalidad de los sujetos cuyo resultado es la pérdida del sentido, la ambivalencia, la confusión entre los distintos universos que constituyen su ordenamiento ontológico, afirmación que coincide plenamente con los planteamientos posmodernos de descomposición del Yo, por ejemplo, de Gergen (1997). Aunque, en este caso, se combina la visión catastrofista y determinista de la posmodernidad con otra de tipo

voluntarista, al dotarle al sujeto, ‘libre de constreñimientos sociales’, de la capacidad para recrear el orden y la seguridad ontológica a partir de edificar ‘reflexivamente’ su propia identidad individual y proyecto de vida personal y no de la identidad y acción colectivas pues las bases de lo que hacía posible esto último se encontraban en una sociedad que no existe más.

Es decir, la de Bauman (“identidades líquidas”), Beck y Touraine (“Identidades fragmentadas”) son concepciones que se contradicen a sí mismas –además de que la propia realidad empírica lo hace-, aunque estos autores lo justifiquen como parte de esa ‘ambivalencia’ que predomina en la ‘modernidad’ actual.

Una visión diferente la constituye aquella que, aunque parte de las mismas premisas de la posmodernidad no llega necesariamente a sus mismas conclusiones. Es el caso de Castells quien define el proceso identitario como constituido a partir de las relaciones de poder y dominación inherentes al contexto sociocultural (Castells, 1999). En este sentido, siguiendo la lógica de este tipo de relaciones sociales, la dominación genera en los sujetos subyugados resistencia, la cual define cierto tipo de identidad. Según este autor, la identidad de resistencia es

“generada por aquellos actores que se encuentran en posiciones/condiciones devaluadas o estigmatizadas por la lógica de la dominación, por lo que construyen trincheras de resistencia y supervivencia basándose en principios diferentes u opuestos a los que impregnan las instituciones de la sociedad...” (Castells, 1999: 30)

Lo cual conduce a la formación de *comunas* o *comunidades*. (Ibid.: 31) que no son otra cosa que identidades defensivas contra la opresión.

En este punto, Castells coincide con Touraine con respecto a que en la sociedad actual ‘globalizada’ existe una tendencia a la conformación de comunidades cerradas, particulares y autodefensivas. No obstante, para Castells, contrariamente a su colega, la formación de colectividades no es del todo negativa o coactiva para la libertad de los sujetos, sino que abren la posibilidad para la acción colectiva organizada y pueden inducir de manera potencial a *identidades de proyecto*. Esta cuestión es importante de destacar porque, para lo que Touraine se resuelve sólo a partir de un proyecto personal individualizado, para Castells es más bien la oportunidad para que, a partir de las identidades de resistencia, se genere una acción social organizada que de lugar, de manera conjunta con identidades similares, a movimientos sociales y alternativos contra el proceso excluyente y de dominación de la mundialización económica.

El punto débil de la propuesta de Castells es que únicamente se encarga de adjetivar las posibles formas de identidad que pueden construir los sujetos enmarcados en una lógica de dominación, sin realmente aterrizar a explicarnos como es que la construyen y, en este sentido, establecer qué condiciones sociales e históricas, no sólo las relaciones de poder, así como cuales son los elementos de carácter subjetivo que intervienen en dicho proceso.

De esta forma y problematizando a partir de la argumentación posmoderna y paraposmoderna sobre la identidad nos preguntamos entonces: ¿en qué medida ha dejado de ser efectivamente lo social, y específicamente el mundo de vida del trabajo ante el proceso de precariedad y flexibilización que lo caracteriza en la actualidad, la fuente de generación de las identidades? ¿en la realidad concreta los sujetos no conforman ya identidades a partir de su espacio laboral, de su participación política, o de su entorno social inmediato, de sus diversos mundos de vida? ¿es tan tajante la división entre el universo instrumental y el simbólico, de tal forma que por ejemplo en la actividad productiva de los sujetos no existe ninguna referencia simbólica que genere cierto tipo de identidad? En suma, ¿de verdad estamos ante un proceso de fragmentación identitaria en donde ya no es posible hablar de identidades colectivas y, por lo tanto, de proyectos sociales alternativos y de sujetos históricos articulados entre sí?

De lo anterior consideramos que no es posible hablar de la identidad en términos abstractos, y menos concebirla como dividida o fragmentada entre lo que le da sentido en términos simbólicos y lo que le da sentido en términos instrumentales, pues en la realidad concreta estos dos universos, separados por Touraine, se encuentran mezclados e interconectados y en conjunto constituyen un referente primordial en la construcción de lo que da sentido a los sujetos, lo otro sería más bien como tener una doble personalidad lo cual estaría más cerca de ser una psicopatología.

Así, más que de fragmentación estaríamos hablando de una *Multidimensionalidad* de las identidades, ya que además de fundarse en lo que el sujeto *es* también se construye sobre el contexto en el que subsiste, por el tipo de relaciones que establece en su entorno social, por el conjunto de interacciones sociales en los que desarrolla su actividad cotidiana, por las constricciones sociales que le amplían o disminuyen el espacio de posibilidades para la generación de su identidad, sean éstas materiales o subjetivas, y también por lo que *hace* de manera instrumental. Esto implica que la

identidad no puede reducirse únicamente al aspecto subjetivo y menos aún a su expresión discursiva, pues si bien es completamente imprescindible el sentido otorgado por los sujetos éste no se construye con base en la sola voluntad sino a partir de condicionamientos objetivos y a la experiencia social e intersubjetiva. La identidad del sujeto es susceptible de conformarse a partir de la condensación de todos estos elementos en un espacio y tiempo específicos, es decir, en una situación social e histórica concreta. Por ello, aquello que se denomina identidad no es un atributo coherente, permanente y generado sólo a partir de una interacción social recurrente en espacios sociales y laborales estables sino que está sujeta a cambios, rupturas, reconfiguraciones, regresiones, continuidades, es decir que está sujeta a un proceso de reconstrucción constante en función de lo que *vaya siendo* significativo para los sujetos de acuerdo a sus necesidades y experiencias sociales, y esto independientemente de si se encuentra en un espacio laboral fijo o inestable, pues finalmente al compartir una situación social general con otros sujetos puede generarse un sentido de pertenencia no a partir de su condición laboral inmediata sino de su condición laboral y social más amplia que puede ser la misma que compartan con una cantidad mayor de sujetos. Es el caso, por ejemplo, de los trabajadores no clásicos de los que daremos cuenta en la presente investigación cuya condición laboral es bastante inestable y precaria, caracterizándose su composición social por una gran heterogeneidad. No obstante, a lo largo del texto expondremos si fue posible la construcción de su identidad colectiva, y en su caso cómo es que ésta se logró constituir.

Sintetizando el planteamiento teórico anterior podríamos afirmar que, aunque no es posible soslayar la importancia de la subjetividad humana en toda su complejidad, así como del entramado cultural como acumulación de significados, en la construcción de los sujetos y sus identidades, como afirma Giménez Montiel, “el sujeto y su identidad se hallan siempre situados en algún lugar entre el determinismo y la libertad.” (Giménez, 2004) O bien, como menciona De la Garza:

“la construcción de la identidad colectiva supone en la colectividad un proceso de abstracción que pone en juego situaciones estructurales (por ejemplo cierta forma de relacionarse con su trabajo o con otros actores del trabajo) pero no dependen mecánicamente de dichas estructuras, las presiones estructurales sufren la mediación del proceso de creación de sentidos, vinculado con la cultura, la estética, la cognición, la emoción y el razonamiento cotidiano o el científico.” (De la Garza, 2007: 24)

Para encontrar el camino que nos conduzca a encontrar el horizonte teórico que permita el entendimiento de lo que se denomina como identidad, tratando de superar las nociones catastrofistas y con fuerte fundamentalismo emocional más que con un bagaje teórico y un respaldo empírico por parte de los *paraposmodernos*, pasaremos a revisar algunas de las posiciones teóricas al respecto.

La noción actual de identidad, no posmoderna, tiene detrás un amplio debate y aportaciones hechas por diversos autores y corrientes teóricas. De hecho, ha sido abordada desde diferentes disciplinas y por lo mismo ha estado sujeta a diferentes interpretaciones.

La visión estructuralista en las ciencias sociales afirmaba que era a partir de la posición que el sujeto ocupaba en el sistema social o bien, en las relaciones sociales de producción lo que determinaba en gran medida el tipo de sujeto social que se conformaría. En esta visión la estructura económica, social o cultural, determinaba el tipo de subjetividad y la acción social de los sujetos. Esta fue la perspectiva que siguió, por un lado, el marxismo ortodoxo y, por otro, el estructural funcionalismo.

Así, por ejemplo, para el marxismo la estructura económica se sobreponía a la superestructura ideológica de tal forma que el desarrollo del modo de producción, y en particular de las fuerzas de producción, llevaría tarde o temprano a la acción revolucionaria de los sujetos una vez que la clase en sí se constituyera, como producto de la maduración de las condiciones objetivas, en una clase para sí, es decir identificada para sí misma y diferenciada y en franca oposición con respecto a su enemigo histórico: el capital. La conciencia de clase era, entonces, el estado subjetivo del proletariado –y en su caso también de la burguesía- que conllevaba la conformación de una identidad y práctica de clase.

Por su parte, para el funcionalismo no se considera al actor en función de sus pensamientos y acciones, sino sólo como conjunto de estatus y roles.

Es a través del subsistema de personalidad como el individuo establece su identidad. Al estar condicionada por los sistemas cultural y social aguarda pasivamente a ser moldeado a partir de los roles que le son asignados a los sujetos socialmente y que éstos aprenden a través de un proceso de internalización a lo largo de su vida.

La identidad entonces se establece a partir del lugar que los sujetos ocupan socialmente y de acuerdo a los roles que les toca desempeñar, es decir, es un atributo asignado y condicionado social y culturalmente.

En ambas posiciones, como de forma similar sucede con la ‘conciencia colectiva’ de Durkheim, prevalece una visión estructural y determinista. De tal forma que, lo que ahora se entiende y trata de conceptualizar como identidad, -y en lo que en estas teorías se encontraba subsumido bajo la forma de ‘conciencia de clase’ o ‘subsistema de personalidad’-, era el resultado de las condiciones sociales, las cuales definían tanto el comportamiento como la conciencia o subjetividad de los sujetos. Aunque en el caso del marxismo se concibiera como condición para la lucha de clases y el cambio sistémico y para el funcionalismo como mecanismo de integración y control social. Es decir, desde esta perspectiva para la generación de la identidad social se soslaya toda posibilidad para que los sujetos intervengan en ella con la mediación de su subjetividad, conformándose como posiciones estructuradas a las cuales tendrían que sujetarse irremediabilmente.

En este sentido, las teorías hermenéuticas y fenomenológicas aportaron una perspectiva diferente para concebir la identidad de los sujetos como resultado de una construcción social a partir de la interacción entre los sujetos y el significado otorgado por ellos en las diversas colectividades de las que forman parte y en los diferentes mundos de vida en los que se desenvuelven.

Contrariamente al determinismo estructural, el subjetivismo concibe la identidad como aquella que se constituye como resultado de la forma en que los sujetos, en su interacción social cotidiana, significan y dan sentido a lo que son de manera individual y colectiva. Es decir, estaría referido a la búsqueda de sentido para definirse a sí mismos (al Self), diferenciando el Yo, que son los aspectos imprevisibles y creativos del self, y el ‘Mi’, o el conjunto organizado de actitudes de los demás asumido por el actor (Mead, 1993), y al sentido que le otorgan a su pertenencia al conjunto de sujetos con los que interactúa en sus mundos de vida cotidiana y con los cuales establece una relación social, no solo física sino intersubjetiva y simbólica, lo cual abre la posibilidad para que la identidad se comparta tanto con las relaciones cara a cara, una relación ‘nosotros’, es decir una relación surgida a partir de una situación social caracterizada por la inmediatez temporal y espacial, como con las relaciones distantes, o sea una relación con sujetos ‘contemporáneos’, hombres con quienes no se tiene realmente una relación inmediata, pero cuya vida corresponde al mismo periodo actual del tiempo del mundo que el sujeto: una relación ‘Ellos’. Y lo mismo es válido, además de los contemporáneos, para los sujetos que nos sucederán en el futuro como con los sujetos precedentes (Schutz, 1973).

De esta forma, la identidad se construye teniendo como fundamento el proceso subjetivo de dotación de sentido; la identidad, entonces, es una construcción social surgida de la interacción simbólica de los sujetos.

Sin embargo, esta concepción en donde los sujetos definen únicamente el sentido de lo que son y de pertenencia de acuerdo a cómo significan su experiencia social, podría conducirnos a una visión voluntarista y psicologista de los sujetos, en donde la estructura social no puede restringir ni influir en lo absoluto en el proceso de generación del sentido de pertenencia, es decir, en la identidad, sino que ésta se construye a voluntad del sujeto, o bien, puede llevar a concebir la identidad como una parte integrada subjetivamente en la personalidad de los individuos a través de procesos de socialización pero como algo dado y funcional sin ningún margen de opción para que ésta sea transformada o alterada por las condiciones experimentadas por los propios sujetos.

En este sentido, la identidad se ha definido teóricamente, en primer termino, como un sentido de pertenencia social y de diferenciación, aduciendo que “un grupo social está constituido por dos o más individuos que comparten una identificación común en la medida en que se perciben a sí mismos como miembros de una misma categoría social.” (Tajfel y Turner, 1985) Con ello puede hablarse de que existe una identidad social más allá de la identidad que cada sujeto tiene de sí mismo y que formaría parte de su personalidad. En la identidad social el proceso de identificación conlleva una construcción subjetiva que le da sentido y en el cual se recurre a elementos de carácter cultural. Sin embargo, esta construcción se basa en un proceso de comparación social la cual sirve para dotar de valoración a las categorías sociales establecidas. La valoración de las diferentes categorías sociales se realiza en el contexto de comparaciones con otros grupos. Con ello, *a priori*, el individuo tenderá a incorporarse y permanecer en aquellos grupos que conlleven para él una significación positiva, y tenderá a abandonar la pertenencia de aquellos que le supongan poner en conflicto su identidad. Así, la identidad social y el sentimiento de pertenencia están sujetos a estas valoraciones que, por comparación social, actúan haciendo preferir unos colectivos u otros (Tajfel, 1981). Por tanto, bajo esta óptica, en la determinación de pertenencia grupal lo imprescindible es cómo el individuo se define y se percibe a sí mismo, antes que las relaciones y las actitudes sociales del sujeto hacia los otros (Turner, 1990).

Por lo tanto la pertenencia a un grupo se basa en un criterio cognitivo y, en íntima interrelación con ese reconocimiento como miembro del colectivo, la definición que

hacen de ellos mismos, las descripciones o valoraciones, se realizan en referencia a la categoría social de la que se sienten partícipes, y se aplican a sí mismos las normas de conducta del grupo.

Esta primera noción de identidad expresa, empero, un enfoque de tipo subjetivista, explicado a partir particularmente de lo cognitivo. Bajo esta perspectiva la identidad sólo se construye de manera subjetiva a partir del reconocimiento de las categorías sociales preestablecidas por parte de los sujetos, de tal forma que el sujeto al reconocerlas e interiorizarlas –aprenderlas-, como si fueran objetos dados y al identificarse subjetivamente con ellos, crean su propio sentido de pertenencia sin discriminar el tipo de relaciones sociales que se ejercen de manera concreta. Esto quiere decir que las condiciones sociales, culturales y políticas no interfieren en los sujetos limitando tanto su acción como el proceso de significación de su realidad sino que el sujeto es el que libremente opta por identificarse, de acuerdo a sus necesidades y experiencias psicosociales individuales, con los grupos que han sido estereotipados socialmente sin que se considere la forma en que se construyen estos estereotipos y categorías sociales. El proceso subjetivo de creación del sentido de identificación queda reducido así a lo puramente cognitivo: la identidad como algo dado se puede aprender.

Un enfoque similar que se orienta hacia una perspectiva subjetivista argumenta que la identidad social se construye en el enlace no equilibrado entre dos planos: uno biográfico y otro social o relacional. La identidad implica una dimensión personal que coadyuva a mantener cierta unidad y continuidad temporal del individuo (identidad para sí), pero a la vez una dimensión social, ya que es construida en la interacción social (identidad para el otro) (Dubar, 2001).

No obstante, en todo momento la autoreflexión del sujeto, tanto en lo interno como en el exterior, es imprescindible pues, de forma voluntarista, es él y su conciencia quien define a partir de un proceso de negociación el carácter de su identidad, tornándose entonces completamente el concepto de identidad hacia un óptica psicologista que prescinde de las condiciones sociales objetivas.

La identidad, en este caso, se encuentra cargada de un fuerte psicologismo y, por lo tanto, reducido al aspecto individual. Tal es así que se considera al aspecto biográfico como uno de los principales en el proceso de construcción de la identidad. De tal forma que, dependiendo de la reflexión subjetiva, que conlleva una especie de negociación

consigo mismo, será consistente la identidad primaria o se bien adopte otra identidad. Es decir, lo subjetivo se sobrepone a cualquier otra cuestión de carácter objetivo; es el sujeto, en un proceso de 'negociación' interna, como define su identidad. Una vez adoptada la identidad, el sujeto tiene que negociarla con las atribuciones identitarias de parte de los otros sujetos con los que interactúa socialmente. Así, la identidad es producto de negociaciones primero internas al sujeto y, posteriormente, externas con relación a otros sujetos.

La identidad, entonces, es una especie de atribución de carácter cultural que es heredada y aprendida por los sujetos, y cuya transformación o intercambio por una nueva depende de las negociaciones simbólicas que realice para sí mismo el sujeto, luego de las cuales opta por definirse por una de ellas. Al mismo tiempo influye la atribución asignada por los demás sujetos con los que se interactúa motivando una interpelación de los sujetos entre lo dispuesto socialmente y lo que ellos en sus transacciones subjetivas enarbolan como identidad (Dubar, 2001). Es decir, no importa tanto los condicionamientos sociales estructurales sino, sobre todo, el trabajo subjetivo que lleva el sujeto para optar por una de las identidades que se le presentan, heredadas o transmitidas a través de la interacción social y que, entonces, conlleva a una noción esencialista de la identidad que no discrimina entre las diferentes situaciones y contextos sociales en donde los sujetos se mueven e interactúan.

Esta noción sobre la identidad, por tanto, se mueve por encima de la realidad social específica, generalizando e idealizando aspectos que si bien intervienen en la construcción de la identidad no constituyen la parte sustancial del problema sobre cómo se genera, bajo que circunstancias históricas, qué tipo de interacciones sociales concretas intervienen, qué significados específicos utilizan los sujetos para definir el sentido de pertenencia, qué tipo de estructuras sociales y culturales intervienen, etc., quedándose así en lo más aparente y superficial de la cuestión.

Contrariamente a los enfoques tanto de tipo subjetivista como estructuralista, la realidad social nos permite entrever que las estructuras, aún para la definición de algo subjetivo como lo es el sentido de pertenencia colectivo, es insoslayable pues impone ciertos límites a los cursos de acción de los sujetos, sea esta social o cultural, de tal forma que situaciones sociales objetivas como los estilos de vida, las condiciones materiales de existencia y la cultura compartida por los sujetos influye de manera directa sobre la forma en que éstos construyen su visión del mundo pero también su visión de a quiénes

se les define como amigos y a quiénes como enemigos, sin que ello sea resultado de una necesidad histórica determinada. No obstante, la concepción fenomenológica nos permite dotar de una importancia crucial a la subjetividad de los sujetos en los procesos de construcción social, en este caso, de la identidad colectiva. Lo cual no implica afirmar, como se ha hecho por diversos autores que estudian los procesos identitarios, que la identidad puede reducirse a ese aspecto subjetivo solamente pues, si bien ella se construye a partir de un sentido de pertenencia, se genera sólo a partir de la existencia social de los sujetos y al conjunto de prácticas e interacciones sociales.

En este sentido es relevante la noción de índole constructivista que se contrapone tajantemente a las teorías orientadas hacia el subjetivismo o psicologismo señaladas anteriormente, como la de C. Dubar. En la noción de índole constructivista sobre la identidad colectiva se le define a ésta, en primer lugar, como la *pertenencia a un grupo*, a los límites y actividades que éste desarrolla, y la cual es fruto de un acuerdo entre sus miembros que con frecuencia permanece implícito:

«...la definición compartida e interactiva, y producida por individuos en interacción, concerniente a las orientaciones de su acción, así como el campo de oportunidades y restricciones en el que tiene lugar su acción» (Melucci, citado por Laraña y Gusfield, 1994: 17).

La identidad colectiva, así, se construye en un proceso complejo, interactivo y negociado entre sujetos que comparten una situación social específica y cuya acción colectiva se ha tornado manifiesta. Por ello, lejos de concebirla como ‘cosa’, inherente a los sujetos, es más bien una expresión subjetiva del conjunto de relaciones y representaciones. Por ello la identidad tiene un *carácter de proceso* y es resultado de la autorreflexión y construcción social de los sujetos.

Este proceso de construcción colectiva de la identidad expresa la complejidad interna del actor, que puede tener una diversidad de orientaciones, y al mismo tiempo muestra la relación del actor colectivo con el ambiente que lo rodea. La identidad así se construye de forma diferenciada entre el auto-reconocimiento y el reconocimiento hecho por los otros, lo cual supone tanto afirmación como diferenciación.

La construcción de la identidad gira en torno tanto a la manera en que los sujetos se afirman a sí mismos como a la forma en que son definidos por sujetos externos; es decir, no basta la concepción interna de los sujetos sobre la definición del sentido de

pertenencia sino también la asignación hecha por los demás que conlleva un sentido de diferenciación. La identidad concreta puede entonces construirse sobre la base de cualquiera de ellos, o de ambos a la vez, según el énfasis que los sujetos le den de acuerdo a su contexto social particular y al tipo de interacciones que ejerzan. Es decir, la identidad no es una esencia, un atributo o una propiedad intrínseca del sujeto, sino que tiene un carácter intersubjetivo y relacional. Es la autopercepción de un sujeto en relación con los otros; a lo que corresponde, a su vez, el reconocimiento y la “aprobación” de los otros sujetos. En suma, la identidad de un sujeto social se construye y se afirma en la confrontación con otras identidades en el proceso de interacción social, lo cual puede conllevar relaciones diferenciadas y sujetas a confrontación y oposiciones, sin descartar los procesos de afirmación y reconocimiento de los sujetos de lo que son a través de sus prácticas sociales concretas.

Pero, en la generación del sentido de pertenencia interviene no sólo el aspecto subjetivo referido a lo puramente cognitivo, como menciona Melucci al afirmar que la identidad colectiva implica definiciones cognitivas concernientes a las orientaciones de la acción, es decir, a los fines, los medios y el campo de la acción (Melucci, 1994), sino que entran en función una diversidad de códigos de la subjetividad que no se reducen a aquellos que expresan procesos de racionalidad absoluta solamente. En ello la identidad, al estar mediada por la interacción social, conlleva una serie de intercambios de tipo cultural que son compartidos y valorados como positivos para la acción colectiva por los sujetos pertenecientes al grupo social. Esto conlleva, a su vez, cierto grado de involucramiento emocional en la definición de la identidad.

“Las pasiones y los sentimientos, el amor y el odio, la fe y el miedo forman parte de un cuerpo que actúa colectivamente, en particular en aquellas áreas de la vida social menos institucionalizadas, como aquellas donde se mueven los movimientos sociales” (Melucci, 2001: 70-71).

De esta manera, el proceso de construcción de la identidad colectiva no se reduce a que el sujeto recurra a un cálculo de costo beneficio sino que también incorpora elementos de carácter emocional, moral o estético.

Por tanto, es insoslayable la definición tanto interna como externa de los sujetos en la construcción de su identidad, sin que pueda prescindirse de este carácter intersubjetivo y relacional. La identidad colectiva es, pues, una construcción social que considera, no obstante, el campo de oportunidades y las restricciones del entorno social.

Pero, compartir una identidad colectiva no sólo implica participar en su creación sino también a veces la necesidad de 'obedecer' sus prescripciones normativas. En lo anterior también puede intervenir el hecho de que cuanto más se identifica el individuo con el grupo más probablemente es que condicionen y orienten su comportamiento las normas vigentes del primero (Laraña y Gusfield, 1994).

Al mismo tiempo, un factor más en la generación de identidad es la presión e influencia que ejercen personas ajenas al grupo social en donde se está gestando, principalmente aquellas relaciones de carácter primario, por ejemplo, la familia de las personas miembros del grupo. Por lo tanto, salvo agrupaciones sectarias o fundamentalistas, la dimensión colectiva de la formación de identidad tiende a ser una actividad de tiempo parcial. Siendo así que la vida social del individuo incluye personas ajenas al movimiento que se encuentran propiciando o restringiendo la adopción del sentido de pertenencia.

El crecimiento del sentido de pertenencia y, por lo tanto, de la identidad colectiva está fuertemente relacionado al hecho de que el grupo o movimiento social en donde se desarrolla concrete acciones que haga necesaria la práctica homogénea de sus miembros y que requiera el que se prescinda progresivamente de las relaciones que mantienen con personas externas al organismo para favorecer la interacción en su seno, o bien hacerlas participes de él. Y, de igual forma, cuanto mayor es la proporción del trabajo ejercido al interior del movimiento por parte de los sujetos, más importantes serán los límites, las distinciones entre 'nosotros' y 'ellos' y mayor será la fuerza de la identidad colectiva.

Un aspecto importante para explicar los mecanismos que impulsan la generación de la identidad colectiva es la relación que existe entre lo que es un movimiento social y la forma en que su identidad colectiva puede ser codificada como una ideología. De esta forma, existe una diferencia entre lo que son las reivindicaciones y la ideología del movimiento y la identidad colectiva de los sujetos, los cuales no necesariamente coinciden. No obstante, lo que mantiene en concordancia estos aspectos es que lo que los seguidores de un movimiento piensan de si mismos es en gran parte estructurado por la forma en que se viven los problemas individuales, se interpretan y redefinen en el contexto de interacción dentro del grupo. Es decir, que el sentido de pertenencia y de diferenciación es producto no de la elaboración subjetiva voluntarista sino de los significados surgidos de su experiencia en la interacción social al interior del agrupamiento (Laraña y Gusfield, 1994).

Lo anterior implica que no es a partir únicamente de lo que el sujeto significa a voluntad, como lo afirman las teorías sobre la identidad que la conciben como una esencia o como una creación psicológica arbitraria de los sujetos (Tajfel, 1981; Turner, 1990; Dubar, 2001), como se construye el sentido de pertenencia sino que se encuentra también influyendo lo preestablecido socialmente, en este caso, la ideología sistemática y las representaciones colectivas de los grupos sociales que son vertidos a los sujetos a través de mecanismos discursivos formales e informales. Esto, sin embargo, no implica reducir la generación de la identidad colectiva al proceso discursivo de difusión ideológica de los grupos sociales, ya que, aunque es evidente que esto tiene cierto grado de influencia para mantener la cohesión interna, la identidad colectiva es más bien producto de aspectos subjetivos construidos en torno a la experiencia social de los sujetos que, en buena medida, se presentan de forma contingente y de acuerdo a la situación concreta.

Es decir, que en ciertos momentos coyunturales aún los elementos ideológicos vertidos al interior del movimiento social pueden ser reinterpretados y resignificados por los sujetos para dar sentido a su propia experiencia dentro del movimiento que les lleve, por ejemplo, no sólo a cuestionar el orden social vigente sino la propia estructura jerárquica al interior del organismo, y de acuerdo no necesariamente a modelos de comportamiento racionales.

La identidad, en este sentido, como menciona Dubet,

“no está dada, ni es unidimensional, sino que resulta del trabajo de un actor que administra y organiza las diversas dimensiones de su experiencia social y de sus identificaciones” (Dubet, 1989).

En síntesis, la identidad colectiva puede definirse como una *parte de la subjetividad que se basa en el sentido de pertenencia otorgado por los sujetos en diversos ámbitos de experiencia social dentro de una colectividad*. Este sentido de pertenencia es construido a partir de que los sujetos comparten una misma situación social, un estilo de vida, costumbres, un conjunto de prácticas sociales, formas de dar significado, mecanismos de interacción, y en última instancia, amigos y enemigos en común. Para lo cual, no es necesaria la interacción cara a cara de los sujetos sino que puede existir un sentido de pertenencia con sujetos “anónimos” a través de un reconocimiento imaginario con lo que estos representan. Por ello, la identidad no es algo dado ni algo elegido libre y voluntariamente por los sujetos, aunque exista un espacio para la voluntad, sino construido socialmente y resultado de la interacción social; en este sentido, dicha

construcción se encuentra condicionada a la vez por los constreñimientos de la estructura social y cultural, así como por las relaciones de poder existentes, es decir, por el campo de oportunidades y restricciones de la acción social, lo cual define el carácter de la identidad así como el grado de su consolidación y durabilidad, que en conjunto proporcionan los elementos objetivos que le permiten a los sujetos asumir diversas configuraciones subjetivas de acuerdo a la situación social concreta. Por lo tanto, la identidad no puede ser única para la totalidad de las relaciones de los sujetos, sino que asume matices diversos respecto a espacios y momentos históricos determinados. Es decir, la Identidad es siempre intencional, motivada y conducida hacia un objetivo concreto. En este sentido puede hablarse de *Identities "para"* las cuales no forman un sistema integrado, sino que pueden tener relaciones duras o blandas, exhibir causalidades o discontinuidades formando una configuración (De la Garza, et.al.: 2010). Así, más que hablar de una identidad colectiva absoluta en los sujetos puede hablarse más bien de una *Configuración Identitaria Multidimensional* que se genera, transforma, decanta, diluye o se reconstruye a partir de la experiencia específica de los sujetos en una situación social concreta.

Es decir, no estamos hablando de la identidad en abstracto sino como un proceso que resulta de la conjunción de procesos simbólicos y de distinciones significantes construidas por los propios sujetos en ciertos ámbitos situados como la familia, la escuela, el barrio, el espacio de trabajo, la organización social, etc. Desde donde los sujetos construyen el sentido de pertenencia y de diferenciación adoptando, utilizando y reconfigurando códigos de significado que conllevan la identificación con el grupo social.

La identidad, en nuestro caso, está referida a tres aspectos concretos de nuestros sujetos de estudio: la ocupación, la comunidad laboral y la Organización gremial, así como en una dimensión particular se puede considerar también la identificación con las acciones colectivas. Es decir, no se pretende hacer un estudio de la identidad *per se* sino de la identidad colectiva que es construida con relación al ámbito del trabajo, a la acción colectiva en un sector laboral específico y, paralelamente, con sus diversos mundos de vida.

Así, para nuestro caso empírico, los trabajadores no clásicos, tianguistas de la Ciudad de México pertenecientes a diferentes tipos de Organizaciones gremiales, la identidad colectiva puede estar referida en primer lugar a su actividad laboral que es el elemento central en el mundo de vida de estos sujetos, y en donde se genera un proceso de

interacciones sociales múltiples, a diferencia de otros espacios sociales: así la identidad de tianguista puede definirse por poseer características particulares en su trabajo diferentes a las que asume, por ejemplo, el trabajo industrial, lo cual puede llevarlos a construir un sentido de pertenencia con respecto al trabajo, a la comunidad laboral, y a la organización social de la que forman parte, en donde se utilicen códigos de significado que refieran a lo emocional, lo moral, lo sentimental, el sentido de lo estético, etc., así como razonamiento de tipo instrumental y de sentido común.

En consecuencia al carácter multidimensional de la identidad, el sentido de pertenencia puede definirse por la interacción de los sujetos con los compañeros de trabajo, con el cliente, con las autoridades, con los representantes de la organización, actores que intervienen y afectan directamente su proceso de trabajo, y que son concebidos como ‘amigos’ o ‘enemigos’. En donde pueden existir significados construidos en torno a lo emocional, por ejemplo, y no sólo a partir de evaluaciones racionales.

En la interacción cotidiana de los sujetos pueden existir diversos rasgos que permitan una identificación particular y que podría estar referida, por ejemplo, al hecho de compartir los rasgos distintivos del desempeño de su actividad de vender en el tianguis; por otro lado, estaría relacionado con el grado de distancia espacial, por la antigüedad en el trabajo, etc.

La participación en la organización gremial también puede ser un espacio en donde se genere un sentido de pertenencia que, tanto es construida por los sujetos, como generada por la propia agrupación. Así, las fuentes de identidad con respecto a la organización social pueden estar referidas al cumplimiento o no de las expectativas del colectivo con relación a su modus operandi o al tipo de relación mantenida entre dirigentes y bases. La identificación aquí tendría que ver entre otras cosas por la visualización de la organización como ‘amiga’ contrariamente a la determinación del ‘enemigo’ que en este caso podrían ser las autoridades gubernamentales que intentan controlarlos, o peor aún: extinguirlos. Pero también el enemigo, en otro nivel, podría visualizarse de acuerdo al reconocimiento, aún superficial, de la estructura de clases: la definición de ricos y pobres, oponiendo una concepción del ‘nosotros’ como los desposeídos, los trabajadores, los ‘jodidos’. En este sentido puede existir una identificación con las demandas que la organización enarbola, y de manera particular aquellas que se refieren a sus propios intereses como trabajadores de tianguis, por ejemplo, el respeto al derecho a trabajar, de utilizar los espacios públicos para vender, etc., las cuales son fuente de identificación una vez que los sujetos le otorgan un significado concreto, de acuerdo a

códigos de tipo moral, es decir considerar las demandas de la organización como justas, válidas, pertinentes; ideológicos, porque es ‘necesaria’ la lucha contra quienes explotan a los trabajadores o al pueblo; emocionales, porque les entusiasma saber que las demandas de la organización representan en parte sus propias necesidades. Al igual puede haber una identificación con las formas de lucha que realiza la organización porque, de la misma forma, las considera justas, necesarias, ‘justificadas’, etc. Así, podrá existir una identificación o no con las diversas formas de acción colectiva. En todo lo cual intervienen elementos subjetivos de diversa índole. Y, en una dimensión más general, puede existir una identificación con respecto al proyecto de la organización, lo cual conlleva el reconocimiento de una visión del futuro posible, de los medios para arribar a él, así como compartir el marco de explicación de la realidad social con el que la organización da cuenta del contexto en el que actúa y de las posibilidades y justificación de su accionar. Aunque la identidad con respecto a la organización no supone un carácter coherente y sin contradicciones, ya que bien puede ocurrir que el proceso de identificación esté mediado en todo momento por las prácticas concretas de dirección del organismo. Aunque esto no necesariamente signifique un rompimiento con la identidad referida a la organización: a sus objetivos, demandas, formas de lucha, proyecto, sino de manera particular con quienes se encargan de ejercer el poder y/o la dominación. En una palabra, puede existir identidad con respecto a ‘la organización’ pero ello no implica una identidad con respecto a la dirigencia.

En este sentido también puede constituirse la identidad con respecto a la adhesión a la acción colectiva por parte de los tianguistas. Ello tendría que ver con el grado en que los sujetos conciben su participación como importante y necesaria, y estén convencidos de que eso es lo moralmente ‘correcto’. De tal forma que su identificación con la acción colectiva estará influida por el nivel de su participación: si es esporádica, si tiene cierta regularidad, o si manifiesta un compromiso absoluto; con lo cual la identidad del tianguista ya no sólo estaría significada por su actividad laboral sino por su militancia en la organización asumiendo como propio el proyecto organizativo y las formas de acción para concretarlo.

Así, como se intenta explicar, la identidad puede configurarse de forma heterogénea y atendiendo a las diversas dimensiones en las que los sujetos interactúan y significan sus prácticas. Es decir, poder definir qué identidad colectiva existe en los sujetos sólo es posible hacerlo a partir del estudio concreto en cada uno de los campos de relaciones

sociales que le son significantes para cada situación concreta y no a partir de planteamientos apriorísticos sin ningún contenido empírico.

2. Cultura y Agencia social: la cultura del trabajo y de los trabajadores.

Un aspecto imprescindible en la construcción de la identidad colectiva es, sin duda, la cultura, y en particular, para nuestro caso, la cultura expresada en los diferentes mundos de vida del sujeto laboral, incluido el mundo del trabajo.

Partiendo, pues, del hecho de que la estructura de significados, es decir, la cultura, es imprescindible en la definición para el sujeto de la generación de sentido y la acción social dentro de sus mundos de vida, es importante también atender las diversas nociones en torno a lo cultural y, en particular, de la cultura referida al trabajo.

El ámbito de la cultura ha sido vastamente estudiado por la Teoría social en su conjunto, debido sobre todo a que en términos generales se le ha concebido como el ámbito del que dependen los procesos de socialización y generación de pautas y comportamientos sociales dentro de un sistema social específico.

La Cultura, así, se ha conceptualizado de manera diferenciada en el transcurso del desarrollo de las Ciencias sociales. Si nos apeamos a la tipología elaborada por Smelser (1992) sobre cómo ha sido abordado el concepto de cultura éste habría sido concebido de tres modos: a) como “alta cultura” o cultura elitista; b) la cultura como sistema estructurado de integración social propugnado inicialmente por Levy Strauss y una concepción matizada de cultura no del todo coherente sino irregular y en ocasiones “anómica” como lo define Durkheim.

La visión clásica de la antropología con Levy Strauss y el aporte de Durkheim sobre la anomia social y la ‘conciencia colectiva’, que implica la idea de ‘consenso’, fueron concepciones influyentes para teorías surgidas en la primera mitad del siglo XX que también refieren lo cultural como homogéneo, como lo fue el funcionalismo estructural de T. Parsons. Para Parsons, la socialización de los individuos se da a través de la familia, la cual es un mecanismo para el proceso de internalización y reproducción de la cultura común de la sociedad. Así, la cultura es concebida como un sistema de normas y valores. Por su parte, el marxismo ortodoxo se orienta en esta misma perspectiva de la cultura en términos de coherencia aunque asuma un carácter alienante. Para éste, la cultura dominante en la sociedad tiene que ver con la dominación económica de la clase burguesa en el capitalismo. La cultura aquí ocupa el lugar de ‘ideología’, la cual es

impuesta a la clase trabajadora para generar en ella una 'falsa conciencia' y es parte de la superestructura que está determinada por la estructura económica.

c) Pero, una tercera concepción sobre lo cultural es aquella que lo refiere como un sistema de signos heterogéneos y no como un todo homogéneo. Fue Gramsci, quien le da un sentido diferente a la concepción marxista sobre la cultura. Para él no existe una sola cultura proveniente de la clase dominante sino subsiste también la cultura popular que no sólo recibe pasivamente la cultura de las élites sino que la resignifica apropiándose para ponerla en funcionamiento en la lucha de clases, que no es sólo la lucha por los medios de producción sino una lucha por la hegemonía cultural y política. Gramsci señaló el contraste entre la 'moralidad popular' de la tradición folclórica y la 'moralidad oficial'. Su 'hombre en la masa' podía tener 'dos conciencias teóricas (o una conciencia contradictoria): una de praxis, la otra 'heredada del pasado y absorbida sin espíritu crítico'. (...) Gramsci dice que se apoya en 'la filosofía espontánea que es propia de todos'. Esta filosofía se deriva de tres fuentes: en primer lugar, 'el lenguaje mismo, que es una totalidad de ideas y conceptos determinados, y no solo de palabras, gramaticalmente vacías de contenido'; en segundo lugar, 'el sentido común'; y, en tercer lugar, la religión y el folclore popular (Thompson, 1995: 23).

Para Gramsci, cultura es el conocimiento social general que una sociedad tiene de su legado histórico y social manifestado a través de las costumbres, el desarrollo científico y técnico, los hábitos sociales y las instituciones políticas y civiles propias (De la Garza, 1989).

Otros desarrollos posteriores, dentro de la teoría marxista, fueron las hechas por la Teoría crítica: H. Marcuse, T. Adorno, J. Habermas; y por el marxismo estructural de L. Althusser. El común denominador en ellos es la afirmación de que la cultura no era estática y uniforme sino que estaba plagada de contradicciones y de discontinuidades.

En esta acepción la cultura se refiere a significados objetivados heterogéneos. No sólo se interpretan a partir de normas y valores sino que se incluye también elementos de carácter cognitivo, valorativo, emotivo y estético. Según Bauman (1999), ésta diferenciación cultural parte del estructuralismo lingüístico temprano elaborado por Ferdinand de Saussure. Como la lengua, la cultura es selectiva, y cada cultura en concreto posee una 'configuración única'.

Con respecto a lo anterior, Margaret Archer (1997) afirma que existen dos mitos sobre la cultura: 1. La cultura como consistencia lógica; 2. La coherencia entre cultura y sujetos. Según ésta perspectiva, no todo está integrado aunque si persisten ciertos

vínculos entre los distintos elementos culturales. A la vez, no es estática sino que recurrentemente surgen nuevas prácticas y nuevos significados. Existen también culturas populares tradicionales que no son coherentes con la cultura dominante actual; así mismo, es posible encontrar una diversidad cultural dentro de una misma población.

Esta concepción no coherente y heterogénea de la Cultura es compartida en general por Clifford Geertz. Su noción del término incluye un carácter semiótico, es decir, el significado de los actos simbólicos:

“El concepto de cultura que propugno y cuya utilidad procuran demostrar los ensayos que siguen es esencialmente un concepto semiótico.” (Geertz, 2003:20)

Desarrollando su propuesta teórica desde la etnografía, proporciona la noción de *Descripción Densa*, la cual no se centra en los signos sino en los significados. Por ello, puede decirse que representa una concepción simbólica de la cultura: como ‘patrón de significados incorporados a las formas simbólicas –entre las que se incluyen acciones, enunciados y objetos significativos de diversos tipos- en virtud de los cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias (Thompson, J.B., 2006: 197).

La noción semiótica de la cultura de Geertz es, entonces, aquella que refiere a la cultura como *conjunto de significados*. En esta perspectiva se parte de la crítica al funcionalismo, sobre todo en lo que se refiere al sistema cultural como generador de pautas y símbolos predeterminados que se encargan únicamente de ser internalizados por los individuos y que finalmente determinan su forma de actuar. En cambio, se plantea que los símbolos que apelan al significado desempeñan tareas que, en conjunto, crean un sistema cultural. Para ello se considera imprescindible pasar del análisis de los símbolos mismos al análisis de los símbolos como acción pública (Alexander: 256).

El punto principal aquí no es investigar si existe una estructura cultural que contenga modelos simbólicos, sino que aceptando de antemano esto, lo que le interesa en realidad es cómo son utilizados por los sujetos para comprender el mundo.

Por tanto, el concepto de cultura más indicado para el análisis social es un concepto semiótico:

“Creyendo con Max Weber que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, considero que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones. Lo que busco es la explicación, interpretando expresiones sociales

que son enigmáticas en su superficie. Pero semejante pronunciamento, que contiene toda una doctrina en una cláusula, exige en sí mismo alguna explicación.” (Geertz, 2003: 20)

La intención se centra, en este sentido, en abordar la acción no el orden. Por ello, se establece el analizar la creación de los significados y no sólo la estructura establecida de los mismos.

Aunque esta perspectiva de la cultura como conjunto de significados de alguna manera se confunde con la idea de cultura como mecanismo de control,

“la cultura se comprende mejor no como complejos de esquemas concretos de conducta – costumbres, usanzas, tradiciones, conjuntos de hábitos–, como ha ocurrido en general hasta ahora, sino como una serie de mecanismos de control –planes, recetas, fórmulas, reglas, instrucciones (lo que los ingenieros de computación llaman “programas”)– que gobiernan la conducta. La segunda idea es la de que el hombre es precisamente el animal que más depende de esos mecanismos de control extragenéticos, que están fuera de su piel, de esos programas culturales para ordenar su conducta.” (Geertz, 2003: 51)

Podríamos considerar con esto que, si bien esta propuesta concibe a la estructura cultural como necesaria con la cual los sujetos son capaces de ordenar y significar su experiencia en el mundo, no es asumida de una manera determinista, pues, finalmente el sujeto lo que hace es utilizar, creativamente, los significados establecidos para adecuarlos a la situación concreta y que pueden ser: palabras, gestos, ademanes, dibujos, sonidos musicales, artificios mecánicos, como relojes u objetos naturales como joyas. Y en la forma en que los utiliza y es capaz de recrearlos simbólicamente es donde el sujeto se experimenta como un ser libre, mental y físicamente, pero dentro de los límites en los que se enmarca su propia situación. Por tal motivo es posible afirmar que los esquemas culturales no son generales sino específicos, ya que dependen de cómo son utilizados de manera concreta y específica por los sujetos. La cultura, entonces, no se concibe ya como un sistema de normas y valores sino como sistemas de significados por encima de las reglas de conducta.

Sin embargo, y a pesar de que la noción ‘semiótica’ sobre la cultura de Geertz permite establecer la importancia de los significados en la acción social, que aunque basados en mecanismos de control sobre la conducta, pueden ser utilizados creativamente por los sujetos para dar sentido a su contexto específico, esta propuesta teórica se encuentra limitada al soslayar la cuestión del poder y las contradicciones de las relaciones sociales en la producción y reproducción de la estructura de significados. Es decir, se da por hecho de que existe la cultura como conjunto de mecanismos de control de la conducta pero sin establecer su origen, mantenimiento y reproducción de manera jerarquizada

dentro de contextos socio históricos concretos, y en este sentido tampoco se logra explicar cómo los sujetos pueden dotar de un sentido diferente, y en franca oposición, al conjunto de significados establecidos por la cultura hegemónica.

Siguiendo esta misma perspectiva de interpretación simbólica P. Bourdieu, como ya se menciona en el capítulo anterior, parte de concebir los condicionamientos estructurales que posicionan socialmente a los sujetos de forma diferenciada pero incluyendo en ello también la gama de especificidades culturales y simbólicas de cada una de las posiciones estructuradas. El aspecto simbólico es definido a partir de los mecanismos y las formas de consumo que los sujetos desde su propia situación social específica realiza. Considerando la estructura de clases dentro de la sociedad, la clase dominante logra constituir su hegemonía no sólo en el plano político o económico sino también con relación a la cultura; de tal forma que los diferentes contingentes sociales se apropian de forma específica de los bienes simbólicos contenidos en esa cultura dominante.

De esta forma, la cultura actúa como mecanismo de segregación y diferenciación de las clases, al tiempo que legitima la desigualdad. Así, cada clase social genera determinadas prácticas y comparte estilos de vida y de consumo a través del *habitus* definido por la forma en que se encuentra posicionada socialmente. El *habitus* de cada clase o sector de clase procede de la semejanza y relativa homogeneidad en cuanto a las condiciones de vida. Lo cual abre la posibilidad para investigar los procesos identitarios de las clases subalternas, o fracciones de clase, a partir de considerar el *habitus* que define los estilos de vida y los rasgos simbólicos compartidos en común, o sea, a partir de conocer la cultura que subyace y es reproducida por estos sujetos en sus diferentes mundos de vida.

Por tanto, la cultura tal y como se concibe aquí es a partir de considerarla no como un sistema coherente sino como una *estructura de significados contradictoria* en la medida a que se encuentra condicionada por una estructura social más amplia como lo es la estructura de clases, la cual da lugar a la existencia de una disputa por visiones del mundo y por el predominio de una cultura de clase por encima de las culturas producidas por las clases subordinadas cuyo contenido simbólico se encuentra permeado, no de forma absoluta, por aquella. Es en la vida cotidiana donde los sujetos de una clase comparten estilos de vida y de consumo y en donde el entramado de significados se reproduce originando prácticas y reconfiguraciones subjetivas hasta cierto punto homogéneas que pueden dar lugar, a su vez, a sentidos de pertenencia

colectivos. Es en la cultura, y a través de ella, que el proceso de construcción identitaria tiene lugar en determinadas colectividades independientemente del grado de interacción cara a cara, como se viene sosteniendo, pues compartir un estilo de vida específico no implica la inmediatez de los sujetos sino un reconocimiento en la imaginación de que otros se encuentran en una situación similar por factores, en general, igualmente compartidos.

De acuerdo con ello, la cultura específica referida al trabajo sería precisamente la acumulación de significados utilizados y reproducidos por los sujetos de forma recurrente teniendo como campo temático y referencial el mundo de vida del trabajo, por lo cual los significados construidos pueden serlo tanto dentro de la comunidad laboral en donde desarrolla su actividad como en los demás espacios en donde el trabajador realiza su vida cotidiana.

La noción anterior contrasta con la concepción estándar de cultura como un sistema coherente, y homogéneo, principalmente como normas y valores, y da pie para concebirla como acumulación de significados. Ello porque dentro de la configuración de significados, los de carácter normativo constituyen una forma más en que éstos se expresan más no representan su totalidad. Asimismo la existencia de diversos campos subjetivos abre la posibilidad de diferenciar la cultura de lo que es propiamente la subjetividad. Es decir, la cultura, reiterando, puede considerarse como acumulación sedimentada de significados, los cuales son una construcción social e histórica y se van transmitiendo intergeneracionalmente a través de procesos de socialización y cuyo contenido no es totalmente coherente sino contradictorio, heterogéneo y discontinuo; la subjetividad, por su lado, no se constituye como un entramado de códigos, fijo y preestablecido, sino como una configuración en donde coexisten significados morales, estéticos, cognitivos, emocionales, de razonamiento cotidiano, instrumentales, los cuales pueden ser utilizados por los sujetos de acuerdo a su situación concreta y pueden ser expresados y concebidos a través del discurso sin que esto signifique soslayar otras formas que asume la interacción comunicativa. Ello no indica, empero, que su comportamiento esté determinado sino que éstos significados no sólo son reproducidos sino reconfigurados y modificados de tal forma que el sujeto logra la construcción del sentido de la situación que experimenta, lo cual puede incluso llevar a la innovación y emergencia de códigos de significación no actualizados, aunque siempre dentro de los límites que la estructura de significados establece, es decir, la cultura.

En este sentido, la cultura del trabajo y de los trabajadores se ha enfocado y conceptualizado de forma diversa. Como ya se ha mencionado, la cultura fue un tema recurrente por los estudios de varios autores marxistas que buscaban rebasar el esquema estructuralista del materialismo histórico y apearse más a una explicación de la realidad social, sobre todo de la clase obrera, a partir de los propios sujetos actuantes y no ya de las estructuras económicas. Es así como los aportes más importantes referentes a los llamados nuevos estudios culturales se dan en buena medida a partir de la producción intelectual de la Historia social inglesa: E.P.Thompson, R. Williams y Hoggart; y de manera específica ocupándose del estudio sobre la cultura de la clase trabajadora.

En el caso de Thompson, en su obra *La formación de la clase obrera en Inglaterra* (Thompson, 1977) realiza un estudio histórico de los obreros ingleses, considerando los procesos de interacción y construcción de su identidad como clase.

La cultura representa así uno de los elementos principales dentro del proceso de formación de clase desarrollada por los individuos en su interacción cotidiana. De este modo, la cultura obrera surge a partir de las prácticas sociales, experiencias y estilos de vida comunes que se dan a partir de las vivencias que tienen los trabajadores en su espacio de producción, pero también .y de manera muy importante- en su espacio de reproducción. Por medio de esta ‘socialización’ de las experiencias de los obreros se crea una forma de ser y de existir diferente a la de otras clases sociales, que al ser reconocida por ellos dan origen a una conciencia de clase que se traduce en aspectos de tipo cultural como costumbres, sistemas de valores, tradiciones, representaciones del mundo que le son propias a los trabajadores y que al crearse y recrearse de manera colectiva influyen en el autorreconocimiento de esa misma colectividad como un todo.

Considerando que las ‘comunidades obreras’, según Thompson, se establecen como una forma de interrelación social que lleva consigo la vivencia en común de experiencias cotidianas, es posible observar una relación estrecha entre estos dos aspectos, es decir, la comunidad y la cultura obrera.

Allí donde existe una comunidad obrera, ya sea en la fábrica, en la familia o en el medio social extrafabril aparece como un elemento constante la cultura desarrollada por los individuos que se relacionan entre sí.

En los diferentes tipos de comunidades de obreros hay toda una gama de experiencias y prácticas sociales que les dan características particulares pero, en su conjunto,

conforman lo que es la cultura obrera en general. En la fábrica, por ejemplo, se expresa la cultura obrera en diversos aspectos como la manera en que los trabajadores se organizan de manera informal, en los valores que tienen con respecto al trabajo, en los ‘rituales’ que realizan en ciertos momentos de su desempeño laboral, en las tradiciones que mantienen, etc.

En la familia, la cultura obrera se expresa también en la forma de vida que llevan a cabo, en la concepción del mundo que tienen los trabajadores y la forma en que la ‘heredan’ a sus hijos, en cómo utilizan su tiempo libre, en sus valores y costumbres, etc. Por otro lado, en el medio social extrafabril, hay todavía una mayor complejidad en las formas en que se expresa la cultura obrera. En este medio, en el cual entra el barrio, las instituciones sociales y religiosas, las formas de cooperación y organización obreras, la influencia teórica o ideológica, el ‘folclore’ popular, entre otros, hay todo un marco cultural que se desarrolla y enriquece ante la gran variedad de hombres y mujeres que se interrelacionan con diversas experiencias y prácticas que, en un determinado momento, se comparten mutuamente y que le lleva a reconocerse entre sí como una sola entidad social.

No obstante, Thompson al mostrar la cultura de clase expresada por los trabajadores, de acuerdo a sus propias condiciones de vida, soslaya aspectos importantes contenidos en la cultura de la clase hegemónica y que se vierte hacia el tejido social de las clases subalternas influyendo directamente sobre su visión del mundo aunque no de forma absoluta como lo argumenta Hoggart quien, de forma similar a Thompson, retomando sus estudios sobre la influencia de la cultura difundida entre la clase obrera por los modernos medios de comunicación, parte de la idea de que, regularmente, se tiende a sobreestimar la influencia de los mensajes culturales de los medios de comunicación en las clases populares:

“Nunca hay que olvidar, que estas influencias culturales ejercen una acción muy lenta sobre la transformación de las actitudes y que a menudo son neutralizadas por fuerzas más antiguas. La gente del pueblo no lleva una vida tan pobre como lo que una lectura, profunda incluso, de su literatura pudiera dar a entender...”

“Cuando pensamos en los impactos culturales a los que han estado expuestas varias generaciones de la clase obrera, nos sorprende su capacidad de resistencia y adaptación. Lo más admirable no es que cada generación haya podido “conservar” en gran medida las tradiciones de antaño, sino que haya sido capaz de crear nuevas tradiciones.” (Hoggart, 1990: 269)

Así, aunque los modernos medios de comunicación tienden a construir una cultura homogénea y volver anónimos a los trabajadores, estos mantienen como prácticas recurrentes en su interacción cotidiana, dentro de los diversos espacios en los que se

desenvuelve, costumbres y tradiciones antiguas que continúan orientando y definiendo su comportamiento colectivo como trabajadores; y, más aún, crean nuevas prácticas culturales acordes no con la cultura de los medios de comunicación sino con su propia tradición como agrupamiento social.

Es decir, tanto en Thompson como en Hoggart la cultura no es concebida como un sistema homogéneo, coherente y determinante en el comportamiento de los sujetos y que les establece las formas que debe asumir su interacción social, sino que, aún cuando reconocen la existencia de una cultura hegemónica –siguiendo a Gramsci- ésta no recae sobre los sujetos de una manera inevitable y no es internalizada mecánicamente sino que, esos mismos sujetos que se encuentran subordinados jerárquicamente en la estructura social, son capaces de mantener una cultura propia y de reconfigurar los propios símbolos y significados de la cultura que les domina para fines propios, de acuerdo a la situación específica en la que se encuentren.

La visión neomarxista de la ‘cultura obrera’ fue retomada ampliamente por los estudios sociológicos sobre el trabajo en América Latina y en particular en México, lo cual permitió abordar al sujeto obrero como tal y no ya desde una concepción que predominaba más su posición estructural en las relaciones de producción¹⁴, y en donde la cultura aparecía como una categoría residual determinada por las condiciones objetivas de los procesos productivos (Guadarrama, 1995).

Esta nueva forma de abordar lo cultural relacionado con el mundo del trabajo y de los trabajadores permite entender a la cultura como una parte inherente a las relaciones sociales y a toda actividad humana, en este caso la actividad laboral. De tal modo que en los espacios laborales los trabajadores, por un lado, concretan prácticas y construyen significados relacionados con su actividad en el trabajo y, paralelamente, recrean y reutilizan las prácticas y significados de sus mundos de vida extralaborales. Con ello, significados que el sujeto emplea en la construcción del sentido en la familia, en la comunidad, o en otros espacios de interacción social, puede emplearlos también, en situaciones concretas, para dotar de sentido a su actividad laboral, y viceversa.

Las nuevas formas de cómo abordar el estudio de la cultura del trabajo, más allá de tratar de concebir una cultura obrera homogénea, abren la posibilidad del estudio cultural de lo laboral a partir de la acción significativa y simbólica que no se reduce al

¹⁴ Enrique de la Garza (1989) establece tres “fuentes y partes integrantes en el análisis de la clase obrera” hasta los años setenta: 1) estudios sobre el origen y formación de agrupaciones obreras; 2) desarrollo del sindicalismo y su relación con el Estado; 3) estudios sobre procesos de trabajo y perfiles de la fuerza de trabajo.

espacio laboral como si el sujeto tuviera una subjetividad fragmentada y dividida en diversos universos como Alain Touraine (2001), por ejemplo, asegura¹⁵, sino que existe una interconexión simbólica entre los distintos mundos de vida de los sujetos, incluido el mundo del trabajo, de tal forma que los significados pueden ser transferidos de un espacio a otro, de acuerdo a la situación concreta que el sujeto experimente.

No obstante, hasta aquí, ya sea que se hable de cultura obrera o cultura del trabajo, la perspectiva sobre el estudio de lo cultural en lo laboral se circunscribe únicamente a una noción estrecha –o a su versión clásica- sobre el trabajo de tal manera que las distintas propuestas teóricas han sido pensadas sólo para analizar la cultura, por ejemplo, de los obreros en las fábricas, en las maquiladoras, en las grandes plantas industriales, soslayando otros tipos de trabajo enclavados en el sector terciario o en el que hemos denominado, como trabajo no clásico (De la Garza, 2010).

Siguiendo con esta perspectiva adoptada considero necesario concebir una noción ampliada de lo que es *cultura del trabajo* con el objetivo de incorporar a otros sectores de trabajadores nulamente estudiados no sólo en términos culturales sino incluso como sujetos laborales. En nuestro caso, como en la gran mayoría de los actores que pueden ser sujetos de estudio desde el trabajo no clásico, se cruza de forma casi inevitable la cultura del trabajo con aquello que refiere a la cultura popular urbana toda vez que nuestro sujeto laboral ejerce su trabajo apropiándose del espacio urbano y, de manera estratégica, dentro de zonas territoriales caracterizadas por ser lugares de residencia de amplios sectores populares, constituyéndose así en una cultura laboral permeada por lo urbano.

La cultura urbana puede considerarse como aquella que emerge en las grandes ciudades a partir que se desarrollan los procesos de modernización y urbanización de las mismas, y toda la complejidad social y cultural contenido en ello, incluyendo los procesos de apropiación y disputa por la hegemonía en estos dos ámbitos.

En otras palabras,

“la ciudad percibida no como contexto ecológico sino como espacio de confrontación cultural entre lo moderno y lo tradicional, de presión por imponer procesos de eficacia racional a pesar o en contra de la identidad colectiva, y la forma de incorporación y lucha por la autonomía de las masas urbanas...” (Nivón, 1998:48)

¹⁵ Haciendo concesión a la sinrazón posmoderna -y paraposmoderna- Touraine asegura que la: “... ruptura entre el mundo instrumental y el mundo simbólico, entre la técnica y los valores, atraviesa toda nuestra experiencia, de la vida individual a la situación mundial.” Alain Touraine, (2001): *¿Podremos vivir juntos?* P.12

Por tanto en el caso de la presente investigación podría ser pertinente hablar de una *cultura laboral urbana*, concebida ésta como la acumulación de significados utilizados, reproducidos y actualizados por los sujetos a través de su experiencia de forma recurrente dentro de la comunidad laboral en la que concreta su actividad, la cual se desarrolla *en y por medio* del espacio urbano. Por tanto, en este caso concreto lo laboral se encuentra embebido por lo urbano. De hecho, el trabajo específico de venta en el tianguis sólo puede concretarse por medio de la apropiación de un territorio con la intervención de una multiplicidad de actores sociales característicos de la ciudad: los vecinos, los policías auxiliares y de tránsito, los transeúntes, los vendedores ambulantes, etc. De tal forma que las relaciones sociales implicadas conllevan un intercambio simbólico complejo producido sólo dentro del entorno ciudadano: formas de expresión y comunicación, de representarse la ciudad y de actuar en ella, así mismo el cómo relacionarse con la vastedad de sus personajes. Debido a esto, el habitar la ciudad, y más aún el trabajar a través de ella, hace necesario aprender e internalizar la gama de códigos simbólicos propios de la urbe e imprescindibles para relacionarse socialmente en dicho espacio. Sobre todo cuando el tipo de trabajo sólo se concreta por medio de la interacción social recurrente, como sucede con la venta en el tianguis, en donde el trabajador comerciante está obligado a interactuar con una diversidad de actores para concretar eficazmente su labor: el cliente, el policía, sus demás compañeros de trabajo. El tianguis es, pues, el lugar en donde se condensa el entramado simbólico urbano que se reproduce y actualiza a través de los procesos de interacción acontecidos durante la jornada laboral y comercial. El trabajo del tianguista y su cultura laboral se producen, entonces, disponiendo de los recursos simbólicos que la cultura urbana les proporciona como habitantes y trabajadores de la ciudad. Por ello, hablar de la cultura laboral del tianguista es hablar, a la vez, de una cultura definida también por lo urbano: de una *Cultura laboral urbana*.

En suma, la *cultura laboral urbana* sería toda aquella que expresa estilos de vida y de consumo comunes, así como costumbres, tradiciones, valores, normas formales e informales, ritos sociales, representaciones del mundo, relacionados tanto con la actividad laboral como, de manera articulada con ello, con el modo de concebir y ejercer el territorio urbano y el modo en que se establecen relaciones sociales en él, lo cual en conjunto se comparte, reproduce y transmite socialmente por los trabajadores en

su cotidianeidad dentro y fuera de su espacio de trabajo, siendo lo anterior una de las principales fuentes de la identidad colectiva.

Así, los trabajadores no clásicos, en específico nuestros sujetos de estudio, los vendedores de tianguis, al ejercer su trabajo en relación con otros y establecer una comunidad laboral como forma de interrelación social que lleva consigo la vivencia en común de experiencias cotidianas en el territorio urbano, producen, actualizan e intercambian significados acumulados de manera colectiva a través del discurso y de otros mecanismos de comunicación, que orientan y le dan sentido a su actividad y a la manera en que se relacionan e interactúan entre sí.

En el tianguis, por ejemplo, se puede expresar la cultura del trabajo en costumbres sobre cómo ejercer el trabajo, las formas de conducir las relaciones sociales con los diversos actores intervinientes, así como experimentando en comunidad estilos de vida sobre la forma de consumir, de comunicarse, de concebir el mundo y de cómo significar su experiencia en sus diferentes mundos de vida cotidianos.

Se puede expresar también a través de reglas de comportamiento implícitas: la forma de relacionarse e interactuar con la clientela, las relaciones entre compañeros de trabajo, los códigos de ética laboral amparados en la costumbre, los ritos de iniciación al espacio de trabajo o al oficio, la utilización de un vocabulario específico en la realización cotidiana del trabajo, así como un conjunto de significados referidos a las palabras utilizadas dentro del espacio urbano y laboral. También puede expresarse a través de formas de convivencia y socialización que se traducen en diferentes prácticas de ocio.

Todo ello como una forma en que se producen y reproducen prácticas y significados recurrentes establecidas socialmente y aceptadas de forma implícita o explícita por la comunidad de vendedores, los cuales regulan sus formas de actuar y representarse el mundo dentro de su actividad laboral urbana y en otros ámbitos, ya sea entre ellos y con los demás actores con quienes interactúan cotidianamente.

3. Acción colectiva, Sujetos y Movimientos sociales.

Tradicionalmente los estudios sobre identidad colectiva han señalado una correlación de tipo causal entre ésta y la acción colectiva. Esto ha conducido a afirmaciones apresuradas al señalar que la existencia de una está condicionada por la otra, y viceversa, la carencia de una de ellas impide que la otra se concrete. Desde la perspectiva que aquí se pretende hacer patente cada uno de estos fenómenos posee

procesos y dinámicas propios y se producen como resultado de un contexto específico en una situación histórica particular que no necesariamente implica el surgimiento simultáneo o la permanencia con la misma intensidad de ambos. Esto no implica, empero, que no exista una interrelación entre identidad y acción colectiva y que una no influya de algún modo en la otra, pero en esto es complicado caer en generalizaciones so pena de sustituir “la lógica de las cosas” por “las cosas de la lógica”, como diría Engels. Se trata más bien de explicar su relación en casos concretos, estando pues la solución a este aparente dilema teórico en el terreno empírico más que en un planteamiento producto de la mera abstracción.

Por ende, en este apartado considero importante dar cuenta de la discusión teórica sobre la acción colectiva de forma paralela al de la identidad, pero sin dejar de señalar los puntos de interconexión entre ambos.

En la exposición hecha con respecto al debate teórico sobre Estructuras, subjetividad y acción social mencionábamos que, al considerar un enfoque que diera cuenta de la forma en que es construida la acción sin caer en sobrestimaciones estructurales ni tampoco en un reduccionismo individualista y voluntarista, se establecía que aquella no era, entonces, el resultado unívoco de motivaciones de tipo instrumental ni tampoco de la determinación histórica o funcional de las estructuras sino de la activación de códigos de significación, propios de la subjetividad humana, a partir de la experiencia concreta de los sujetos en situaciones histórico sociales específicas, y que no necesariamente apelan a una racionalidad estratégica sino a motivaciones más ‘irracionales’ y no sistémicas. Señalando, además, de una manera insoslayable, que no es posible que la acción de los sujetos sea ejecutada de forma absolutamente arbitraria sino que ésta se realiza enmarcada por los límites y las condiciones sociales que las estructuras, materiales y culturales, establecen definiendo así el espacio de posibilidades dentro del cual los sujetos actúan y dan significado a su praxis social.

La noción de Sujeto social remite a la acción colectiva por lo que tiende a confundirse con el de movimiento social pero, tomando en cuenta la anterior perspectiva, es importante señalar que sujetos sociales y movimiento social no son necesariamente equiparables entre sí, sino que los movimientos sociales sólo en contextos históricos y coyunturas particulares son capaces de constituirse en sujetos sociales. Asimismo los movimientos sociales producen una forma particular de acción colectiva, que puede ser expresada tanto como oposición al orden social como en su defensa y afirmación, pero

la acción colectiva refiere a prácticas sociales diversas, institucionales y no institucionales, estratégicas y espontáneas, duraderas o inmediatistas, etc., no reduciéndose al ámbito del movimiento social.

De esta manera, comportamiento colectivo, acción colectiva y movimiento social no pueden ser utilizados como sinónimos. Dentro de un movimiento social pueden existir diversas formas de comportamiento social –violencia, orden, disciplina, radicalismo- así como una acción colectiva puede asumir múltiples formas de concreción como la votación de ciudadanos, reacciones de pánico, acciones de júbilo –como en el caso de los fanáticos de algún deporte- etc., y, por supuesto, la acción de los movimientos sociales.

El movimiento social como tal puede hacer referencia a cuatro aspectos particulares que lo diferencian de otras formas de acción colectiva, estos son: 1. la existencia de redes informales de interacción, 2. mantener en su interior creencias y solidaridad compartidas, 3. una acción colectiva desarrollada en áreas de conflicto y 4. Una acción que se desarrolla fuera de la esfera institucional y de los procedimientos habituales de la vida social (Diani, 1992: 7). A lo que podríamos agregar, por un lado, que pueden ser una fuente de identificación colectiva al construirse en su seno un sentido de pertenencia el cual puede llegar a convertirse en un incentivo selectivo de participación (Revilla, 1994: 4) pero que no necesariamente se encuentra establecido a priori, y, por otro, que se concretan en un espacio y tiempo específicos rebasando las acciones más espontáneas, caóticas e inmediatistas como los saqueos o el vandalismo, al existir un mínimo de coordinación que direcciona y organiza los actos del movimiento.

Sin embargo, no es posible soslayar que el estudio sobre los movimientos sociales actual tiene como antecedentes teóricos a los enfoques estructuralistas de la acción colectiva, como la teoría marxista, las teorías del comportamiento social de Durkheim, el estructural funcionalismo de Parsons, Merton y Smelser; los enfoques del individualismo metodológico, sobre todo la teoría de la elección racional (M. Olson, 1992); los que priorizaron el estudio de la subjetividad: el interaccionismo de Blumer y Park, la psicología del comportamiento social (J. Le Bon (1973) y G. Tarde (1986); Hoffer, 1951 (2009); Lipset, 1985), la teoría de la acción social de Weber, de F. Tonnies (1947) y de Turner y Killian 1957 (1987).

En la teoría marxista el sujeto social por excelencia era el proletariado, el cual se presentaba como determinado históricamente, debido a su posición en la estructura de

las relaciones de producción, para encabezar acciones sociales, revolucionarias, encaminadas al derrocamiento del poder político y económico de la burguesía. Esta visión del proletariado como sujeto protagonista del cambio social fue exacerbada hasta el límite por el leninismo y convertida en dogma por el estalinismo hasta muy entrado el siglo XX lo cual, en realidad, condujo a una enorme pasividad de las masas obreras a nivel mundial, pese a que en un primer momento fue el único estandarte ideológico que motivó una fuerte movilización por parte de contingentes bastante amplios de trabajadores en diversos países del centro y la periferia.

Fue Gramsci quien da un giro completo a esta visión ortodoxa sobre la lucha de clases. Para este teórico –y militante- la conciencia de clase no se reduce a las determinaciones estructurales sino que conlleva un proceso subjetivo en donde la ‘voluntad objetiva’ es en realidad disposición para la acción. Es objetiva, porque es viable en el contexto económico y en la correlación de fuerzas dentro de una coyuntura (De la Garza, 1992). Esta concepción supera aquella idea leninista de la construcción de la conciencia de clase ‘desde fuera’ al considerar que los sujetos no tienen determinado su pensamiento ni su conciencia por la posición estructural sino que éstos son capaces de apropiarse de los elementos culturales e ideológicos hegemónicos para reinterpretarlos y, a partir de su propia experiencia –sentido común- y producción cultural pueden constituir la conciencia de clase conjuntamente y no subordinados a los intelectuales del partido, el cual no deja de tener importancia pero como parte del bloque histórico cuya tarea es la disputa por la hegemonía entendida esta como capacidad intelectual y moral de dirección reconocida. (Ibid)

Con lo anterior, el marxismo ‘occidental’ representado por Gramsci rompe con el determinismo del marxismo leninismo y dota a los sujetos de la capacidad subjetiva para su praxis revolucionaria sin permanecer pasivamente, en una especie de contemplación religiosa, a que la élite iluminada les otorgue la gracia de la conciencia de clase.

Otra aportación importante que considera el sentido otorgado por los sujetos para actuar es la teoría weberiana sobre la acción social (Weber, 2004), la cual brinda diversos elementos para el análisis de la acción colectiva, en particular aquella referida al movimiento social. Con Weber se soslaya de algún modo la noción estructural de los hechos sociales al considerar que toda acción social lleva una motivación subjetiva, por lo cual no es posible quedarse únicamente con su sola descripción sino que es necesario

desentrañar el sentido que los sujetos le otorgan a sus actos a través de un proceso de interpretación de los mismos, y aunque puede considerarse ahora limitada su propuesta teórica, constituye la base sobre la cual sea posible el entendimiento de los procesos de formación de las acciones colectivas.

Bajo esta perspectiva que incorpora el ámbito subjetivo en la definición de la acción se incluye de manera relevante el interaccionismo simbólico.

La acción colectiva en el interaccionismo asumió rasgos distintivos e incluso contrastantes con respecto a otras corrientes. Así, la acción colectiva es “la conducta de los individuos bajo la influencia de un impulso que es común y colectivo, un impulso (...) que es resultado de la acción social.” (Park, 1967: 226) Estableciendo con ello el carácter interactivo de la acción al soslayar su enfoque determinista.

De acuerdo con esto, las acciones colectivas tienen un ciclo de vida: nacen, crecen y mueren. La creación y extensión de la acción se da gracias al contagio social del descontento que se transmite hasta generalizarse. Una vez formado, desarrolla un liderazgo y se organiza hasta institucionalizarse (Ibíd.).

Así, la acción colectiva “se convierte en procesos dinámicos, libres de cualquier sobredeterminación conceptual, incluyendo toda visión de corte teleológico” (Cisneros, 1999).

Por tal motivo, la acción colectiva no está determinada, no hay una sola forma de actuar sino múltiples dependiendo de la interpretación del momento y del mundo de que se trate. La gente “algunas veces coopera, algunas veces contiene, algunas veces es tolerante, algunas veces es indiferente, algunas veces sigue reglas rígidas, algunas veces más tiene un doble juego.” (Ibíd.)

Siguiendo esta misma línea, Turner y Killian (1987) sostienen que el comportamiento colectivo expresa representaciones simbólicas, concepciones y sentimientos continuamente calificados y confrontados con la realidad. Siendo así que, además, lo que define a una conducta colectiva es la subversión de las pautas institucionales. La acción colectiva, así, se produce como resultado de una evaluación previa de las posibilidades reales de emergencia.

Con ello, el interaccionismo simbólico propone un modelo de conducta colectiva de tres partes que se origina en la emergencia de una norma ‘extrainstitucional’, de las oportunidades para impulsarla y de la existencia de una colectividad (Cisneros, 1999: 121).

Vemos, entonces, en esta corriente teórica una in-determinación sobre los sujetos al momento de actuar y construir los significados sobre su acción. Lo importante de resaltar es precisamente que dotan al sujeto de la libertad para llevar a cabo diversas acciones sociales sin estar predispuesto a determinaciones sociales o culturales que le restrinjan el sendero por el cual transita. No obstante, el hecho de negar toda determinación les lleva hasta el extremo de no considerar el espacio de posibilidades que es delimitado por las estructuras, y que definitivamente si influyen y juegan un papel tanto en la construcción subjetiva de la decisión y significado para la acción como en la acción misma de los sujetos. No en todo momento, como parecería suponerlo el interaccionismo, los sujetos se encuentran produciendo e innovando prácticas y significados sino que en la cotidianidad de la dinámica recurrente de sus mundos de vida generalmente tienden a ejercer un papel de sujetos reproductores de prácticas y símbolos que permiten la permanencia en el tiempo y el espacio de las estructuras.

Un paradigma que se ubicó en el otro extremo del interaccionismo, aunque coincidiendo en algunos puntos sobre todo en lo que se refiere a la necesidad del orden social y al enfoque tomado para explicar el comportamiento colectivo, fue el funcionalismo estructural (Parsons, 1968). Éste explica el comportamiento que motiva la acción colectiva como una disfunción sistémica y como una conducta desviada. Así, las conductas colectivas se generan de una situación de inestabilidad y de una funcionalidad incorrecta en los procesos de integración del sistema social.

Sin embargo, dentro del propio funcionalismo se propone en un momento posterior que las acciones colectivas no pueden reducirse únicamente a un tipo de comportamiento patológico, es decir que no son sólo anómicas sino también pueden constituir un tipo de comportamiento inconforme (Merton, 1974).

Por ello, la acción colectiva no puede ser reducida a la disfunción sistémica sino que es necesario diferenciar entre los procesos colectivos que son producto de la disgregación del sistema y los procesos que tienden a una transformación de las bases del sistema.

Siguiendo esta perspectiva Neil J. Smelser (Smelser, 1989) argumenta que las creencias generalizadas son los elementos fundamentales a partir de las cuales debe analizarse, investigarse e interpretarse todo comportamiento colectivo.

Igual que para Parsons, se afirma que los factores originarios de los comportamientos radican en disturbios o disfunciones del sistema social: tensiones, permisividad del

orden social, quiebra de los controles sociales, desfase entre integración normativa y estructura, etc.

Así, la acción colectiva es una respuesta reactiva de comportamiento ante las crisis y transformaciones sociales y no como un soslayo a las normas. Surgen bajo el objetivo de recuperar el equilibrio sistémico ante sus fallas manifiestas.

Es decir, constituyen un mecanismo de defensa y saneamiento del sistema, lo cual permite su cambio. Las creencias generalizadas son, precisamente, el mecanismo de integración hacia el orden.

De esta manera, aunque aquí vemos una posición que no reduce la acción colectiva sólo a una forma de desequilibrio e inadaptación del sistema sino que trata de explicar dicha acción como producto de las propias tensiones sistémicas y como sus mecanismos de regeneración, al no prescindir del enfoque funcionalista simplemente cae en los mismos errores que sus antecesores: trata de convertir en algo funcional al sistema las formas de expresión y acción colectiva que reaccionan no ante las 'tensiones' sino ante lo que se muestra como una verdadera contradicción interna y que es inherente a él y que, por lo mismo, está lejos de ser, en realidad, un sistema coherente, funcional y armonioso. Por esto, esta forma de explicar la realidad social no deja de ser importante y tener una 'funcionalidad' práctica para el discurso hegemónico: se apela, regularmente con vehemencia, al orden social, a la armonía y al apego al 'marco institucional', constituyendo los diversos sujetos sociales que emprenden acciones colectivas que cuestionan el poder hegemónico casos 'desviados', 'enfermos' y de 'trasgresión a la ley'.

Así, de acuerdo con Eyerman y Jamson, "los movimientos sociales se conceptualizaban como formas de comportamiento político no institucionalizado, potencialmente peligrosas, las cuales, si se les dejaba actuar, amenazaban la estabilidad de los modos de vida establecidos." (Riechmann, et.al., 1994:17)

Por su parte, la teoría de la elección racional, contraria en cuanto a su rechazo al enfoque holista y estructuralista del funcionalismo y el marxismo, formuló desde su enfoque del individualismo metodológico una propuesta para explicar la acción social a partir de lo que, según sus defensores, constituye la base real de la sociedad: el individuo.

Según la perspectiva del individualismo metodológico,

"la creencia en la existencia empírica de conjuntos o colectivos sociales, a la que podríamos llamar *colectivismo ingenuo*, debe ser remplazada por el requerimiento de que los fenómenos

sociales, incluso los colectivos, sean analizados en función de los individuos y sus acciones y relaciones.” (Popper, 1967: 393)

Lo anterior porque,

“(…) los colectivos no actúan, no tienen intereses; los colectivos no tienen planes (…) Quien verdaderamente actúa, tiene intereses, planes, etc., es el individuo.” (Popper citado por Schwartz, et.al., 1993: 29)

De esta manera, para el individualismo metodológico la sociedad no es otra cosa que ‘el conjunto de relaciones entre individuos y grupos organizados’; la concepción de la sociedad como un ente autónomo resulta más bien ser una antropomorfismo al suponerla ‘actuando o deseando algo’ (Hayek, 1980: 11).

Basada, pues, en este enfoque la teoría de la elección racional hace surgir al individuo como el ser omnipotente cuya inteligencia reflexiva y calculadora le abre la posibilidad de obtener el máximo beneficio bajo cualquier circunstancia en la que se encuentre.

La acción social, no es sino el deseo por parte de los individuos por obtener la mayor de las gratificaciones. De tal forma que existe una relación muy fuerte entre los intereses privados y la acción social.

Siguiendo esta línea Mancur Olson elaboró un influyente modelo de elección racional, en el cual los individuos no participan en acciones colectivas a menos que los beneficios esperados superen los costos de su acción. Este cálculo individual es justamente racionalidad presente en todos los colectivos y organizaciones de naturaleza económica. De esta manera, un individuo racional no cooperará con un grupo para obtener un bien público a menos que se le obligue debido, según Olson, a que,

“mientras más grande sea el grupo más lejos estará de proporcionar una cantidad óptima de un bien colectivo.” (Olson, 1992: 45) Por lo tanto, “(…) menos probable será que actúe para obtener siquiera una cantidad mínima de ese bien.” (Ibid.: 46)

Es decir, la relación entre intereses particulares y acción colectiva no es directa; un individuo racional, antes de decidir si actuará o no en alguna acción grupal, evaluará el grado de gratificación que obtendrá de acuerdo a la cantidad de miembros del colectivo con quienes tendrá que compartir los beneficios.

Con ello, quienes forman parte de una acción colectiva son individuos egoístas, maximizadores de sus beneficios e intereses privados, que calculan meticulosamente costos y ganancias como premisa para actuar.

De esta manera, las acciones colectivas son generadas por individuos racionales que buscan, más que el beneficio público, el interés particular y esto ocurre tanto previamente al momento en que se concreta la acción, es decir en el momento en que se toma la decisión para actuar, como durante su desarrollo.

Sin embargo, esta genuina versión de la elección racional trató de ser superada por el enfoque de la racionalidad limitada de Simon (Simon, 1989).

Esta concepción establece que en la acción de los sujetos sus decisiones no están determinadas totalmente por un cálculo racional, sino que son generadas a partir de varias condiciones predispuestas que le limitan como son: la incapacidad del sujeto para obtener una información completa, la incertidumbre, y la búsqueda no del óptimo posible sino de la satisfacción de las necesidades de manera secuencial. Pero, finalmente se le sigue considerando como un sujeto egoísta e individualista, que si bien es incapaz de obtener el máximo beneficio, toma sus decisiones considerando el satisfacer sus requerimientos prioritarios lo que le imposibilita, por ejemplo, para llevar acciones que impliquen solidaridad o ayuda mutua.

Así, la teoría de la elección racional, tanto en su versión ortodoxa como en la matizada por Simon, si la tomáramos tal cual para el análisis empírico nos impediría entender el vasto universo de motivaciones y factores de orden simbólico que entran en juego para que los sujetos construyan su decisión para la acción colectiva. Además de que, la acción de un sujeto concebido así, sería totalmente predecible pues para saber qué decisión tomará bastaría con aplicar el principio de la racionalidad instrumental o limitada de que busca la máxima ganancia o la satisfacción de las necesidades, por tanto, aunque se desconozca el resultado el tipo de decisión sí podría conocerse, con ello, el estudio de la acción social no tendría ningún sentido pues se sabría de antemano que es lo que la origina, cómo se desarrolla y cuáles son sus motivaciones.

Cabe mencionar que la teoría de la elección racional, amparada en el individualismo metodológico, soslaya totalmente formas de acción social que se basan en la solidaridad, el altruismo, la ayuda mutua y que no corresponden a una acción calculadora e instrumental y en la cual, incluso, el beneficio puede ser mínimo o negativo con respecto a los costos que representa sin que ello signifique, necesariamente, un retraimiento de la acción de los sujetos.

Así pues, la gama de teorías sobre la acción social en particular referidas al comportamiento y a la acción colectivas han servido de base para el desarrollo de

diversas perspectivas en torno al estudio de los movimientos sociales que, como ya se menciona arriba, representan una de las formas en que aquellas se expresan sin que éstas últimas sean un fenómeno reductible a ellos.

La emergencia de múltiples movimientos sociales de diversa índole durante el siglo XX originó la necesidad de parte de la Teoría social por tratar de explicar el comportamiento colectivo inherente a dichos movimientos, así como vislumbrar los factores que permitían su surgimiento y las múltiples formas que asumían y cómo se estructuraban.

La fuerte movilización obrera de la primera mitad del siglo XX que enarbolaba, en general, el socialismo, el internacionalismo proletario y la lucha antifascista, así como el surgimiento de movimientos anticolonialistas y de liberación nacional en los años 50 y 60 hizo urgente su explicación teórica. Necesidad que tomaría un nuevo giro a partir de la emergencia de múltiples movimientos sociales alternativos, a fines de los años sesenta, que no eran realizados por los mismos sujetos que tradicionalmente habían venido actuando, es decir, obreros y campesinos, sino por ‘nuevos’ sujetos como estudiantes, amas de casa, feministas, ecologistas, homosexuales, intelectuales, quienes se caracterizaban por enarbolar demandas más particulares en comparación con las del movimiento obrero tradicional, sobre todo en su vertiente comunista cuya meta siempre fue la lucha contra el capital por el cambio de sistema económico. Las nuevas luchas y demandas tenían que ver con cuestiones de tipo cultural, sobre el medio ambiente, por la equidad de género, por la liberación sexual, etc., que, de ninguna forma, apelaban a la lucha de clases ni mucho menos a la transformación societal mediante la toma del poder.

Esta gama de movimientos sociales, los tradicionales y los alternativos, tuvieron, pues, una repercusión en el ámbito de la teoría social que, como ya mencionamos, buscó explicarlos de acuerdo con diversos planteamientos y enfoques teóricos que iban desde el holismo estructural hasta las basadas en el individualismo metodológico, pasando incluso por el interaccionismo simbólico y los más recientes enfoques que se respaldaban en estudios sobre la cultura, la identidad y el construccionismo social.

Fue Heberle (1951) quien precisamente define lo que, desde su punto de vista, era un movimiento social en su obra *Social Movements*:

“...son grupos de estructura peculiar y que no son fáciles de discernir. Si bien comprenden entre sus miembros a ciertos grupos que están formalmente organizados, los movimientos, en sí, no son grupos organizados. En cambio son, por regla general, lo suficientemente grandes como para continuar existiendo, incluso si se da un cambio en la composición de la membresía. A

tales grupos les llamaremos ‘colectividades sociales’ (Tönnies). Por consiguiente, los movimientos sociales se definen conceptualmente como un tipo de colectividad social.” (Heberle citado por Tilly, 1995: 15)

Pero, atendiendo al problema de cómo surgen este tipo de movimientos, la teoría de la *privación relativa* propugnada por Ted Gurr (Gurr, 1970) menciona que los comportamientos colectivos se originan por una situación económica o social desventajosa que conduce a la violencia; es decir, la frustración produce agresión. Sin embargo, esta visión determinista resultó totalmente insuficiente debido a la emergencia de los nuevos movimientos sociales, al no ser orientados por demandas de tipo económico sino social y cultural.

En este sentido, bajo el contexto de surgimiento de múltiples movimientos sociales con definiciones, demandas y una composición social diversa, dos son las vertientes más importantes que desarrollaron una vasta cantidad de estudios al respecto, estos son: la escuela norteamericana de la Teoría de Movilización de Recursos y, del lado europeo, la Teoría de los Nuevos Movimientos sociales cuyo origen se remonta al enfoque accionalista de Touraine y de la cultura y la identidad de Alberto Melucci.

Como una respuesta al escaso poder explicativo de las teorías del comportamiento colectivo de la privación relativa y basándose en la teoría de elección racional sobre la acción colectiva de Mancur Olson, aunque intentando superarla, la Teoría de Movilización de Recursos fue desarrollada principalmente por John Mc Carthy y Zald Mayer (1999), J. Craig Jenkins (1983), Anthony Obershall (1987) y Charles Tilly (1978). Además, este paradigma de la MR incluyó propuestas hechas por la sociología de las organizaciones y la teoría del conflicto, lo cual dio como resultado modelos centrados en las formas de solidaridad y redes de apoyo.

Por ello, esta vertiente teórica parte del análisis de las organizaciones, no de los individuos. No se pregunta cuáles son los motivos que impulsan a los individuos a sumarse o participar en una acción colectiva, tampoco se pregunta si los comportamientos de estos individuos son racionales, irracionales o desviados como en el Estructural funcionalismo. La acción colectiva se aborda a partir de la eficacia con la que las organizaciones que forman parte de los movimientos sociales tienen con respecto al empleo de los recursos de que disponen para la consecución de sus objetivos. Así, parten del supuesto de que, dada la existencia de un ‘mercado’ de bienes públicos escasos, las organizaciones se encuentran en disputa permanente por ellos,

siendo la movilización la forma en que pueden obtenerlos. No obstante para lograrlo deben de actuar de forma estratégica utilizando sus recursos económicos, políticos y sociales de una manera correcta.

En este sentido, se sobreentiende que el conflicto social y la insatisfacción individual son fenómenos inherentes a las sociedades, por lo que la acción colectiva no depende, entonces, de la existencia del conflicto en la vida societal, sino de la forma en que los individuos se organizan, o sea, de la creación de organizaciones para movilizar el conflicto. En ello los liderazgos, individuales o colectivos, resultan fundamentales para establecer una dirección y definir las formas de movilización.

En este sentido es estratégica la estructura mantenida por el movimiento social para maximizar la eficiencia de los objetivos, la incorporación de nuevos miembros, y la planificación para definir las tácticas y actividades a desarrollar. Así, la estrategia utilizada por los integrantes a partir de un cálculo en el uso de los recursos es la clave de la movilización.

A su vez, hay tres vertientes surgidas del enfoque principal sobre la movilización de recursos: a) la Escuela Particularista de la acción colectiva de Charles Tilly (Tilly, 1978). Desde la historia política Tilly se ocupó de los factores que facilitaban o inhibían las luchas de los actores para alcanzar objetivos comunes. Así el movimiento social “no es un grupo, un cuasi grupo, ni un compuesto parecido a un grupo, sino una forma compleja de acción” (Tilly, 1995: 17). La eficacia del movimiento social residía, según esta explicación, en la fuerza de la solidaridad y la densidad de las redes que vinculaban a los miembros de un grupo entre sí y los oponían a otros que ejercían el control político. Así mismo ocupa un papel importante el estudio de las motivaciones individuales que llevan a los individuos a participar en una acción colectiva o en un movimiento social, haciendo énfasis en la persecución de intereses comunes y la efectividad de la toma de decisiones tácticas en las distintas acciones colectivas. Por ello, las organizaciones, previamente al momento de la movilización por la lucha de los recursos disponibles, se conforman teniendo como principio intereses compartidos que es lo que define el tipo de movilización que se logra concretar.

b) Por su parte, el enfoque de redes de Max Kaase (1979) y Aldon Morris (1984), concibe a los movimientos sociales como expresión de un conjunto de redes socioespaciales latentes, cuya fundamento son las comunidades de valores. Dichas comunidades en una coyuntura pueden activarse utilizando su potencial de vinculación formando fuertes y complejas redes sociales. De hecho, la existencia de las redes

socioespaciales constituye la condición insoslayable para la emergencia de los movimientos sociales (Klandermans, 1997).

c) Ron Eyerman y Andrew Jamison (Eyerman y Jamison, 1991) dan origen al enfoque cognitivo. De acuerdo con él, en la acción colectiva de los movimientos sociales los sujetos logran constituir varios tipos de identidades sociales, a través de un proceso de aprendizaje. Es en la acción de los movimientos sociales en donde ideas, concepciones, identidades e ideales son emitidos y aprendidos por los sujetos que intervienen en ella. Los movimientos sociales constituyen procesos de aprendizaje social en el cual las organizaciones del movimiento actúan como fuerzas estructuradas que abren un espacio para la producción y apropiación del conocimiento social.

De esta manera, pese a la intención de los autores de esta vertiente de la Movilización de Recursos por ir más allá de la teoría de la acción colectiva de elección racional, y pese a la aportación importante que hace con respecto al reconocimiento del conflicto como hecho fundamental en la existencia de los movimientos sociales soslayando el tipo de concepción, enarbolada por el funcionalismo, respecto a que eran manifestaciones patológicas de la sociedad, no logra, al final, establecer argumentos suficientemente sólidos para hacer un verdadero análisis con relación a los movimientos sociales. Por un lado, confunden la organización social con el movimiento social, sin considerar que las organizaciones son parte del movimiento pero no son fenómenos equivalentes. De hecho, históricamente han emergido movimientos sociales que, aparentemente, no cuentan con una organización previa. En segundo término, no dejan de manifestar una concepción 'estrategista', propia de la elección racional, en donde la acción colectiva de los movimientos sociales surge a partir de una evaluación previa de sus miembros así como de la definición estratégica de sus tácticas y objetivos en la lucha por la apropiación de recursos, sin tomar en cuenta que no todas las acciones de los movimientos sociales responden a esta lógica racionalista sino que prevalecen elementos subjetivos diversos, e incluso inconscientes. Lo que hace esta corriente, en suma, es ampliar la noción de la elección racional de la obtención de beneficios del individuo a las colectividades expresadas en los movimientos sociales. Por último, la Movilización de Recursos no logra discriminar la existencia de la estructura jerárquica que expresa el conjunto de las relaciones sociales de dominación y subordinación y, por ello, conciben la lucha por los recursos por parte de los movimientos sociales solo en razón a que son limitados pero no considerando que las ventajas para acceder a ellos son desiguales, al estar diferenciado socialmente la cantidad de recursos propios con los que

se cuentan, así como el ser diferente el espacio de posibilidades que cada uno tiene, considerando tanto la estructura material como la cultural. Aunque, un punto que se ha retomado de forma recurrente por tener pertinencia es aquél que explica los movimientos sociales a razón de la estructura de redes sociales que se conforman en su entorno. Las redes sociales, en efecto, ocupan un papel relevante para la emergencia y, en mayor medida, para la permanencia de los movimientos sociales sobre todo en la etapa de agudización del conflicto cuando se trata de demandas hacia el aparato estatal, ante lo cual las redes funcionan como un capital social del que se hace uso para garantizar la continuidad del movimiento.

Desde el lado europeo, los estudios se centraron en los denominados Nuevos movimientos sociales, término que trataba de establecer una distinción con respecto a los movimientos ‘clásicos’ o ‘viejos’, propios del proletariado industrial. Con la emergencia en los años sesenta de movimientos sociales no obreros como estudiantes, mujeres, ambientalistas, pacifistas, etc., se originó un enfoque que basó su propuesta en los procesos identitarios de los movimientos, las culturas alternativas en las sociedades de consumo y el impacto global de sus demandas (Guadarrama, 1997: 564). En comparación con la escuela estadounidense de la movilización de recursos, esta vertiente acentúa más los factores del ideario y el proyecto histórico de los movimientos sociales como sujetos.

El concepto de identidad colectiva, como ya se menciona, ha sido estudiado en la teoría de los movimientos sociales por una diversidad de autores (Morris y Mueller, 1992; Laraña, Johnson y Gusfield, 1994; y Melucci, 1989, 1996). Los nuevos movimientos sociales o paradigmas de identidad pueden ser estudiados como resultado del cambio económico, político y cultural; de acuerdo a los actores de los movimientos así como sus valores, objetivos, formas de acción y organización; como sistemas de acción histórica (Touraine) o como construcción social cuyo fundamento es la identidad colectiva de los sujetos (Melucci).

La perspectiva accionalista enarbolada por Francesco Alberoni (1984), Alain Touraine (1984) y Alberto Melucci (1980, 1989) nutre de forma importante la noción identitaria de los movimientos sociales.

El accionismo recupera la importancia que la estructura tiene como motor del conflicto y de las distintas formas de acciones colectivas. Para este enfoque la sociedad es un sistema de relaciones sociales y su funcionamiento es resultado de su acción, no

reducida a mecanismos de control, integradores y represivos (dominación impuesta como en el marxismo) o a mecanismos de aprendizaje y reforzamiento de formas de conducta y de organización (consenso de valores como en el estructural-funcionalismo).

La vertiente accionalista parte del reconocimiento del conflicto social como fuente de la movilización colectiva, en ésta se construyen identidades que sugieren conductas colectivas autónomas.

Esta situación permite enfocar al movimiento social dentro de un sistema de acción histórica, es decir, del conjunto de orientaciones sociales y culturales mediante las cuales la historicidad ejerce su influencia sobre el funcionamiento de la sociedad, y las relaciones de clase, es decir, las luchas por el control de la historicidad y del sistema de acción histórica.

De esta manera, los principios básicos de la acción colectiva son: a) identidad, que es la capacidad de los sujetos de reconocerse y ser reconocidos como parte de la sociedad, lo que implica construcción de identidades en sí, para sí o para el otro; b) oposición: que permite concebir adversarios y posibles aliados; c) totalidad, que implica la construcción de un proyecto que puede o no romper con la historicidad vigente, es la posibilidad de apropiarse de la construcción de una nueva vida societal o reforzar la existente.

Así, para el accionalismo los movimientos sociales representan redes de formación de identidades, las cuales crean espacios públicos de gestión, de representación y de reconocimiento como movimientos autoconstruidos en donde se comparten identidades y prácticas culturales comunes. Por ello, se basan en relaciones informales en las que el involucramiento personal y la solidaridad afectiva son decisivos. Operan inmersos en la problemática de la cotidianidad y no tanto en el terreno político, aunque no lo excluyen. Pasan por etapas de latencia o invisibilidad, en las que su existencia no es advertida por la sociedad, a diferencia de aquellas otras acciones colectivas que se manifiestan por su aparición en el espacio público.

Con lo anterior, entonces, es posible afirmar que el accionalismo distingue un eje diacrónico, constituido por el conjunto de las relaciones de dominación comprendidas por el Estado, las crisis, los cambios y las conductas conflictivas; y otro sincrónico, que comprende las relaciones sociales y el sistema de acción histórica, donde se encuentran las acciones orientadas a enfrentar y redefinir las normas, las instituciones y los patrones culturales compartidos (Guadarrama, 1997). De esta manera, los actores se convierten

en movimiento a lo largo de un proceso colectivo y auto productivo en el que buscan 'dirigir, controlar y apropiarse' de los recursos sociales; aunque esto sea dentro de ciertos límites y posibilidades determinados por el sistema de acción histórica. Es este último es el que determina el carácter de la dominación y las posibilidades de resistencia y de cambio de los movimientos.

Complementando esta noción integral de Touraine sobre los movimiento sociales, Melucci afirma que en la constitución de un movimiento social juega un papel importante, no sólo las constricciones organizativas y políticas, sino la unidad de acción y la solidaridad lograda por los actores y, finalmente, su significado para la construcción cognitiva, activa, de su identidad; es decir, la 'estructura de acción subyacente' de los movimientos sociales. De esta manera, sobretudo en los sistemas en «los que la producción material se transforma en la producción de signos y relaciones sociales, el área central de conflicto se sitúa en torno a la habilidad de los grupos e individuos para controlar las condiciones de formación de su acción» (Melucci citado por Revilla, 1994: 8)

En este sentido, se resalta la importancia de la identidad colectiva en la conformación y operación de los movimientos sociales.

Los movimientos sociales, considerando el proceso de identificación como inherente a su construcción, conlleva una definición alternativa de sentido cuya concreción produce integración simbólica debido a que, al articularse en este proceso significados alternativos, esto se puede traducir en la reapropiación del sentido de la acción individual y colectiva.

Así, estas últimas propuestas de Melucci y Touraine, al tomar distancia de la explicación sobre los movimientos sociales basada en la movilización de recursos, insisten en no buscar en ellos sólo acciones manifiestas, sino que su formación tiene que ver con un proceso de construcción social durante el cual las acciones colectivas explícitas pueden mantenerse latentes durante un tiempo previo a su emergencia pública. Entonces, la pugna por la producción y reapropiación del significado constituye el núcleo central de los conflictos contemporáneos. Con ello, la fuerza de los movimientos está en su mensaje y no en el aparato o en sus 'recursos'.

Retomando la perspectiva accionalista e identitaria, Laraña y Gusfield (Laraña, 1994), se centran para el estudio de los movimientos sociales en cuestiones relativas a las condiciones de vida o cuestiones de carácter cultural y simbólico relacionadas con problemas de identidad.

Según esto, los movimientos sociales se pueden ver como construcciones sociales en donde surgen significados y creencias colectivas las cuales son importantes para la formación del movimiento. En particular, la búsqueda colectiva de identidad es un aspecto central en la formación del MS. Los factores de movilización tienden a centrarse en cuestiones simbólicas y culturales que están asociadas a sentimientos de pertenencia a un grupo social diferenciado, por ello los NMS surgen en defensa de la identidad. Los individuos buscan nuevos grupos y producen 'nuevos espacios sociales' donde se experimentan y definen estilos de vida e identidades sociales diferentes.

Conectando la cuestión de la identidad colectiva con la emergencia de acciones colectivas y la creación de movimientos sociales es destacable la importancia que implica el sentido de pertenencia en la definición de dicho proceso sin que ello constituya una situación de causalidad o de necesidad histórica entre uno y otro hecho social.

Es a través de un proceso de interacción, negociación y conflicto sobre las distintas definiciones de la situación, que los miembros de un grupo construyen el sentido del 'nosotros' que impulsa a los movimientos sociales (Johnston, et.al., 1994).

Al priorizar, de forma similar a como lo hace Melucci, la constitución de la identidad colectiva en la formación del movimiento social los autores adoptan, pues, un enfoque construccionista que les permite soslayar la visión determinista, propia del marxismo ortodoxo, y del voluntarismo de la teoría de elección racional, asumiendo una concepción sobre la identidad colectiva que les es útil para la explicación de los NMS: como un conjunto preestablecido de significados, marcos de interpretación y prescripciones normativas y evaluativas que influyen en el comportamiento individual de los actores sociales; pero también es producto de la interacción dentro de los grupos que integran un movimiento, que es reforzada por su solidaridad interna y por las actividades destinadas a mantener sus límites con el exterior, y está fuertemente influida por las imágenes públicas del grupo y por las relaciones con personas ajenas al mismo.

En síntesis, lo importante de los estudios que priorizan lo cultural es que no sólo explican al movimiento social desde sus aspectos organizativos o referidos a la disposición de recursos, que se encontrarían en lo que se define como estructura de oportunidades políticas, sino que se logra captar el aspecto subjetivo y simbólico de los sujetos que participan en estos movimientos. El concepto de 'Marcos de significación' (Goffman, 1981) surge a partir de este análisis de los movimientos sociales como

construcción social que en diversos autores asume matices diferentes (Snow y Benford, 1988, 1992; Tarrow, 1992). Para Goffman, un marco de significación está formado por un esquema de interpretación que induce a los individuos a percibir ordenadamente sus vivencias tanto en su espacio de vida como dentro del mundo en general (Chiu, 2002: 212)

De acuerdo con Snow y Benford (1992), los marcos de significación o de referencia representan esquemas interpretativos que simplifican y condensan el 'mundo exterior' mediante tres 'labores de enmarcado': el diagnóstico, el pronóstico y la motivación. Estos esquemas tienen, a su vez, tres funciones básicas en los sujetos: 1) puntúan los objetos de la realidad exterior, es decir, 'hacen que los actores sociales perciban como injusta una condición social o una serie de eventos: "redefinen como injusto o inmoral lo que, previamente había sido visto como desafortunado pero quizá tolerable"; 2) producen orientaciones de atribución: orientación hacia quien se dirigirá la acción y como se ejercerá; 3) crean orientaciones de articulación: unificación de eventos y experiencias diversas de los sujetos que participan en el movimiento social (Snow y Benford, 1992: 137).

Algunos otros autores lo denominan también como 'marco cultural', entendido como las metáforas específicas, las representaciones simbólicas y las claves cognitivas usadas para evaluar los eventos, interpretar o moldear el comportamiento y sugerir modos alternativos de acción.

Esta noción permite explicar la conformación de representaciones colectivas rápidamente difundidas y compartidas entre diversos sectores sociales, a nivel más de sentido común, sin la necesidad de que medien discursos políticos legitimadores que definan todos y cada uno de los componentes del orden deseable.

De acuerdo con esto, lo que caracterizaría a un marco para la acción colectiva sería la existencia de tres componentes básicos: injusticia, ligada con la emoción compartida por la colectividad; agencia, que se basa en la convicción de que es posible modificar las condiciones sociales a través de la acción; e identidad, definición de un 'nosotros' en oposición a un 'ellos'.

En una dirección similar Doug McAdam ha remarcado la importancia de la existencia de '*marcos dominantes de protesta*' (Snow y Benford, 1992) que legitiman la acción colectiva; de esta forma tienden a unirse o conectarse los grupos de activistas de diferentes ámbitos, y a usarse ideas y símbolos culturales comunes, lo cual refuerza a

los grupos y les da cierto sentido de unidad (McAdam, 1994). En un sentido temporal, son las *persistentes culturas activistas* las que mantienen *cajas de herramientas* que permiten la acción de larga duración y la conexión generacional entre acciones distantes en el tiempo:

"estas redes y organizaciones se encuentran inmersas en persistentes subculturas activistas, capaces de mantener las tradiciones cognitivas necesarias para revitalizar el activismo que sigue a un periodo de inactividad del movimiento. (...) Por usar la terminología de Ann Swidler, estas subculturas representan "la caja de herramientas" especializada en tradiciones de activismo de larga duración. La presencia de estos "repertorios culturales" duraderos exime a las nuevas generaciones de potenciales activistas de tener que construir los marcos de nuevos movimientos desde la nada" (McAdam, 1994: 52)

Así, la movilización es generada a partir de la construcción social de quienes participan en ella sobre la base de una producción y reconocimiento colectivos de significados, valores, creencias que son aspectos subjetivos que se presentan como opositores a las fuentes simbólicas dominantes y que son utilizados en la orientación que los sujetos le dan a su acción.

Uno de los aspectos a los que se le ha dado importancia, dentro de los análisis culturales de los movimientos sociales, es el análisis sobre el discurso. Johnston (1994) rescató el análisis micro del discurso que permite reconstruir la estructura de los marcos mentales de los participantes en los movimientos sociales: los marcos son haces de creencias y significados relacionados de forma sistemática que ayudan a explicar la participación individual en los movimientos.

De esta manera, el enfoque de los NMS aporta una variedad de herramientas conceptuales para el análisis de los movimientos sociales, sobre todo al adoptar una noción constructivista sobre el proceso de su conformación. Con ello, claramente rompen tanto con el determinismo estructural marxista y funcionalista como con el paradigma de la Teoría de la elección racional y su enfoque sobre la acción colectiva como lo fue, en primer lugar la hecha por M. Olson y, posteriormente, por la Teoría de la Movilización de Recursos. Sin embargo, hay algunas cuestiones que pueden ser criticables de algunos autores de este enfoque.

En primer lugar, Melucci aunque adopta una perspectiva que relaciona los movimientos sociales a procesos de construcción social en donde la identidad colectiva asume una primacía importante, su intención de plantear las cosas al margen de nociones estructuralistas le lleva a soslayar toda importancia de las constricciones sociales a las

que los sujetos se ven envueltos tanto en su práctica cotidiana como en su praxis referida a la acción colectiva. Tal parecería, en Melucci, que los sujetos pueden dotar de una significación particular a su identidad colectiva y pueden, siguiendo esta lógica, actuar en consecuencia en movimientos sociales partiendo de la sola construcción social sin considerar su situación objetiva particular que les es definida socialmente y a la cual no pueden escapar con el solo hecho de no tomarla en cuenta.

En segundo lugar, en el caso de Johnston y Cía., al tratar de construir una perspectiva integradora tanto de la movilización de recursos como de la noción identitaria y cultural de la Teoría de los NMS, aún cuando en efecto pareciera que logran saltar el obstáculo del in-determinismo al cual Melucci cae sin salir de él a la postre, hay una tendencia en los autores de asumir como cierta la tesis racionalista de la movilización de recursos de que todo movimiento social para lograr tal fin, es decir, el acceso a los recursos, pasa irremediablemente por una evaluación previa de su contexto y una planificación estratégica que permita la obtención de los objetivos, previamente también reflexionados, calculados y establecidos por quienes integran dicho movimiento. Lo cual nos llevaría a cuestionar si, en efecto, todos los movimientos sociales se rigen bajo esta óptica de la reflexión y la estrategia antes de ejercer cualquier acción colectiva, o si, a diferencia de ello, pueden existir movimientos sociales que no necesariamente hayan construido, en primer lugar, una identidad colectiva consolidada y, en segundo término, no orienten su acción de esta forma tan ‘estratégica’ sino que ésta pueda ocurrir espontáneamente y sin una dirección clara –cabe decir consciente- de hacia dónde ir y qué resultados obtener.

Es importante por ello, para el caso específico de nuestro estudio, mantener una noción que nos permita no caer ni en determinismos ni en in-determinismos sino que considere la importancia de las estructuras materiales y culturales en la acción y los significados subjetivos que los sujetos producen y reproducen en su interacción social cotidiana así como en momentos coyunturales.

Los movimientos sociales, bajo esta perspectiva, pueden en efecto tener como objetivo la búsqueda de beneficios materiales para lo cual tengan que movilizar recursos tanto económicos como sociales y políticos; pueden también, sin duda, actuar de forma estratégica diseñando planes de acción con objetivos establecidos considerando todo un análisis y una evaluación fríamente calculados del entorno social en donde están actuando, teniendo presentes sus enemigos y sus posibles aliados así como la cantidad

de miembros a los cuales tendrán que movilizar; puede que, en efecto, previamente a la emergencia de acciones colectivas el movimiento social tenga consolidada una identidad colectiva que les permita actuar de una manera cohesionada, homogénea y disciplinada; puede, asimismo poseer el movimiento un ‘marco de significación’ mediante el cual la colectividad represente y signifique su realidad colectivamente de tal forma que esto coadyuve a su identidad y su posterior movilización y acciones colectivas, etc. Aquí lo importante es que, a diferencia de la mayor parte de los autores revisados, ninguna de las cuestiones señaladas arriba se planteen como una necesidad o como algo que es inherente al fenómeno de los movimientos sociales, sino que se conciben únicamente como algo posible de concretar dependiendo la particularidad del caso, es decir, no es útil para este tipo de procesos sociales la generalización sobre lo que constituye a un movimiento social ni la construcción de tipologías que intenten abarcar todas y cada una de sus acciones colectivas sino que este tipo de expresiones sociales son el resultado de la correlación de fuerzas en un momento histórico y social específico que, influido por los estreñimientos societales y culturales, pueden generarse gracias a la condensación de diversos elementos de carácter material y subjetivo; en particular ocupa una importancia decisiva el proceso subjetivo de dotación de sentido de la experiencia social de los sujetos, debido que a través de ésta se construye la decisión de la acción colectiva para lo cual no sólo se recurre a un tipo de pensamiento instrumental sino que se alimenta de las diversas formas subjetivas de significación inherentes a los seres humanos que se configuran de acuerdo a la situación social concreta de los sujetos.

Para los objetivos de la presente investigación el referirnos tanto a acción colectiva como a movimiento social es importante toda vez que, al menos en el caso de uno de nuestros sujetos de estudio, se logró concretar un proceso de movilización colectiva por la defensa de su espacio de trabajo. De esta forma, para el análisis de dicho movimiento es importante considerar algunas de las propuestas conceptuales mencionadas arriba. Principalmente, la estructura de *redes sociales* de apoyo al conjunto del movimiento concretado por los sujetos, el *marco simbólico y cultural* que expresó cada una de las acciones colectivas, la *configuración subjetiva* de los sujetos construida en torno al movimiento social concretado como a la forma en que éste se condujo por parte de sus representantes, la presencia de una *identidad colectiva* que mantuvo cohesionado al movimiento durante sus primeras etapas, la definición de amigos y enemigos, es decir,

la construcción de un *sentido de oposición*, la importancia en la toma de decisiones para la acción de la *coyuntura política* y la *correlación de fuerzas*.

3. Poder y Dominación.

Un tema prioritario, con relación al control y resistencia en el trabajo así como a las expresiones organizadas de los sujetos laborales, y por tanto, que de manera imprescindible influye en el proceso de constitución de la identidad colectiva, es la del Poder y la Dominación.

El objetivo de este apartado más que el de exponer un estado del arte sobre las teorías del poder, intenta más bien dar cuenta de las propuestas teóricas de autores que, de acuerdo a los intereses de la presente investigación, son imprescindibles para explicar y analizar el tema del poder y la dominación, tratando de arribar con ello a una conceptualización que corresponda a la situación concreta de los sujetos de estudio.

La cuestión del poder ha sido un tema recurrente y ampliamente estudiado por la ciencia social. A decir de Bertrand Russel el poder es ‘el concepto fundamental’ de la ciencia social, tal como el de la energía lo es para la ciencia física. Por tanto, las distintas vertientes teóricas y los diferentes paradigmas han tratado de dar cuenta de dicho concepto con el que sea posible explicar el ejercicio del poder en la realidad empírica.

El poder ha sido definido como una relación entre dos o más actores en la que la acción “de uno de ellos conduce a los demás a actuar de manera distinta a como lo habrían hecho de no existir ella.”: “A tiene poder sobre B en cuanto pueda lograr que B haga algo que B no haría de otra manera” (Dahl, citado por Duverger, 1983:172).

En el mismo sentido, Lasswell y Kaplan afirman que:

“Es la amenaza de sanciones lo que diferencia el poder de la influencia en general. El poder constituye un caso especial de ejercicio de influencia: se trata del proceso que afecta a las políticas de los demás, mediante la amenaza o el empleo efectivo de privaciones severas, consecuencia de la no conformidad con las políticas queridas” (Ibíd.: 173).

El poder, entonces, en esta primera noción aparece como una esencia por medio de la cual un sujeto es capaz de hacer que otro actúe conforme a lo que el primero desee. Es decir, las estructuras sociales parecen no existir, al menos como condición que hace posible la existencia de relaciones de poder, sino sólo la capacidad individual, (su conducta, rasgos y recursos personales) de los sujetos gracias a la cual es ejercido el poder de uno sobre otro. Una concepción altamente voluntarista que no considera el carácter relacional e histórico del poder, ni mucho menos la importancia de estructuras

que posibilitan el alto nivel de desigualdad social, económica y política entre los sujetos y que finalmente influye en la concreción y caracterización de cierto tipo de relaciones sociales, en este caso, relaciones de poder.

En el mismo tenor se encuentra la clásica concepción weberiana sobre el poder y las formas de dominación expresadas en tipologías.

En este sentido, el poder implica, “la probabilidad de imponer la propia voluntad, dentro de una relación social, aun contra toda resistencia y cualquiera que sea el fundamento de esa probabilidad” (Weber, 2004: 43). Aquí, a diferencia de las definiciones anteriores, es clara la distinción entre el poder como capacidad, que implica posesión de recursos y medios, y como ejercicio, es decir la disposición de dichos recursos. Una de las formas, precisamente, en que se ejercen los medios necesarios para la imposición de la voluntad, dentro de una relación social, es la dominación. Forma de poder que es posible diferenciar de la autoridad y la dirección (Giménez, 1989:13).

La dominación se asume como la “probabilidad de encontrar obediencia a un mandato de determinado contenido entre personas dadas” (Weber, 2004), cuya característica primordial es la utilización de la fuerza física o coacción. Es importante señalar, como lo hace Weber, que la dominación implica sólo probabilidad de obediencia y no obediencia automática o ‘habitual’ como sucede con la disciplina. En este sentido, es vital la distinción entre las formas de obediencia y sumisión, pues es lo que coadyuva a determinar el tipo de dominación específica que es probable de ejercer.

No obstante, la pura motivación de los actores no es suficiente para ejercer una dominación eficaz siendo, por tanto, necesario basarla en la ‘creencia en la legitimidad’. La tipología weberiana construida en torno a ello distingue, a su vez, tres tipos de dominación de acuerdo a las formas de legitimidad que subsistan: de carácter racional, tradicional y carismático (Weber, 2007).

Una segunda versión sobre el poder la brinda el estructuralismo marxista de Althusser y Poulantzas, principalmente. En el primero, el tema del poder asume características peculiares al centrarse sobre todo en la forma en que se ejerce el poder político en las sociedades capitalistas por medio de lo que el autor denomina Aparatos Ideológicos del Estado (Althusser, 1995). Su máxima preocupación es, por tanto, explicar la forma en que el Estado ejerce su poder y dominio sobre las clases subalternas, considerando para ello no sólo el aspecto de la violencia y la coerción física sino también incluyendo toda una gama de estructuras de índole ideológico que tienen un efecto determinante sobre

las masas al controlar su comportamiento y formas de acción social con el objetivo último de perpetuar el orden social capitalista. Con esto habría que tomar en cuenta que si bien las diversas instituciones culturales y educativas dentro de un sistema social cumplen una función de difusión de pautas de conducta sociales acorde con los intereses de las élites dominantes, difícilmente puede afirmarse que sean determinantes para, efectivamente, controlar la conducta de los sujetos. Argumentar lo anterior sería aceptar lo que desde el lado opuesto del marxismo, es decir desde el funcionalismo, se explica como proceso de internalización y socialización en donde los subsistemas culturales y de la personalidad se entrelazan para fomentar comportamientos funcionales y no anómicos, aún cuando desde ésta última visión se justifique para mantener el orden social a salvo, y desde la concepción althusseriana se condene aduciendo, en ese sentido, un ejercicio del poder estatal ‘perverso’ y autoritario en el que a los sujetos se les despoja de cualquier capacidad de agencia.

Por otro lado, pero dentro de esta misma perspectiva de tipo estructuralista, se afirma que el poder es el efecto de las estructuras sobre las relaciones sociales entre las clases en lucha: “(...) el poder no está situado en los niveles de las estructuras, es un efecto del conjunto de esos niveles y, sin embargo, caracteriza a cada uno de los niveles de la lucha de clases.” (Poulantzas, 1986:121) Por ello, las relaciones de clases son relaciones de poder, siendo el poder, más específicamente, “la capacidad de una clase social para realizar sus intereses objetivos específicos”.

De esta manera, existe una diferenciación entre estructuras y las relaciones sociales, colocando la cuestión del poder no en el mismo plano estructural sino como un efecto, específicamente, de la estructura de las relaciones de producción sobre las relaciones entre las clases sociales; de tal forma que el poder es ejercido en el terreno de la lucha de clases, considerando ésta entonces como una forma de relaciones de poder. Por tanto, no es posible concebir como relaciones de poder cualquier relación social. El poder no se encuentra de forma absoluta en todo tipo de interacción social, no son pues, sinónimos:

“(...) el concepto de poder no puede aplicarse a las relaciones ‘interindividuales’ o a las relaciones cuya constitución se presenta, según circunstancias determinadas, independiente de su lugar en el proceso de producción, es decir, en las sociedades divididas en clases, de la lucha de clases: por ejemplo, relaciones de amistad, o de relaciones de los socios de una asociación deportiva, etc.” (Poulantzas, 1986: 127)

Lo cual nos indica que, dentro del conjunto de las relaciones sociales existentes en una sociedad, las relaciones de poder se circunscriben sólo a aquel tipo de relaciones sociales que están caracterizadas por una conflictividad de clase:

“(…) las relaciones de poder no constituyen una totalidad expresiva simple, sino relaciones complejas y diferenciadas determinadas, en última instancia, por el poder económico: los poderes político e ideológico no son la simple expresión del poder económico” (Poulantzas, 1986: 138)

Si bien, entonces, sería posible aceptar que el poder no se encuentra de forma absoluta en todas las relaciones sociales como menciona Poulantzas, difícilmente podríamos considerar su noción estructuralista de que únicamente se encuentra en las relaciones de conflicto entre las clases sociales, principalmente entre la burguesía y el proletariado, ya que, como se explicará a continuación, las relaciones de poder pueden existir entre sujetos y grupos sociales que no necesariamente están definidos por la posición que ocupan en el proceso de producción, sino cuya constitución puede tener un origen de otra índole (como las relaciones de género, o las relaciones entre representantes y base en una organización sindical).

En este sentido el Postestructuralismo de Foucault sostiene que el poder no puede ser concebido como algo que es posible cambiar, retomar, dejar, es decir como algo tangible o dado sino que sólo puede existir en su ejercicio, sólo existe en acto como una relación de fuerza. Así, el ejercicio del poder implica mantener en una situación dada la correlación de fuerzas a través del mecanismo de represión (Foucault, 1979).

El orden social, por tanto, se funda precisamente en una correlación de fuerzas permanente sostenida a través de la coerción; es, pues, una suerte de “guerra generalizada que en ciertos momentos asume la forma de paz”.

No obstante, el poder no supone solamente el ejercicio de dominación política, desde el ámbito estatal hacia la sociedad amparado en el derecho. Sino que, las relaciones de poder se encuentran al interior del tejido social, de forma capilar, definiendo una gran parte de las relaciones sociales.

Esta forma de concebir el poder, como ejercicio de acciones que son capaces de modificar otras, en un contexto de relaciones sociales de desigualdad, se aleja de la noción estructuralista sobre el poder mantenido por Althusser y Poulantzas. En Foucault, se presenta a las relaciones de poder no determinadas por la estructura económica y, por tanto, no circunscritas de manera absoluta al ámbito de la lucha de clases por el poder estatal, sino que se presentan diseminadas al interior de la sociedad

expresándose en formas de dominación diversas, lo cual permite develar aspectos no visibles de las relaciones sociales que fueron soslayados por la teoría marxista antes mencionada.

De acuerdo con esto:

“El poder, en realidad, son unas relaciones, un haz más o menos organizado, más o menos piramidalizado, más o menos coordinado de relaciones” (Foucault, 1977: 302).

Una consideración adicional que nos plantea Foucault es que el poder no puede concebirse como ‘fenómeno de dominación’ de A sobre B, como generalmente se planteaba (Dahl, 1968; Weber, 2004) y de acuerdo a una noción de suma-cero en donde por un lado se encuentran los que detentan el poder y de otro los dominados, los que tienen todo el poder en oposición a los que no tienen ninguno, sino más bien el poder tiene que analizarse como algo que circula y que se encuentra funcionando de forma reticular.

“En otros términos, el poder transita transversalmente, no está quieto en los individuos.” En este sentido, al no existir dominación absoluta ni subordinación absoluta es importante señalar que ahí donde existe poder también hay resistencia; es una parte inherente a las relaciones de poder, pues sin resistencia de quienes padecen la represión o la opresión no habría necesidad de ejercer algún tipo de dominio: “Desde el momento en que se da una relación de poder existe una posibilidad de resistencia (Foucault, 1978:258). Lo anterior debido a que, “Si no existieran posibilidades de resistencia –de resistencia violenta, de huida, de engaño, de estrategias de inversión de la situación- no existirían relaciones de poder.” (Foucault, 1988)

Sin duda, entonces, el planteamiento de Foucault sobre el poder nos brinda aspectos importantes que no encontramos ni en las posiciones voluntaristas (Dahl), subjetivistas (Weber) ni en la teoría marxista estructural (Althusser, Poulantzas), sobre todo en lo que respecta a la concepción del ejercicio del poder de una manera transversal y ya no sólo visto verticalmente, sea de una clase sobre otra o de un individuo sobre otro. El poder, así, es relativo y está sujeto a la dinámica de la correlación de fuerzas.

No obstante, habría que analizar si el planteamiento de Foucault de carácter ‘microfísico’, al considerar las interacciones sociales más elementales como fuente prioritaria de las relaciones de poder, no tiene como fundamento aquella noción de lo social solamente como una agregado de individuos en interacción soslayando o, peor aún, negando la importancia de la estructura social como tal, o sea, como ordenadora y

delineante de las prácticas y las acciones de los sujetos, entre éstas de las relaciones sociales que entablan entre sí. Pues, si bien es cierto que las relaciones de poder no pueden circunscribirse a un ámbito o a un tipo de estructura (la económica o la política) sino que se encuentran dispersadas al interior de la sociedad, esto no quiere decir que los ‘micropoderes’ no estén ligados a centros de poder más amplios, los cuales estructuran las formas en que los primeros se concretan.

Las relaciones de poder, entonces, son ejercidas bajo el influjo de estructuras sociales que delimitan y ordenan las prácticas de los sujetos, y que, en este caso específico, posibilitan que existan relaciones sociales basadas en la desigualdad económica, social, cultural y política, pero que sin embargo no se encuentran determinando completamente las acciones sociales sino que está presente en todo momento un proceso de dotación de sentido de la realidad empírica por parte de los sujetos, es decir un proceso interno de configuración subjetiva, que permite definir ciertas características particulares sobre las formas en que es ejercido el poder por los sujetos en un ámbito más inmediato e interactivo.

De todo lo anterior concluimos que la concepción subjetivista y micro social sobre el poder no alcanza a brindar una explicación integral sobre éste conformándose con describir las características que asume la dinámica de dominación-subordinación, y aceptando la dicotomía social –entre quienes ejercen el poder y quienes obedecen- como si constituyera una esencia de la naturaleza humana¹⁶ y de manera autónoma al contexto histórico social. Por otro lado, el estructuralismo al ubicar únicamente las relaciones de poder en las relaciones de conflicto entre las clases fundamentales del capitalismo, cuyo origen se explica en la estructura de las relaciones sociales de producción, soslayan aspectos que tienen que ver con la capacidad de agencia de los sujetos y los procesos de construcción social de las relaciones de poder, por ejemplo, de las formas de dominación y legitimidad, de obediencia o de resistencia.

Por ello, en el presente trabajo se adopta una concepción sobre el poder y su ejercicio considerando, en primer lugar, la importancia de las estructuras en el ordenamiento de

¹⁶ Tal y como era concebido por los estudios políticos clásicos, por ejemplo en Hobbes es clara su visión esencialista del comportamiento político de los sujetos: “De este modo señalo, en primer lugar, como inclinación general de la humanidad entera, un perpetuo e incesante afán de poder, que cesa solamente con la muerte. Y la causa de esto no siempre es que un hombre espere un placer más intenso del que ha alcanzado; o que no llegue a satisfacerse con un moderado poder, sino que no puede asegurar su poderío y los fundamentos de su bienestar actual, sino adquiriendo otros nuevos” Thomas Hobbes (1940), *Leviatán* Cap. II. México, FCE., p-79.

ciertas posiciones sociales objetivas que influyen en la conformación y definición de relaciones sociales asimétricas; en segundo lugar, dichas estructuras al ordenar y limitar la acción de los sujetos no lo determinan de forma absoluta, sino que le establecen el espacio de posibilidades –más estrecho o más amplio- en el que el sujeto, de manera objetiva, puede actuar y que, con relación al poder, le ofrece opciones para su ejercicio. De manera concreta, visto desde el lado de la dominación por ejemplo, pueden asumirse prácticas que expresen un mayor grado de autoritarismo y una utilización franca de la violencia o bien, una dominación más consensada y hegemónica. Y, desde el lado opuesto, pueden existir prácticas de consentimiento y sumisión o bien, de resistencia explícita o de forma oculta. Sin que dichas formas de acción se encuentran determinadas a priori. Y, finalmente, el tercer aspecto está relacionado con el papel de la subjetividad de los actores en las relaciones de poder. Previo a la concreción de acciones por parte de los sujetos, éstos configuran diversos códigos de significado que le dan sentido a su experiencia social objetiva. En este sentido el sujeto al encontrarse inmerso en determinadas relaciones sociales diferenciadas y desiguales, construye subjetivamente una representación y sentido de su mundo social inmediato que le permite definir la decisión para actuar de una forma o de otra, sin que esto sea un proceso totalmente ‘racional’ sino que pueden influir aspectos subjetivos como las emociones, los sentimientos, el sentido común, el sentido de lo estético, etc. Así, quien domina no lo hace de una manera absolutamente racional sino que en la decisión para determinar las formas en que ejerce el poder, adicionalmente a las limitaciones objetivas, pueden incluirse aspectos subjetivos y culturales, y lo mismo ocurre con referencia a los sujetos subalternos.

Es decir, la dominación no puede traducirse como una acción de sometimiento absoluto por medio de la coerción, sino que es necesaria la existencia de la legitimidad en la élite dirigente, la cual puede construirse, si consideramos la tipología weberiana, en el origen y carácter que asume dicha dirigencia. No obstante, amén de la importancia que pudiera tener esta situación particular de acceso al poder, en el ejercicio de éste se hace necesario la implementación de acuerdos entre los diferentes sectores sociales con el objetivo de mantener el orden social. Este acuerdo o *consenso*, que puede concretarse de forma diversa por los sujetos yendo desde una participación activa hasta una actitud de pasividad así como expresiones intermedias entre los actores implica, sin embargo, no una negociación puramente racional sino en la que intervienen con una importancia crucial aspectos concernientes tanto a la cultura de los sujetos como a su propia

subjetividad con relación a la cuestión del poder y la participación política, esto es a una cultura y subjetividad políticas. Acatar o no la subordinación se define a partir de estos dos elementos pero también de la capacidad de dirección de la élite o *hegemonía*.

Así, la noción gramsciana de hegemonía implica justamente la capacidad de *dirección moral e intelectual* de la clase en el poder sobre las clases subordinadas (Gramsci, 1986). Lo cual remite a una hegemonía no sólo política sino cultural, una hegemonía sobre la visión del mundo¹⁷. Lo anterior es importante considerando que la dominación de la clase dirigente se logra, como ya se indica, a través de mecanismos ideológicos, morales y culturales que son vertidos a las clases subalternas para lograr su consentimiento. Es decir, se vuelven parte de su 'sentido común'.

Según Gramsci,

"el hecho de la hegemonía presupone indudablemente que se tienen en cuenta los intereses y las tendencias de los grupos sobre los cuales se ejerce la hegemonía, que se forma un cierto equilibrio de compromiso, es decir que el grupo dirigente haga sacrificios de orden económico-corporativo, pero es también indudable que tales sacrificios y tal compromiso no pueden concernir a lo esencial, ya que si la hegemonía es ético-política no puede dejar de ser también económica, no puede menos que estar basada en la función decisiva que el grupo dirigente ejerce en el núcleo rector de la actividad económica". (Gramsci, 1978)

Pero dicha hegemonía se encuentra en forma permanente en constante disputa con la propia visión del mundo de las clases subalternas. De ahí la importancia del consenso para la reproducción hegemónica que, en este caso, asume un carácter activo según la concepción de Gramsci. Sin embargo, como ya se menciona, la forma de construir el consenso se relaciona de manera directa con la cultura y subjetividad mantenida por los sujetos de tal forma que el carácter del consentimiento es relativo a estos aspectos. Con ello, el consenso, de acuerdo a cada situación concreta, puede ser activo o pasivo o encontrarse en una posición intermedia, como en el caso del *consenso cómplice* (Leyva, 1995).

En suma, la perspectiva sostenida aquí con respecto a las relaciones de poder es concebirlas como un abanico de posibilidades en donde la dinámica de dominación-subordinación puede concretarse de diversas formas, ninguna de ellas establecidas a

¹⁷ Gramsci destaca como uno de los logros históricos de la clase dominante su capacidad para imponer, a través del Estado, una "voluntad de conformismo" en las masas basada en la aceptación de la función que a aquella le cabe como clase respecto al conjunto de la sociedad, y a la percepción que ella tiene de sí misma: "La clase burguesa se considera a sí misma como un organismo en continuo movimiento, capaz de absorber toda la sociedad, asimilándola a su nivel cultural y económico: toda la función del Estado es transformada: el Estado se convierte en «educador», etc." Gramsci (1978) *Notas sobre Maquiavelo...*p.163.

priori de forma absoluta, ni por las estructuras ni por la sola voluntad de los sujetos. Asimismo, considero que si bien el poder se encuentra diseminado al interior del tejido social, como menciona Foucault, no es algo necesario el que todas las relaciones sociales estén impregnadas de relaciones de poder sino que podemos definirlo como un aspecto más que puede o no ser parte de lo que las caracterice, de acuerdo a la situación concreta en la que se desenvuelva¹⁸.

De acuerdo con esto, en nuestro caso el poder es concebido como la *capacidad de imposición y subordinación de un actor sobre otro definida por las condiciones que establece una estructura social de desigualdad, y la cual puede asumir matices diversos y ejercitarse de forma autoritaria, disciplinaria o en forma de dominación*, lo que implica, en el caso de ésta última, un relación social de poder basada en la hegemonía del grupo dirigente sobre los sujetos subordinados a través no sólo de la coerción sino de la construcción de un consenso entre ambos.

Sintetizando, finalmente, de acuerdo a los puntos importantes de la revisión teórica sobre el poder/dominación realizada rescatamos lo siguiente:

1. Los tipos de dominación weberianos, -legal, tradicional y carismáticos- que no se explican solamente por el ejercicio despótico del poder sino por la aceptación consiente del dominio teniendo como fundamento la creencia en la ley, la costumbre o en la personalidad de quien mantiene el mando.
2. La importancia del concepto gramsciano de *hegemonía* para caracterizar un tipo de dominación no autoritario, que hace uso permanente de la fuerza, sino que descansa más en el *consenso* asumiéndose como una ‘dirección moral e intelectual’ sobre los subalternos.
3. La importancia de las estructuras en la conformación de ciertas posiciones sociales objetivas diferenciadas y desiguales que hacen posible la concreción de relaciones de poder, y cuya efectividad se encuentra por encima de la voluntad particular e individual de los sujetos.
4. La no centralización del poder en una ‘esfera’ específica de la realidad social (por ejemplo, la esfera política concretada en el aparato estatal), sino la diseminación por

¹⁸ Una relación social, entonces, puede así tener diversas caras que expresen diferentes rasgos definitorios: de índole económico, como en las relaciones basadas en intercambios de tipo mercantil; cultural, como las relaciones basadas en la costumbre y la tradición; o de poder, que expresan una dinámica de dominación-subordinación o dominación-resistencia, etc.

todo el tejido social de las relaciones de poder, aunque como se señala, de alguna forma estructuradas por centros de poder más amplios, sin que sea una característica imprescindible de todas las relaciones sociales. Más concretamente, concibo las relaciones de poder como insertas en una *configuración de dominación* en la que no existen posiciones absolutas –dominación autoritaria, dominación consensuada, dominación burocrática o dominación tradicional, etc.- sino que en ella se encuentran múltiples matices que pueden ir en uno u otro sentido, o en una combinación de varios a la vez, de acuerdo a la situación concreta.

5. La trascendencia en considerar la capacidad de agencia de los sujetos en el ejercicio del poder. Es decir, que en las relaciones de poder ciertamente se encuentran presionando o delimitando ciertas estructuras, pero que intervienen también configuraciones subjetivas en los sujetos, junto con la existencia de una cultura política, que le dan sentido a su experiencia social y que coadyuvan en la definición de la dinámica de dominación-subordinación como un tipo de relación social potencial y no como una relación determinada. Así, la obediencia puede asumir diferentes formas de expresarse y aceptarse (al conformarse cierto tipo de configuración subjetiva que combine códigos de significado diversos –emocionales, cognitivos, de sentido común, estéticos, que pueden estar condicionados por la cultura política predominante); así como el mando también puede concretarse de acuerdo a como sea configurada la subjetividad y cultura de los actores en una situación social específica, lo cual haga posible interacciones sociales diversas y no determinadas previamente.

En el caso de nuestros sujetos de estudio, estaríamos hablando de una dominación específica en la expresión organizada de forma institucional por el gremio de tianguistas. Las relaciones de poder existentes al interior pueden darse de manera diversa pero bajo las condiciones que establecen las estructuras establecidas, por ejemplo, la relación corporativa con el Estado, el tipo de estructuras organizativas, una *cultura política gremial*, es decir el conjunto de prácticas, concepciones y costumbres referidas a la participación política dentro del ámbito organizativo del gremio, que puede ser de tipo delegatoria pero a la vez pragmática o participativa, y basarse tanto en el patrimonialismo de los sujetos como un comportamientos democráticos y autogestivos que, sin embargo, pueden generar diferentes tipos de consenso de acuerdo al carácter de cada organización gremial y de sus integrantes. Por ello es que es pertinente hablar de la dominación como una configuración, cuya definición no puede

establecerse a priori ni de forma absoluta, sino matizada y problematizada para cada caso empírico.

Capítulo III. Teorías de alcance medio, campos de relaciones sociales y conceptos ordenadores: Estructuras, sujetos y espacios de interacción social.

Los campos de relaciones sociales que han sido considerados para el estudio de nuestros sujetos laborales, los tianguistas de la ciudad de México, se consideran sólo como potencialmente estructurantes y generadores de factores objetivos y subjetivos que pueden influir de manera importante tanto para la concreción de la actividad laboral como para la definición de la identidad colectiva de los trabajadores y de su participación política en la organización en donde se encuentran.

Dichos campos a su vez se encuentra atravesándolos dos ejes de análisis: 1. El de las Estructuras-subjetividad-acción (asumiendo que en cada campo hay ciertas estructuras (macro, meso y micro), una gama de subjetividades y formas de dar sentido, y diversas interacciones sociales); y 2. El de la identidad y la acción colectiva, considerando de igual forma que cada uno de los campos contiene factores, materiales y subjetivos, que influyen en la construcción de la identidad de los tianguistas así como en la posibilidad de que concreten acciones colectivas.

En este sentido, las áreas que se consideran como campos de relaciones sociales que forman parte del mundo de vida del tianguista y, sobre todo, que es posible que condicionen a los sujetos de diversas formas tanto en la construcción de la decisión para dedicarse a la actividad laboral de venta en el tianguis, como en la operación misma del trabajo así como en la posibilidad de constitución de una identidad colectiva con relación al trabajo, a la comunidad laboral, a la Organización gremial y hacia la acción colectiva, son los siguientes: Trabajo, Familia, Territorio y Espacio Urbano, Tiempo de Ocio, Religiosidad y Organización. Del conjunto de estos campos se han abstraído diversos conceptos ordenadores que fungen como guía del proceso de investigación y análisis con un fin no de verificación sino de reconstrucción y ampliación conceptual. Estos conceptos ordenadores se detallarán a lo largo de la exposición teórica de las diferentes áreas o campos que sigue a continuación.

1. Trabajo.

1.1 Control del proceso de trabajo.

La definición más común de Control refiere a la capacidad de un sujeto de imponer su voluntad sobre otros. Visto teóricamente, el concepto de Control conlleva el ejercicio de poder, es decir, de la realización impuesta de una acción que puede implicar el uso de la fuerza, pero también de prácticas de dominación, o sea, la instrumentación del control a través del consenso. En el ámbito del proceso de trabajo el concepto de control ha sido utilizado para explicar dos fenómenos fundamentales para la sujeción de los trabajadores por parte del capital: el control sobre la fuerza de trabajo con un objetivo de explotación económica para la obtención de plusvalía, y el control político de una clase –la burguesía-, sobre otra –el proletariado-, ocupando en este sentido un papel fundamental el control como instrumento estratégico en la lucha de clases.

Los estudiosos sobre esta forma de sometimiento técnico y político sobre el proceso de trabajo y el trabajador consideran diversos elementos que lo han hecho posible históricamente. En este sentido, un aporte teórico importante sobre el proceso de trabajo y sobre las formas de control de éste ha sido, después de Marx, el hecho por Harry Braverman en los años setenta del siglo XX.

Braverman es quien, yendo a contracorriente del marxismo soviético escolástico, actualiza el análisis sobre el proceso de producción capitalista y sobre las nuevas formas de control existentes en su seno y que distaban en gran medida de las que Marx había dado cuenta a fines del siglo XIX, sobre todo porque el taylorismo vino a revolucionar para bien de la gestión capitalista las formas de subsunción del proceso de trabajo.

El control sobre el trabajo por parte del capitalista se explica, en esta primera propuesta, a partir de la implementación de medidas de descualificación y despojo del saber obrero con respecto al proceso de producción integral. En una primera fase, continuaba el trabajo cooperativo, la administración o coordinación llevada a cabo por los propios trabajadores reunidos en un solo lugar de trabajo. Pero, la diferenciación en el proceso de trabajo, motivada por la elaboración de productos más sofisticados, condujo a la necesidad de una administración y coordinación más especializada por parte del capitalista. Las primeras medidas tomadas fueron: la imposición de horas regulares de trabajo a los obreros; establecimiento de leyes que obligaban a los trabajadores a obedecer la disciplina laboral. Lo anterior propició el paso del autocontrol obrero sobre el proceso productivo al control ejercido por la empresa sobre el trabajador, objetivo último de todo sistema de administración.

En este sentido,

“Al sentar el proceso de trabajo sobre una base nueva, "científica", el capital se halla en condiciones de imponer sus propios ritmos y normas a la producción de mercancías, rompiendo así las trabas puestas a su expansión por el antiguo orden del taller.” (Coriat, 2008:3)

Empero, esta planteamiento que buscaba explicar la forma en que se impone el control sobre el proceso de trabajo a partir de la descualificación del trabajador fueron criticados en diversos puntos: en primer lugar debido a que pareciera que a las fases de acumulación capitalista le van correspondiendo en su desarrollo diferentes procesos de trabajo, de tal forma que se suceden uno tras otro de forma un tanto evolutiva; en segundo lugar, se le crítica el que mantenga una posición hasta cierto punto determinista y estructuralista por no incorporar en su análisis el papel de la subjetividad y la acción de los sujetos como factores que pudieran alterar los procesos de producción impuestos por el capital; una tercer crítica es el cuestionamiento sobre la base de los argumentos de la existencia unívoca de un control vertical y autoritario en el trabajo, sin considerar las nuevas formas de control que se venían experimentando sobre todo a raíz de los planteamientos de Elton Mayo sobre las relaciones humanas en el trabajo (De la garza, 2000).

En cuanto al segundo aspecto, Edwards (1983) afirma, en este sentido, que la fuente del conflicto se encuentra en el tipo de relaciones de producción cuya expresión básica es el control en el lugar de trabajo, de tal forma que los intereses de trabajadores y empleadores son totalmente opuestos.

Sin embargo, Burawoy (1989) afirmará que los juegos dan pie a la oposición en donde antes sólo había coincidencia de intereses.

El tipo de relaciones sociales dentro del lugar de trabajo se ejercen mediante un acuerdo implícito que manifiesta tanto la necesidad de la remuneración salarial como de la producción requerida para el beneficio de la empresa.

Así, la dirección, al menos en sus escalones inferiores, no sólo participa activamente en la organización del juego sino en el cumplimiento de sus reglas.

Plantear así las cosas es aceptar que dentro del proceso de trabajo no sólo existe un control vertical y autoritario en el que los sujetos obreros quedan determinados absolutamente a la estructura normativa y coercitiva de la empresa sino que el contexto es más flexible y contingente y susceptible de ser alterado por la acción de esos mismos sujetos o bien de ser aceptado de manera consensada partiendo del hecho de que no sólo la dirección obtiene beneficios sino los trabajadores también.

Así, según Burawoy,

“...en la medida en que los trabajadores participan en un juego en el que intervienen sus relaciones con una máquina, su subordinación al proceso productivo se convierte en objeto de asentimiento.” (Burawoy, 1989: 109)

De hecho, en la medida en que las formas de control sean más coercitivas se incrementa la posibilidad de un conflicto entre trabajo y capital. El mejor mecanismo de control es, entonces, aquél que se basa en el consenso y el asentimiento de las medidas dentro del proceso productivo en donde trabajadores y dirección se coordinan de manera cotidiana. Es decir, en este caso se trata de un tipo de control consensado en el que la obtención de beneficios es mutua entre dirección capitalista y fuerza de trabajo. Lo dicho por este autor es sumamente relevante al otorgarle un peso imprescindible al aspecto subjetivo para explicar la dinámica de la organización del trabajo; en *Manufacturing Consent* (Burawoy, 1989) se muestra cómo la existencia de una dinámica de grupo entre los trabajadores proporciona las condiciones mediante las cuales el consentimiento y la cooperación son entrelazadas y construidas en el proceso productivo, a través de lo que él llama “los reinos políticos e ideológicos de la producción”.

Es decir, en esta concepción la dirección no actúa sólo de forma despótica imponiendo mecanismos de control del trabajo sino los trabajadores también tienen la posibilidad de actuar y de oponerse a las medidas de tal forma que su resistencia haga surgir el conflicto y con éste la disposición de la negociación en el lugar de trabajo. De acuerdo con Edwards:

“Surgen conflictos en torno a la forma en que se debe organizar el trabajo, al ritmo de trabajo que se debe establecer, a las condiciones en las que deben trabajar los productores, a los derechos de que deben disfrutar los trabajadores y a la forma en que deben relacionarse entre sí los diferentes empleados de la empresa.” (Edwards, 1983:144)

Pero Edwards distingue el control de la coordinación, aduciendo que ésta última es necesaria en toda producción social, debido a que es una labor que implica la actividad de una cantidad importante de personas. La forma en que la coordinación se puede lograr es variada: por tradición, mediante formas de hacer el trabajo fijadas hace mucho tiempo y mediante la transmisión de estos secretos del oficio de los maestros a los aprendices o de manera directa por los productores al elegir a alguien que los coordine. En el capitalismo la característica de la coordinación es que se da de arriba hacia abajo, de manera vertical.

A su vez, el sistema de control coordina tres elementos: la dirección, la evaluación y la disciplina. Existiendo, de acuerdo a diferentes momentos de su desarrollo, tres formas particulares de control: el simple, el técnico (control directo dentro del proceso operativo de producción, por ejemplo con la cadena de montaje), el burocrático, se basa en el principio de insertar el control dentro de la estructura social o de las relaciones sociales existentes en el lugar de trabajo. El rasgo que define el control burocrático es la institucionalización del poder jerárquico, tanto los supervisores como los trabajadores se ven sujetos a los dictados de la "política de la compañía". El trabajo se estratifica de manera compleja; a cada puesto de trabajo se le da un título distintivo y su descripción y la promoción son regidas por reglas impersonales, la compañía plantea un proceso de movilidad ascendente en los puestos de los trabajadores.

Con ello es posible encontrar una segunda etapa del debate sobre el proceso de trabajo en la cual se planteó la posibilidad de conflicto en el *workplace* soslayando aquél enfoque un tanto determinista que ubicaba a la dirección empresarial como totalmente impositiva de medidas para controlar el trabajo sin que los trabajadores opusieran resistencia alguna. Y con ello se afirma que la empresa no es un ente monolítico y funcional en donde sólo cabe la normatividad formal sino en donde también se generan regulaciones informales, lo cual también entra en juego en la dinámica del proceso productivo.

Con lo cual,

“más allá de la negociación colectiva se impondría una negociación del orden y una manera como el management puede lograrlo es aceptando que los trabajadores pueden tener una autonomía responsable” (De la Garza, 2000).

En una tercera etapa se incorporó de forma más esencial la dinámica existente entre estructuras, subjetividades y acciones entre organización y control gracias a lo cual ahora se plantea la contingencia en el proceso de trabajo debido a la capacidad de los trabajadores de no aceptar pasivamente las medidas impuestas sino de contribuir al establecimiento de mecanismos de control y de organización del proceso de trabajo de acuerdo a las necesidades de producción sin que se implementen de una manera totalmente vertical por parte de la dirección empresarial.

Haciendo una recapitulación del camino que han seguido los distintos enfoques para el estudio del control sobre el proceso de trabajo y que pueden ser retomados para la

explicación de cómo se lleva a cabo el control sobre el trabajo en el caso concreto de los comerciantes callejeros se podría considerar lo siguiente:

1. En un primer momento, fue concebido el control del proceso de trabajo como proceso de descualificación del saber obrero y la adopción de una división técnica del trabajo, de tal forma que la especialización de las actividades productivas posibilitaba un manejo y gestión absolutas del capital (Braverman).

2. Edwards introduce la noción de conflicto en el proceso de trabajo considerando que no es completamente realizable el control despótico del capital sino que los trabajadores oponen a todo momento resistencia que puede llegar a alterar las medidas de control impuestas, siendo éstas así un producto de la negociación entre capital y trabajo y no una imposición total del primero. Aquí mismo se distingue entre formas de control simple, en donde los trabajadores poseían aún el conocimiento global del proceso de producción y la dirección únicamente vigilaba que se realizara de acuerdo a la jornada de trabajo establecida: el control principalmente era sobre el tiempo de trabajo; formas de control técnico, en el que ya el trabajador no posee más el conocimiento de todo el proceso productivo sino sólo una parte del mismo, incorporando en las formas tayloristas de organización del trabajo un control estricto sobre tiempos y movimientos y una división del trabajo aún más especializada en tanto que en los métodos fordistas, con la introducción de la cadena de montaje, se garantiza la realización exclusiva de un procedimiento parcializado de cada trabajador establecido sistemáticamente por la administración científica de la empresa; formas de control burocrático, en donde el control ya no es sólo en la parte operativa y técnica del proceso de trabajo sino en un nivel normativo e impersonal. Es la institucionalización del poder jerárquico tanto los supervisores como los trabajadores se ven sujetos a los dictados de la "política de la compañía".

3. Es decir, el control se ejerce sobre el trabajo de tal forma que se establece qué producir, cómo hacerlo, en qué tiempo, bajo qué procedimiento, durante cuánto tiempo, en dónde hacerlo, lo cual sin embargo, no se da sin que haya una respuesta aunque sea mínima y simbólica de parte de los trabajadores que, al final, influye de alguna manera en la adopción de medidas que soslayan, o al menos ocultan, las prácticas de gestión despóticas con el objetivo de evitar el conflicto.

4. La existencia de 'juegos', de acuerdo con Burawoy, los cuales implican que, pese a que haya un carácter contingente sobre el control del proceso de trabajo ello no indica que no existan regularidades, normas y procedimientos que seguir de manera

obligatoria y que la falta de su cumplimiento origine sanciones en las que incluso los propios trabajadores estén de acuerdo, lo que permitiría el establecimiento de tendencias específicas de control que son reconocidas y validadas tanto por los trabajadores como por la dirección de la empresa, lo cual impediría mantener un enfoque totalmente voluntarista y vertical.

No obstante, y aún asumiendo que por lo menos en este último autor existe un avance fundamental con relación a dar cuenta del elemento subjetivo como aquél que se encuentra mediando entre las estructuras que rigen el proceso productivo y la acción de los sujetos, queda un vacío importante para lograr observar más a detalle su contenido integral. En particular, la manera en que los sujetos construyen el sentido de su actividad laboral cotidiana y, de manera importante, la forma en que significan la mayor o menor condición de control al que se encuentran subordinados y el grado de autocontrol que puedan poseer, y cómo todo esto impacta de forma directa en la conformación de una específica forma de subjetividad: la construcción de la identidad con relación al proceso de trabajo.

En este sentido, desde nuestra perspectiva, el concepto de Control se tendría que utilizar a la luz de la definición del tipo de relaciones de producción en que se concreta –de explotación, de autoempleo, de subcontratación. (De la Garza, 2010) Para lo cual, en el “camino de lo abstracto del poder y dominación en el proceso de trabajo hacia lo concreto del control con varias dimensiones, las tipologías del debate del proceso de trabajo pueden ser útiles –control técnico, administrativo, autocontrol- sin olvidar que todas las formas de control implican ciertas interacciones igualitarias o jerárquicas, que estas interacciones ponen en juego símbolos y sus intercambios o negociaciones, que implican reglas formales e informales, en relaciones con determinadas estructuras.” (De la Garza, 2010)

El concepto de Control, por tanto, puede ayudarnos a explicar una realidad laboral como es la del trabajo no clásico solamente con la condición de que se entienda desde una noción ampliada sin restringirse a dar cuenta únicamente del proceso productivo propio de la modernidad capitalista, esto es, el que se concreta bajo relaciones sociales de producción entre capital y trabajo, sino que considere como objeto de explicación procesos laborales heterogéneos en donde las relaciones sociales de trabajo pueden ser múltiples y en los que no existe una definición específica o única de los actores con respecto a quien detenta el control, y, lo que es más importante, ni siquiera tenga que establecer como necesario el que dicho control se limite al aspecto del proceso de trabajo sino que tenga que ver en mayor medida con la intención de controlar otros

aspectos relacionados con ello como son, por ejemplo, los medios de trabajo concretos como puede ser, en nuestro caso, el espacio público.

De esta manera, con referencia a los trabajadores por cuenta propia lo que hace complejo el trabajo en espacios abiertos es la emergencia de múltiples actores que pueden ser desde el cliente hasta los policías, los vecinos, trabajadores de la misma o de diferente ocupación, los líderes de las organizaciones, en los que la situación de control sobre diversos elementos que conforman la actividad del sujeto puede estar presente de forma constante. Entonces, las relaciones que el trabajador mantiene con estos actores pueden impactar directa o indirectamente al trabajo, pero también el uso del espacio para trabajar, el tiempo de trabajo, el tipo de producto, las ganancias, e incluso la propia existencia de la ocupación (De la Garza, *Ibíd.*).

En nuestro caso, es posible visualizar una dinámica de control sobre la actividad laboral de los tianguistas aunque no focalizada a una relación social de carácter dual, como en el caso de la relación obrero-patronal, sino esencialmente heterogénea en donde interviene más de un actor en la implementación del control, y sin que el objetivo de ello sea necesariamente la obtención de una plusvalía a través de la intensificación del proceso productivo, sino la obtención de otra serie de ganancias y beneficios para quien pretende controlar el trabajo del comerciante, y estratégicamente el espacio público en el cual desarrolla su ocupación.

Con respecto a éste último punto cabe señalar que, justamente, el espacio público representa el factor *sine qua non* para el control laboral de los comerciantes de vía pública, por tanto, a la apropiación colectiva del espacio se contraponen un proceso de expropiación legal e institucional del mismo por parte del gobierno para los usos que él disponga, aún cuando contraponga su carácter público.

De las relaciones sociales que el tianguista entabla, particularmente con la autoridad, la clientela y las estructuras organizativas, los cuales intervienen directamente en su quehacer laboral, se expresan diversas formas de control que lo condicionan así como influyen en la forma de utilizar el espacio público.

La diferencia de estas formas de control con relación al control del proceso de trabajo tradicionalmente estudiado es, en general:

Por un lado, que al no encontrarse dentro de una relación dual tradicional entre capital y trabajo sino en relaciones sociales de trabajo heterogéneas el control igualmente se diversifica entre los distintos actores que intervienen directa o indirectamente en el mundo del trabajo del tianguista y con objetivos igualmente diferenciados: políticos,

administración del orden social, económicos, corporativos. Así, el gobierno asume un control político administrativo hacia los comerciantes con el objetivo de regular la actividad de venta en los espacios públicos así como establecer legalmente el pago fiscal por el arrendamiento del espacio para trabajar; por su parte la organización gremial controla política y económicamente a los comerciantes a través del control sobre el espacio utilizado como lugar de trabajo cuyo fin es, por un lado, la obtención de recursos financieros a través de las cuotas pagadas por los comerciantes, y, por otro, la subordinación corporativa de los agremiados a la Organización como capital político. Un tercer caso lo ubicamos en el cliente. El control que puede asumir éste se ejerce en la interacción cotidiana de forma simbólica o manifiesta con objetivos económicos y sociales. En particular, el cliente intenta concretar un control sobre el costo de los productos que pretende consumir, pero también sobre la forma que asume el proceso de interacción de él con el vendedor. Esto es, se pretende que en la relación inmediata entre ambos el trato del comerciante sobre el cliente sea parcial o completamente satisfactorio para éste último.

De esta forma, el control, en este caso, no se limita al proceso de trabajo sino que se extiende a otros aspectos que se relacionan con él pero que bien pudieran considerárseles como *metalaborales*, en el sentido de que su origen y objetivos se encuentran fuera de la dinámica de trabajo como tal.

Para el caso de los vendedores de tianguis, tal vez no es posible encontrar formas de control del proceso de trabajo tan formalizadas, con contratos y normas establecidas y sancionadas institucionalmente, sin embargo, si se encuentran acuerdos, normas, formas recurrentes de acción, que denotan la existencia de mecanismos de control sobre el trabajo aunque en diversos casos son más bien de carácter contingente. Asimismo en el trabajo no clásico de los vendedores de tianguis es posible encontrar una forma de control autónoma del trabajador sobre sus medios de trabajo así como de su proceso laboral en general, es decir, cabe la posibilidad, dado el carácter difuso del control externo e institucional hacia su trabajo, de formas de *autocontrol laboral*.

Pero, análogamente a como sucede en el trabajo industrial, en este tipo de trabajo también puede llegar a darse el conflicto entre los trabajadores directos y aquellos que intentan establecer un control sobre su proceso de trabajo: autoridades, delegados, representantes, otros comerciantes, etc. Así, los comerciantes pueden oponer resistencia a la limitación de los espacios, de los tiempos, del tipo de producto que es posible vender, a las cuotas monetarias que se fijan como requisito para que pueda ejercer su

trabajo, etc., lo cual puede conducir a acciones colectivas como medida para presionar y lograr alguna negociación orientada a garantizar el respeto a su espacio de trabajo así como al carácter relativamente autónomo de su labor. Ello no implica que, tras un conflicto, por ejemplo entre autoridades y trabajadores, ambos actores no arriben a un consenso en el cual se acepten medidas más o menos amplias de control con el objetivo de garantizar la utilización del espacio público como espacio de trabajo, o sea la existencia de un control consensado basado en la creencia de un beneficio mutuo. Es decir, en cualquier caso, es importante dar cuenta no solamente de la existencia del control sobre el trabajo sino de manera insoslayable de la configuración subjetiva de los trabajadores y de cómo ésta coadyuva a la construcción del sentido con respecto a los mecanismos de control por parte de actores como autoridades o las organizaciones gremiales, lo cual finalmente puede explicar el grado de resistencia u obediencia hacia este proceso de subordinación implicando en ello los procesos de identificación colectiva en cada una de esas expresiones, pero también del sentido otorgado por los sujetos hacia su propias formas de autocontrol sobre el trabajo que ejercen y la manera en que esto impacta sobre la construcción de una identidad colectiva referida a la ocupación.

1.2 Regulación de las Relaciones sociales de Trabajo.

La Regulación de las Relaciones Sociales de Trabajo tiene como fundamento explicativo a la teoría del Sistema de Relaciones Industriales (SRI). Ésta concibe que la sociedad industrial moderna crea un grupo diferenciado de obreros y de empresarios cuyas relaciones entre estos y sus organizaciones son reguladas formalmente en la sociedad industrial fuera de la familia e independientemente de las instituciones políticas (Dunlop, 1978). Así, el SRI se conforma de actores particulares, contextos, una ideología que mantiene unido a dicho sistema, y un conjunto de reglas creado para normar la actividad de los actores en el lugar de trabajo y en la comunidad laboral (Dunlop, 1978: 30).

No obstante, esta visión de las relaciones industriales como un sistema homogéneo, funcional y coherente, influida por el estructural funcionalismo, dista mucho de explicar realmente el tipo de relación que se instituye entre capital y trabajo, en la cual está inmersa una fuerte dosis de conflicto (De la Garza, 2006a).

Una visión más amplia sobre las relaciones industriales y laborales debe dar cuenta de las discontinuidades, contradicciones y rupturas existentes entre trabajo y capital, que

para la teoría funcionalista del sistema social resultarían como factores anómalos que habría que corregir o extirpar del sistema. Pero la concepción sistémica y funcionalista de las relaciones industriales tiene lugar en un contexto histórico específico en el que se encontraba en pleno desarrollo y consolidación el Estado benefactor, y en donde el conflicto interclasista quedaba relegado gracias a la intervención estatal que priorizaba la cooperación entre los factores de producción. Es decir, al conflicto de clases se le daba una salida institucional dentro de ciertos marcos legales.

De acuerdo con la teoría de las relaciones industriales son varias las dimensiones que se abarcan y que tienen que ver con la regulación de dichas relaciones. Se abarcan, por ejemplo, el lugar y el alcance, o límites, de dicha regulación: así tenemos que puede existir una regulación del trabajador individual, de la empresa, expresada a través de un contrato colectivo de trabajo, o individual, y una regulación institucional o estatal a través de la creación de leyes.

En las relaciones laborales interactúan, como ya se menciona, una gama de actores que pueden ser los obreros, los empresarios, el estado; y a partir del tipo de relación que establezcan puede asumir determinadas características; históricamente los más importantes han sido el sistema liberal y el corporativista.

Otra dimensión que se considera es la referente al modo de regulación; ésta puede ser individual, colectiva, impuesta o consensada.

Los ámbitos de regulación, a su vez, pueden ser: el salario directo y el social (o prestaciones), es decir el ámbito de la reproducción de la fuerza de trabajo; las formas de reclutamiento: políticas de contratación, modos de incorporación de personal al empleo; la capacitación y el adiestramiento; La movilidad interna: escalafón, jornada de trabajo, las adscripciones del espacio de trabajo; la organización del trabajo: tecnología blanda, conocimiento aplicado a la administración del trabajo; el diseño del proceso técnico; el control sobre el trabajo, el cual puede ser directo o personalizado: despótico, control burocrático; elementos formales de control: cumplimiento de tareas, automatizado; impersonal, control bilateral consensado (entre empresa y sindicatos, por ejemplo)

No obstante, además de las relaciones institucionales que se establecen formalmente también en la cotidianeidad de la práctica laboral diaria se establecen relaciones entre los trabajadores y entre éstos y sus mandos inmediatos que no corresponden necesariamente al tipo de relaciones contractuales establecidas, y en las que, en muchos de los casos, incluso se contraponen de manera directa.

Los actores en contextos dados establecen reglas para el lugar de trabajo y la comunidad laboral, incluyendo las que gobiernan los contactos entre los actores en un sistema de relaciones industriales. Dicho entramado de reglas consiste en los procedimientos para establecerlas, las reglas sustantivas, y los procedimientos para decidir su aplicación en situaciones particulares.

En el transcurso del tiempo se puede esperar que las reglas se alteren como consecuencia de cambios en los contextos y en los status relativos de los actores. En una sociedad dinámica las reglas e incluso su administración, se ven sometidas a frecuentes revisiones y cambios.

Los sistemas de relaciones industriales establecen un vasto universo de reglas sustantivas aparte de los procedimientos que gobiernan su establecimiento y su administración. En general incluye: a) las reglas que gobiernan las compensaciones en todas formas; b) las obligaciones y actuaciones esperadas de los obreros, incluyendo las tareas disciplinarias para cuando dejan de cumplir sus obligaciones; c) las reglas que definen los derechos y deberes de los obreros, incluyendo los que están de bajo y los nuevos, en determinados cargos o empleos.

Las reglas del sistema se pueden expresar de numerosas maneras: las estipulaciones y programas de la jerarquía empresarial; las leyes de toda jerarquía obrera; las estipulaciones, decretos, decisiones, advertencias, u órdenes de los organismos gubernamentales, las reglas y decisiones de agencias especializadas creadas por las jerarquías de obreros y de empresarios; negociaciones de convenios colectivos, y las costumbres y tradiciones del lugar de trabajo y de la comunidad laboral. En todo sistema particular las reglas pueden adoptar cualquiera de estas formas; pueden ser escritas, constituir una tradición oral o una práctica costumbrista. Pero cualquiera que sea la forma que las reglas adopten, el SRI prescribe las reglas del lugar de trabajo y de la comunidad laboral, incluyendo los procedimientos para su establecimiento y administración.

La legislación del trabajo es uno de los instrumentos cruciales de que dispone el Estado para regular el mercado de trabajo y el conflicto, siguiendo los lineamientos de la política laboral, por lo que se encarga de regular las condiciones de trabajo, contratación y despido, así como las remuneraciones, ya sea en forma directa o estableciendo los mecanismos de negociación entre asalariados y empleadores.

Al definir el campo de aplicación de las leyes protectoras quedan caracterizados también los sectores excluidos, aquellos que no podrán obtener algunos o todos los

beneficios legales. La exclusión total o parcial se logra a través de la fijación de umbrales mínimos para el acceso, en términos, por ejemplo, de edad, horas o meses trabajados, remuneraciones, tamaño de empresas o tipo de tarea o de actividad, así como también a través de la creación de actividades o zonas que se rigen por normas laborales ad hoc, diferentes de las que regulan la generalidad de los contratos de trabajo.

Pero así como en el esquema de relaciones laborales e industriales tradicional se sobrepone, sin por ello desaparecer, el tipo de relaciones establecida de manera normativa: relaciones formales a las relaciones informales establecidas entre los grupos primarios de trabajadores producto de la interacción cotidiana de los sujetos, en nuestro caso concreto del trabajo no clásico y en particular de los trabajadores del comercio en tianguis, por ejemplo, el mayor peso se concentra y permea de hecho toda la actividad, en las relaciones sociales inmediatas y no establecidas de manera contractual y de forma escrita, cabe decir institucionalmente, las cuales son asumidas con cierta formalidad por sus propios ejecutores en la medida en que lo que regula y establece dichas relaciones no es un contrato legal sino los lazos amistosos o familiares, en una palabra la confianza y reciprocidad que se establece entre la comunidad a través de la costumbre. La desobligación de la relación social-laboral establecida o la falta de reciprocidad, es decir, el incumplimiento de alguna de las partes, trae como consecuencia la transgresión a la norma y sus posibles sanciones. Lo anterior no se plantea, aún cuando se considere el factor de la confianza como aquello en lo que se basa en general el respeto a la norma consuetudinaria, como un síntoma de armonía en el conjunto de este tipo de relaciones pues, como se ha venido sosteniendo, éstas pueden estar definidas por la oposición y el conflicto y caracterizarse como relaciones de poder en las que un sector de la comunidad laboral impone una serie de normas al resto de los integrantes amparados en la antigüedad en el espacio de trabajo, la mayor fortaleza de su capital económico, social o político, o incluso en el uso de coacción social. Y esta es, sin lugar a dudas, una forma de regulación de relaciones sociales de trabajo.

Tenemos en el comercio ambulante formas de organización de los trabajadores que pueden generarse como resultado de los procesos de lucha por los espacios de trabajo; hay un sistema de incorporación de los nuevos trabajadores a través del funcionamiento de redes sociales y en donde, nuevamente, la confianza juega un papel imprescindible, pero sin descartar también relaciones de índole mercantil; el aprendizaje que se lleva a cabo es de manera personalizada y asume las características del ensayo y error sin

manuales escritos. Sus formas de organización del trabajo son básicas de una división simple del trabajo.

Asimismo intervienen otro tipo de regulaciones, que de manera directa no emergen de la propia actividad laboral sino de otros ámbitos sociales más amplios. Estas regulaciones pueden ser las de tipo sanitario que atienden a la venta de alimentos preparados o la comercialización de bienes de consumo de origen animal. Otro tipo de regulación es aquella referida al tránsito vial cuando los espacios de comercialización obstaculizan el espacio público.

Un ámbito de regulación no laboral, pero que afecta directamente la actividad del tianguista es la normatividad establecida para la comercialización de bienes de consumo la cual penaliza, por ejemplo, la venta de productos de origen ilícito. Luego entonces, al ser frecuente la venta en los espacios de comercio callejero de productos cuya procedencia es ilegal, es posible que el acto laboral del vendedor sea afectado al ser sancionado directamente por las autoridades.

La forma, entonces, en que opera la regulación de las relaciones sociales de trabajo para el caso del trabajador no clásico está basada en la costumbre y en un conjunto de normas implícitas que se legitiman y reproducen en la práctica cotidiana, las cuales pueden encontrarse codificadas, en el caso de las relaciones entre los integrantes de la comunidad laboral, en un esquema de comportamiento moralmente sancionado o un tipo de código de ética laboral. Por otro lado, la regulación de las relaciones entre quienes monopolizan el espacio de trabajo, es decir, la Organización de comerciantes, y los trabajadores de base, si bien de manera formal puede existir una reglamentación escrita y legalmente instituida, en general, las normas que se ejercen suelen más bien expresar el grado de dominación política de los dirigentes sobre los subalternos, de tal forma que las reglas se siguen por costumbre y se actualizan en la medida en que son aceptadas.

Lo mismo puede ocurrir con respecto a las normas que rigen la relación entre autoridades gubernamentales y las Organizaciones gremiales. Éstas pueden definirse a partir de relaciones de intercambio en las que, de forma pragmática, se establece un consenso para delimitar aspectos concernientes a la labor de los comerciantes así como a acciones que pudieran expresarse como potencialmente explosivas ante el elevado nivel de precariedad laboral existente en el gremio. Esto es, ante la inexistencia de una legislación laboral concerniente a este sector de trabajadores y ante la imposibilidad de soslayar la importancia numérica y social que representa, lo que ocupa dicho vacío es el

establecimiento de normas conforme a cada situación concreta y a la correlación de fuerzas, es decir, la regulación de este tipo de relación social laboral, es construida socialmente.

Esto nos lleva a mencionar que la ausencia, ya sea de facto o de derecho, de una normatividad legalmente establecida no implica caracterizar las relaciones sociales de trabajo, en el tipo de espacios y de trabajo al que nos avocamos, como caóticas sino que en este caso las regulaciones informales ocupan un lugar predominante en la constitución de un orden interno que es reconocido y reproducido por los actores que lo integran, aún cuando dicho orden pueda contraponerse al orden social y legal más amplio.

1.3 Construcción social de la ocupación.

El concepto de construcción social de la ocupación (De la Garza, 2010) parte de la crítica a dos enfoques que tradicionalmente se han encargado de estudiar los procesos de incorporación y permanencia de los trabajadores en el mercado laboral: la teoría neoclásica y la teoría sociodemográfica.

Por un lado, sobre el enfoque neoclásico se observa que el concepto que establece de Mercado de Trabajo es bastante limitado al considerar que es a través del libre encuentro entre oferentes y demandantes individuales como se definen de forma espontánea el precio y el empleo (Becker, 1976), siendo la diferenciación salarial producto de la acumulación desigual de capital humano en los trabajadores. Argumento que está basado en la concepción de la economía neoclásica sobre una supuesta racionalidad de los sujetos, los cuales como agentes económicos se orientarán siempre hacia la utilidad máxima siendo necesario, para ello, que posean la información completa sobre el mercado al que desean acceder con el fin de concretar una evaluación correcta de costos y beneficios (De la Garza, 2010). Lo anterior supondría una situación de equilibrio entre los distintos factores de la producción incluyendo el salario, así como la oferta y demanda de trabajo. No obstante, la realidad supera por mucho el modelo del mercado de trabajo neoclásico al existir en él una diversidad de fenómenos que lo contradicen sistemáticamente, entre éstos: intervención institucional, regulaciones burocráticas y, sobre todo, una situación de conflictividad importante entre el capital y el trabajo que difícilmente pueden dar lugar a un sistema equilibrado, menos aún cuando dicha situación se minimiza considerándola cómo una serie de factores exógenos que simplemente se tendrían que eliminar.

Por otro lado, el enfoque sociodemográfico sostiene, contrariamente a la teoría económica neoclásica, que más que depender del equilibrio del mercado de trabajo y de la racionalidad de los agentes, la oferta de trabajadores se determina a partir de variables sociodemográficas como el ciclo de vida, las unidades domésticas, las estructuras familiares y de parentesco, la edad, o el género. De esta forma, la unidad básica de análisis es justamente la estructura familiar cuyo nivel de ingreso, tamaño de la unidad doméstica, y la gama de necesidades internas, define la demanda de trabajo de la familia. Concepción influenciada notablemente por la teoría de las unidades económicas campesinas de Chayanov. Con ello, de acuerdo a las variables antes mencionadas, en el entorno familiar se decide, a través de una estrategia de sobrevivencia, la cantidad de integrantes y los mecanismos de inserción laboral de los que tendrán que echar mano con el fin de obtener o generar ingresos económicos para satisfacer las necesidades familiares. Esto lleva implícito la búsqueda de actividades laborales no necesariamente asalariadas sino incluso diversas formas de autoempleo.

Así, en este último caso, se trata de un enfoque con alta dosis de determinismo ya no del mercado de trabajo pero sí de las variables sociodemográficas, vistas como mesoestructuras condicionantes en las que la subjetividad como complemento de análisis queda excluida, pero también, estructuras más amplias de las que no es posible prescindir: la oferta y demanda de trabajo, la composición del mercado laboral, etc.

Otros enfoques no completamente subsidiarios de los anteriores sino que plantean analizar el mercado de trabajo desde un enfoque sociológico son, en primer lugar, aquellos que refieren a los mercados institucionales de trabajo (Kerr, 1954). El argumento principal de estos es que las formas y normas de capacitación, de reclutamiento, de asignación y de remuneración no se rigen por la simple lógica de competencia y mercado. Pero, mientras que autores como Clark Kerr basaron su modelo dual de los mercados de trabajo en la distinción entre 'mercados internos' y 'mercados externos' de trabajo (Osterman, 1988), otros partidarios del enfoque institucional-dualista en una perspectiva macroeconómica distinguieron entre un sector primario y un sector secundario del mercado de trabajo:

Así, las empresas grandes y estables del sector primario pueden ofrecer condiciones de trabajo y empleo favorables, pagar salarios relativamente altos y abrir carreras laborales atractivas. En tanto el secundario se encuentra en un círculo vicioso de condiciones de mercado inestables y difíciles, de un potencial tecnológico-productivo bajo, de condiciones laborales precarias y una subsecuente fluctuación muy alta y capacitación

baja de la mano de obra (Doeringer y Piore, 1971). Con este concepto de segmentación la teoría del mercado de trabajo se torna más sociológica. La perspectiva de segmentación hace énfasis en las normas e instituciones sociales que rigen y estructuran territorios diferentes dentro del conjunto del total de interrelaciones entre puestos y trabajos. Tanto la estructura de los puestos de trabajo como la de la mano de obra no consisten en elementos unitarios y homogéneos, sino en conglomerados segmentados unos de otros.

Con respecto a las barreras de entrada a ciertos puestos de empleo se pueden distinguir al menos tres tipos diferentes: criterios personales adscriptivos, como la edad, el género o la etnia; características personales adquiridas, como el nivel de estudios o la experiencia laboral; un tercer tipo de filtro para el acceso de mano de obra a puestos son las normas establecidas implícita o explícitamente, sea por imposiciones unilaterales o por negociaciones contractuales.

También se incorporan el estudio de las Redes sociales para explicar cómo se enteran los actores en el mercado de trabajo de vacantes o de oferentes de fuerza de trabajo. Considerando para ello que los medios y canales de información no son ni universales ni imparciales. Los actores en el mercado de trabajo obtienen sus informaciones normal y frecuentemente a través de relaciones sociales directas y de confianza. El ingreso a las empresas muchas veces se logra por recomendaciones. Reclutar a personas que tienen lazos de confianza y de lealtad con gente que ya está trabajando en una organización tiene muchas ventajas para el empleador. En organizaciones económicas o administrativas grandes, igual que en empresas pequeñas, familiares o paternalistas la movilidad horizontal y vertical de los trabajadores muchas veces se orienta -si no exclusivamente, al menos en parte- por criterios parciales y subjetivos de los actores. No hay aplicación de normas sin ingredientes de interpretación y de reconstrucción de situaciones sociales particulares, de modo que las relaciones sociales personales, de lealtad, de confianza mutua, los prejuicios basados en experiencias particulares, no son impurezas negables, controlables o desechables, sino que representan ingredientes básicos imprescindibles que usan los actores en el llamado 'mercado de trabajo' (Maruani, 1988).

Un enfoque adicional es el que concibe diversas Instituciones como estructurantes de la dinámica del empleo: lo más importante en el análisis del mercado de trabajo desde una perspectiva sociológica son los conjuntos y arreglos de normas, mecanismos y prácticas de la regulación social de la capacitación, del reclutamiento, de la asignación, de los

ascensos y de la remuneración en el trabajo. En comparación con los anteriores enfoques, la propuesta de Instituciones estructurantes parte de una perspectiva dinámica y longitudinal del mercado de trabajo. Si en el centro de la teoría sociológica de mercado de trabajo está el intento de explicar y entender los mecanismos, normas y prácticas de calificación, reclutamiento, movilidad horizontal y vertical y remuneración de la mano de obra, entonces el objeto núcleo de estudio son procesos y son sobre todo movimientos de personas por posiciones.

En estas investigaciones no se toman como unidades de análisis ni las organizaciones o agregados económicos ni los individuos como tales, sino los cursos de vida y de trabajo de las personas como secuencias de posiciones ocupacionales-laborales en el tiempo.

Este planteamiento considera cuatro tipos de instituciones sociales que estructuran la dinámica del empleo: el mercado, la profesión, la organización y el clan. No solamente se pueden detectar estas instituciones en la normatividad de reglas explícitas y formalizadas, sino que se plasman en las regularidades de las trayectorias laborales mismas.

En suma, estos diversos enfoques dentro de la sociología del mercado de trabajo nos ofrecen alternativas para analizar los elementos de carácter sociológico que contiene el proceso de incorporación al mercado de trabajo de los sujetos al resaltar la importancia del carácter diferenciado de las condiciones de trabajo y el empleo de los trabajadores (Pries, 2000).

Bajo esta perspectiva el Mercado de Trabajo puede concebirse como un espacio privilegiado de articulación de los procesos sociales fundamentales para la producción de la sociedad (Herrera, 2005). Procesos tales como los de producción y reproducción (material, cultural, biológica) de los individuos y los grupos sociales; así como los de producción y circulación de los bienes y servicios como mercancías, y de los géneros, de las generaciones; pero también de las estructuras de desigualdad de oportunidades, posibilidades y opciones, para las personas y los grupos sociales (desde las unidades familiares hasta los constitutivos de sujetos sociales, pasando por las redes de relaciones sociales y las organizaciones).

No obstante, los planteamientos abordados hasta aquí se han limitado a analizar el mercado de trabajo asalariado de forma exclusiva, con la salvedad del enfoque sociodemográfico, sin considerar la diversidad de expresiones laborales que subsisten al

margen o paralelamente él. En este sentido, la concepción ampliada de trabajo (De la Garza, 2010) nos ofrece atender a la vastedad de ocupaciones existentes, incluyendo las del Mercado de trabajo formal, y de forma importante estudiar el proceso de construcción de las mismas.

Por ello, vistos como actores, los que se ofrecen en el mercado de trabajo no simplemente actúan como actores racionales equilibrando remuneraciones con ocio a través de una optimización que es incalculable, sino que están acotados por estructuras diversas, entre éstas se mueven, y deciden a través de un proceso de construcción del sentido de la decisión de trabajar y en dónde hacerlo, la construcción de la Estrategia de Empleo (Della Giusta, 2001).

Entre estas restricciones estructurales, desde el punto de vista del individuo que se ofrece en el mercado de trabajo, hay unas que son de carácter sociodemográfico: la edad, el género, la etnia, la escolaridad, el estado civil y número de dependientes; otras restricciones son la experiencia laboral anterior y la calificación. Además, cuando se trata de decisiones de emplearse que involucran al grupo familiar bien puede ser útil el concepto de estrategias de sobrevivencia de la familia. Finalmente, la ubicación en determinadas redes sociales, así como las características e instituciones económicas, sociales y culturales del espacio urbano o rural pueden influir en las expectativas de emplearse (Granovetter, 1992).

A todo esto tendrían que agregarse los aspectos relacionados con la cognición del individuo acerca del mercado de trabajo en el que puede insertarse, los valores culturales que pueden influir en decisiones, los estéticos, los discursivos y las formas de razonamiento para construir una estrategia de empleo (De la Garza, 2001b).

Estas estrategias de empleo no se generan por simples decisiones individuales sino que están acotadas por estructuras que limitan o posibilitan los cursos de acción, además implican una construcción en el plano subjetivo, pero principalmente en el plano práctico, que puede poner en juego a la familia, redes de amistad, parentesco, paisanaje, (Granovetter, 1995). La construcción de la estrategia del empleo es también la construcción social del espacio donde opera, es decir, el conocimiento, las relaciones y expectativas acotadas de dichas estrategias que nunca conciben al mundo entero como su espacio, sino que éste es delimitado por factores estructurales, subjetivos y de relaciones sociales y económicas (Cicourel, 1996).

En suma, el encuentro entre los actores que intervienen en la construcción social de la oferta y la construcción social de la demanda de trabajo constituye, pues, la construcción social de la ocupación (De la Garza, 2010).

Para el caso específico del trabajo no clásico de los trabajadores de tianguis podríamos considerar los aspectos relevantes que se toman en cuenta en la construcción social del mercado de trabajo para intentar analizar la forma que asume aquí lo que denominamos como construcción social de la ocupación (De la Garza, 2010). En este sentido es importante puntualizar aspectos como:

La forma en que se insertan los trabajadores a los espacios de venta. En lo cual resalta la importancia de contar con un capital social, redes de relaciones sociales y organizaciones, para poder insertarse al trabajo del comercio dentro de espacios limitados como los tianguis, pues sólo es, en general, a través de la estrecha vinculación con las redes familiares o de amistad que se encuentren al interior de tal espacio, como alguien que desee incorporarse pueda lograrlo. Son esas mismas relaciones sociales quienes proveen de la información necesaria al aspirante sobre la lógica de inserción y las normas prácticas que se tienen que seguir para poder ser admitido y que podrían expresar ciertos lineamientos sobre el mercado del producto y de consumo, así como la gama de requisitos que se tienen que cumplir con respecto a la organización, la comunidad laboral, y la forma de relacionarse con otros comerciantes, la clientela, las autoridades, etc.

La existencia de trabajadores asalariados en la actividad de venta en el tianguis y los mecanismos de inserción en ella. Sobre todo en lugares de venta más amplios y con una disposición mayor de capital para la compra de mercancía que haga necesaria la utilización de fuerza de trabajo adicional. El proceso de incorporación puede responder, también, a la existencia de un vínculo social entre el demandante y el vendedor que ofrece el trabajo, pero en este caso, a diferencia de la fuerza de trabajo directamente familiar, si se establece una cuota salarial por una determinada cantidad de tiempo y por cumplir con tareas específicas lo cual, sin embargo, no se encuentra establecido por un contrato formal por escrito sino que la relación social laboral se concreta a través de negociaciones verbales fundamentadas en la confianza recíproca entre el propietario del negocio y el empleado.

La lógica de la construcción social de la oferta y la demanda. Lo cual está relacionado con el hecho de que el comerciante aprenda, en su actividad laboral cotidiana, sobre el

mercado del producto, la lógica de consumo de la clientela, las estrategias de comercialización por simples que sean; de la misma forma interviene el tipo de necesidades sociales de consumo que permiten la demanda de este tipo de actividad por parte de los clientes: la posibilidad de obtener productos más baratos que estén más acorde a los ingresos de la población, o el comprar productos de moda, que en comercios establecidos tendrían un valor muy elevado, y que en el tianguis, bien porque sea una copia del original o un producto robado, el costo es menor y más accesible para el tipo de clientela que asiste al tianguis.

Se encuentran también, los elementos de carácter subjetivo y cultural que entran en juego para que un comerciante elija desarrollar su actividad y no otra. Aspectos que tienen que ver con el sentido que tienen para los sujetos el dedicarse al comercio en el tianguis: el no tener un 'patrón', no tener un horario estricto de trabajo, es decir, sentirse 'libre' e 'independiente', el no desarrollar su actividad en un espacio enclaustrado, el tener un mayor control sobre sus ingresos y los medios para obtenerlos, el poder contar con una disposición de tiempo mayor que en otros empleos en las que logre llevar a cabo otro tipo de actividades personales, sociales o en el ámbito reproductivo.

Adicionalmente, también se consideran los sucesos que intervienen para que un comerciante ambulante deje su trabajo: el abandono voluntario por diversos motivos como la falta de interés hacia el trabajo, la inserción a un trabajo asalariado, el convertirse en comerciante establecido, por motivos de movilidad territorial, la edad avanzada o el padecimiento de enfermedades. O bien, de forma involuntaria, por la reubicación o desalojo del espacio de trabajo por parte de las autoridades, por el cumplimiento a alguna sanción por parte de la Organización gremial o por los propios compañeros de trabajo, por conflictos con la autoridad inmediata del espacio de venta: el delegado, el representante de comerciantes, etc.

En cualquier caso, se consideran en el proceso de construcción social de la ocupación las estructuras que de forma directa impactan en los sujetos para poder dedicarse a la actividad laboral, así como el conjunto de interacciones necesarias con una multiplicidad de actores sociales para que la ocupación se mantenga y reproduzca, y de la misma forma, el sentido otorgado por los sujetos a la ocupación que se orienta de acuerdo a una configuración de códigos de significado que pueden expresar emociones, sentimientos, sentido de lo estético, formas de razonamiento instrumental y cotidiano, etc.

2. La Familia: ámbito de reproducción social y articulación con la ocupación.

El campo social de la Familia es imprescindible pues tal y como lo afirma la perspectiva sociodemográfica es en el núcleo familiar donde nuestros sujetos de estudio reflexionan y toman las decisiones correspondientes a la ocupación que ejercen, dentro de un ámbito de relaciones de poder internas, tanto desde el ámbito del género como desde el aspecto intergeneracional, por ello tanto el tipo de composición como la forma en que se jerarquizan las relaciones familiares intervienen activamente en la definición de sus miembros sobre la ocupación que realizan así como en el tipo de identidad colectiva que asumen en el trabajo, ampliando o restringiendo su constitución.

Los debates sobre la familia como espacio de reproducción de la fuerza de trabajo nacieron a mediados del siglo XX, justo cuando el modelo masculino del proveedor estaba en su apogeo. En este primer momento los estudios estuvieron influidos fuertemente por el marxismo, teniendo como base los argumentos vertidos sobre el tema por Engels (Engels, 1983); de esta manera se aducía que el tipo de familia estándar existente en el capitalismo (monógama) se constituía como resultado del desarrollo histórico a partir de la aparición de la propiedad privada, de tal forma que en el sistema mundo contemporáneo el papel de la mujer en la reproducción de la fuerza de trabajo beneficiaba al desarrollo capitalista, aunque otros autores argumentaban que los verdaderos beneficiarios eran los hombres.

Este debate entre el materialismo y el feminismo fue soslayado por el giro cultural y postestructural en las teorizaciones feministas posteriores.

En América Latina, a mediados del siglo XX, las corrientes teóricas hegemónicas con respecto al trabajo y la familia tienen sus antecedentes en el Estructural Funcionalismo. Ésta teoría planteó, en su momento, la diferencia de roles masculinos y femeninos en el interior de las familias y en las sociedades más amplias, sin embargo le otorgaba un mayor peso al rol masculino. El Funcionalismo afirmaba que a medida que las sociedades evolucionan existen procesos de diferenciación estructural que lleva a las instituciones, como la familia, a especializarse en funciones particulares; éstas serían: la socialización de los hijos y la estabilidad y el apoyo emocional para los adultos. Aquí, cada sexo y generación cumple con roles diferentes: los hombres el eje instrumental que se refiere a lo ocupacional; las mujeres el expresivo que se entiende como la dedicación a las tareas culturales y arreglos personales. Dicha teoría aceptaba que las mujeres

tuvieran un trabajo extradoméstico cuando el cuidado de los hijos termina, pero este sólo sirve para proporcionar a la familia ingresos suplementarios.

El funcionalismo fue aceptado en América Latina, ya que el aporte del concepto de roles ayudó a diferenciar las acciones de los hombres y las mujeres. Sin embargo, algunas críticas a esta vertiente teórica se basaban en el hecho de que se concebía a la familia como algo universal y sistémico, no se consideraba su desarrollo histórico particular y su heterogeneidad como fenómeno social, a la par que se soslayaba la existencia de clases, estratos, etnias y comunidades; el interés de la teoría funcionalista radicaba en la armonía y el equilibrio, no en disfunciones y contradicciones, su concepto de familia nuclear, aunque bastante influyente en diversos estudios sociales sobre el tema, era distante de la realidad de los grupos familiares concretos en Latinoamérica, pues de hecho se basaba en el modelo de familia de clase media norteamericana.

En México, las investigaciones con perspectiva funcionalista se desarrollaron en el contexto de la industrialización por sustitución de importaciones y los procesos de urbanización, los estudios bajo este enfoque iban dirigidos al análisis de la mujer y la familia. En esta época las investigaciones planteaban la importancia de la crianza de los hijos, las tareas hogareñas por parte de la mujer y la ocupación de los hombres en el mercado de trabajo.

No obstante, a partir de los años sesenta la mujer rechazó su identidad de constructora del hogar asignado en la sociedad industrial. Masas de mujeres casadas se incorporaron al mercado de trabajo, primero en tiempo parcial y después de tiempo completo. Y ello ocurrió antes e independientemente del proceso de globalización actual. Este proceso de incorporación masiva de la mujer al trabajo extradoméstico se explicaba a partir de considerar dos tipos de condicionamientos familiares (Masseroni, 1997): a) la actividad económica femenina como prolongación de las actividades domésticas, por lo cual la concentración femenina es bastante amplia en el sector terciario; b) al mismo tiempo se toman en cuenta aspectos como la edad, el estado civil y el número de hijos como factores que influyen en la participación laboral de la mujer.

Hacia mediados de los años 70 la perspectiva funcionalista comenzó a ser cuestionada; algunos conceptos, como el de familia universal, fueron eliminados y se le otorgó mayor importancia al sistema de producción y su vínculo con las relaciones familiares. Tratando de dejar atrás el estructuralismo, se procuraba ligar las distintas funciones de los miembros de la familia. La noción de estrategia de sobrevivencia se utilizó para el

análisis de la familia y sus relaciones en el interior, entendiéndolas a partir de la reproducción de las condiciones materiales de vida en las diversas formaciones sociales. La metodología que empleaba partía de tomar como unidades de análisis a las familias o a los hogares.

El concepto de 'estrategia de sobrevivencia' fue adoptado por el Programa de Investigación social de la Población en América Latina. Dicho concepto se toma de la teoría de juegos y decisiones, y requiere de la existencia de una persona que puede ser definida como la que toma decisiones de una manera 'racional', lo cual puede contrastar con las características que asumen las acciones llevadas a cabo por las familias mexicanas.

De acuerdo con Selby (1994),

“Desde una perspectiva ideológica, quien se define como 'jefe de la casa' supuestamente es el que toma las decisiones, aunque es obvio que cada familia, ya sea pobre o de medianos recursos, constituye un campo de negociaciones en el cual los intereses de todos los miembros son discutidos, algunas veces con bastante rigor. (No obstante), los intereses de todos los miembros de la familia no son iguales. Hay diferenciación entre hombres u mujeres, entre los de mayor y los de menor edad, y entre hermanos se da una competencia implícita por recursos limitados.” (Selby, et.al.,1994: 119)

Además, considerando la teoría de decisiones en la que se basa el concepto de estrategias de sobrevivencia, para tomar una decisión deben existir una gama de opciones y alternativas para saber cuál es la mejor, y en el caso de las familias mexicanas urbanas de las colonias populares en realidad carecen de ese abanico de posibilidades.

Una situación importante, no obstante, que ha sido destacable en los estudios dirigidos bajo esta perspectiva es que dieron cuenta, sobre todo en los años setenta y ochenta, de la forma en que las familias enfrentaron su grave situación económica con el fin de concretar su reproducción. La mayoría de dichos estudios coincidieron en que las familias contrarrestaron el descenso en los niveles de vida aumentando el número de sus integrantes en el mercado de trabajo.

Lo anterior debido ante todo porque en el sistema socioeconómico vigente en México la única salida económica para la familia consiste, precisamente, en la inserción de varios de sus miembros en la fuerza laboral. De hecho, los salarios de quienes tienen trabajo fuera de casa no son suficientes para mantener una familia, lo cual obliga a que aparte del jefe de familia otros miembros (si es posible todos) de la familia trabajen.

De tal forma que la adición de miembros a la familia nuclear, por ejemplo cuando las parejas se establecen en los hogares de los padres, es vista como una estrategia para

disminuir los gastos familiares ya que al menos uno de los dos tendrá que insertarse al mercado laboral aportando una mayor cantidad de ingresos.

Lo anterior se relaciona con la idea de racionalidad colectiva (De la Rocha, 1990). El hogar, según esta noción, aparece como una instancia no sólo mediadora entre el individuo y la sociedad, sino amortiguadora de la crisis económica. En este sentido, se le dota a la organización familiar de una importancia determinante para enfrentar las situaciones de crisis económica. De acuerdo con esto, las estrategias surgidas en la unidad doméstica tienden hacia buscar la solución de los problemas económicos de una manera organizada, en donde es posible encontrar una división del trabajo acordada entre los distintos miembros de la familia.

Por otro lado, el debate sobre el trabajo flexible surge en los años ochenta, aún cuando el empleo femenino siempre ha sido más o menos flexible. Esto es, las formas de empleo flexible no son exactamente nuevas. El trabajo estándar asociado con el modelo masculino del proveedor mantuvo durante una buena cantidad de tiempo amplios beneficios de seguridad social, de certidumbre sobre la permanencia en el empleo, lo que daba seguridad y expectativas positivas con respecto al futuro gracias a los sistemas de pensiones, por ejemplo. Contrariamente, el trabajo flexible es un empleo inseguro, insuficiente, menos estable, con el que una sola persona no puede satisfacer las necesidades del hogar. Sin embargo, una de sus ventajas es que el empleo flexible puede ser combinado con las actividades domésticas.

Hacia finales del siglo XX, cuando nuevamente la crisis económica en los países latinoamericanos se agudiza, surgió una perspectiva muy distinta a las anteriores y ésta es la del enfoque de género, que rechazó, aun más, los supuestos funcionalistas. Tal enfoque toma en cuenta la visión dualista de lo público y privado, cultura y naturaleza, sociedad y familia, así como la diversidad de arreglos familiares; se dio un interés por la dinámica interna de la unidad doméstica, caracterizada por las asimetrías y conflictos entre género y generaciones. También fue importante la redefinición del concepto de trabajo doméstico, entendiéndolo como el conjunto de actividades que son necesarias para la manutención y reposición de la fuerza de trabajo. De esta manera se ve con mayor claridad la asimetría en la distribución de las tareas que existen en el interior de las familias y se emplea la noción de la doble jornada; se toma en cuenta las redefiniciones de las identidades masculinas por la inestabilidad y la inseguridad laboral, el debilitamiento de la figura de los hombres como proveedores económicos, entre otros aspectos.

Los principales aportes del enfoque de género son los conceptos que delimitan ámbitos de la dinámica intrafamiliar, entre ellos: división del trabajo en el interior de las unidades domésticas y las formas de convivencia familiar. La ampliación del concepto trabajo dio lugar a que existiera una mayor visualización de la asimetría de poder en el interior de las familias; por otro lado, el concepto de doble jornada permitía analizar la sobrecarga del trabajo de las mujeres.

En el contexto de la reestructuración económica y sus consecuencias, se plantearon algunos conceptos que venían de diferentes teorías, estos son: vulnerabilidad social, incertidumbre y riesgo, la desinstitucionalización familiar y las estrategias de supervivencia. Estos conceptos sirvieron para captar las consecuencias de los nuevos patrones de desarrollo que persistían en los países periféricos y el efecto que estos traían en los cambios sociodemográficos y en los individuos y familias.

El concepto de vulnerabilidad social se utiliza para caracterizar a los grupos, familias o individuos que enfrentan situaciones de incertidumbre y riesgo y sentimientos de indefensión social; es vista como un rasgo del nuevo modelo económico y engloba la inseguridad y la indefensión que experimentan los individuos, las familias y las comunidades; se analizan las capacidades de los sujetos para manejar recursos y los tipos de estrategia para enfrentar el contexto económico. En el ámbito de la familia estos conceptos sirven para ver las limitaciones que impone la precariedad laboral en la movilidad social y la desigualdad entre la distribución de los recursos inter e intra familiares. A este concepto la categoría de crisis, vista como la negociación y el conflicto, hacen referencia a la vida doméstica que hacen al hogar de clase trabajadora vulnerable al conflicto y la violencia.

Algunos conceptos que han puesto atención en las estrategias de adaptación de las unidades domésticas al contexto urbano son justamente: clase, violencia y conflicto. A partir de los enfoques antropológicos de la racionalidad colectiva que pone énfasis en el carácter colectivo de las unidades domésticas, y por otro lado el enfoque sociodemográfico que hace referencia a la racionalidad individual y que se entiende como un individualismo utilitario, se llegó a la conclusión de que estos se deben combinar sin llegar al extremo de uno o de otro (De la Peña, Durán, et. al, 1990:352-354).

Para el estudio de las estrategias domésticas sobresalen algunas categorías de análisis como el ciclo doméstico que se refiere a la influencia determinante en el bienestar y el tipo de inserción ocupacional de las unidades domésticas. Y donde las estrategias de

supervivencia y conflicto son dos fenómenos que enlazan al ciclo doméstico. Las estrategias de supervivencia se refieren a cómo las personas viven en constante reacomodo y ajuste a medida que la crisis empeora y su situación varía (De la Peña, Durán, et. al, 1990:355-356).

Algunos de los aportes y temas que se destacan en los estudios sobre familia y trabajo son, entonces: la diversidad en arreglos residenciales (hogares unipersonales o con jefatura femenina); la mayor participación económica de las mujeres jefas de hogar y de los miembros de la familia; el análisis del mayor desempleo e inestabilidad de los varones, que aumenta la propensión a la jefatura femenina; consideran la heterogeneidad de las familias; se observa una mayor autonomía, se toma en cuenta las estrategias de sobrevivencia y el empoderamiento de las mujeres y se toman en cuenta las trayectorias de hombres y mujeres en ámbitos laborales, familiares y educacionales.

A partir de la revisión anterior en la que se trata de dar cuenta cómo ha sido abordado el fenómeno de la familia, específicamente con relación al trabajo, en México y América Latina, es importante rescatar los aportes conceptuales que las diversas propuestas han generado a través de las investigaciones empíricas realizadas bajo las diferentes perspectivas.

En primer lugar, para los fines concretos de nuestro trabajo sobre los tianguistas de la ciudad de México, es importante considerar la categoría de *Unidad doméstica*, especificando el estudio de lo familiar y lo laboral desde su noción más amplia y heterogénea y no pensando a la familia, a la manera funcionalista, como universal y sistémica. Se concibe la unidad doméstica como

"un grupo corresidencial que comparte el consumo, asegurando su reproducción material a través de un gasto común al cual todos aportan su porción". (Schmink ,1984, citado por Selby Op.cit.)

Es decir, la unidad doméstica es una unidad de consumo y de producción en la que sus integrantes "habitan bajo el mismo techo, integran y disfrutan de un presupuesto en común" (Benites, 1990).

La unidad doméstica se basa normalmente en una familia pero no la constituye como tal. "La familia" es una categoría cultural, mientras que la "unidad doméstica" es una categoría analítica (Selby, 1994: 95).

De esta manera, se diferencian Tipos de unidades domésticas: a) unidades de una sola persona; b) unidades de madre e hijos (matrifocales); c) unidades nucleares, de padres e

hijos; d) unidades complejas, que comprenden otros parientes aparte de la familia nuclear.

De esta forma, la unidad doméstica implica la utilización de la fuerza de trabajo de sus integrantes, de manera específica en nuestros sujetos de estudio, en una unidad de comercialización. La unidad de comercialización se constituye de un conjunto de relaciones económicas organizadas teniendo como base el trabajo familiar (Benites, 1990). En ella además,

“...se combinan los factores para comercializar los bienes que constituyen su objeto de trabajo: medios de trabajo y mano de obra que hacen posible la generación del ingreso vía la circulación de los bienes en el mercado (...) la unidad de comercialización esta sujeta a la dinámica del mercado del bien que vende, al tipo de relación con otras empresas: grandes, medianas o pequeñas; a la forma de obtención de los bienes, a la forma de trabajo y a la disponibilidad de mano de obra familiar.” (Benites, 1990: 205)

Así mismo, al aceptar, junto con la perspectiva de género, que la unidad doméstica constituye un espacio de disputas, contradicciones y diferenciaciones jerárquicas nos parece importante tomar en cuenta precisamente como se expresa o se compone esa estructura jerárquica al interior de la familia, por un lado, y cómo se resuelve la toma de decisiones, desde una posición autoritaria, patriarcal o matriarcal; o bien, por consenso, de una manera democrática en donde se discuten colectivamente las alternativas posibles para conseguir el bienestar de la unidad doméstica. Considerando en este sentido, la categoría de racionalidad colectiva e individual.

Relacionado con lo anterior, una categoría adicional, cuyo sentido en esencia es factible rescatar, no así su definición formal, es la de *estrategias de sobrevivencia*. Aquí, como ya se menciona anteriormente, las estrategias surgidas en la unidad doméstica tienden hacia buscar la solución de los problemas económicos de una manera organizada, en donde es posible encontrar una división del trabajo acordada entre los distintos miembros de la familia.

Lo que cabría cuestionar es, para el caso de las dos últimas categorías, si efectivamente todo se da al interior de la unidad doméstica de una forma tan racional como se pretende y todas las acciones emprendidas por quienes la integran para subsistir son planeadas conscientemente a priori, o si más bien esta situación representa algo más contingente y generada de manera espontánea, sin necesariamente hablar de una planeación estratégica de parte de los miembros de la familia. Y habría que considerar el hecho también de que a la crisis económica no todas las familias, insertas en sectores

populares o de clase trabajadora, responden de la misma manera, es decir de forma organizada y atendiendo a una racionalidad colectiva, sino que también se dan fenómenos de disgregación y atomización familiar precisamente debido a los conflictos inherentes a las tensiones económicas entre la mujer y el hombre, afectando directamente la relación de género tradicional, ya sea porque se hace más evidente la dominación masculina o porque al ingreso y control de recursos económicos por parte de la mujer sobreviene la pérdida de la autoridad patriarcal, generando situaciones conflictivas e incluso violentas al interior del núcleo familiar.

De cualquier forma, debido a diversas investigaciones realizadas al respecto, es un hecho de que, en efecto, los miembros de una unidad doméstica finalmente llevan a cabo acciones de manera colectiva con el fin de obtener mayores ingresos cuando el proveedor, madre o padre, o ambos, no logran satisfacer las necesidades básicas de la familia, que por lo regular en los sectores populares ocurre sistemáticamente. De esta manera, es importante dar cuenta de la forma en que se toman las decisiones, y la dinámica que subyace en el momento de incorporación de los miembros de la unidad doméstica a las ocupaciones, y de manera particular a la ocupación de la venta en tianguis.

Un concepto adicional, con referencia a la condición de la unidad doméstica y su efecto sobre la actividad laboral, es el de *Vulnerabilidad*. La vulnerabilidad se relaciona con dos dimensiones: una externa y objetiva, que se refiere a los riesgos externos a los que puede estar expuesta una persona, familia o grupo; y otra dimensión interna y subjetiva, que se refiere a la falta de recursos para enfrentar esos riesgos sin estar sometidos a ciertas pérdidas. Entre ellos podrían considerarse, los activos (físico, financieros, de capital humano y social) que poseen individuos y comunidades; las dinámicas y formas de uso de esos activos y el conjunto de oportunidades que ofrecen los mercados, el estado y la sociedad, y la exclusión social que se refiere a la falta de lazos sociales que vinculen al individuo con la familia, la comunidad y más globalmente con la sociedad y la carencia de derechos básicos de ciudadanía.

Al respecto, Brígida García, citando a Moser (1998), define que los activos principales son la fuerza de trabajo, el capital humano, la vivienda, las relaciones del hogar y el capital social (reciprocidad basada en la confianza derivada de los lazos sociales).

Sin embargo, no sólo es importante el poseer dichos activos sino también los mecanismos y estrategias para utilizarlos (García, 2007).

Este concepto nos servirá para establecer, en un primer momento, el grado de indefensión o de recursos de una unidad doméstica, para satisfacer sus necesidades de reproducción, biológica y social, con el objeto de esclarecer las motivaciones y posibilidades concretas para desarrollar alguna actividad laboral que repercuta positivamente en las condiciones económicas familiares. Tratando, de este modo, de diferenciar la estructura de posibilidades ocupacionales de los sujetos, de acuerdo al grado de vulnerabilidad mantenido por las unidades domésticas de origen.

En síntesis, lo que podemos extraer conceptualmente para el análisis familiar de nuestro sujeto de estudio es lo siguiente:

En primer lugar, se retoma la idea contenida en el concepto de 'estrategias de sobrevivencia', aunque no asumiendo el concepto tal y como ha sido enfocado de forma tradicional. En cambio, nos interesa concebir aquella situación que comprende la serie de actividades generadoras de ingresos que los integrantes de una familia de escasos recursos llevan a cabo como medida para atenuar la precariedad en sus condiciones materiales de vida, lo cual puede representar el que se integren al trabajo 'formal', que emigren a zonas con mayores posibilidades de empleo y mejores sueldos, o bien, que desarrollen actividades de autoempleo; en todos los casos contando, como condición necesaria para lograr tal fin, con los contactos y posibilidades de acceso que le proporcionan las redes sociales. Este proceso decisorio para concretar diversas actividades familiares generadoras de ingresos, entonces, nos permite considerar los mecanismos bajo los cuales los integrantes de una familia del sector popular eligen trabajar en la venta de tianguis en el que entran en juego no solo los condicionamientos estructurales sino elementos de carácter subjetivo, como por ejemplo el significado que como familia se tiene sobre el trabajo en general, y sobre el trabajo del tianguis en particular, para optar por dedicarse al comercio en las calles, esto es, si se concibe como un trabajo sucio, denigrante, o un trabajo 'decente', 'honrado', 'bueno' en términos de ingresos, 'independiente', etc. En este mismo ámbito es importante tomar en cuenta, además de los significados, su implicación conductual. Es decir, las actitudes familiares hacia el trabajo que son construidas a partir de las prácticas recurrentes transmitidas intergeneracionalmente, como fomentar la disciplina y responsabilidad para el trabajo; laborar únicamente 'lo necesario': mediocridad en el trabajo y ociosidad; el trabajo como medio para la obtención de mayores ingresos; el trabajo como forma de ocultar actividades delictivas, etc. Igualmente, otro elemento interesante es la dinámica relacional al interior de la familia: el grado de solidaridad, de identidad familiar, de

disfuncionalidad, de individualismo, de violencia, lo cual puede influir para hacer posible la integración colectiva o no, en el trabajo del tianguis.

En la realidad concreta del trabajo en tianguis, una gran cantidad de lugares de venta operan teniendo como actores no sólo a los comerciantes, de forma individual, sino a familias completas, cónyuges e hijos, que laboran dividiéndose las tareas y concretando su vida familiar cotidiana en el entorno que le proporciona el tianguis. Así, es posible encontrar en muchos de los puestos de venta diversos integrantes familiares participando en el proceso de trabajo como fuerza de trabajo adicional, así como concretando actividades de reproducción social. De tal forma que, por ello, éste ámbito de la familia se considera primordial para el desarrollo de la venta en tianguis, tanto dentro del espacio laboral como en el mismo espacio doméstico.

De esta forma los conceptos tomados de la reconstrucción teórica expuesta anteriormente así como los contruidos en función de aquella pero adecuándolos a la situación concreta del mundo de vida familiar de nuestros sujetos son los siguientes:

Condicionamientos familiares para el trabajo y la identidad colectiva.

Este concepto nos ayudará dar cuenta de las disposiciones estructurales en el entorno familiar que pesan sobre los sujetos que se dedican a la venta en el tianguis. Entre ellos se destacan:

-Estructura familiar o de la unidad doméstica.

La primera de las dimensiones a considerar hace referencia a la estructura de la unidad doméstica, es decir la estructura familiar así como otros miembros que no necesariamente tienen lazos consanguíneos con el núcleo familiar pero que habitan el mismo espacio doméstico, como pueden ser amistades, familiares lejanos, etc. Esta dimensión al indicar como se constituye la estructura de la unidad domestica de los sujetos es posible que de cuenta de algún nivel de relación entre el tipo y la densidad de la UD con respecto a, por un lado, la posibilidad de decidir dedicarse al comercio, y, por otro, a la participación de los miembros en el trabajo del tianguis; así como también los mismos condicionamientos de le estructura familiar a su vez pueden influir en la posibilidad de participación e identificación colectiva de quienes trabajan en el tianguis. Es decir, la estructura familiar

-Se considera por el número y el tipo de miembros que se puede incorporar al trabajo.

-de acuerdo a la estructura familiar, puede ser más o menos posible que algún miembro (o algunos, o todos) se dedique al comercio: si el número es reducido y por ende la aportación económica es menor puede hacer necesaria la búsqueda de alternativas laborales, entre ellas, la de dedicarse al tianguis;

-la estructura familiar puede vincularse con tener o no redes sociales (y en general capital social: contactos entre otros familiares, vecinos, amistades, pertenencia a organizaciones y asociaciones sociales,) que le permita a algún miembro de la familia incorporarse al trabajo en el tianguis.

-Nivel de vulnerabilidad y estructura de oportunidades sociales del grupo familiar o la Unidad doméstica.

Condiciones materiales de existencia de la familia: Las condiciones de vida de la familia se consideran como un factor estructural que influye en la decisión del tianguista para dedicarse a dicha actividad, así como en la decisión de la incorporación colectiva de los demás miembros de la familia. En ello, no obstante, pueden incorporarse otros factores como la capacidad del grupo familiar de construir y mantener redes sociales que le hagan posible el acceso a la venta de tianguis; el nivel de capacitación y formación ocupacional de los miembros; el grado de oportunidad para acceder a créditos para invertir en el negocio del tianguis; la disposición subjetiva de la familia para mejorar las condiciones de vida y para hacerlo concretamente mediante su incorporación al comercio en el tianguis. El nivel de vulnerabilidad de la familia puede también coadyuvar a considerar la solidaridad y la acción colectiva como imprescindibles para conseguir mejoras en cuanto sus condiciones de vida; aunque también podría generar actitudes egoístas e individualistas al querer sacar ventaja personal (o familiar) en su trabajo en el tianguis o con respecto a los beneficios otorgados por la organización.

Estructura jerárquica familiar.

-La jerarquía dentro de la Estructura familiar:

Esta dimensión puede influir de manera directa tanto en la elección de dedicarse al comercio como en la posibilidad de defender organizadamente sus intereses colectivos. La estructura jerárquica al indicar si dentro de la unidad doméstica las decisiones se toman de manera vertical u horizontal, es decir de forma autoritaria o democrática, incide en la toma de decisiones para otro tipo de actividades referidas también al

espacio de trabajo, como pudiera ser la participación en la organización, o simplemente socializar con los demás compañeros de trabajo.

Es decir, si en la familia hay mayor o menor verticalismo las decisiones con respecto a la actividad laboral de los miembros de la familia se ve afectada: si las decisiones y los órdenes las da el jefe de familia el dedicarse al tianguis puede ser una medida impuesta o bien, puede coartarse la libertad de elección de dedicarse a ese trabajo; Si, al contrario, la toma de decisiones se da de una manera consensada la decisión para optar por trabajar en el tianguis puede ser apoyada por los demás miembros de la familia, hasta el grado de la propia incorporación a ese trabajo de los demás miembros, ya sea de manera individual, o como grupo familiar dedicándose a la atención conjunta de un espacio de venta.

En este punto es importante, por ejemplo, el significado de la familia sobre el orden instituido en la unidad doméstica, o sea sobre la toma de decisiones, la función de autoridad, etc., si esto da cierta estabilidad o conflicto en las relaciones familiares, lo cual puede influir también tanto en el desarrollo y la identificación con el trabajo como en el hecho de motivar o inhibir la participación dentro de los organismos gremiales. Esta dimensión se vincula directamente con el ejercicio del poder y la dominación al interior de la familia; las relaciones familiares pueden expresarse como relaciones de poder: el jefe de familia ejerce su poder sobre la pareja o los hijos coaccionándolos para que trabajen con él en el tianguis. Lo cual es posible que repercuta sobre el tipo de identificación que ellos tengan con la actividad de vender en el tianguis: puede ir desde el rechazo a vender hasta terminar aceptando la actividad una vez teniendo la experiencia de hacerlo, aunque se aspire a contar con un espacio propio.

De otro lado, las relaciones de poder pueden concretarse en cierto consenso de la familia para dedicarse al comercio: un consenso basado en valores: se pretende el acuerdo familiar por solidaridad y un alto grado de integración familiar, de tal forma que todos cooperen para 'salir adelante' vendiendo en el tianguis. Aunque también puede existir un consenso basado en un fin instrumental: se participa con la familia en el trabajo para obtener beneficios económicos.

Construcción de las decisiones familiares para el trabajo.

-Arreglos familiares para laborar en el comercio de tianguis.

Aquí se considera la forma en que se toman las decisiones dentro del entorno familiar con respecto al desarrollo de la actividad laboral en el tianguis. Esto es, si se toma la

decisión de manera autoritaria por la jefatura familiar o si surge a partir de un acuerdo entre los miembros de la familia. Cuestión que incide directamente sobre el gusto y la identificación que los sujetos pueden tener con su trabajo.

En la toma de decisión influye también la disposición y grado de capacitación laboral o profesional de los miembros del grupo familiar, factores que se relacionan con la posibilidad de acceder o no a un empleo remunerado, en lugar o a la par de, el trabajo en el tianguis.

La construcción de la decisión para trabajar en el tianguis puede además ser influida por el significado familiar que se tenga con relación a los ingresos monetarios (dinero), como medio de sobrevivencia, para vivir desahogadamente, como un valor importante de obtener, etc., pues puede incidir en la búsqueda de alternativas para obtener un ingreso mayor o para conformarse con un ingreso fijo, aún cuando sea mínimo.

-Arreglos familiares para la reproducción de la Unidad Doméstica

Como parte de los factores que influyen en la decisión para elegir el trabajo en el tianguis puede considerarse la situación de la reproducción doméstica. Para el caso femenino el contar con la 'responsabilidad' de la reproducción familiar puede influir para que, teniendo una necesidad económica que cubrir o incluso un deseo de autonomía personal, se opte por trabajar en el tianguis al representar una actividad laboral flexible (en términos de horarios de trabajo, de desplazamiento) lo que le puede permitir estar al cuidado de los hijos en el mismo espacio de trabajo e influir, en ese sentido, en el grado de identificación y gusto por la venta en el tianguis.

Cultura familiar sobre el trabajo.

En esta dimensión se consideran los Antecedentes familiares de trabajo en el tianguis y las trayectorias laborales en general. Esto es, la realización de la actividad comercial en el tianguis de parte de algún familiar previo a la integración de nuevos miembros. La dedicación del jefe de familia y de todo su grupo familiar al tianguis influye, en términos de experiencia y de estilo de vida, para que las generaciones sucesivas se incorporen al trabajo como parte de una herencia y transmisión laboral. En donde no sólo se transmite la ocupación sino también los medios materiales para realizarla, como son el lugar en el tianguis, el puesto físico, la mercancía, la clientela, los contactos, los proveedores, etc.

En ello ocupa un papel importante el significado familiar sobre el trabajo, en general y sobre el trabajo de tianguista en particular. En este caso concreto el significado sobre el trabajo influye sobre la decisión del tianguista de dedicarse a su actividad laboral de forma permanente o sólo de manera temporal. Es decir, si el significado del trabajo corresponde a concebirla como una actividad remunerada, con cierta protección social, estable y fija, es decir la visión del trabajo llamado estructurado, entonces el dedicarse al tianguis puede representar concebirlo como una actividad temporal, como fuente alternativa de ingresos, no necesaria ni deseable, como una actividad definitivamente no heredable ni transmitible a los hijos; si, al contrario se significa al trabajo como un medio de subsistencia, cualquier actividad, incluyendo la venta en el tianguis, puede ocupar ese objetivo, sin que confiera identidad de parte del trabajador con su trabajo toda vez que se le denota desde un razonamiento instrumental, solo como medio de ingresos. Lo anterior también incide para la toma de decisión de dedicarse al trabajo o para permitir o no dedicarse a ese tipo de actividad. El significado familiar sobre el ser tianguista; si se le denota como un trabajo honesto, lucrativo, libre; o bien como un trabajo sucio, denigrante, estigmatizado socialmente, inseguro, etc. Estas concepciones pueden favorecer u obstaculizar para que algún miembro de la familia decida dedicarse al trabajo en el tianguis.

Comportamiento familiar hacia la comunidad laboral y la organización.

- Actitudes hacia la comunidad: solidaridad, individualismo, apatía, sociabilidad.
- Disposición familiar a la agregación colectiva: colectivismo o familismo.
- Significado y legitimidad familiar del tipo de trabajo, de la comunidad laboral, de la organización y el movimiento social: El significado y conducta familiar sobre la organización y la acción colectiva incide principalmente porque de acuerdo al significado otorgado familiarmente hacia la organización y con respecto a la participación en los asuntos públicos los integrantes actuarán en consecuencia, restringiendo o posibilitando su acción en ellos.

3. Territorio y espacio social urbano.

Un campo importante de relaciones sociales que funge como condicionante de las prácticas de los sujetos es el territorio. El territorio influye, sin duda alguna, en el tipo de prácticas que los sujetos llevan a cabo de manera cotidiana, de manera particular las prácticas laborales, más aún cuando se trata de actividades de trabajo desarrolladas precisamente en el entorno urbano abierto, como ocurre con los tianguis.

El territorio se halla constituido e intervenido por una multiplicidad de elementos y factores de distinta índole: naturales, sociales, políticos, económicos, culturales, jurídicos, tecnológicos, étnicos, religiosos, entre otros. Estos factores atraviesan y caracterizan las condiciones de vida y de trabajo de las comunidades que habitan un cierto territorio, en un momento histórico determinado.

En principio, entonces, podemos afirmar que el territorio no es simplemente el espacio circundante de las poblaciones humanas y sus características físicas (valles, montañas, ríos, clima), sino que es, primordialmente, un producto histórico que los sujetos han construido colectivamente en su devenir como seres humanos.

En este sentido, la conceptualización sobre el territorio difiere de la del espacio geográfico como contenedor de objetos (naturales y artificiales), siendo una construcción permanente y nunca acabada, cambiante y contradictoria sobre los procesos de ocupación y apropiación de dicho espacio.

No obstante, también el espacio geográfico ha sido pensado desde diferentes visiones que trascienden su definición clásica como contenedor de objetos. Milton Santos (Santos, 1997) propone concebirlo como un conjunto indisociable de objetos y de sistemas de acciones. Los sistemas de objetos no ocurren sin los sistemas de acciones y estos últimos no suceden sin los primeros. El espacio es construido históricamente.

El espacio así puede considerarse como una instancia de la sociedad, al mismo nivel que la instancia económica y la cultural-ideológica. Lo cual indica que, en tanto que instancia, el espacio contiene y está contenido por las demás instancias, del mismo modo que cada una de ellas lo contiene y es por ellas contenida. Es decir que la esencia del espacio es social. Por lo tanto, el espacio no puede estar formado únicamente por las cosas, los objetos geográficos, naturales o artificiales, ofrecidos por la naturaleza. El espacio es, junto con todo ello, también la sociedad.

El espacio geográfico se constituye, en primera instancia, como el espacio accesible a la sociedad, es cualquier punto de la superficie terrestre que se vea afectado o que afecte de alguna manera a la humanidad.

Particularmente, la corriente marxista considera al espacio, ya no sólo como contenedor de objetos físicos –como la perspectiva positivista- sino que privilegia la dimensión social del espacio, donde las relaciones espaciales se definen como manifestaciones de las relaciones sociales de clase en el espacio geográfico producido y reproducido por el modo de producción.

Siguiendo esta visión, Harvey (1990) propone una aproximación dialéctica del estudio del espacio geográfico en donde el espacio privilegia los procesos, flujos y cambios permanentes, y las relaciones sobre análisis de elementos y estructuras de los sistemas organizados, teniendo en cuenta que los elementos, cualquiera que éstos sean, son internamente contradictorios en virtud de los múltiples procesos que los constituyen.

Por otro lado, nuevas perspectivas influenciadas por la fenomenología argumentan que la experiencia práctica es la fuente de las nociones científicas que se dan en espacios concretos con una carga de significación simbólica muy fuerte (lugar, vivienda, barrio, esquinas); en pocas palabras la experiencia de la vida en y de los lugares.

La geografía humanista, por su parte, revaloriza el cuerpo y su simbología. Tuan (1977) advierte que el cuerpo es un objeto que vive en el espacio y a través de esta situación el hombre y su entorno se integran en el mundo; el cuerpo se convierte en un elemento productor de conocimiento a través de la experiencia de sus propias formas de vivirlo. Por ende, el hombre transforma y recrea su entorno de acuerdo a sus necesidades tanto biológicas como sociales.

El espacio geográfico se concibe así en relación con la vida social y ésta a partir de las sociedades, las clases sociales, los grupos, las comunidades, y, en suma, las formas de existencia concreta de los sujetos y sus colectividades, en los que son inherentes diversos tipos de relaciones de reciprocidad, interdependencia y socialización desigual y contradictoria.

La espacialidad social se considera también en relación a las propiedades, determinaciones y procesos que tienen o desarrollan objetos y acciones al interrelacionarse en el espacio (localización, interacción, extensión, patrones de difusión y cambio, etc.). Ésta permite dar razón de la dinámica social, de procesos que se pueden reconocer en un espacio concreto. Es el trabajo el que posibilita dicha dinámica, la cual hace referencia a las determinaciones y procesos que desarrollan sujetos o actores al interactuar con los soportes materiales y físicos sobre los que se desenvuelve su trabajo en el conjunto de la vida social.

En cualquier segmento de un espacio concreto (un barrio, una ciudad, una región) están las huellas de diferentes generaciones que desarrollaron distintos sistemas de organización económico-social, que son visibles por el carácter histórico-social de los sujetos, su acción transformadora permanente y su intencionalidad e intereses, que se materializan en nuevos objetos y sujetos, en nuevas formas de adaptación del entorno, en nuevas relaciones de producción,

Ahora bien, cada época histórica se caracteriza por determinadas formas productivas, formas particulares de apropiación y uso del espacio geográfico, un tipo de adaptación y modificación técnica del mundo (instrumentos, procesos, procedimientos, etc.), relaciones específicas entre las gentes que pueblan lugares, espacios y períodos distintos y unas formas sociales, políticas, ideológicas y culturales. Según esa dinámica dialéctica entre continuidad-ruptura que significa el desarrollo social, los muchos espacios geográficos concretos la reflejan, la sintetizan, la materializan y la expresan bajo diversas formas y sistemas particulares de apropiación, dominio, control, poder, identidad.

Ahora bien, diversos autores marcan una diferenciación básica entre lo que es el espacio de lo que es el lugar.

Para Tuan (1977) “el espacio representa la apertura, la falta de límites, la extensión, la movilidad y en última instancia ‘la libertad’ entendida como el horizonte espacial abierto hacia lo desconocido.” (Tuan, citado por Lindón, 2006: 378). De forma opuesta el lugar remite a “la falta de libertad por el anclaje a un espacio delimitado (...) el lugar representa certezas y seguridades otorgadas por los límites de lo conocido. Los límites del lugar expresan hasta donde se extiende el contenido simbólico de los elementos objetivados.” (Ibid)

Con relación a esto último se asegura también que no puede existir el lugar, sin el sentido del mismo:

“el sentido del lugar implica el reconocimiento de que los lugares no sólo tienen una realidad material, sino que son construidos socioculturalmente a través de procesos sociales que los cargan con sentidos, significados y memoria, en la vida práctica.” (Lindón, 2006: 379)

Pero a la vez estos significados y memorias del lugar son, generalmente, reconocidos y compartidos colectivamente.

De esta manera, se genera una identidad con el lugar gracias al reconocimiento que los sujetos tienen de él que los lleva a experimentar resguardo y seguridad o hasta cierto sentimiento de orgullo por su significado histórico.

La noción de ‘sentido del lugar’ lleva a otra que es la de ‘arraigo’. Tuan concibe el arraigo como, “un estado del ser humano que se hace posible por una falta de curiosidad por el mundo y por una insensibilidad hacia el fluir del tiempo”. (Lindón, 2006: 381) El arraigo, para este autor, sería un estado irreflexivo del ser en el cual la personalidad se une con el medio.

De alguna manera, lo que aquí se ha explicado como lugar, y el sentido que de éste tienen los sujetos, se vincula con la noción de territorialidad, que más adelante se expondrá, sobre todo por la importancia de la subjetividad de los actores sociales en la apropiación, sentido e identidad con los espacios de vida, entendidos estos como los espacios frecuentados por los sujetos que le resultan atractivos, “sus nodos en torno a los cuales se construye la existencia individual: la morada, la casa, los lugares de trabajo y de ocio. El espacio concreto de lo cotidiano.” (Di Meo, 1991)

A continuación se exponen algunas de las propuestas conceptuales referidas al territorio y la territorialidad, diseñadas a partir de considerar tanto sus aspectos materiales – geográficos propiamente dichos, demográficos y de interacción social- como la representación simbólica que de ellos construyen, reproducen y transmiten los sujetos.

Una primera concepción sobre el territorio es aquella que lo define como una extensión terrestre delimitada que incluye una relación de poder o posesión por parte de un individuo o un grupo social (Geiger, 1996). Dicha extensión territorial contiene límites de soberanía, propiedad, apropiación, disciplina, vigilancia y jurisdicción, y transmite la idea de cerramiento. El concepto de territorio está relacionado con la idea de dominio o gestión dentro de un espacio determinado; está ligado a la idea de poder público, estatal o privado en todas las escalas (Correia de Andrade, 1996). Bien puede ser el territorio de un Estado, el de los propietarios de la tierra rural o de los conjuntos residenciales cerrados de las ciudades, o los dominios del mercado de una empresa multinacional.

El concepto de territorio está referido igualmente al poder que se ejerce sobre el espacio. Al hacer referencia al territorio se consideran los diversos poderes que ejercen diferentes actores sobre un espacio, delimitándolo y diferenciándolo de otros espacios.

Este poder ejercido por los distintos agentes sociales que lo ocupan, conlleva una construcción histórica de los procesos de territorialización en donde lo económico, desde una postura marxista, hasta lo vivido desde las teorías fenomenológicas, construyen y reconstruyen el concepto de territorio.

En este sentido otra propuesta (Montañez y Delgado, 1998) hace referencia a la importancia del territorio como escenario de toda relación social, y de distintos actores, tanto externos como internos, y cómo éstos, investidos por un poder, ejercen una territorialidad o generan territorios que se yuxtaponen a otros territorios, esto hace de este concepto una construcción social de carácter histórico, que conlleva el conocimiento del modo de producción dominante y de las relaciones vivenciales de los individuos o las comunidades que se organiza de distintas formas (redes, áreas, conductos, etc.).

Es el poder que se ejerce en los territorios el que da la significancia y las características a los agentes sociales que las habitan, así como la forma de relacionarse con el territorio físico y todas sus características ambientales.

El territorio se construye a partir de la actividad espacial de agentes que operan en diversas escalas. La actividad espacial (Massey, 1995), se refiere a la red espacial de relaciones y actividades, de conexiones espaciales y de localizaciones con las que opera un agente determinado, ya sea un individuo, una firma local, una organización o grupo de poder, o una empresa multinacional. Dado que la capacidad y alcance de la actividad espacial es desigual y convergente en los lugares, la apropiación de territorio y, por consiguiente, la creación de la territorialidad, generan una geografía del poder caracterizada por la desigualdad, la fragmentación, la tensión y el conflicto.

El territorio, así, contiene diversas características que es importante destacar como lo son:

- Toda relación social tiene ocurrencia en el territorio y se expresa como territorialidad. El territorio es el escenario de las relaciones sociales y no solamente el marco espacial que delimita el dominio soberano de un Estado.
- El territorio es un espacio de poder, de gestión y de dominio del Estado, de individuos, de grupos y organizaciones y de empresas locales, nacionales y multinacionales.
- El territorio es una construcción social y nuestro conocimiento del mismo implica el conocimiento del proceso de su producción.
- La actividad espacial de los actores es diferencial y por lo tanto su capacidad real y potencial de crear, recrear y apropiarse territorio es desigual.
- En el espacio concurren y se sobreponen distintas territorialidades locales, regionales, nacionales y mundiales, con intereses distintos, con percepciones,

valoraciones y actitudes territoriales diferentes, que generan relaciones de complementación, de cooperación y de conflicto.

- El territorio no es fijo, sino móvil, mutable y desequilibrado. La realidad geosocial es cambiante y requiere permanentemente nuevas formas de organización territorial.
- El sentido de pertenencia e identidad, el de conciencia regional, al igual que el ejercicio de la ciudadanía y de acción ciudadana, solo adquieren existencia real a partir de su expresión de territorialidad. En un mismo espacio se sobreponen múltiples territorialidades y múltiples lealtades (Montañez y Delgado, 1998).

Al analizar el territorio es necesario tomar en cuenta las múltiples interacciones entre sus diferentes componentes y no considerarlos como capas sucesivas cuya totalidad constituiría un conjunto denominado territorio. Dichas interacciones originan como resultado procesos de organización territorial. Sin embargo, estos procesos deben analizarse en dos niveles distintos, pero funcionando en interacción: el de la acción de las sociedades sobre los soportes materiales de su existencia, y el de los sistemas de representación (Raffestin, 1986). Puesto que la subjetividad está presente en las prácticas sociales efectuadas en el espacio terrestre, los arreglos territoriales resultan de la "semiotización" de un espacio progresivamente "traducido" y transformado en territorio. El territorio estaría conformado por dos elementos diferentes pero complementarios: lo material y lo ideal.

La idea de apropiación del territorio remite no sólo a los dominios decisorios y organizacionales, sino también a la fuerza de las representaciones sociales. La apropiación refiere entonces a la transformación de un espacio natural con el objeto de satisfacer las necesidades y las posibilidades de un grupo (Lefebvre, 1974). Esta idea es utilizada frecuentemente en antropología para caracterizar la acción de las poblaciones con vistas a garantizar el acceso, el control y el uso de los recursos contenidos en una porción de espacio (Godelier, 1984). De esta definición se desprende una concepción del territorio asimilable al resultado de un proceso de producción que incluye no sólo estrategias de organización, sino también de dominación y de exclusión. La apropiación del territorio por parte de los actores sociales permite dar cuenta de la forma en que se estructuran las relaciones entre las sociedades, y en el marco de las prácticas sociales internas, de las relaciones entre individuos, que se traducirían en el territorio.

En el dominio de las decisiones, los actores están orientados a ser en la medida de hacer valer sus preferencias y de pesar sobre las elecciones colectivas. Este tipo de

aproximación permanece imprecisa sin embargo en lo que concierne a la forma de ponderar y jerarquizar el papel de los diferentes actores, operadores, agentes, en el proceso de territorialización, y a veces ambigua sobre el o los sistemas de valores que sirven de referentes a los mencionados procesos. La territorialización se lleva a cabo igualmente en la relación entre apropiación e identidad. Cada individuo, en su experiencia vivida, posee una relación íntima con sus lugares de vida; lugares de los cuales se apropia y que contribuyen a moldear su identidad individual o colectiva. Apropiación y arraigo se manifiestan a través de elementos materiales, pero también ideales y ciertas materialidades del territorio poseen un fuerte valor simbólico, como se menciona al principio del texto. Elementos emblemáticos refuerzan los efectos de apropiación, ya se trate de "lugares de memoria", de lugares altos o de estereotipos.

El estudio del territorio como marcador identitario consiste en revelar el proyecto que permite pensarlo. Los comportamientos de los actores sociales pueden leerse como mensajes que, a condición de ser descritos, quieren decir algo sobre su territorialidad.

La identidad con el territorio, su uso y apropiación, adquieren una considerable importancia en la vida social. Este proceso de relación tiene lugar a través del trabajo, del conjunto de las actividades materiales e ideales mediante las cuales hombres y mujeres intercambian con su entorno para hacerlo su territorio. Pero no todos los territorios son iguales ni un mismo territorio se aborda de igual manera. Sobre él se dan distintos procesos sociales, económicos, políticos y culturales: distintas territorialidades. La territorialidad expresa, entonces, el ejercicio de control, dominio, apropiación e identificación de territorios determinados mediante procesos profundamente contradictorios en los que se materializan relaciones reales, vivencias y experiencias de sujetos concretos.

Las diferentes sociedades tienen diversas formas de organizar y dominar el territorio, y algunas de ellas someten a otras para ampliar el control y dominio territorial. Sin embargo hay momentos en la historia en que la defensa o recuperación de los territorios es vital para la existencia de distintos sectores sociales, ya que en un mismo periodo histórico existen y se sobreponen diferentes territorialidades de acuerdo a los diversos actores.

Así pues, hoy existe un modelo territorial mundial marcado por el continuo movimiento de personas, mercancías, ideas, informaciones, capitales. Esto genera que los flujos de lo nacional, lo global y lo local, no permanezcan escindidos entre sí, sino que se

yuxtaponen, se mezclan, se articulan. La producción y el trabajo, las luchas y las contradicciones sociales se expanden fuera de los límites territoriales de un determinado lugar. En este escenario las escalas territoriales igualmente se superponen, así por ejemplo, lo nacional, en el nivel global, funciona como local.

Los territorios, calificados en este sentido como desarticulados o fuera de lugar, exigen nuevas formas acerca de cómo entender las relaciones entre el adentro y el afuera de un determinado lugar o región; ya que quedan resignificadas las relaciones internas y externas, con los unos y los otros.

En suma, la territorialidad,

"es el grado de control de una determinada porción de espacio geográfico por una persona, un grupo social, un grupo étnico, una compañía multinacional, un Estado o un bloque de estados" (Montañez, 1997: 198).

La misma se refiere al,

"conjunto de prácticas y sus expresiones materiales y simbólicas capaces de garantizar la apropiación y permanencia de un determinado territorio por un determinado agente social, o Estado, los diferentes grupos sociales y las empresas" (Lobato Correa, 1996: 252).

Así pues, la territorialidad se asocia con apropiación y ésta con identidad y afectividad espacial, que se combinan definiendo territorios apropiados de derecho, de hecho y afectivamente. La superficie territorial está recubierta de territorios que se superponen o se complementan, derivando en diversas formas de percepción, valoración y apropiación, es decir, de territorialidades que se manifiestan cambiantes y conflictivas. Las lealtades al territorio nacen del grado de territorialidad, y en un mismo espacio se pueden yuxtaponer varias lealtades a distintos actores territoriales.

Pero también, la territorialidad está asociada con el regionalismo (Soja, 1989), el cual se basa en una geografía del poder. Siguiendo este argumento, se puede afirmar que la territorialidad y el regionalismo segregan y compartimentan la interacción humana puesto que controlan la presencia y la ausencia, la inclusión y la exclusión. Ambos expresan las relaciones de poder y son la base para su espacialización y temporalización. La territorialidad regionaliza el territorio, es decir, lo delimita en divisiones espacio-temporales de actividad y de relación denominadas regiones (Giddens, 1998). Es esa diferenciación regional la que constituye el escenario del regionalismo, expresión de la dinámica del poder entre las regiones. Pero a pesar de que tales delimitaciones puedan aparecer como rígidas e inmutables, tanto su forma como su

dinamismo cambian con el tiempo, dependiendo de la acción humana sobre condiciones espacio-temporales preexistentes.

De lo expuesto hasta aquí, aunque bastante general y elemental, podemos considerar, para efectos del interés de lo que se pretende estudiar, diversos conceptos y nociones sobre el territorio y el espacio geográfico que cumplan la función de ordenar el análisis de nuestros sujetos de estudio y de las dinámicas de vida e interacciones sociales que éstos entablan en un territorio y lugares específicos, así como la forma en que subjetivamente le otorgan significado influyendo sobre el sentido de pertenencia colectivo. Pertenencia que no sólo es hacia el lugar que habitan o en donde laboran, sino también con los demás sujetos con los que comparte significados y prácticas sociales, laborales o comunitarias, de forma cotidiana.

Así retomamos, inicialmente, la noción de *territorio* como *estructura espacial*, es decir, como una extensión terrestre delimitada que contiene límites de soberanía, propiedad, apropiación, disciplina, vigilancia y jurisdicción. Pero, de la misma forma, es importante tomar en cuenta al territorio como *construcción social* y en el que se producen y reproducen una amplia gama de relaciones e interacciones sociales en los distintos espacios de vida contenidos lo cual incluye tanto formas múltiples de organización social como formas de dominación y ejercicio del poder. Como tercer punto, el territorio se concibe desde su ángulo *semiótico*, como una parte importante de las representaciones sociales. Para ello, acudimos al concepto de *territorialidad* como forma de apropiación simbólica de los territorios en la que se producen diversas formas de percepción y valoración, es decir, de territorialidades que se identifican pero que también se excluyen. Y en la que, de igual modo, se producen diversas configuraciones subjetivas en torno a lo que es y representa el territorio, de acuerdo al conocimiento y la experiencia vivida cotidiana, e históricamente, por los sujetos.

De manera específica, la forma en que enfocamos la cuestión del territorio y el espacio con referencia al trabajo de tianguista, es partiendo de los mecanismos de legitimación del espacio que se utilizan para ejercer este tipo de comercio.

Se considera, como primer aspecto, al territorio como estructura, construido socialmente y validado a través del orden normativo e institucional. En este sentido, es necesaria hacer explícita la delimitación geopolítica del territorio en donde los tianguistas a investigar trabajan, puesto que, de acuerdo al conjunto normativo establecido sobre la

comercialización en vía pública y la forma en que es concretado por la autoridad local, será mayor o menor el espacio de posibilidades tanto para la apropiación de los espacios de venta, como para su posterior negociación y legitimación por parte de la misma autoridad.

Siguiendo esta última cuestión, la manera en que los comerciantes en vía pública legitiman el uso que hacen de los espacios públicos está dado por el grado de organización que adquieren, en el cual se regula socialmente el acceso y permanencia en los espacios urbanos en los que desarrollan el comercio en vía pública.

Dicho proceso de legitimación está relacionado, no necesariamente con la legalización del espacio, sino con el resultado de la permanente negociación entre los comerciantes callejeros y los agentes públicos del sistema político-institucional; así como con la construcción del conjunto de reglas no reconocidas jurídicamente que permiten la organización en tales espacios (Silva, 2006).

El ejercicio del comercio en los tianguis a través de los años, que conlleva también un proceso de resistencia continua a los intentos de las autoridades por restringir de la vía pública los lugares de venta, genera cierto 'derecho' consuetudinario en los comerciantes para el uso del espacio. Derecho que implica, como ya se menciona, un reconocimiento temporal o coyuntural por parte de las autoridades, pero también un reconocimiento social por parte de la población que se abastece en este tipo de espacios mercantiles; y un reconocimiento incluso, por parte de otros comerciantes que aspiran a incorporarse a él, lo cual implica la limitación del acceso a este espacio de comercialización.

La apropiación del espacio, física y simbólicamente, por parte de personas dedicadas a la venta en tianguis es importante pues representa poseer un lugar establecido, aunque generalmente se ocupe de forma intermitente, en el cual pueda laborar con cierta regularidad. Dicha apropiación es reproducida permanentemente debido a que implica una situación laboral favorable para los tianguistas, por ejemplo, la de contar con la comodidad de realizar su actividad de venta en un lugar específico y con cierto resguardo que se ampara en la capacidad de negociación de la Organización gremial con las autoridades. Por otro lado, el uso de un lugar de manera periódica genera una doble certeza: certeza al comerciante de que el lugar del que se apropia, individual y de forma colectiva, propicia a través de este acto la posibilidad de usufructuarlo de forma recurrente; por otro lado, también en la clientela y los clientes potenciales se presenta la seguridad de que en dicho espacio podrá realizar sus prácticas de consumo cotidianamente.

En este sentido, De Soto afirma que tener un lugar en el espacio público contribuye con una mayor estabilidad económica puesto que “ayuda a incrementar la escala de operación comercial y permite que los ambulantes puedan especializarse, puesto que el mayor espacio inherente a la ubicación fija es más eficaz como medio de almacenamiento de existencias” (De Soto, 1987).

Un aspecto primordial para la legitimación del espacio de venta, por parte de los tianguistas, lo constituye el pago de cuotas, que representa de hecho el pago de ‘derecho de piso’. Con el pago de cuotas el tianguista ampara su permanencia en el lugar de trabajo ante las autoridades e incluso, ante los líderes de la organización.

En conjunto, los aspectos que influyen en la legitimación del espacio para los tianguistas le llevan a considerar su lugar de venta como parte de su propiedad, lo cual es garante para que, cuando es el caso, pueda ser sujeto de una transacción económica como si en efecto se tratara de un bien inmueble. Por tal motivo, el espacio y el territorio, y principalmente, la apropiación que ejerce sobre ellos el tianguista, son fundamentales para explicar el tipo de trabajo que desarrollan, y sus aspectos colaterales, que influyen directamente en la identidad y la acción colectiva de los comerciantes, sobre todo porque para legitimar sus espacios de trabajo necesitan de toda la gama de aspectos mencionados anteriormente, que están vinculados con procesos de reconocimiento social e institucional, procesos organizativos y disputas por el uso del espacio público con la autoridad.

Sintetizando, sobre el territorio se consideran en primer lugar la *Configuración del espacio urbano*.

1. La Estructura del territorio que presiona la actividad laboral del tianguista: Estructura territorial: a) la delimitación geopolítica de la zona en donde los tianguis se colocan y que determina el tipo de normas que regulan dicha actividad así como la conducta de las autoridades; b) antecedentes históricos del territorio con relación al comercio en las calles: (Tradición en el territorio (Iztapalapa, Coyoacán) de la actividad de comercio) antigüedad de los centros de comercio popular: tianguis, mercados sobre ruedas, plazas lo cual puede influir sobre el grado de legitimidad de la actividad de los tianguis por parte de la población circundante; c) composición sociodemográfica del territorio: nivel socioeconómico, cultural, educativo de la población en el territorio como disposiciones que influyen en la construcción social de la ocupación del tianguista: como factores que potencializan la elección de una parte de la población para dedicarse al comercio en los

tianguis; y como factores que hacen posible la necesidad de un consumo reiterado por parte de la población en los tianguis. d) condiciones económicas (mercado de trabajo urbano): Tipo de actividades laborales y productivas sobresalientes y comunes en el territorio urbano donde se ubican los tianguis: industria, sector servicios, trabajos atípicos: tianguistas, vendedores ambulantes, taxis piratas, franeleros, limpiaparabrisas, talleres mecánicos informales, artesanías; en los que es posible que los sujetos que habitan el territorio en cuestión pueden laborar; e) condiciones geográficas del territorio: características geográficas que hacen posible el establecimiento de los tianguis: avenidas y calles amplias, pavimentadas; terrenos no accidentados, espacios públicos amplios, espacios accesibles para la clientela; f) Administración del espacio público urbano: Regulaciones para el uso del espacio público con relación al comercio callejero: normas sobre el uso comercial de los espacios públicos urbanos, sobre el establecimiento de mercados, tianguis o mercados sobre ruedas, normas sobre la delimitación geopolítica de los espacios utilizados por el tianguis; normas sobre la vialidad en los espacios públicos.

2. Composición y dinámica social del territorio: a) Organización social: nivel de organización social en el territorio que posibilita la obtención de recursos como el acceso a la venta en los tianguis y como factor que puede incidir en la constitución de la identidad colectiva; b) niveles de integración y anomia social: grado de solidaridad entre la población que influya sobre la puesta en marcha colectiva del tianguis; o sobre la necesidad de reubicarlo; grado de anomia social (delincuencia, drogadicción, alcoholismo) como factor que influye en la actividad laboral de los tianguistas al incidir en el desempeño e imagen social del tianguis en cuanto a la seguridad pública: asaltos a los vendedores, a la clientela lo cual influye sobre la asistencia mayor o menor al tianguis; el tianguis como espacio de comercialización de productos robados a menor o gran escala; como espacio de comercialización de productos ilegales: armas, drogas, etc. c) identidad y arraigo con el territorio donde se labora: lugares de origen de los vendedores de tianguis, formas de desplazamiento, identificación con el espacio donde venden; d) actores sociales urbanos: movimientos sociales, asociaciones civiles, partidos políticos: presencia de organizaciones sociales y políticas como mediaciones para la estructuración y gestión de la actividad laboral de los tianguis.

Construcción social del espacio de trabajo.

1. Territorialidad y uso del espacio para el trabajo: a) Formas de Apropiación física del espacio para la actividad comercial del tianguis: Invasión de espacios públicos para el establecimiento o agrandamiento del tianguis; negociación con los pobladores para establecer el tianguis; b) Mecanismos de legitimación del espacio de trabajo: por tradición refiriendo la operación del tianguis como costumbre de un territorio; recurriendo a la norma jurídica como el derecho al trabajo instituido en la Carta Magna; por tener una utilidad social por el bajo costo de las mercancías; por la aportación tributaria al aparato gubernamental como requisito para laborar en el espacio público; porque el lugar fue adquirido; d) Apropiación simbólica del espacio de trabajo: el tianguis representa un espacio laboral para la obtención de ingresos; un espacio de convivencia social e identificación colectiva, un espacio en el que es posible concretar la independencia y autonomía laboral; un espacio significativo del mundo de vida laboral (espacio natural de vida y trabajo); e) Formas de defensa colectiva del espacio de trabajo: acciones colectivas, negociación con las autoridades, consenso con la población.

2. Legitimación del espacio de trabajo por parte de otros actores: a) clientela: como espacio de consumo popular tradicional y económico; b) Población: necesidades de consumo (económico, inmediato); reacción ante el uso comercial del espacio urbano: de rechazo o de aceptación; c) autoridades: ejecución de las normas para el uso del espacio público: inspecciones, desalojos, reubicaciones; Mecanismos formales e informales para la legitimación del espacio de trabajo de los tianguis (cobro de cuotas, cumplimiento de disposiciones normativas); d) Partidos políticos: legitimación del espacio a través de la integración corporativa de los tianguistas; mecanismo de vinculación entre el uso informal del espacio y la autoridad.

Ejercicio del Poder sobre el Territorio.

Como construcción social el espacio o territorio expresa también relaciones de poder; en este caso poder sobre el uso del territorio y, en específico, sobre el uso del espacio urbano por parte de las autoridades legalmente instituidas por la ciudadanía.

Con relación a los tianguis, las autoridades locales son quienes ejercen su poder y tipo de dominación sobre los tianguistas: de un lado coaccionando a los tianguistas para desalojarlos de los espacios ocupados por ellos, utilizando la fuerza pública y legitimando su acción en las normas vigentes sobre el uso del suelo; de otro lado,

concretando un consenso con el gremio de tianguistas a través de sus organizaciones: negociación y reconocimiento coyuntural de los tianguistas, del espacio utilizado y de la organización que los representa a cambio de respaldo político hacia las autoridades, pago de cuotas y/o la incorporación corporativa al partido político en el poder, o con objetivos de orden y paz social.

En este caso, como toda relación de poder, el poder sobre el uso del territorio es resultado de una disputa por el espacio entre autoridades y tianguistas; es decir, que está sujeto a la correlación de fuerzas entre ambos actores.

4. El Ocio y su imbricación con el tiempo de trabajo.

En el trabajo clásico el tiempo de trabajo se encontraba generalmente delimitado al establecerse la Jornada de trabajo y era posible diferenciar con mayor claridad también el tiempo de no trabajo y de descanso. No obstante, dentro de las actividades laborales no clásicas el tiempo productivo y el del ocio no se presentan en todos los casos de forma compartimentada o dividida sino, en muchas ocasiones, mezclada o traslapada tanto dentro de lo que corresponde a la jornada de trabajo como en el tiempo extralaboral. Siendo, justamente, esta característica esencial en diversas ocupaciones la que alimenta uno de los motivantes para dedicarse a ellas, esto es, la posibilidad existente de disponer de un tiempo de ocio, ya sea dentro de la propia jornada de trabajo o fuera de ella, para realizar actividades sociales, personales o familiares que estando en un trabajo con horarios y tareas definidas invariablemente no se podrían llevar a cabo. El aspecto del tiempo libre y el ocio es prioritario para explicar las características del trabajo que concreta nuestro sujeto laboral así como la gama de interacciones y subjetividades que en él se generan, considerando que en los periodos de tiempo de no interacción con la clientela, aunque forme parte de la misma jornada de trabajo, el tianguista sociabiliza y mantiene actualizadas las redes sociales, compadrazgos, amistades, lazos familiares, las cuales revisten importancia tanto para el desarrollo de su trabajo como para la construcción de su identidad colectiva.

Por ello, en este apartado inicio exponiendo algunas de las propuestas teóricas sobre cómo es definido el Ocio y su relación con el tiempo de trabajo y el proceso de producción en general, con el fin de poder explicar hasta dónde es pertinente en el tipo de actividad laboral que nos ocupa delimitar tajantemente ambos sucesos –el ocio y el tiempo de trabajo- y no mostrarlos, en cambio, como embebidos uno en el otro, sobre todo por las implicaciones que puede tener su utilización para concretar prácticas que

impacten, ya sea para impulsar o bien para inhibir, el sentido de pertenencia colectivo de los sujetos. Es decir, la disposición de un tiempo de no interacción con la clientela, dentro de la propia jornada de trabajo, puede favorecer las condiciones que propicien una interacción más estrecha entre compañeros de trabajo, pues para hacerlo no es necesario que terminen su labor ni se transfieran a otro espacio.

El ocio implica, pues, una dimensión temporal; este fenómeno se encuentra en franca oposición al tiempo de trabajo, correspondiendo más bien al tiempo libre. El ocio ha significado la liberación de los sujetos de la obligación de laborar y contar con una disposición determinada de tiempo de no trabajo. Aunque, en general, el ocio no se conciba de forma similar al denominado ‘tiempo libre’.

En este sentido, una situación es de ocio cuando, utilizando el tiempo disponible, los sujetos deciden y llevan a cabo actividades voluntarias con el fin de satisfacer necesidades personales tales como descansar, divertirse o desarrollarse¹⁹. Es decir, no es suficiente contar con una determinada cantidad de tiempo de no trabajo sino que el sujeto, en dicho espacio temporal, tenga la disposición y voluntad –elementos de carácter subjetivo- para realizar una actividad de goce o de interés personal.

Lo que es evidente es que la noción del ocio ha ido acompañada siempre del significado de lo que es el trabajo, de quienes son aquellos que se encargan de ejecutarlo, y de quienes tienen derecho al ocio, cuestiones finalmente determinadas por relaciones de poder específicas. De esta manera, no siempre quienes se han encargado de utilizar su fuerza de trabajo han gozado del tiempo de ocio, ya que de hecho la situación de poseer un tiempo de no trabajo para el beneficio personal, estuvo durante siglos monopolizado por las élites dirigentes, y por medio del cual se hacía gala de la ostentación y exhibicionismo. El ocio, en este caso, es opuesto al trabajo y es una expresión de riqueza y poder; es la demostración del dominio de una clase sobre las demás (Veblen, 1995). Para el trabajador el tiempo de no trabajo representaba en realidad el tiempo de la reproducción de su fuerza de trabajo, única y exclusivamente. Así, tiempo de trabajo y tiempo libre se mantenían ligados para la mayoría de la población trabajadora. El mismo centro de trabajo tuvo que constituirse como el espacio de ocio cuando así lo permitían las condiciones de control laboral. Los días festivos y los tiempos ligados

¹⁹ El origen etimológico del término está en la raíz *scholé* que significa “pararse” y, consecuentemente, tener reposo y paz. En latín la palabra *otium* designa el ocio y se opone a *negotium* o ausencia de ocio; es decir, a trabajo.

durante el trabajo se vivían y ocupaban junto con los compañeros de trabajo. Juegos, fiestas y conversaciones se experimentaban como una prolongación del trabajo, tanto dentro del lugar de trabajo como fuera de él. No existía, en este contexto, una división tajante entre tiempo de trabajo y tiempo de ocio, ambos coincidían durante el proceso laboral.

Con el advenimiento de la revolución industrial se inauguraron nuevas formas de utilización de la fuerza de trabajo que dieron pie a la libre negociación entre el trabajador y el empleador de las condiciones laborales, cuestión que originó jornadas extenuantes de trabajo, pero que fueron fundamentales para el desarrollo y la consolidación del sistema mundo capitalista. La necesidad del capitalista por aumentar la plusvalía se vio resuelta a partir de dos hechos fundamentales: en primer lugar, alargando la jornada de trabajo en las fábricas, que llegó a durar más de la mitad de las horas del día con lo cual toda posibilidad de ociosidad y disfrute de tiempo libre quedaba cancelada. En segundo lugar, con la intensificación del trabajo a partir de la aplicación de nuevas formas, métodos y técnicas de producción. Situación que significó para el trabajador una actividad laboral monótona, pasiva y sin creatividad alguna, cabe decir sin sentido personal para el poseedor de la fuerza de trabajo, que le convirtieron en un apéndice de la máquina, como Marx mencionara justamente.

A raíz de estas nuevas condiciones sociales establecidas con el avance industrial se construirá el sentido moderno del trabajo, del tiempo libre y del ocio.

Marx, haciendo una fuerte crítica de cómo era ejercida la explotación de la fuerza de trabajo del obrero por parte del capitalista, si bien no abunda sobre el tiempo libre y el ocio, si en cambio al analizar el trabajo hace referencia al tiempo de trabajo no productivo. Para Marx el trabajo es fuente de realización del ser humano; por tanto, es una necesidad insoslayable que deberá ir a la par de una satisfacción plena de las necesidades sociales y personales (Marx, 1987). No obstante, para el logro efectivo de esta situación, concebía como necesaria la reducción de la jornada de trabajo, con el fin de poder hacer uso de un tiempo de no trabajo, en primer lugar para garantizar plenamente la recuperación y reproducción de la fuerza de trabajo; en segundo lugar, para redistribuir la plusvalía generada por el trabajo humano, a fin de que todos se beneficien de ella y no únicamente una minoría, y, finalmente, porque el tiempo libre podría utilizarse, juntamente con el trabajo, para desarrollar plenamente todas las capacidades humanas.

Haciendo eco de estos argumentos, se llega a propugnar por el derecho de los trabajadores a la pereza (Lafargue, 1970). Es decir, a evitar que los capitalistas malgasten en actividades ociosas el fruto del trabajo de los obreros; por el contrario, se exige que este producto excedente sea disfrutado por todos. Además de un hecho justo es también una necesidad económica ya que obligaría a reinvertir productivamente los capitales malgastados, el cual resolvería la crisis de sobreproducción (Lafargue, 1970).

Como se menciona, paralelamente a las discusiones teóricas sobre el tema del tiempo libre con relación al trabajo, en la realidad empírica sucedieron diversos fenómenos sociales que aumentaron, todavía en mayor medida, la necesidad de considerar estos aspectos desde diversos linderos teóricos así como otorgarle importancia dentro de la dinámica social.

Algunas de las circunstancias que dieron origen a ello fueron: la ampliación del tiempo libre y la disminución del tiempo de trabajo, la concentración de este tiempo libre en fines de semana y vacaciones, lo cual facilita las actividades de ocio, la extensión del tiempo libre a todas las categorías sociales, así como la intervención de los poderes públicos en la planificación de todo aquello que se refiere al ocio de los ciudadanos.

En este contexto el ocio comienza a considerarse como un fenómeno social (Lynd, H., 1937). El aumento del nivel de vida, las posibilidades que abre el desarrollo industrial, así como la producción y consumo masivo, modifican las concepciones sobre el ocio. El tiempo libre va perdiendo el carácter exclusivo de tiempo liberado de la producción para convertirse en tiempo de consumo personal. Aunque esta transformación se da de forma paulatina y con resultados contradictorios (Mead y Wolfenstein, 1955). La transformación sobre lo que el Ocio significa radica en el paso de una moral de sacrificio y esfuerzo a otra de placer. No sólo no se reprueba el placer, sino que se busca con una insistencia difícil de satisfacer. Finalmente, también destaca la popularización de los hobbies y del trabajo hecho en casa por gusto: el *do it yourself*, como medio de ocupar el tiempo libre (Ibíd.)

El desarrollo de la modernidad capitalista trae consigo entonces un aumento en las prácticas del consumo masivo y la influencia de los medios de comunicación en los sujetos, y en particular, en la forma en que utilizan el tiempo de ocio del que disponen (Riesman, 1981).

Lo cual lleva a una conclusión errónea: la de que el hombre ya no puede realizarse en el trabajo, sino que únicamente puede hacerlo a través del consumo y de las actividades que el ocio propicia.

El ocio, entonces, asume importancia desde el aspecto económico, aún cuando desde esta disciplina se le había considerado como indeseable por su carácter ‘improductivo’, se le consideraba perjudicial para el desarrollo de las fuerzas productivas. Era tildado de improductivo porque siempre implicaba una pérdida de tiempo de trabajo o, aún peor, debido a que el ocio siempre incitaba al consumo. No obstante, el aumento del tiempo libre empezaba a significar un considerable aumento del tiempo de descanso de los trabajadores. Es decir, adquiriría una utilidad económica en tanto que favorecía una mejora de las condiciones de vida de la fuerza de trabajo. Además, en una etapa superior, el tiempo libre era útil también para mejorar la capacitación profesional de los trabajadores. Por lo tanto, como descanso o como formación personal el tiempo libre empieza a ser apreciado por los economistas. Finalmente, con la llegada de las sociedades de consumo masivo, el ocio adquiere un nuevo sentido en tanto que tiempo liberado de la producción y disponible por el consumo (Riesman, 1981).

Esta perspectiva pesimista sobre el advenimiento de un aparente mayor tiempo de ocio, sobre todo en las sociedades occidentales, coincide con aquella que, de forma similar, insiste en el carácter alienante y despersonalizador del ocio (Mannheim, 2005; Mills, 1987; Marcuse, 1993). En este sentido, el ocio está destinado a prolongar los mecanismos de sujeción propios del trabajo por otros medios aún más sutiles. El consumo se convierte en la primera ocupación del ocio. Ocupación que, en sí misma ya comporta notables inconvenientes como son la pasividad, la emulación y las desigualdades que se establecen entre los consumidores. Pero, además, un tiempo basado en el consumo supone la generalización de las industrias del ocio, que no tienen otro interés que el mero beneficio. En definitiva, un ocio basado en el consumo controlado por las organizaciones comerciales implica una pérdida notable de libertad, de espontaneidad y de creatividad. Paralelamente, las industrias culturales o de la conciencia, una rama de las industrias del ocio, son utilizadas para esclavizar al hombre con notable sutileza y eficacia (Marcuse, 1993).

Lo anterior nos indica que el ocio expresa no sólo una función positiva, es decir de recreación y descanso, sino también un sentido contrapuesto, en el cual deviene en ‘ociosidad’, pereza y consumismo, situaciones que obstruyen cualquier tipo de sociabilidad para el beneficio colectivo y expresan, más bien, el grado de sujeción y

control social sobre los sujetos. Algunas de las cuestiones relacionadas con ello, podrían ser: a) el desfase entre la extensión de las posibilidades de ocio y la escasa capacidad cultural aún en las masas, por lo general, para emplearlo creativamente; b) las diferencias marcadas en las oportunidades de ocio que existen entre las clases, regiones de un país y naciones más favorecidas económicamente en comparación con las demás clases, regiones y pueblos; c) los posibles efectos negativos en algunos aspectos de ciertas formas del ocio, especialmente de los llamados medios de comunicación de masas; d) el peligro de que el desequilibrio en la utilización de los distintos medios del ocio, con inclinación excesiva a los que facilitan la evasión, el entretenimiento y la diversión, impulse aún más hacia un tipo de cultura hedonista y materialista.

En suma, la difusión de subproductos culturales y su consumo masivo promueven pasividad, apatía y conformismo, ante lo cual se propugna por darle mayor peso a la planificación democrática de los ocios.

No obstante, el ocio visto como un fenómeno relacionado con el mundo de vida laboral se plantea básicamente de dos maneras: como una relación de autonomía o como una relación de dependencia mutua (Friedmann, 1971). Según la primera postura se tiende a ver el ocio como un sector de la vida absolutamente independiente del trabajo. El ocio es la antítesis, el suplemento y la compensación del trabajo; es el tiempo de creación contrafuncional a las alienaciones que el trabajo comporta. No obstante, las excesivas ilusiones depositadas en los efectos liberadores del ocio han ido dejando paso a una visión más realista de las vinculaciones entre ocio y trabajo, y en especial de la influencia del trabajo sobre el ocio. Visión más matizada que nos lleva a la segunda postura en la cual entre ocio y trabajo se da una fuerte interdependencia: ocio y trabajo están ligados por influencias mutuas.

El primer sentido de esta interrelación entiende que el ocio refleja o permite revivir en otro sitio y por medio de las actividades toda la ambivalencia del trabajo; además entiende que las ocupaciones de ocio están determinadas por el trabajo. Este punto de vista suele inspirar una revisión de las situaciones de trabajo a fin de conseguir una mejora en la significación técnica y social de las tareas. Mejora que a su vez repercutirá en unos ocios de mayor calidad. Por otra parte, la influencia del trabajo en el ocio se expresa también en la forma como las diferencias profesionales marcan las actividades y costumbres de ocio. Los ocios tampoco borran la división del trabajo ni la diferencia de medios económicos. Las diferencias culturales y de iniciativa personal tampoco se difuminan ni disminuyen en el ocio. Por último, aunque quizá sea menos importante, la

edad o el lugar de residencia son rasgos diferenciales que también se manifiestan en el ocio (Friedman, *Ibíd.*)

La interrelación entre el trabajo y el ocio puede exponerse de manera inversa. Es decir, todo aquello que se vive durante el tiempo dedicado al ocio repercute de diversas formas sobre el mundo del trabajo. En primer lugar, el tiempo libre se ha introducido en el mismo tiempo de trabajo gracias a las pausas y a las actividades recreativas durante el horario laboral. Pero las influencias importantes se sitúan al nivel de los valores que ha ido creando el ocio. Valores que cuestionan una vida focalizada en el trabajo y las ganancias económicas.

Ante todo una nueva perspectiva sobre el ocio lo plantea como definido a partir de la disposición de los sujetos a llevar diversas actividades que pueden o no relacionarse directamente con el trabajo:

“...el conjunto de operaciones a las que el individuo puede dedicarse voluntariamente, sea para descansar o para divertirse, o para desarrollar su información o su formación desinteresada, su voluntaria participación social o su libre capacidad creadora, cuando se ha liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales” (Dumazedier, 1968).

Según esta definición, se destacan algunos aspectos importantes: 1) El ocio supone actividad, lo cual lo distingue y separa de la ociosidad y la inacción, pero no así del trabajo, pues una misma ocupación puede ser ocio o trabajo según las circunstancias. 2) Se trata de un ejercicio de actividades libres en dos sentidos. Primero, porque su ejercicio ha de tener lugar en el llamado tiempo libre, que queda al individuo después del cumplimiento de sus obligaciones laborales, familiares, sociales o de otra índole. Segundo, porque es esencial que se trate de actividades libremente elegidas y realizadas. Es en lo anterior en donde radica la distinción del ocio con respecto, no sólo del trabajo, sino también de las actividades realizadas por los sujetos en cumplimiento de las obligaciones indicadas.

El ocio, así, cumple para quien lo disfruta de tres funciones básicas que le dan sentido y utilidad: descanso, diversión y desarrollo. Finalmente, el ocio implica también un problema temporal. Prácticamente, sólo es posible hablar del ocio cuando se ha producido una liberación del trabajo y de todas las demás obligaciones sean del tipo que sean (Dumazedier, 1968).

El tiempo libre y el ocio, definidos de esta forma representan autonomía respecto del trabajo y de cualquier otra instancia social. Incluso, tal como lo considera este autor, se le puede considerar como un factor de cambio y de evolución social que puede provocar

cambios en sectores como la vida familiar, el trabajo, la participación política y cultural, o la vida religiosa.

Con ello el ocio implica que,

“en primer lugar, se le identifica con el tiempo que se le dedica. El ocio sería, ante todo, el tiempo libre, independientemente de las actividades en las que se emplee ese tiempo disponible. (...) Pero el tiempo de ocio no es lo mismo (...) que el tiempo fuera del trabajo. Hay muchas obligaciones que se insertan en el tiempo de trabajo y que reducen notablemente el tiempo disponible para el ocio; algunas de ellas son: -el tiempo empleado en trasladarse; -las obligaciones familiares o sociales...” (Sue, 1980: 7-8)

Por lo tanto, la importancia del concepto, más allá de intentar conocer cómo se define, radica en que pueda explicar las funciones que cumple para los sujetos, y con ello el sentido que le otorgan los sujetos: a) funciones parasicosociológicas (de descanso, de diversión y de desarrollo); b) funciones sociales (de sociabilidad, simbólica, terapéutica); c) funciones económicas (consumo), (Sue, 1980).

Con respecto a las funciones psicosociológicas, la práctica del ocio es útil para el descanso ante la gran cantidad de alteraciones a la salud física y psicológica de los trabajadores por las extenuantes jornadas de trabajo; la función de diversión, en segundo término, es importante, ya que a través de juegos, como los espectáculos públicos y la práctica del deporte, los sujetos se ‘liberan’ física y emocionalmente al soslayar la presión ejercida en el horario de trabajo. La diversión, de manera particular, favorece y alimenta las relaciones sociales al practicarse de manera colectiva, puesto que los juegos “suponen un intercambio dentro de un grupo, en un equipo o en el seno familiar (...) El juego sirve de estímulo para las relaciones interpersonales dentro de un grupo. Es bien sabido que los deportes (...) son excelentes medios para la relación social” (Sue, 1980: 83).

La función de desarrollo es también destacable ya que durante el tiempo libre dedicada al ocio, los sujetos pueden abocarse a la formación física, artística o académica.

Por otra parte, la función de sociabilidad del ocio es imprescindible pues a través del tiempo de ocio, además de poder llevar a cabo la convivencia familiar, también es posible establecer y mantener relaciones sociales con otros sujetos ya sea a través de la participación en asociaciones, clubes, o en lugares de convivencia social como los restaurantes, los cafés, las cantinas, etc.

Pero a la vez, la práctica del ocio puede estar enmarcada por una función simbólica: el elegir diversas actividades de diversión, de convivencia, puede representar un símbolo de afirmación personal, además de ser un símbolo de la posición social que se ocupa al construirse y actualizarse el sentido de pertenencia colectiva, experimentado en el presente o anhelado en el futuro inmediato.

Por último, retomando la perspectiva de la Teoría crítica (Marcuse, 1993), el ocio igualmente tiene una función de consumo. La práctica de actividades durante el tiempo de ocio, implica, aunque no como algo necesario, el consumo. Gracias a ello, se ha desarrollado toda una industria para la generación de actividades que los sujetos pueden llevar a cabo en su tiempo libre y de ocio que suponen, no obstante, un gasto económico importante (Sue, 1980).

Con esta revisión sobre algunas de las más importantes concepciones sobre el ocio, podemos retomar propuestas conceptuales y perspectivas sobresalientes que pueden servirnos de guía para el análisis de la realidad empírica de nuestro caso particular.

Como primer aspecto, es importante hacer énfasis en la diferenciación entre el tiempo libre y el ocio. Tener tiempo libre no supone necesariamente la práctica del ocio, pues para ello es insoslayable la presencia de disposición y voluntad en el sujeto, cuestiones de carácter subjetivo, para el aprovechamiento del tiempo con un fin de goce y satisfacción personal. El ocio requiere disponer de un tiempo no ocupado por el trabajo o por cualquier otra obligación. Pero el tiempo de no trabajo no es totalmente tiempo libre pues parte del tiempo de no trabajo está destinado a satisfacer obligaciones paraprofesionales, familiares, religiosas o políticas y por tanto, el tiempo que tales obligaciones ocupan no es tiempo libre. Por el contrario, el tiempo libre es la parte de tiempo que queda una vez que se sustrae del tiempo de no trabajo la parte ocupada por las anteriores obligaciones sociales.

En síntesis, el tiempo, la actitud y secundariamente, el tipo de actividades son los aspectos que se considera en la definición del ocio. El tiempo ocupado para trasladarse del lugar de trabajo al hogar, por ejemplo, no contaría como parte del ocio, ni el tiempo dedicado a la reproducción cotidiana de la fuerza de trabajo. En cambio, sí lo sería la utilización del tiempo para vacacionar, o incluso el espacio de tiempo, dentro del propio centro de trabajo, para la diversión y convivencia entre algún grupo de trabajadores.

En segundo lugar, considerando lo anterior, distinguimos las funciones del ocio las cuales pueden utilizarse como dimensiones para el análisis de una situación en donde se ejerzan actividades de ocio (Sue, 1980). De esta manera, podemos mencionar las actividades de diversión: asistir a algún espectáculo, practicar un deporte, juegos, etc.; las actividades de descanso, esparcimiento y culturales: vacacionar, pasear, ver t.v., la lectura, el mantenimiento del hogar (jardinería, pintura, etc.); actividades de desarrollo y formación: capacitación laboral, educación, aprendizaje de alguna habilidad u oficio,

etc.; actividades sociales o de sociabilidad: participación en asociaciones, asistencia colectiva a centros de convivencia: restaurantes, cantinas, eventos, fiestas, etc.

Esta serie de actividades nos muestran, entonces, prácticas de ocio que, para nuestros propios fines de investigación, podemos considerar para estudiar y analizar cómo es utilizado el tiempo libre de ocio, sobretodo destacando las funciones de sociabilidad y simbólicas, que nos permita ubicar pautas de identificación colectiva entre nuestros sujetos.

Para tal fin, podríamos dividir las actividades de ocio que se realizan fuera del entorno laboral, por un lado, y las que se realizan dentro del trabajo, por otro. Aún cuando en el trabajo no clásico de venta en el tianguis, no se encuentren tan delimitadas las fronteras entre unas y otras pues en dicho espacio, por ejemplo, se realizan diversas actividades que en otro tipo de ocupaciones solamente se podrían hacer fuera del horario de trabajo como ver la T.V., jugar o beber alcohol mientras que fuera de este espacio y de la jornada laboral se llevan a cabo prácticas que tienen que ver con el trabajo como proveerse de mercancía, organizar los medios de trabajo, etc.

Dentro del espacio de trabajo podemos, a su vez, distinguir entre las prácticas de ocio que se realizan de forma individual o familiar en cada uno de los puestos y las prácticas que se realizan colectivamente con otros compañeros del tianguis. Así, por ejemplo, de forma particular los comerciantes en los periodos de tiempo de poca concurrencia por parte de la clientela, ejercen actividades de ocio como leer algún libro, revista o periódico, ver la T.V., escuchar música o, en algunos casos, sólo descansar. Quienes recurrentemente llevan cabo estas acciones, por lo general, tienen menos comunicación y convivencia con otros de sus compañeros de trabajo teniendo un tipo de relación muy básica y endeble. O sea, este tipo de práctica individualista del ocio podría representar una limitante para la construcción de lazos de convivencia e identidad colectiva. Por otro lado, también es posible ubicar dentro del tianguis prácticas colectivas de ocio que sí fomentan la convivencia y la identificación entre grupos de tianguistas, que llevan una relación más estrecha tal vez por su amistad añeja, por su contacto recurrente, o por ser vecinos del barrio o la colonia. Las actividades de ocio referidas suelen ser realizar juegos de mesa (cartas, dominó, ajedrez), ver la T.V. conjuntamente (partidos de futbol, películas, videos, etc.), o simplemente platicar e intercambiar puntos de vista sobre el trabajo, los partidos políticos, el gobierno, los equipos de futbol, etc. regularmente acompañando tales actividades con el consumo de alcohol.

Fuera del entorno laboral del tianguis de igual forma distinguimos entre algunas prácticas que los comerciantes pueden llevar a cabo de forma conjunta con otros compañeros de trabajo o de la comunidad y las estrictamente individuales y/o familiares.

En el primero de los casos ubicamos ciertos momentos y espacios de convivencia grupal de los tianguistas, por ejemplo, cuando se reúnen para ir a la cantina, a un bar, o en la casa de alguno de los comerciantes para consumir alcohol, ver un partido de fútbol, etc. Asimismo, hay convivencia colectiva cuando alguno de los tianguistas realiza algún evento festivo tal como un acto sacramental (bautizo, confirmación, primera comunión, etc.) en el que regularmente los compañeros de trabajo más allegados, o incluso los líderes o delegados de la organización, son invitados como una forma de afirmar el sentido de pertenencia o con un objetivo de prestigio social.

De esta manera, podemos suponer que, en efecto, el tema del ocio es importante para explicar el trabajo del tianguista, y sobre todo, las formas empleadas por él para estrechar lazos de sociabilidad con la comunidad de vendedores, que haga posible la emergencia y mantenimiento de la identidad colectiva, o bien, atendiendo el aspecto contrario, el individualismo y la práctica del ocio no compartida, no colectiva, podría explicar la falta de solidaridad y sentido de pertenencia colectivo en casos específicos en donde la organización y la acción colectivas son bastante endebles o se caracterizan por su utilitarismo y obligatoriedad.

Así, se contemplan como conceptos ordenadores relacionados con este campo:

El *espacio de posibilidades* del trabajador para contar con un tiempo que pueda destinarse al ocio, cuyos componentes pueden ser: el estatus del comerciante en el tianguis; la jornada de trabajo; la intensidad del trabajo, si emplea o no fuerza de trabajo adicional; el tipo de medios de trabajo utilizados y la facilidad con la que se transportan; la cantidad de capital invertido y de bienes de consumo para la reventa; la cantidad de clientela que asiste al tianguis; las formas de organizar el trabajo.

El *Significado sobre la utilización del tiempo de ocio con relación al trabajo* en el tianguis: como descanso, como forma de romper con la rutina de trabajo, de alivio contra el tedio, de esparcimiento, como medio para realizar otras actividades de desarrollo personal paralelamente.

El *Significado sobre la utilización del tiempo de ocio con relación a la identificación colectiva*: como medio de convivencia social, como forma de relacionarse y socializar

con otros compañeros de trabajo, como forma de aislarse del contacto con los demás: práctica individual del ocio que inhibe la convivencia con los compañeros de trabajo.

Prácticas de ocio en el espacio de trabajo: a) de manera colectiva: convivencia social, intercambio de información, establecimiento de contactos (proveedores, otros espacios de trabajo) –construcción de la red social-, formación de compadrazgos y relaciones de amistad; b) de manera individual: individualismo, interfiere con la convivencia social, no construcción de redes sociales, falta de identificación con los compañeros de trabajo.

Prácticas de ocio extralaboralmente: a) familiar o personalmente: de esparcimiento, de descanso, de formación personal, de convivencia familiar; b) de manera conjunta con otros compañeros de trabajo: convivencia social en espacios de esparcimiento: cantinas, centros deportivos, la calle, eventos festivos como medio para la construcción de relaciones de amistad y compadrazgo con otros compañeros de trabajo que influya en la constitución de una identidad colectiva al establecerse contactos más estrechos entre el grupo de trabajadores que realiza la convivencia colectiva. Lo cual pueda dar lugar a reforzar la identidad colectiva con el gremio, aunque también puede reducirse a la identificación sólo con el grupo de ‘amigos’ y no con relación a todo el conjunto de trabajadores del tianguis; es decir, puede fomentarse la constitución de grupos cerrados.

Capacidad para la práctica de ocio: autonomía sobre el tiempo de ocio. El tianguista posee el poder para decidir por sí mismo cuándo y como utilizar el tiempo de ocio y en qué tipo de actividad. Representa un poder en la medida en que el tiempo de ocio del que dispone no le es otorgado por un poder externo y por encima de él, sino por el mismo, haciendo uso de su capacidad de autocontrol relativo sobre el trabajo, aunque sí delimitado por los condicionamientos propios de su trabajo y de su pertenencia a un sector social. En otro caso, el poder sobre el tiempo de ocio se puede ejercer con relación a los empleados del tianguista –familiares o no-; en cuyo caso el poder sobre el tiempo de ocio es ejercido por el dueño del puesto sobre sus trabajadores asalariados: él decide si su empleado puede hacer uso de algún tiempo de ocio o no.

5. La Religiosidad como fuente de sentido laboral y referente de identidad.

Otro campo específico es el de la práctica y subjetividad religiosa. Aquí se consideran aspectos de religiosidad popular como los ritos, los mitos, las celebraciones religiosas, así como el papel que asumen estos tanto en el quehacer concreto como en los significados de los tianguistas con respecto a su trabajo, a su identidad colectiva y a su participación en la organización social.

Como una parte importante de las prácticas culturales, la religión es asumida como primordial al ser la fuente a partir de la cual los sujetos otorgan sentido y seguridad ontológica a su existencia. Cosmovisiones y prácticas están condicionadas, en buena parte por la manera en que se interpreta y se vive la religión. Por esta razón ha sido un hecho social al que se han avocado diversas perspectivas teóricas.

Uno de los primeros análisis sobre religión es el hecho por Tylor en *Primitive Culture* (1871), en el que el autor propone como la primera fase de la religión el animismo o creencia de seres espirituales; Frazer, más tarde, (1890) expone tres estadios evolutivos del desarrollo intelectual: magia, religión y ciencia. Por su parte, Durkheim en su obra *Formas elementales de la vida religiosa* (Durkheim, 1978) percibe la religión como un hecho social en relación con otras esferas de la vida. La religión es producto de la sociedad y es manifestación de la conciencia colectiva.

Por otro lado, el funcionalismo antropológico inserta a la religión dentro del todo social en donde cumple diferentes funciones, sobre todo de integración; dicha función es recalcada por autores posteriores, lo que constituiría una perspectiva sobre la religión que fue una constante para esta corriente teórica.

En este sentido, el aspecto moral representa el carácter sagrado de las entidades que poseen una significación específicamente religiosa, tal y como Durkheim lo había afirmado. Esto es, lo que podemos llamar entes sobrenaturales. Su importancia radica en que a través del religión se dota de legitimación cognitiva a las normas y sentimientos morales, es decir, tendrían el deber de "ocuparse de la explicación del significado de tales normas y obligaciones", de explicar el significado del carácter sagrado de las cosas sagradas, así como de su relación con los intereses humanos ordinarios. De este modo, las creencias religiosas tienen la tendencia a integrarse entre sí en provecho de la estabilización del sistema (Parsons, 1984:345).

De este modo, respecto a todo sistema institucionalizado de valores, las discrepancias entre el esfuerzo y la recompensa, y en su resultante, ya sea la frustración o el éxito, los sujetos recurren a las creencias religiosas. Para conservar la estabilidad del sistema social frente a estas discrepancias, se puede emplear una creencia religiosa "compensatoria", un orden sobrenatural u otra vida tras la muerte que produce un espíritu de resignación al creyente. De este modo, se promete una compensación futura, digamos, en el cielo, por el sufrimiento inmerecido y se "suavizan las fuentes de tensión que se encuentran implicadas en las discrepancias así sentidas que se dan entre lo que el

sistema institucionalizado, a través de su ideología, dice que debería ocurrir a la gente y lo que efectivamente ocurre.” (Parsons, 1984)

No obstante, en la visión funcionalista de la religión se le concibe como algo externo al individuo que si bien funge como resguardo espiritual y fuente de sentido no se considera como parte de la subjetividad que puede tomar matices distintos a los que son emitidos por la religión oficial ni tampoco la importancia que tiene la forma en que es vivida desde los propios sujetos.

La fenomenología, en contraparte, nos proporciona una concepción alternativa. Berger afirma, por ejemplo, que la religión se asume como un medio para evitar el caos ante la carencia de significado. Y es la encargada de dotar a lo social "de una estabilidad que fluye de fuentes más poderosas que los meros esfuerzos históricos de los seres humanos". La religión, por tanto, puede definirse como la empresa humana por la que un cosmos sacralizado queda establecido. La religión consiste en "una cosmicización de tipo sacralizante" (Berger, 1967: 46), es decir, una cosmicización que se debe a "un tipo de poder misterioso e imponente, distinto del hombre y sin embargo relacionado con él, y que "sitúa su vida dentro de un orden en última instancia significativo" para él. (Berger, 1967).

En este sentido, la religión expresa la capacidad humana por otorgarle significado y sentido a su existencia en el mundo y estabilidad al orden social lo cual implica para los sujetos seguridad ontológica.

La religión proporciona a la sociedad y sus estructuras "una estabilidad que fluye de fuentes más poderosas que los meros esfuerzos históricos humanos", logrando así "sostener el tambaleante edificio del orden social" a través de un proceso de legitimación, es decir, un conocimiento socialmente objetivado, que sirve para justificar y explicar el orden social (Berger, 1967).

Con lo anterior podemos considerar que la Religión se constituye como el universo simbólico que estructura de manera coherente y totalizante la percepción de la realidad en relación a la esfera de lo sagrado, dando como resultado una serie de creencias, ritos, discursos, normas éticas y formas de organización que posibilitan la producción de

sentido, al mismo tiempo que intenta responder a los problemas de la vida cotidiana²⁰. La construcción del sentido sobre la realidad vivida por los sujetos, por medio de lo sagrado o religioso, se puede dar en tres dimensiones: en la concepción del mundo, es decir, funge como referente explicativo de la realidad, de la vida y la muerte, de lo desconocido, etc.; el ámbito de lo moral, como guía que conduce los estilos de vida, las actitudes, los comportamientos, etc.; y el imaginario social, o sea lo que los sujetos se representan desde su experiencia de vida no completamente determinado por el discurso religioso hegemónico sino con una cierta dosis de creatividad e imaginación, lo cual es fuente constituyente de la realidad social al influir con un peso importante en las prácticas de los sujetos.

La importancia de la religión en la definición de las prácticas y acciones de los sujetos es ejemplificada por Weber, en *La ética protestante y el espíritu del capitalismo* (Weber, 2003). En esta obra se destaca la importancia de la religión con respecto al significado sobre el trabajo. De esta manera, se establecen dos concepciones contrapuestas. Por una parte la concepción tradicionalista, promulgada por el catolicismo, y por otra la del deber profesional ligado al capitalismo, establecida por el protestantismo. El tradicionalismo se basa en un sistema económico de satisfacción de necesidades, es decir, el hombre trabaja para vivir. Su ansia no es ganar más y más dinero, sino vivir únicamente, visualizando al trabajo como un 'mal' necesario e impuesto, como castigo divino. El dinero (y por consiguiente el trabajo) es un medio, no un fin. La devoción religiosa de este tipo es usualmente acompañada de rechazo a los asuntos mundanos, incluyendo la búsqueda de una mejor posición económica. Entre las tendencias identificadas por Weber al respecto estaban, la ambición de ganancias con un mínimo esfuerzo, la idea de que el trabajo es una maldición y una carga que debe evitarse, especialmente cuando las ganancias de éste exceden lo que es necesario para una vida modesta.

En cambio, para el espíritu capitalista, la avaricia se convierte en una suerte de ética que rige la conducta profesional y personal de hombres y mujeres, no en una técnica vital. La ganancia no es un medio para la satisfacción de necesidades vitales, sino una meta a alcanzar. Esta diferencia de concepciones se produce por la difusión y práctica del protestantismo. Sus ideas religiosas definen el trabajo como algo bueno en sí mismo. El

²⁰ Definición basada de lo expuesto por Enrique Marroquín en *El botín sagrado. La dinámica religiosa en Oaxaca*.- México: IISUABJO, 1992, p. 15 y Manuel Marzal *Rostros indios de Dios*.- México: UJA, 1994, p.23.

objetivo del éxito material no es hacer ostentación de riquezas, sino el demostrar una superioridad a otro nivel, que les hace merecedores frente a Dios de una vida mejor tras la muerte.

Es precisamente ese carácter no determinado de la concepción sobre lo sagrado y la forma en que se significa y da sentido al mundo real, lo que motiva la existencia de múltiples formas de representar y practicar lo religioso, pues además dicha heterogeneidad es producto también del contexto histórico y social del momento. La forma en que se realizaban las prácticas religiosas en la edad media, por ejemplo, no son las mismas que las que se llevan a cabo en la actualidad aún cuando persistan diversos elementos rituales y simbólicos que se han transmitido a través del tiempo, y gracias a ello se mantengan, aunque tal vez con un sentido diferente y con un nuevo tipo de prácticas. Igualmente, la diferenciación social existente condiciona, de alguna forma, la interpretación y las formas en que se expresa de manera concreta lo religioso, siendo no una sino múltiples las formas en que se concibe y expresa lo sagrado produciéndose entonces diferentes tipos de religiosidades, o sea,

"modalidades coherentes de vivir una misma fe, en tanto que se vinculen a determinado grupo o clase social y atiendan a sus respectivas condiciones económicas y sociales (...). Las religiosidades no se reducen a ser mera expresión de la posición social de los sujetos, sino que a su vez los interpela, los conforma y los constituye al proporcionarles formas de identidad y reconocimiento, así como ocasiones de agrupamiento" (Marroquín, 1992: 27-28)

La religiosidad es la concreción de la religión, la cual no se manifiesta sino a través de formas, comportamientos, rituales y creencias específicas.

En este sentido, al hablar de que existen diferentes tipos de asumir la religión –de concebirla y practicarla- y que en la definición de esto influyen en gran medida las condiciones sociales y la cultura desarrollada por cada clase o sector social, las cuales no se encuentran simplemente en posiciones sociales diferentes sino en franca disputa y lucha por la hegemonía, se puede afirmar que la religiosidad institucional, por ejemplo la de la iglesia católica, no es necesariamente la misma que la ejercida por los sectores populares, aún cuando el referente general de lo que es el catolicismo de acuerdo con el discurso religioso oficial sea aceptado y compartido por ellos. Sin embargo, la interpretación así como las prácticas religiosas cotidianas pueden estar influenciadas tanto por ritos y símbolos ancestrales, no sólo católicos, así como por una forma de asimilación y apropiación particular de lo sagrado por parte de los sujetos, de acuerdo a su contexto social específico y a sus propias necesidades colectivas e individuales.

La religiosidad denominada 'popular' se suele asociar a procesos de creencias y prácticas pertenecientes a sistemas religiosos ancestrales, integrados en la religión dominante, tras un proceso de asimilación que eliminaría los elementos menos interiorizados socialmente y mantendría los más afianzados en la sociedad adaptándolos en la medida de lo posible a la ortodoxia de la nueva religión.

Pero también se asocia religión popular a

“un producto híbrido, resultado del encuentro de lo que algunos llaman la verdad oficial con la ignorancia del pueblo formas inadecuadas de entender y practicar la religión oficial-, y siempre la religión popular supondría una asimilación del fenómeno religioso que, con relación a la religión oficial, se situaría a una mayor o menor distancia de la ortodoxia pura, aunque sólo sea por la desviación inherente a la forma como el pueblo entiende y practica la religión” (García, 1989: 19).

No obstante, la frontera entre religión oficial y religión popular es muy sutil, y no siempre es tan visible. En muchos casos hay una sobreposición entre ambas, como consecuencia de influencias mutuas. A menudo, miembros del clero se han esforzado por reintegrar formas religiosas populares a la práctica oficial.

De hecho son diversas las prácticas que se comparten entre una y otra.

Tanto la práctica religiosa en la iglesia (oficial) como la realizada popularmente comparten, en general, el mismo universo de creencias. Coinciden en atribuir al desorden una connotación moral y en relacionarlo, más que con elementos naturales, con las conductas de las personas. Ambas extienden esta relación a las propiedades particulares. En ambas se subraya la profunda dependencia del hombre respecto a las entidades que le trascienden. Se admite igualmente, en los dos rituales, el control de las leyes de la naturaleza por los seres sobrenaturales y la manipulación que estos pueden hacer de aquéllas a petición de los hombres (Álvarez, 1989)

De tal forma que es indiscutible que creencias y prácticas asociadas a la liturgia oficial como la misa, la confesión, el rosario, etc., conviven con los exvotos, las promesas, las mandas, las ofrendas, las apariciones, la santería, determinados cultos y formas de culto, etc., siendo estas últimas manifestaciones de religiosidad popular.

"Estas religiosidades populares son manifestaciones colectivas que expresan las necesidades las angustias, las esperanzas y los anhelos que no encuentran respuesta adecuada en la religión oficial" (Parker, 1993: 61)

Dentro de la religiosidad popular hay una fuerte inclinación al ritualismo, la devoción a los santos y la plegaria como formas de contacto con lo divino y cuya función principal es expresar alguna petición para resolver los problemas cotidianos de la vida mundana.

“Se caracteriza por su eficacia simbólica, lo que le permite explicar el sentido de la vida y buscar solución a los problemas y necesidades inmediatas, en este sentido las relaciones con la divinidad se caracterizan por ser más sencillas, directas y rentables” (Méndez, 1996: 11).

La religión para los sectores populares, es algo vital. Toda su vida está en relación directa con ella. Sus problemas más agudos siempre tienen una dimensión trascendental. La religión opera como una suerte de superación simbólica de sus problemas, para lo cual la divinidad es omnipresente y todopoderosa. Para ello, no importa tanto el comportamiento ético de la persona sino la fe con que se solicite un favor a Dios o al santo, generalmente la petición va acompañada por algún sacrificio u ofrenda (peregrinación, promesa). El pragmatismo y utilitarismo del catolicismo popular es evidente en este tipo de actitudes y en varias de sus manifestaciones y su preocupación por lo inmediato le resta importancia a lo "histórico".

Como ya se menciona anteriormente, la heterogeneidad es una de sus características esenciales, siendo un pensamiento sincrético (tipo bricolage) que se materializa en creencias, normas, discursos, formas de organización, etc. La población de los sectores populares realiza diversas actividades religiosas con el fin de agradar a lo divino y poniendo su confianza en ello; para lo cual son constantes la realización de rituales, peregrinaciones, celebración de los sacramentos (que funcionan como ritos de paso). La religiosidad popular es una religiosidad festiva, sacrificial y donadora; preocupada por responder a situaciones de inestabilidad, inseguridad, dolor, etc. Lo sagrado constituye algo plenamente disponible para el momento en que el creyente lo necesita. Así, el asumir la religión de esta manera, tan particular y diferente a como la religiosidad oficial lo hace, responde a tres cuestiones de vital importancia para los sujetos: compensación, resistencia y producción de sentido.

La manera en que se expresa la religiosidad en los sectores populares de manera cotidiana es a través de aquellos santos que, por diversas circunstancias, aparecen más cercanos a la vida inmediata de la gente. Se llaman santos a

"las representaciones visibles (imágenes, cuadros, cruces, etc.) de los intermediarios del Dios invisible (los santos canonizados, la Virgen María y aún el mismo Jesucristo), a los que se ofrece alguna forma de culto, como la plegaria, la promesa o la fiesta.” (Marzal, 1988)

En la Iglesia católica se les denomina santos a aquellos que ofrecen un modelo de virtud cristiana a los fieles, aunque para la mayoría de los creyentes este hecho pasa a segundo término ya que lo realmente se considera por la gente es su poder sagrado para realizar

milagros. Entre los santos se considera a las Vírgenes, Cristos y los Santos propiamente dichos.

A diferencia de los santos oficiales que ocupan los altares principales en las catedrales y en las iglesias importantes, los elegidos por la población para rendirles culto están presentes en los lugares más cercanos en donde se desenvuelve su vida cotidiana. El hogar, el espacio de trabajo, el transporte, etc.; o en lugares públicos en donde se transita diariamente: las esquinas de las calles, los parques, los camellones. Asimismo, existen santuarios y capillas en lugares lejanos, de difícil acceso, a los cuales una cantidad amplia de gente asiste en peregrinación.

Mucha gente no se apega a las obligaciones emitidas por la institución religiosa oficial, por ejemplo asistir a misa los domingos, pero si lo hace cuando se realiza la celebración del santo, siendo este el momento en que religiosidad popular y oficial se entrelazan.

No obstante, los ritos y ceremonias populares recurrentes se llevan a cabo en espacios concretos como puede ser en capillas, en la calle, en algún domicilio de la propia gente, a la sombra de un árbol, alrededor de la iglesia, en el lugar de trabajo, sobre el cementerio, y se llevan a cabo de acuerdo a las fechas señaladas del calendario.

Un lugar privilegiado en la devoción popular lo ocupan las Vírgenes, ya que al ser la representación humana de la madre de Dios, su intercesión para el cumplimiento de peticiones puede ser más efectiva. En México, la Virgen de Guadalupe es, sin lugar a dudas, la imagen más adorada y motivo de culto popular en cualquier fecha del año y, con mayor énfasis, devoción e incluso fanatismo, el 12 de diciembre.

A las imágenes sagradas, como los santos, las vírgenes y las diversas representaciones de Jesucristo, se recurre en casos límite de enfermedades, apuros económicos, problemas familiares; pero también, en el caso del Santo patrón de la localidad, cuando se cumple la fecha de su celebración anual, ocasión que hace participar a la mayor parte de la localidad, pues funge como un referente simbólico y como factor de identidad colectiva. Asimismo, se hace énfasis de los santos al particularizar asuntos específicos de los cuales se pueden ocupar, por ejemplo San Judas Tadeo para 'los casos difíciles'.

Otra de las formas más comunes de relación con el santo es la promesa o manda. "se trata de un ritual extra-ecclesial que involucra una súplica y un sacrificio ritual dirigido a la Virgen, a los santos (...) y orientado a buscar un socorro en la vida concreta, de todos los males y necesidades" (Parker, 1993: 328). El valor del sacrificio y la penitencia son

ampliamente valorados por los creyentes, se considera que tienen una fuerza transformadora un sentido de purificación y ayudan a expiar las faltas.

Entre las prácticas y creencias más comunes dentro de la religiosidad popular católica principalmente, además de las expuestas anteriormente, se tiene la peregrinación, entendida esta como un rito de agradecimiento por los favores obtenidos, se peregrina hacia un santuario, centro sagrado donde se venera a una Virgen, un Santo o un Cristo. (Giménez, 1978)

Las peregrinaciones son, por lo general, eventos comunitarios en los que participan los vecinos de una localidad o colonia, grupos de trabajadores de alguna fábrica, o en nuestro caso, grupos de comerciantes, cuya característica es que son acompañados de su santo patrón. La gran mayoría de los peregrinos no son fieles practicantes de la religión oficial siendo este el momento de su reencuentro con la divinidad, pues lo trascendente se materializa en las imágenes y en un espacio sagrado. Tal acontecimiento permite, además de satisfacer necesidades espirituales y de protección, o el cumplimiento de una promesa o manda por una petición cumplida, el reforzamiento de la identidad comunitaria, toda vez que estas formas de asumir la religión se adquieren por socialización más que por adoctrinamiento institucional.

Para Gilberto Giménez existe una distinción entre una peregrinación que "es una marcha ritual por la que (...) se ingresa temporalmente en un centro o foco de condensación de lo sagrado", y una procesión que "es también marcha ritual de imágenes y de personas, pero en un escenario local (...), puede ser un rito de distinción, de propiciación o de celebración, pero no (...) implica la penetración en un espacio sagrado privilegiado." (Giménez, 1978: 153-156)

De igual manera, son de primer orden las festividades y los rituales referidos a la muerte. En este caso particular, las prácticas católicas se funden con las propias de la cultura religiosa prehispánica. El culto a los muertos fue una actividad primordial entre los antiguos habitantes de distintas regiones de mesoamérica. Dicha costumbre fue perpetuada a través del tiempo y fue asimilada por la religión católica dominante, gracias a que los pobladores pertenecientes a los estratos populares combinaron el antiguo culto con el sacramento y los ritos religiosos del catolicismo. De tal forma que se logró constituir la celebración del día de muertos (Todos los Santos y Fieles

difuntos) como una de las más importantes del catolicismo popular y que es practicada año con año por la mayoría de los mexicanos.

Este tipo de celebraciones, rituales y prácticas religiosas en general llevadas a cabo por un amplio número de pobladores pertenecientes a los sectores populares, dan muestra de la forma en que se generan simbolismos y significados por medio de los cuales le dan sentido a su existencia y a su vida cotidiana en los distintos espacios sociales en los que se desenvuelven. De manera particular, el espacio de trabajo es, sin duda, uno de los centros en donde está presente de forma recurrente la práctica religiosa. Tanto en espacios cerrados, como las fábricas, o abiertos, como el trabajo en el sector servicios regularmente en lugares abiertos, existe la presencia de imágenes, símbolos, rituales que hacen referencia a lo sagrado y que cumplen la función de mantener la estabilidad y la seguridad ontológica de los sujetos, así como compensar la problemática inherente a los procesos de trabajo: desde el propio esfuerzo físico hasta la falta de una remuneración adecuada o los problemas personales con los compañeros de trabajo o con la jerarquía. La forma en que se expresa la religiosidad de múltiples trabajadores da cuenta finalmente del contexto social, y en este caso laboral, en el cual se encuentran. Como se ha mencionado la práctica religiosa al asociarse con el tipo de problemática inmediata vivida por los sujetos se puede hacer más o menos intensa o recurrente. Regularmente, para la gran población trabajadora, específicamente la que desarrolla su labor en ocupaciones no clásicas como los vendedores ambulantes, comerciantes de tianguis, artesanos, etc., las condiciones de vida y de trabajo son extremadamente más difíciles que para alguien que cuente con un empleo con buenas condiciones de trabajo; de tal forma que sus necesidades espirituales y religiosas también aumentan, siendo la práctica de diferentes actividades de índole sagrado una constante en su vida cotidiana.

En los vendedores callejeros de tianguis, por ejemplo, las prácticas religiosas las podemos encontrar en el mismo espacio de trabajo, en donde los comerciantes colocan imágenes de santos, de la Virgen de Guadalupe, de Cristo, con el objetivo de que les ayude a la venta del día, situación que lleva implícita una concepción religiosa – principalmente católica- del trabajo como sacrificio, por lo cual es necesario el auxilio de lo divino, en donde se incluye el recurrir especialmente a una imagen considerada pagana por el catolicismo oficial, pero devotamente reconocida por amplios grupos sociales: la imagen de la Santa Muerte. O rituales como persignarse con el dinero de la primera compra como ofrenda a lo divino para que la venta sea buena. Prácticas que

refuerzan la solidaridad e identidad colectiva también se muestran en los vendedores de tianguis como el realizar peregrinaciones anuales a lugares como la Villa de Guadalupe, a Chalma o a Juquila los introduce en una dinámica de convivencia y fortalecimiento de su sentido de pertenencia.

Aunque no podemos soslayar el hecho de que, en este caso, la practica de la religiosidad popular cumple también una función económica. Para el comercio callejero (e incluso para el establecido legalmente) estas fiestas religiosas son una importante fuente de ingresos, por lo que lo religioso-festivo entra en un proceso de mercantilización masiva. Así, como integrantes finalmente a los sectores populares, los comerciantes de tianguis, practican su religiosidad de múltiples formas que, de acuerdo a nuestro planteamiento en la investigación realizada, cumplen la función, además de las estrictamente espirituales, de identificación colectiva, por lo cual dichas formas, tanto subjetivas como materiales, son objeto de estudio.

De lo anterior, entonces, proponemos los siguientes conceptos ordenadores:

Significado religioso sobre el trabajo: puede concebirse como un castigo en cuya realización no se encuentra la realización personal sino que es un acto obligatorio, necesario y sufrible: el trabajo como castigo al pecado original. En este caso no hay identidad con el trabajo, al representar éste sólo un medio necesario para vivir pero no un objeto de la realización personal. Pero también, en las religiones protestantes: la realización como fin y como fuente de realización personal. El hombre se realiza a través del trabajo por medio del cual es posible obtener riqueza material: ética religiosa sobre el trabajo: a mayor trabajo y mayor producción de riqueza mayor bienestar del ser humano. Esta concepción si puede incluir positivamente para que se tenga cierta identidad con el trabajo que se realiza al considerarse como parte importante de la realización personal.

Significado religioso sobre la organización y la acción colectiva: puede concebirse como que es un deber religioso conformarse ante la situación social que se vive, toda vez que el verdadero paraíso y el reino legítimo está en el cielo no en la tierra, por lo que el hombre debe abstraerse de realizar actos en contra del orden establecido. Ello puede incidir para que los tianguistas que asuman esta posición prefieran no comprometerse ni con la organización ni con apoyar acciones colectivas. Este tipo de concepción hace difícil el desarrollo de la identificación colectiva, más allá de lo estrictamente religioso. De otro lado, la organización y la acción colectiva pueden concebirse como actos de justicia de los oprimidos contra quienes les dominan; y la

defensa de sus derechos puede concebirse como parte de una ética religiosa deseable de ser practicada por los creyentes (Teología de la liberación), por lo cual no sólo se está de acuerdo sino que incluso se fomenta la organización y la participación en acciones colectivas en defensa de sus derechos como trabajadores y ciudadanos. En este caso la concepción anterior influye positivamente en la motivación de los sujetos para organizarse y luchar por defender sus derechos, así como puede ser fuente de identificación colectiva, al poner el acento en el beneficio común y no sólo el personal. Un tercer caso es la concepción sobre la organización como carente de toda legitimidad, pues la concreción de la justicia le compete a Dios y no a los hombres. Por lo cual es mejor mantenerse al margen de ese tipo de actividades. Lo anterior influye para la no concreción de la identidad colectiva y la participación de los sujetos en acciones colectivas, al priorizar el beneficio personal, el individualismo, al margen de las necesidades colectivas: fomenta la atomización de los trabajadores.

Religiosidad en torno al trabajo: Cuando se le dota al trabajo de un sentido religioso al considerar diversas imágenes, símbolos y prácticas religiosas para la práctica de la actividad laboral: rezos, practicar ciertos ritos, hacer misas cuando se inaugura el puesto, aportar dinero para la misa del santo patrono, de la virgen; pero también como una fuente de sentido sobre las expectativas en el trabajo sobre todo considerando el ambiente de precariedad laboral que subsiste en la ocupación.

6. El campo organizativo: estructura jerárquica y relaciones sociales de poder.

Un aspecto importante a tratar con respecto a los comerciantes callejeros de tianguis es, sin duda, lo concerniente al tipo de organización que poseen. Uno de los mecanismos con los cuales este tipo de trabajadores ha logrado subsistir y permanecer en sus espacios de comercialización es, precisamente, el contar con una fuerza organizada construida para esos fines.

A partir de que un grupo de personas decide establecer un tianguis en algún lugar de la ciudad, es necesaria la gestión de permisos, de trámites con las autoridades para poder colocarse sin ser desalojados, aún cuando dichos permisos sean temporales y tengan vigencia únicamente mientras el poder local correspondiente ocupe su periodo de gobierno. La asunción de nuevas administraciones conlleva una actualización de permisos y nuevas condiciones para los comerciantes establecidos de manera excepcional. Esta necesidad de gestión para los comerciantes significa tener un mínimo

de organización así como instrumentos de intermediación política para poder sacar adelante sus objetivos.

En el D.F. las organizaciones de comerciantes de tianguis, generalmente, son incorporadas por sus líderes a la estructura corporativa y clientelar del partido gobernante en turno como estrategia para garantizar la actividad laboral de sus representados y, por ende, obtener beneficios económicos y políticos personales para ellos mismos.

La forma en que se estructuran las organizaciones de comerciantes callejeros, de manera particular los tianguistas, en la ciudad de México es un asunto que, para los fines de nuestra investigación asume un carácter estratégico, por lo cual a continuación se expondrá, primeramente, una revisión teórica sobre el ámbito organizativo y a continuación se especificará de manera más concreta cómo se han desarrollado y desenvuelto las organizaciones de comerciantes callejeros, de acuerdo con diversos estudios que se han realizado sobre el tema. Todo ello con el fin de poder desprender o retomar algunos conceptos y presupuestos teóricos para la investigación y análisis de las organizaciones de tianguistas a las cuales enfocaremos nuestro estudio.

Desde un nivel teórico general, una organización es definida como: la conducción de las actividades de un cierto número de personas, que intentan conseguir una finalidad y objetivo común explícito, mediante la división de funciones y trabajo y mediante la jerarquización de la autoridad y la responsabilidad (Edgard Schein, 1975).

En general se aduce que los rasgos comunes que las estructuras organizativas tienen son: 1º) ser formaciones sociales, totalidades articuladas con un número previsible de miembros y una diferenciación interna de funciones. 2º)) están orientadas de una manera consciente hacia fines y objetivos específicos. 3º) tienen en común el estar configuradas racionalmente, al menos en su intención con vistas al logro de esos fines y objetivos (son entes estructurados) (Mayntz, 1972).

Pero, es posible concebirla también como un “patrón complejo de comunicaciones y relaciones en un grupo de seres humanos”, y también “un sistema equilibrado, que recibe aportaciones en forma de dinero y de esfuerzo, y que, a cambio de esas aportaciones, ofrece alicientes” (Simon, 1982: 116). En el cual, se constituye “un grupo de individuos enlazados por alguna identidad común hacia ciertos fines” (Simon, 1990:13). Así, una organización incluye un entramado de los individuos entrelazados

están fuertemente unidos por un fin en común y por un sistema de aportaciones e incentivos.

En otras palabras, las organizaciones logran que los individuos se integren y esfuercen hacia un objetivo, a través de dos mecanismos: a) las organizaciones “permiten que cada individuo del grupo forme sólidas expectativas en cuanto al comportamiento de los demás miembros en determinadas condiciones” (Simon, 1982: 96); b) “proporcionan los estímulos generales y las directrices de la atención que canalizan los comportamientos de los miembros del grupo y ofrecen a esos miembros los objetivos intermedios que estimulan la acción” (Ibid.: 97).

Con referencia a los incentivos distribuidos por la organización se pueden diferenciar entre los incentivos colectivos y los selectivos (Panebianco, 1982). Los primeros son aquellos beneficios “que la organización debe distribuir a todos los participantes en la misma medida”, mientras que los incentivos selectivos son aquellos beneficios “que la organización distribuye solamente a algunos partícipes y de modo desigual” (Panebianco, 1982:40).

Es decir, no sólo es importante para el mantenimiento del consenso al interior de la organización, la distribución de incentivos estrictamente económicos sino que es imprescindible la inclusión de incentivos tales como “las oportunidades de distinción, prestigio, poder personal, y el logro de una posición de dominio” (Barnard 1938: 145-46-48, citado en Scott 1995: 39).

En general, una constante en la concepción teórica de las organizaciones es que son organismos estructurados y jerarquizados cuya actividad implica el cumplimiento de cierta normatividad para el logro de los objetivos que son fijados o consensados por la colectividad.

De manera más específica, las diversas corrientes teóricas que abordan la cuestión organizativa difieren en algunos aspectos más particulares que a continuación se exponen.

Una primera concepción de la organización es verla como un sistema integrado, es la visión estructural funcionalista. La organización es un sistema estructurado y diferenciado únicamente por roles y funciones de cada una de sus partes, las cuales se vinculan entre sí por medio de los mecanismos de la normatividad, que al cumplirse la organización cumple sus objetivos de manera eficaz sin conflicto alguno.

Otra concepción es la propuesta por la elección racional. La organización no es más que la suma de voluntades individuales que buscan el máximo beneficio personal, de tal forma que el entrelazamiento colectivo en la organización se explica por el objetivo último de obtención de ganancias personales. La misma intención de búsqueda de beneficios es lo que guía la actividad de la organización, por lo cual no pueden existir divergencias con respecto a este último objetivo. La organización es solo un instrumento para la satisfacción de las necesidades materiales individuales.

Adicionalmente, puede considerarse a la organización como una estructura de representación política profesional, integrada por cuadros capacitados política, técnica e ideológicamente, cuya tarea principal es el cumplimiento de los objetivos principales de la organización a través de 'dotar' de conciencia a las masas representadas, siguiendo de manera ortodoxa los lineamientos, las tácticas y la estrategia general del organismo (Lenin, 1979). Es, básicamente, la teoría leninista de la organización.

Por otro lado, la organización también es vista como contenedora de una estructura formal, pero en donde también subsiste otra de carácter informal que muchas veces es la que realmente delinea las actividades y los objetivos de la organización. Paralelamente a la jerarquía y normatividad formales, las múltiples relaciones sociales y las prácticas cotidianas hacen emerger una especie de poder dual inmediato del cual dependen, generalmente, la toma de decisiones y actividades cotidianas aunque estén fuera de la norma institucional.

En general, las actividades que realiza una organización se establecen por la normatividad existente y se plantea una división del trabajo y una coordinación de esas tareas para llegar al trabajo final. Esto implica la necesidad de distribuir, asignar y coordinar las tareas dentro de la organización.

Según la teoría de las organizaciones los elementos que componen la estructura de la organización son tres: a) Individuos: son quienes desempeñan la actividad y tienen una serie de objetivos a cumplir; b) Grupos: conjunto de personas unidas por vínculos de amistad, trabajo, etc. que tienen intereses específicos; c) Estructura formal: se distingue entre formal (la voluntad de la dirección, la que ellos disponen) e informal (grupos, relaciones socio-afectivas, espontáneas y no previstas).

Ambas estructuras, la formal y la informal, constituyen la estructura total real de la organización. De tal forma que es imposible analizar y explicar cómo se conforma una organización si no se considera el aspecto no formalizado, es decir, sin tener en cuenta

la influencia de los grupos de la organización, así como toda la gama de relaciones sociales que ahí se generan al margen de las jerarquías institucionales.

Dentro de lo que es insoslayable analizar en una organización es precisamente la estructura global de la misma, lo normativo e institucional, la estructura jerárquica, así como lo más espontáneo de las prácticas cotidianas y las relaciones sociales inmediatas. Además, los elementos de complejidad comúnmente identificados con respecto a la organización son los siguientes:

1. **Diferenciación Horizontal:** es la forma en que las tareas realizadas por la organización se subdividen entre sus miembros, bien sea dando a especialistas una gama extensa de actividades a realizar, lo cual puede traer problemas de coordinación, y subdividir minuciosamente las tareas de manera que los no especializados puedan realizarlas (típico de la burocracia).
2. **Diferenciación Vertical:** Algunas organizaciones mantienen el poder en el nivel más alto, dejando prácticamente sin poder los escalones intermedios. Estas dos diferenciaciones presentan a las organizaciones problemas de control, de comunicación y de coordinación
3. **La Dispersión Espacial:** (representación de la organización en distintos lugares), puede ser una forma de diferenciación horizontal o vertical, o sea, las actividades y el personal pueden ser dispersados físicamente según las funciones horizontales o verticales por medio de la separación de centros de poder o de labores. La organización tiende a volverse más compleja a medida que el medio que la rodea se hace más complejo.

El grado de complejidad, así como el alcance de los objetivos delineados por la organización, de acuerdo al contexto en la que se constituye, condicionan también el nivel de formalización, es decir, de las normas y los procedimientos diseñados para manejar las contingencias afrontadas por la organización. Mientras más recurrente y rutinario es un procedimiento, más formalizado puede encontrarse.

Este proceso de formalización no significa necesariamente establecimiento de las normas codificadas por escrito, ya que puede haber normas formalizadas no escritas, pero igual de funcionales.

La formalización y la profesionalización están diseñados para organizar y regularizar el comportamiento de los miembros de la organización, siendo un proceso por el cual la organización establece las normas y los procedimientos así como los medios para

asegurarse que éstos sean cumplidos. El problema de la formalización suele agravarse si las funciones diseñadas por ella son ambiguas o contradictorias: conflicto de roles.

De acuerdo con Merton (1992),

“Una estructura social formal, racionalmente organizada, implica normas de actividad definidas con claridad en las que, idealmente, cada serie de acciones está funcionalmente relacionada con los propósitos de la organización. En esa organización está unificada una serie de empleos, de posiciones jerárquicas, a los que son inherentes numerosas obligaciones y privilegios estrictamente definidos por reglas limitadas y específicas.” (Merton, 1992: 275)

La cuestión de la formalización de una organización está vinculada con la definición de las jerarquías y el ejercicio efectivo e institucionalizado del poder. Desde el punto de vista organizacional, el poder ha sido considerado como un factor de importancia central. Se le reconoce, entonces, una naturaleza intrínsecamente relacional.

El poder, como fue expuesto en el capítulo anterior, puede concebirse como la posibilidad de conseguir que otra persona haga lo que uno desea, incluso en contra de su voluntad (Weber, 2007). Pero también como el control o la influencia sobre las acciones de otros para promover nuestras metas, sin el consentimiento de aquéllos, contra su voluntad o sin su comprensión (Buckley, 1973).

El poder legitimado reside en la autoridad, o sea, es el poder socialmente reconocido como legítimo (Weber, *Ibíd.*). La legitimación de la autoridad sólo significa aceptación social de la base que sustenta ese poder y no necesariamente agrado. Tampoco hay una relación necesaria entre legitimación del poder y la justicia con que éste es utilizado.

En una organización puede hacerse uso de diferentes tipos de poder (Etzioni, 1972), entre los que se encuentran:

-Poder coercitivo (utilización de la fuerza)

-Poder remunerativo.

-Poder normativo: capacidad de demostrar al subordinado que la orden está relacionada con algún valor o norma.

Implicando con ello diversas formas de que disponen los subordinados para acatar las órdenes (obediencia): a) Alienativa: respuesta altamente negativa. Se obedece porque no se ven alternativas. b) Utilitaria: es un acatamiento en que el sometido hace un cálculo de tipo costo/beneficio y decide obedecer porque "le conviene". c) Moral: el sometido actúa de acuerdo a lo ordenado porque está convencido.

La obediencia también depende de factores externos, tales como la pertenencia de los miembros a otras colectividades y organizaciones, sus compromisos con valores y la estructura de personalidad de los participantes.

Desde el punto de vista del sujeto los problemas objetos de atención son fundamentalmente los referidos al tipo y grado de participación y pertenencia en y a diversas organizaciones. Las motivaciones que lo llevan a participar, permanecer y ascender dentro de ellas. Su comportamiento y reacciones, etc.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente podemos considerar que el estudio central de las organizaciones se ubica en la estructura de poder, el sistema técnico, la distribución de recompensas y castigos, el sistema normativo e ideológico, los fines, objetivos y metas. Los procesos de cooperación, de construcción del sentido de pertenencia (identidad colectiva), conflictos y grado y tipos de comunicación, etc. También se implica la influencia del entorno sobre la organización y viceversa, pues la organización se encuentra en continua interacción con su medio de tal forma que es condicionada por éste y a su vez intenta controlar, dominar a aquél.

Este enfoque contextual se opone a una visión racionalista, que supone que lo que sucede dentro de las organizaciones y el logro de los fines es sólo el producto de su sabio diseño y su hábil conducción, de una manera voluntarista.

El caso concreto de las organizaciones conformadas por nuestro sujeto de estudio, los tianguistas, ha sido abordado también por diferentes autores quienes, empero, se han concentrado en el estudio de las organizaciones de vendedores ambulantes de manera específica y su vinculación con la estructura corporativa de los partidos políticos en el poder. Para el caso particular del D.F., el PRI y el PRD.

A partir de los estudios realizados al respecto se han establecido las formas en que se construyen, desarrollan y subsisten las organizaciones de vendedores ambulantes, así como los logros obtenidos para éstos, principalmente, la garantía de poder desarrollar su labor de comercio en los espacios ocupados de la vía pública.

Por un lado, se argumenta que los vendedores callejeros están limitados en su habilidad para movilizarse efectivamente porque ellos tienen que competir por el espacio y la clientela (Sanyal, 1991). Por otro, se sugiere que los vendedores callejeros son por naturaleza individualistas para organizarse efectivamente. Sin embargo, ambos sugieren que los vendedores callejeros tienen intereses en común con referencia a la regulación oficial (Spaiter-Roth, 1988). La pregunta que tiene que ser contestada, entonces, es como estos intereses comunes se muestran evidentes y bajo que condiciones la movilización colectiva es posible (Cross, 1998:45).

Las relaciones entre los partidos políticos en el poder y los grupos ‘marginales’ tal como los vendedores callejeros han sido descritos, particularmente en Latinoamérica, en términos de cooptación o clientelismo. De acuerdo con Brachet-Marquez el clientelismo se refiere

“a la estructura del poder político en redes de relaciones informales diádicas que vinculan individuos de poder desigual en relaciones de intercambio. En estructuras de autoridad clientelistas, el poder se invierte en un individuo en posición superior (jefe, soberano o caudillo), quien personalmente decide como distribuir los recursos según sus preferencias personales”. (Citado por Cross, 1997)

La movilización popular que podía amenazar al régimen fue canalizada, desde sus inicios, dentro del sector popular corporativizado por el Partido oficial. El PRI ha sido patrocinador y especialista en la cooptación de organizaciones, que normalmente son dirigidas por líderes autoritarios. Esta situación favoreció la fragmentación de los movimientos populares forzando a diferentes grupos a competir con otros por los recursos limitados.

El PRI contó con mecanismos perfectos para controlar las organizaciones populares por medio de la distribución de recursos para favorecer líderes solo cuando su liderazgo era amenazado por grupos disidentes o por nuevos líderes cuando algunos pretendían su independencia (Coppedge, 1993). La distribución de recursos esta entonces determinada por conveniencia política (Cross, 1998).

De tal forma que el comercio callejero de la ciudad de México tradicionalmente se vincula con el PRI como una forma de clientelismo en la cual a las organizaciones de vendedores se les permitió formar mercados a cambio de su apoyo y activismo a favor de funcionarios y políticos de aquel partido.

“(…) la estructura organizacional de las asociaciones de ambulantes fue forzada por la política administrativa de tolerar solamente a aquellos que formaran parte de una asociación reconocida por las autoridades. Esta política solidificó el poder de los líderes que monopolizaron, muchas veces autoritariamente, la capacidad representativa de las asociaciones. Los líderes, y no las autoridades, obtuvieron así el poder de controlar a los vendedores individuales ya que, al suspender o expulsar a un miembro de una organización, le podían quitar efectivamente su derecho a vender.” (Cross, 1997: 96)

Este hecho suscitó que mientras los vendedores individuales se vieron obligados a dejarse acarrear por sus líderes, los líderes también se vieron forzados a defender los

intereses de sus miembros, al proteger y aumentar constantemente la cantidad de espacio público a su alcance (Cross, 1997: 97).

Con ello, la forma en que las organizaciones de vendedores 'informales' se vinculan con el aparato de poder político institucional a través del corporativismo y las prácticas clientelares, representa una intermediación entre lo formal e informal (Castro Nieto, 1990: 63). La actividad de los líderes estaba orientada a instrumentar mecanismos de control del aparato formal, llevando implícito el intercambio de recursos entre sectores.

“La calificación de ilegalidad del comercio ambulante establece un arreglo informal entre autoridades y comerciantes. Los líderes son los encargados de tramitar los permisos y credenciales para los comerciantes que trabajaban en vía pública. Como intermediarios concentran poder a nivel local, derivado de sus relaciones con funcionarios de organismos políticos y oficiales. Ejercen autoridad en forma de presión, que va desde la persuasión, hasta la violencia. Dan protección para la situación ilegal del comerciante en vía pública. Concentran poder económico por medio de la recaudación de cuotas e intereses generados por las cajas de ahorro. El intercambio de recursos con comerciantes ambulantes, se manifiesta en la retribución y correspondencia de su liderazgo a nivel local; disciplina en la ocupación de lugares en vía pública, pago de cuotas y obediencia como seguidores.” (Castro, 1990: 64)

Lo anterior conlleva una dinámica política particular en donde la 'legalidad' temporal del comercio callejero está condicionada completamente por el grado y la constancia de la lealtad política. Lo cual, en realidad, ha representado un mecanismo de control del estado o de las autoridades locales a través de los partidos gobernantes, sobre amplios contingentes de trabajadores 'informales' (Ibíd.).

“La descripción del mecanismo de control se vincula a las actividades del líder dentro del barrio y fuera de este. Como intermediario político, su consigna derivada del partido oficial, consiste en proporcionar apoyos de tipo masivo para actos y mítines organizados por el partido oficial. Su liderazgo se fortalece por medio de la organización de actos populares en la localidad...y también a través de apoyos económicos a los comerciantes y a sus agrupaciones. Extralocalmente el líder establece vínculos con funcionarios y representantes del partido oficial y del gobierno: gestiones de permisos, aportaciones económicas y ejecución de estrategias políticas.” (Ibíd.)

Con lo anterior puede afirmarse que los líderes de las organizaciones, como intermediarios políticos, al gestionar la inserción laboral de los trabajadores así como el respeto a los espacios de venta por parte de las autoridades, convierten a sus representados en 'clientela' política que propician beneficios políticos y económicos al intermediario.

En este mismo sentido, las organizaciones de vendedores han devenido en agrupamientos caciquiles que, al fungir como mecanismos de intermediación, su

objetivo es reproducir clientela política de una manera corporativizada. Esto es, con la intermediación de la organización como instancia estructurante de la actividad laboral de los tianguistas se generan prácticas de gestión ambivalentes que se encuentran ancladas totalmente a relaciones de subordinación, e incluso de tipo mercantil, entre los representantes de la organización y sus miembros de base. Ya que, por un lado, la organización se encarga de la gestión de demandas y necesidades colectivas de los comerciantes: el acceso al trabajo, la seguridad de mantener su espacio de venta negociando con las autoridades, protegerlos contra la amenaza de posibles desalojos de parte de otros agrupamientos de comerciantes, o ante el desacuerdo de los habitantes de la zona en donde se coloca el tianguis, etc., pero, por otro, se genera un monopolio sobre el quehacer burocrático y la capacidad de gestión que implica sometimiento y dependencia sobre los representados: al mismo tiempo que se realizan gestiones que beneficiarán de alguna manera a los miembros del grupo, los representantes también construyen mecanismos de coerción y subordinación sobre éstos con objetivos políticos o económicos particulares, aprovechándose del monopolio sobre la toma de decisiones que le otorga el mismo poder exclusivo de gestión.

De esta manera el dirigente de la organización como intermediario se convierte en “un patrón que necesariamente introduce un elemento de desigualdad en su red: pero su utilidad a la economía de la red sobrepone a la ideología igualitaria de las relaciones internas en las mismas” (Lomnitz, 1994:128).

No obstante lo anterior, la forma en que se vinculaban las organizaciones de vendedores a la estructura corporativa se ha modificado en la última década gracias a la alternancia en el poder. Ello no significa que los mecanismos de control corporativo se hayan extinguido sino que se han transformado en aras de mantenerse vigentes.

De acuerdo con Gisela Zarembeg (2005) una vez llegando al poder el Partido de la Revolución Democrática (PRD), estimuló una creciente fragmentación de los grandes liderazgos monopólicos (que estaban afiliados al Partido Revolucionario Institucional (PRI)), lo que aumentó la competitividad entre los líderes, llevándolos a promover diferentes formas de adhesión y legitimación de sus cargos, que incluyeron desde la protección social hasta las actividades culturales.

De acuerdo con esta misma autora, la nueva situación propició la creación de un amplio número de organizaciones pequeñas, constituidas formalmente en Asociaciones Civiles. Fragmentación que a su vez aumentó las presiones competitivas en el entorno organizacional de las agrupaciones, que ha motivado el que los líderes atenúen sus

prácticas instrumentalistas y despóticas, reemplazándolos por un estilo proteccionista distribuidor de beneficios sociales y culturales complementarios a la mera garantía del espacio de venta.

Y un hecho también relevante es que, a partir de la ofensiva gubernamental contra vendedores ambulantes y tianguistas, los líderes han optado por extender los lazos de sus organizaciones con otras que representan igualmente trabajadores ‘informales’ como taxistas y microbuseros.

En suma, si bien estos estudios nos develan aspectos concernientes a la vinculación entre lo formal y lo denominado ‘informal’, en este caso la relación entre los partidos políticos en el poder con las organizaciones de comerciantes no legalmente reconocidas y que laboran en una actividad igualmente al margen de la legalidad y el reconocimiento explícito e institucional de las autoridades, no se realiza un abordaje específico sobre un tipo de comerciantes, también abundantes y en constante crecimiento, que poseen características específicas que los diferencian de los vendedores ambulantes del centro histórico, por ejemplo, es decir, los trabajadores de tianguis. No obstante, los mecanismos de vinculación entre organización gremial y estructura partidaria podemos reconocer y afirmar que son los mismos en un caso y otro, dada la forma específica en que se ha construido y operado este tipo de relación política a través de amplias redes sociales y políticas: la presión y cooptación de los partidos políticos sobre los organismos, en primera instancia ‘independientes’, con el objeto de gestionar permisos para la ocupación de los espacios y garantizar la actividad comercial sin el peligro de algún desalojo por parte de la autoridad, a cambio de la lealtad y el apoyo de los liderazgos locales que, desde ese momento, ‘apadrinan’ a dichas organizaciones. No es algo fortuito que actualmente la mayor parte de las organizaciones de tianguistas de la ciudad de México pertenezcan al PRI y al PRD.

Con ello, entonces, nuestro objetivo a partir de considerar el tema de la organización como una de las áreas de relaciones sociales primordiales de los tianguistas a través de la cual logran mantenerse en sus espacios de trabajo es dar cuenta, en primer lugar, de la *estructura formal e informal de la organización* (normas, estatutos, estructura jerárquica, mecanismos de participación de la base, manera en es ejercida la dirección: autoritaria, democrática, caudillista, clientelar, etc.); el *tipo de vinculación con organismos políticos* más amplios –el gobierno, los partidos políticos– para saber si se trata de una relación orgánica, corporativa, o si únicamente es una relación instrumental que se determina a partir de qué partido político se encuentra en el poder público y de

esta manera puede garantizar las concesiones para la venta callejera; y los mecanismos que utiliza la organización para la estructuración de la actividad del tianguista (control sobre el trabajo). Así mismo nos interesa conocer las formas de participación de los tianguistas dentro de sus organizaciones y el grado y tipo de consenso con respecto a los liderazgos, es decir, la *cultura política gremial*. Otro de los puntos importantes es lo referente a las *prácticas clientelares y su significación* por parte de los tianguistas con relación al desarrollo de su trabajo, es decir, si lo visualizan como algo necesario, justo, injusto, deleznable, ilegítimo, y de que manera afecta, positiva o negativamente, a su actividad laboral. Una cuestión adicional es el grado de *identificación de los tianguistas con la organización*; si es importante para el sentido de pertenencia colectivo o si, al contrario, es una fuente de conflicto y disputas permanentes entre ellos.

Así mismo se considera el *Significado del tianguista sobre la organización* y la dirigencia, esto es, si se le considera democrática, representativa de los intereses de los tianguistas, honesta o corrupta en sus prácticas, en las negociaciones con las autoridades, en su vinculación con el partido político; si es capaz de dirigir y atender las necesidades de la base: es legítima o no. Es capaz de generar unidad e identidad al interior del gremio con base en la consideración de las necesidades generales de los tianguistas.

Identidad colectiva hacia la organización: Es el sentido de pertenencia al Organismo de representación. Las fuentes de identidad con respecto a la organización gremial pueden estar referidas, en primera instancia a que es el organismo que proporciona un respaldo a la actividad de vender al estar representadas sus demandas e intereses de manera indirecta a través de sus dirigentes. La identificación aquí tendría que ver entre otras cosas por la visualización de la organización como ‘amiga’ contrariamente a la determinación del ‘enemigo’ que en este caso podrían ser las autoridades gubernamentales que intentan controlarlos o extinguirlos. Pero también el enemigo, en otro nivel, podría visualizarse como las grandes empresas de autoservicio de carácter transnacional. En este sentido puede existir una identificación con las demandas que la organización enarbola, y de manera particular aquellas que se refieren a sus propios intereses como trabajadores de tianguis, por ejemplo, el respeto al derecho a trabajar, de utilizar los espacios públicos para vender, etc., las cuales son fuente de identificación una vez que los sujetos le otorgan un significado concreto, de acuerdo a códigos de tipo moral, es decir considerar las demandas de la organización como justas, válidas, pertinentes; ideológicos, porque es ‘necesaria’ la lucha contra quienes explotan a los

trabajadores o al pueblo; emocionales, porque les entusiasma saber que las demandas de la organización representan en parte sus propias necesidades. Al igual puede haber una identificación con las formas de lucha que realiza la organización porque, de la misma forma, las considera justas, necesarias, ‘justificadas’, legítimas, etc. Así, podrá identificarse con formas de acción ‘pacíficas’: movilizaciones, peticiones escritas, recurriendo a las instancias y procedimientos institucionales; hasta formas de acción radicales: enfrentamientos con la policía, cierre de carreteras, toma de edificios gubernamentales, etc. En todo lo cual intervienen elementos subjetivos de carácter emocional, como el coraje acumulado ante lo que considere como ‘injusto’, desesperación ante el hecho de que las ‘cosas no cambien’ por la vía de la negociación, etc. Y, en una dimensión más general, puede existir una identificación con respecto al proyecto de la organización, lo cual conlleva el reconocimiento de una visión del futuro posible, de los medios para arribar a él, así como compartir el marco de explicación de la realidad social con el que la organización da cuenta del contexto en el que actúa y de las posibilidades y justificación de su accionar. Aunque la identidad con respecto a la organización no supone un carácter coherente y sin contradicciones, ya que bien puede ocurrir que el proceso de identificación esté mediado en todo momento por las prácticas concretas de quienes dirigen el organismo, las cuales si no concuerdan con el discurso emitido ‘desde arriba’ puede generar molestia, desapego, cuestionamientos, aunque no necesariamente signifique un rompimiento con la identidad referida a la organización: a sus objetivos, demandas, formas de lucha, proyecto, sino de manera particular con quienes la dirigen. En una palabra, puede existir identidad con respecto a ‘la organización’ pero ello no implica una identidad con respecto a la dirigencia.

Además de lo estrictamente organizativo también es del interés de este trabajo investigar la concreción de acciones colectivas tanto por parte de los organismos gremiales como de los trabajadores de forma espontánea. De esta manera definimos:

Construcción institucional de las acciones colectivas: forma en que la organización toma la decisión de llevar a cabo las acciones colectivas y los mecanismos que implementa para hacer participar a la base: coacción, persuasión, consenso. Las acciones pueden estar referidas a la defensa del espacio de trabajo del tianguista, pero también a actos de apoyo de líderes, de partidos políticos o de alguna autoridad.

Acciones colectivas espontaneas: Las acciones ejercidas de manera inmediata por los sujetos sin la intermediación de la organización: como respuesta a agravios hacia los

compañeros de trabajo, el desalojo de sus espacios de trabajo, el despojo de su mercancía por parte de las autoridades, algún otro grupo de comerciantes o los vecinos por el desacuerdo con el tianguis, o de oposición a la dirigencia de la organización por actos de corrupción, deshonestidad.

Sentido de la acción colectiva: la motivación subjetiva para concretar acciones, la cual puede ser de carácter instrumental, pragmático, (de tipo clientelar como apoyo a los dirigentes, los partidos políticos, funcionarios) orientado por valores, ideología, (por convicción hacia alguna corriente o grupo político); defensa inmediata de intereses laborales: lucha por la defensa de los espacios de trabajo.

Adhesión a la acción colectiva. Es la voluntad de los sujetos para actuar de forma colectiva en procesos de lucha. El nivel de adhesión a la acción colectiva por parte de los tianguistas tendría que ver con el grado en que los sujetos conciban su participación como importante y necesaria, y estén convencidos de que eso es lo ‘correcto’. De tal forma que su identificación con la acción colectiva estará influida por el nivel de su participación: si es esporádica, si tiene cierta regularidad, o si manifiesta un compromiso absoluto con lo cual la identidad del tianguista, ya no sólo estaría significada por su actividad laboral sino por su militancia en la organización, asumiendo como propio el proyecto organizativo y las formas de acción para concretarlo.

Sección 2ª Trabajo, identidad y acción colectiva en trabajadores no clásicos: el caso de los tianguistas artesanos de Coyoacán y los tianguistas de El Salado en Iztapalapa.

Capítulo IV. Los condicionantes estructurales en el trabajo de los tianguistas y en la constitución de su identidad colectiva.

“Un subproletario que “inventa” su trabajo día a día tiene una precaria existencia, pero “disfruta” de una forma de libertad e independencia de todos sus patrones posibles. Por esta razón menosprecia a los obreros, tal como lo mencionó un camarada quien piensa que “ese pelma se encierra en una cárcel todo el día, se vuelve un esclavo, está de acuerdo en obedecer a un patrón”, y por lo tanto no tiene respeto por los trabajadores. El subproletario se considera superior en intelecto, inventiva y, en general, en el arte de vivir” (Macciocchi, 1974, citado por Lisa Peattie (1979) *La organización de los Marginales.*)

1. Una ocupación entre lo tradicional y lo moderno: El trabajo de vender en el tianguis como trabajo *no clásico*.

Al arribar la segunda mitad del siglo XX, y con el auge del desarrollo industrial una vez instalado un modelo económico centrado en el mercado interno (Salas, 2003), comúnmente denominado como de “Sustitución de importaciones” y el subsecuente proceso de migración poblacional del entorno rural a la gran urbe, las actividades llamadas de subsistencia se multiplicaron debido en parte a la incapacidad de la gran industria para absorber toda la fuerza de trabajo disponible, así como a la serie de restricciones que se comenzaron a imponer en materia de calificación y formación educativa a la fuerza de trabajo demandante (Lomnitz, 1994). Es así como, atendiendo en primera instancia a una necesidad de sobrevivencia económica, un sector importante de la población, excluida de los ‘beneficios’ de contar con un empleo remunerado, se vio obligada a llevar a cabo actividades laborales por cuenta propia como dedicarse a la producción de artesanías, a oficios como la construcción, y a la venta callejera, pues de hecho eran actividades simples, sin grandes restricciones y en las que no se necesitaba una calificación especializada para ejecutarlos (Pradilla, 2005), aunado a que la mayoría de quienes las concretaban poseían alguna experiencia y trayectoria laboral en dichas actividades desde sus lugares de origen.

Sin embargo, la intensificación del proceso migratorio trajo consigo la necesidad en los nuevos pobladores no sólo de empleo sino paralelamente de espacios de habitación

disponibles. Los barrios centrales que originalmente dieron cabida al contingente de migrantes fueron finalmente rebasados, produciéndose la creación de nuevos asentamientos en la zona periférica de la Cd. de México, al margen del desarrollo urbano establecido (Lomnitz, 1994).

Este incremento demográfico en el D.F. y la Zona Metropolitana implicó también una ampliación de servicios urbanos públicos entre los que se encontraban los de distribución y abasto de bienes de consumo básico que no fueron satisfechos de forma inmediata por parte del Estado, aún con la implementación institucional de un Programa de Abasto Popular en la década del 70 con el que proliferaron los mercados públicos, y con la creación a mediados de esta década de la Comisión Nacional de Supermercados Populares (CONASUPO). Sobre todo, las zonas que se mantuvieron al margen de la dotación de servicios fueron justamente las que se encontraban en la periferia donde se asentaron grandes contingentes sociales empobrecidos (Gruzinski, 2004: 517).

Así, para evitar el costo –de tiempo y económico- resultado del traslado desde sus lugares de residencia hasta el centro de la ciudad, los pobladores se vieron obligados a conformar conjuntos de puestos comerciales –mercados espontáneos y tianguis- en donde pudieran consumir lo mínimo necesario para la subsistencia cotidiana. Es decir, la propia necesidad y demanda de consumo hizo posible que la ocupación del comerciante fuera una actividad viable para una fuerza de trabajo disponible no ocupada en el mercado de trabajo de la época. Por ello, una cantidad importante de personas, habitantes de estas mismas poblaciones empobrecidas, concibió desde entonces como una alternativa de ingresos justamente el dedicarse a la comercialización en espacios públicos abiertos que fueron ocupados para conseguir ese fin, pues tal como ahora, para trabajar en este tipo de ocupación no se requería de una gran infraestructura sino de materiales e insumos simples que son de uso común. En suma, la conformación de los tianguis en la época contemporánea y de los trabajadores que hacen de él su medio de trabajo, se caracteriza por la amplia precariedad en la que emerge y subsiste así como por la falta de regulación efectiva por parte de la autoridad, entre otras cuestiones, debido a que el surgimiento actual de estos espacios se origina en un ambiente de marginalidad social que, por ende, carecía de los servicios públicos urbanos necesarios; y algo similar ocurrió con relación a la construcción de la ocupación del tianguista, al ser una opción laboral creada en lo inmediato por los propios sujetos para satisfacer sus necesidades de ingresos, la estructura legal sobre el trabajo no los contempló, de tal

forma que ha sido una actividad desarrollada con la carencia total de leyes que los protejan social y laboralmente.

Lo anterior fue posible aún con la situación de exclusión social en la que subsistían amplios contingentes sociales en la periferia de la Cd. de México. Exclusión que, como se indica, no se concentraba en el aspecto social urbano sino, de manera importante, también en relación al mercado de trabajo establecido. Una parte significativa de la fuerza de trabajo migrante, en general desvalorizada, difícilmente estuvo en la condición de ofrecerse a un mercado laboral que demandaba obreros industriales con un mínimo de calificación. Por tanto, los únicos medios de sobrevivencia se basaron –y lo siguen haciendo actualmente- en su capacidad para constituir alternativas ocupacionales y mecanismos de intercambio social no ajustados a las reglas del mercado sino concentrados en los recursos de las redes de parentesco y amistad (Lomnitz, 1987). La formación inicial de los tianguis contemporáneos del territorio urbano del DF pudo darse, justamente, por estas formas de interacción comunitaria constituidas como estrategias de subsistencia colectiva fundadas en la solidaridad. De acuerdo con lo anterior este tipo de prácticas laborales,

“...revelan claras valencias metaeconómicas, que son incorporadas dentro de intrincadas relaciones de reciprocidad y de solidaridad en el ámbito de la familia, de la comunidad y de las estructuras amistosas.” (Chiarello, 1994)

Por otro lado, la creación de los espacios de comercialización popular como los tianguis en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México si bien ha representado, entonces, una alternativa laboral real e inmediata para un amplio sector social, este tipo de ocupaciones, construidas socialmente, se ha quedado al margen también de los estudios sociales de orden laboral. El abordaje científico en éste ámbito se ha enfocado desde una óptica predominantemente economicista y sociodemográfica que sirvió, en principio, para encasillar al fenómeno como parte de una situación de ‘marginalidad’ económica y, posteriormente, en los años setenta, se le incluyó dentro del sector ‘informal’, una vez definido este término por la OIT en 1972 para dar cuenta del conjunto de actividades laborales consideradas como no estructuradas (Tokman, 1976; Cortés, 1991; Salas, 2006).

En este sentido, el comercio ambulante y semifijo es concebido desde los estudios sobre la informalidad como aquella actividad realizada por personas desempleadas o con bajos salarios representando, según esta lógica, una alternativa para disminuir la falta de satisfacción de necesidades económicas esenciales que el trabajo formal no puede

proporcionar, aunque con variantes explicativas de acuerdo a los diferentes enfoques y que va desde considerar a este tipo de trabajadores como microempresarios, hasta concebirlos como la fuerza de trabajo indirecta pero funcional al gran capital (Tokman, 1990; De Soto, 1987; Portes, 1995). Sin embargo, no puede soslayarse el hecho de que una gran parte de las personas que se incorporan a este tipo de actividades también lo hacen porque representa para ellas un oficio de herencia familiar o porque fue aprendido socialmente gracias a la interacción cotidiana en este tipo de ambientes laborales que propician la viabilidad en la integración a este tipo de trabajos. Es decir, la construcción de estas ocupaciones se ha nutrido también del conjunto de prácticas socioculturales y laborales de carácter tradicional persistentes hasta ahora.

Todo este complejo proceso de crecimiento de actividades laborales como la venta callejera no tuvo cabida, pues, inicialmente en los estudios laborales clásicos debido ante todo a que prevaleció en éstos una noción estrecha del concepto de Trabajo, que implicaba el mantenimiento de una visión evolucionista de la sociedad en la que el trabajo industrial representaba el modelo por excelencia bajo el cual todas las demás actividades quedarían subsumidas ante el desarrollo tecnológico y productivo. Sin embargo, el auge global de este tipo de actividades laborales, tanto en la región latinoamericana en la que históricamente han existido, como en los países centrales del sistema mundo capitalista, hizo posible como consecuencia el incremento también de estudios e investigaciones que dan cuenta de la complejidad y peculiaridad de ese tipo de ocupaciones. Por ello, una *concepción ampliada del trabajo* (De la Garza, 2006) nos permite ahora abordar el estudio de este tipo de ocupaciones, como la del vendedor de tianguis, sin menoscabo de toda la complejidad que encierra y sin soslayar la importancia en su proceso de construcción social de los sujetos laborales que la concretan día a día. Así, el trabajo del tianguista en la ciudad de México, más allá de la concepción dualista de formalidad/informalidad, podemos considerarlo como un *trabajo no clásico* (De la Garza, 2010) con todos los elementos teóricos y de análisis que ello implica sin reducirlo a una actividad ilegal o a su expresión como problema social exclusivamente. Esto implica, a su vez, una concepción ampliada de *sujeto laboral*. Es decir, de aquellos sujetos en los que la acción colectiva no está condicionada enteramente por la experiencia, organización y demandas laborales dentro de la relación clásica de capital trabajo; sino que puede existir identidad y acción colectiva también dentro de los que ahora consideramos como trabajos no clásicos en lo cual pueden influir el conjunto de actores interactuantes inmersos dentro de dichos espacios. Así

mismo, la constitución de la identidad puede generarse en espacios extralaborales o entre otros espacios y el laboral propiamente dicho, sin que el sujeto al no encontrarse en una relación social de trabajo de índole capitalista no tenga la capacidad para concretar identidades. Sino, contrariamente, la identidad puede constituirse tanto en el espacio productivo como en el espacio de la reproducción, en la familia, la colonia, el barrio, sin que tampoco sea algo necesario el que se establezca una interacción cara a cara para concretarla, puesto que esta se puede dar en niveles de segundo y tercer orden, de manera virtual, a través de la pertenencia a redes sociales digitales, o incluso de forma imaginaria (De la Garza, 2002).

En el caso de los tianguistas, la movilidad constante de un espacio de trabajo a otro, limita de algún modo que la interacción cara a cara se genere tal y como podría ser dentro de un espacio cerrado o fijo. Sin embargo, aún cuando esta interacción se reduzca al contacto entre un solo grupo de compañeros de un área espacial específica, no representa un obstáculo para que sea posible la construcción de una identidad colectiva, tanto porque su experiencia en el territorio le permite conocer la magnitud del gremio así como los rasgos definitorios de su ocupación que se comparten colectivamente, sus problemáticas, la definición de amigos y enemigos comunes, lo que le brinda la capacidad de auto reconocimiento –el nosotros- como sujeto laboral, como por un reconocimiento gremial colectivo en un nivel extralocal a través de canales mediáticos, virtuales o a través de los recursos del imaginario colectivo.

De manera concreta, considero la Identidad como una forma de subjetividad que consiste, en su dimensión social, en la construcción de un sentido de pertenencia colectivo (De la Garza, 2010) que define al “nosotros”, y en la dimensión personal, a un sentido de apego hacia las diversas prácticas del sujeto, pero no de forma individualista sino concretadas al interior de un conjunto de relaciones sociales. El sentido de pertenencia no existe a priori sino que se da de acuerdo al influjo de ciertas estructuras que presionan e interacciones que el sujeto en cuestión concreta de forma cotidiana en sus diferentes mundos de vida. De tal forma que la identidad no se concibe de una manera esencialista ni psicologista, es decir no remitida al self interno, sino que es un sentido de pertenencia construido por los sujetos dentro de un contexto específico y con objetivos definidos, por lo que la identidad es constituida *para* la situación concreta. Al no existir a priori ni a posteriori, es decir, al no ser una determinación, la persistencia de la identidad estará en función de la experiencia concreta de los sujetos dentro de los procesos sociales que le dieron origen y, sobre todo, de la interpretación y significado

que le otorguen a la situación, por lo cual, la identidad está sujeta a contradicciones, desarrollos, decantaciones, regresiones, reformulaciones, etc. La identidad colectiva, por ende, no es una necesidad para la acción colectiva, pues ésta se puede dar de manera espontánea sin que exista de por medio un sentido de pertenencia colectivo entre los sujetos actuantes, más aún la propia identidad puede ser producto de la acción aunque no de forma obligada; a la vez la existencia de una identidad no presupone la generación inevitable de la acción, en todo caso, ambas se complementan pero no existe una conexión de causalidad entre ellas.

En este sentido,

“La Identidad puede implicar niveles de especificación, de los más ambiguos y latentes a los manifiestos y circunscritos grupalmente, siempre para un problema específico, formando configuraciones subjetivas en tanto estar conformada por redes de códigos de diversos campos (cognitivo, moral, estético, emotivo) y vinculados por formas duras (causales o deductivas) junto a blandas (retórica, analogía, metáfora, principio etcétera) para dar sentido de pertenencia grupal o comunal con respecto de algo. Estas configuraciones no son eternas y sus límites espaciales y temporales también pueden cambiar” (De la Garza, 2001).

Por tanto, para los propósitos del presente documento resulta prioritario analizar y explicar la forma en que estos sujetos inmersos dentro del trabajo no clásico de venta en el espacio público construyen su identidad colectiva tanto dentro del entorno laboral del tianguis, con relación a su trabajo, que remite a la dimensión personal de la identidad – un sentido de apego- aunque forjada dentro del conjunto de relaciones sociales establecidas en dicho espacio, con sus compañeros del gremio así como con la Organización de la que forman parte voluntariamente o no, -la dimensión social- como en otros de sus mundos de vida cotidiana: la familia, el esparcimiento, la religión, etc.

2. Condicionantes estructurales en la construcción social de la ocupación del tianguista.

En la actualidad, después de la primera etapa de gestación y desarrollo de las ocupaciones que consideramos desde aquí como no clásicas y que se han concebido comúnmente como informales o de subsistencia, como es el caso del trabajo del vendedor de tianguis, la cantidad de personas que se dedican a ellas ha aumentado considerablemente, lo cual ha venido a contradecir los pronósticos hechos desde las primeras conceptualizaciones sobre este fenómeno –años sesenta y setenta- de que el proceso de marginalidad y/o informalidad laboral constituía una etapa transitoria de la fuerza de trabajo recién colocada en el espacio urbano en tanto lograba incorporarse al

mercado de trabajo industrial una vez obteniendo un grado mayor de cualificación (Rostow, 1960; DESAL, 1965).

La realidad económica y social imperante lo que manifiesta es más bien lo contrario: existe ahora una exacerbación de este tipo de actividades ante el impacto causado por la intensificación del modelo económico neoliberal impuesto desde inicios de los años 80. El cambio en la estrategia de crecimiento económico llevó al abandono del papel central que había tenido el Estado en la conducción de la economía, iniciando una etapa de privatizaciones y reprivatizaciones, modificación de la estructura legal, el abandono de los mecanismos de redistribución del ingreso y de protección social, y la apertura económica al exterior (Salas, 2003). Con la instauración de dicho modelo económico y las subsecuentes políticas emprendidas en diferentes ámbitos –económicas y sociales, principalmente- en los últimos 25 años, se ha propiciado una disminución de los niveles de ingreso salarial que afecta profundamente las condiciones de vida de un amplio y mayoritario sector social. El salario mínimo redujo su capacidad de compra a la mitad (Salas, 2006), sobre todo después de la crisis económica de 1994. En ese sentido, a lo largo de la década del noventa, el ingreso promedio anual percapita pasó de 18 610 pesos en 1989 a poco más de 23 mil en el año 2000 (Hernández, 2003).

Simultáneamente, desde hace más de dos décadas se comenzó a implementar en el país un proceso de reestructuración productiva y flexibilidad laboral (De la Garza, 2000) que, lejos de llevar a un aumento de la productividad, ha propiciado una situación en donde la mayor parte de los empleos se encuentran desprotegidos, con bajos ingresos y con condiciones de trabajo precarias.

La precariedad en el trabajo es evidente cuando se considera la proporción de mano de obra que trabaja jornadas o muy cortas o demasiado extensas respecto del promedio. Dichas jornadas son aquellas menores de 15 hrs. a la semana, así como las jornadas de más de 48 hrs. semanales. Adicionalmente, ha disminuido el porcentaje de trabajadores que, aunque son asalariados, no tienen acceso a servicios de salud y otras prestaciones establecidas por la ley del trabajo actual. Por ejemplo, el 62% de los empleos creados en los primeros años de la década del 2000 no cuenta con prestaciones sociales. El 49% de los asalariados tenían contrato de tipo verbal. Lo que significa que 13% de los trabajadores con contratos permanentes no disponen de prestaciones sociales y el porcentaje de trabajadores eventuales en los empleos nuevos creados, es superior al 50%. No obstante, el 72% del total de puestos de trabajo creados en el periodo del 2001 al 2006 fue en microunidades, y el 54% del trabajo asalariado nuevo, se ubica en este

tipo de espacios, los cuales se caracterizan por los bajos ingresos, baja productividad y escaso nivel tecnológico (Salas, 2006). Esto representa que el empleo en este tipo de micro unidades productivas, en donde prevalece el trabajo por cuenta propia, ha aumentado significativamente en los últimos 15 años, pues hacia 1996 la fuerza de trabajo ocupada en ellas era de 40-42%, es decir, un crecimiento del 32%. (ibíd.)

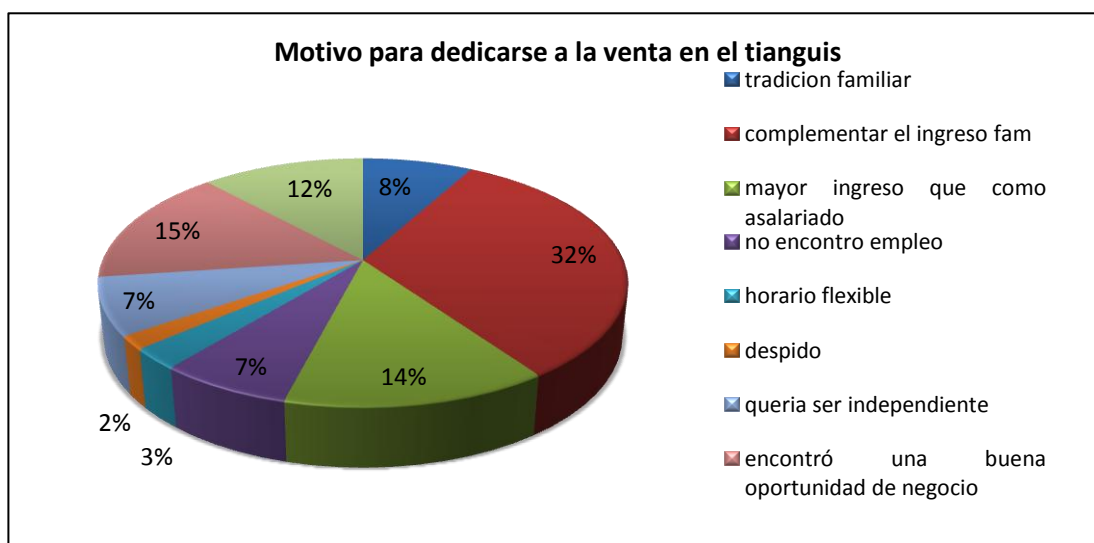
Lo anterior explica en parte el por qué, pese al estancamiento económico, no existen en México altos índices de desempleo: simplemente porque los trabajadores, ante sus necesidades de sobrevivencia, no se plantean como opción el mantenerse desocupados, aunque esto signifique su ingreso a ocupaciones que se desarrollan bajo condiciones precarias de trabajo (Ortiz, 2007; Salas, 2006), siendo uno de este tipo de trabajos el comercio en la Vía Pública.

De esta manera, en el país de 1995 al 2003 se presentó uno de los incrementos más importantes en el número de vendedores ambulantes pues éste aumentó en 53%, llegando a 1.6 millones de personas. Según el INEGI, en el 2003, existían en el país 1,635,843 vendedores ambulantes, casi 53% más de los que existían en 1995. En los años subsecuentes el fenómeno de crecimiento del número de comerciantes en la vía pública lejos de disminuir ha mantenido su tendencia al alza.

A nivel nacional, este tipo de actores laborales, de acuerdo a la Encuesta Nacional de Micronegocios (ENAMIN, 2008) representan el 23% del total de personas que se dedican a la actividad comercial, incluyendo al comercio establecido. De este porcentaje de comerciantes ambulantes y semifijos en la vía pública el 49% son mujeres y el 51% hombres, cifra que para el caso particular de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM) varía considerablemente debido a las condiciones económicas y a las causas socioculturales particulares de la región.

Cabe destacar que en la gran mayoría de los comerciantes de vía pública, de acuerdo con datos de la ENAMIN (2008), la motivación principal para la inserción laboral a su ocupación fue, precisamente, la de buscar un complemento o una fuente alternativa de ingreso familiar con la cual satisfacer sus necesidades económicas y las de sus familias, un porcentaje del 32.22%. Lo cual supera motivaciones de otra índole como la herencia ocupacional (8%) o por la intención de trabajar de forma independiente (7.44%).

Gráfico 1. Motivo para dedicarse a la venta en tianguis.



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la ENAMIN (2008).

Es decir, la causa principal del aumento en el número de comerciantes en vía pública se atribuye a la carencia de ingresos suficientes en otro tipo de actividades laborales.

3. Estructuración del comercio en vía pública en la ZMVM como alternativa de trabajo en sectores sociales populares.

En el DF y la ZMVM²¹ en particular, los trabajadores por cuenta propia menos calificados representan un porcentaje importante de la PEA, alrededor del 23% (SEDECO, 2011). Una parte importante de la fuerza de trabajo capitalina se autoemplea en ocupaciones no calificadas o recurre a la estrategia de los micronegocios, ya sea como un medio de sobrevivencia, como una salida frente a la contracción del sector público, como parte de la reestructuración productiva de las grandes y medianas empresas, o como una respuesta a los deteriorados niveles salariales vigentes. (Hernández, 2003)

Proceso enmarcado por otro más amplio de desindustrialización y tercerización de la economía capitalina desde los años 80 (Pradilla y Marquez, 2005), cuyas causas principales han sido:

-La pérdida de dinamismo del mercado interno debido a la contracción sufrida por las recesiones económicas con alta inflación -1982, 1986, 1995 y 2001-, la caída del salario real a menos de un tercio de su valor, desde 1976 hasta hoy, el empobrecimiento

²¹ La Zona Metropolitana del Valle de México (ZMVM), incluye a las 16 delegaciones del DF y a 60 municipios de los estados vecinos de México e Hidalgo, conurbados al núcleo originario

generalizado, y la competencia desigual con los productos importados libremente desde mediados de los 80 y, sobre todo, con el TLC en 1994.

-La desregulación de la industria y las compras públicas y la apertura a la importación de medios de producción, llevaron a la sustitución de proveedores nacionales por extranjeros, a la ruptura de cadenas productivas, perdiéndose los efectos multiplicadores sobre la industria local.

-Desde los 70, con el auge de la maquila de exportación en la frontera de EU y luego, con la apertura comercial exterior, las nuevas inversiones industriales transnacionales no se instalaron en la ZMVM y grandes empresas como las automotrices se desplazaron hacia otras metrópolis del centro y ciudades del centro norte y norte, para apropiarse las ventajas de localización respecto al mercado norteamericano.

La pérdida de dinamismo económico del DF y la ZMVM, su desindustrialización, y el auge del sector comercial y de servicios, han llevado, pues, a la terciarización económica (Pradilla, 2005). Entre 1980 y 2001, el sector terciario aumentó su participación en el PIB del DF, del 66.01% al 76.00%.

La precarización de los empleos así como el empobrecimiento de la población han hecho posible la proliferación de la venta de bienes y la oferta de servicios personales en la vía pública durante las dos últimas décadas, y que hoy son parte integral de la imagen urbana de la Ciudad.

Una de esas actividades que ha tenido un franco y rápido crecimiento ha sido la venta en tianguis. En el Distrito Federal operan alrededor de mil cuatrocientos setenta tianguis reconocidos oficialmente, en los cuales laboran aproximadamente 46 mil 676 comerciantes²², cifras que son relativas debido a que no todos los vendedores de tianguis se encuentran registrados en el Sistema de Información del Comercio en Vía Pública del gobierno capitalino (SISCOVIP) y a la flexibilidad en cuanto al ingreso y salida de trabajadores de esta ocupación.

De esta forma, como se muestra en el Cuadro 3, la Delegación Iztapalapa concentra el mayor número, alrededor del 29.3%, le sigue Gustavo A. Madero con el 14.7%; en contraste, las Delegaciones con menos tianguis son Cuajimalpa sólo se ubican once tianguis que representa el .8% y en Milpa Alta seis, o sea, el .4% tianguis del total²³.

²² Datos proporcionados por la Secretaría de Desarrollo Económico del D.F. (SEDECO) en Diciembre de 2009.

²³ Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución (2008).

Cuadro 1. Número de Tianguis por Delegación en los años 1994, 2006, 2008.

Delegación/Años	No. de Tianguis por Delegación.		
	1994	2006	2008
Alvaro Obregón.	75	129	129
Azcapotzalco.	45	45	45
Benito Juárez	65	63	73
Coyoacán.	102	102	115
Cuajimalpa	11	11	11
Cuahutémoc.	49	73	114
Gustavo A. Madero	160	190	231
Iztacalco	33	34	34
Iztapalapa.	304	380	441
Magdalena Contreras	21	15	15
Miguel Hidalgo	34	37	45
Milpa Alta.	1	6	6
Tlahuac	10	27	29
Tlalpan	93	120	123
Venustiano Carranza	32	33	37
Xochimilco.	30	30	30
Total	1065	1295	1478

Fuente: Dirección General de Abasto y Distribución.

Algo que es también destacable en los datos contenidos en el cuadro anterior es el aumento significativo que se ha dado en cuanto al número de tianguis que operan en la Ciudad de México desde 1994 hasta, por lo menos, 2008. Como es evidente en algunos casos se tiene un crecimiento superior al 50%; y algo que es sintomático es el mayor crecimiento en aquellas Delegaciones cuya población subsiste, en una parte importante, en condiciones de alta precariedad como es el caso de Iztapalapa y la Gustavo A. Madero.

3.1 Tipos de Tianguis en la Ciudad de México.

Cabe señalar que grandes grupos de comerciantes se concentran en los tianguis de mayor dimensión de la Cd. de México, principalmente aquellos que se han visto

involucrados en la distribución de mercancía ilegal como piratería, fayuca, mercancía robada, armas y drogas, principalmente: El Salado, que ocupa entre 9 mil a 12000 mil comerciantes agrupados en tres organizaciones; el tianguis de Santa Cruz Meyehualco con más de cuatro mil tianguistas y el de la U.H. Vicente Guerrero, en Iztapalapa; Los tianguis de La Raza, El Oro, La Lagunilla y Tepito, en la Cuauhtémoc; el tianguis de La Bola, con alrededor de cinco mil comerciantes, en Coyoacán; y el tianguis de San Felipe de Jesús, en Gustavo A. Madero, que es, junto con el de El Salado, uno de los más grande de América Latina, y que se coloca los domingos a lo largo de siete colonias. La característica principal de estos tipos de tianguis, además de constituirse como espacios donde se comercializa una gran cantidad de mercancía ilegal y donde se han insertado organizaciones delictivas de diversa índole (robo de autos, narcotráfico, contrabando de ropa, aparatos electrodomésticos, etc.), es su gran extensión y su captación de clientela de diversos lugares de la Zona Metropolitana del Valle de México (ZMVM), a diferencia de la mayoría de los tianguis más pequeños que más bien se encargan del abasto local de las colonias en donde se establecen y en donde la venta de mercancía ilícita es menor.

De acuerdo con lo anterior podríamos dividir los tipos de Tianguis que operan en la ciudad de México de la siguiente manera:

1. *Tianguis tradicionales*: en los cuales se comercia con bienes de consumo básico: fruta, verdura, abarrotes, carne, alimentos preparados, ropa escolar, calzado, utensilios para uso doméstico; por lo regular son pequeños, no pasando de 200 o 300 vendedores aproximadamente y se sitúan generalmente en los centros de las colonias o los barrios; se acercan más a lo que se conoce como mercados sobre ruedas; una cantidad importante de comerciantes son migrantes u oriundos de diversos estados del país y tienen un nivel escolar básico.

2. *MacroTianguis*: son tianguis muy grandes tanto en extensión como en el número de tianguistas; una de sus características es que se colocan justo en las avenidas principales donde converge un gran número de personas cuyo lugar de residencia es muy variado; y generalmente se extienden sobre un amplio territorio; la diversidad de los giros y productos comerciales es múltiple: se vende todo tipo de mercancías mezclándose los productos tradicionales de los tianguis con productos de procedencia ilegal debido a que son lugares en donde opera abierta o veladamente la delincuencia organizada. Los tianguis que pueden encontrarse con estas características son, por ejemplo, el Tianguis

de El Salado y el de Santa Cruz Meyehualco, en Iztapalapa y el de San Felipe de Jesús, en la Gustavo A. Madero etc.

3. *Tianguis especializados*: son concentraciones comerciales callejeras de productos como artesanías, música, productos orgánicos, autos, etc.; generalmente son tianguis más pequeños en comparación a los dos anteriores y se encuentran mejor organizados. En estos, al limitarse el tipo de producto con el que se comercia difícilmente se expende mercancía ilegal, y en algunos casos sólo se colocan durante ciertas temporadas o, incluso, se pueden colocar más de un día a la semana, a diferencia de los tianguis tradicionales que sólo lo hacen una vez por semana. Ejemplo de este tipo de tianguis se encuentran los tianguis de artesanías de Coyoacán y el Tianguis del Chopo (Gayosso, 2009).

Empero, el incesante crecimiento y ampliación de los tianguis en la Cd de México ha conllevado diversos problemas sociales urbanos generando, a su vez, respuestas insuficientes e intolerantes de parte del aparato gubernamental y que parecería que tiende a una regulación mucho más estricta y al reordenamiento de los espacios que se ocupan con el fin de restringir y delimitar su extensión, así como tratar de incorporar a los comerciantes de tianguis al sistema de tributación. Entre esos problemas se encuentran:

1. La no recaudación de impuestos.
2. Efectos ambientales negativos: generación de basura, de desechos sólidos, y de desechos fisiológicos; contaminación de automóviles por la utilización de las calles y vías de tránsito como estacionamiento, contaminación auditiva, etc.
3. Inseguridad pública: por el peligro que representa la utilización de energía eléctrica sin las instalaciones adecuadas; el manejo de cilindros de gas; la obstrucción del tránsito peatonal y vehicular; el robo a la clientela y a los mismos comerciantes.
4. Problemas de salud: la venta de alimentos sin las condiciones higiénicas mínimas; la no existencia de servicios sanitarios para la clientela y los vendedores.
5. La nula garantía para los consumidores de los productos que adquiere.
6. La falta de seguridad social para los propios comerciantes.
7. Venta de mercancía de origen ilícito: fayuca, mercancía robada, piratería, estupefacientes, armas, etc. (Mendoza, 1999).

3.2 Principales fuentes de aprovisionamiento mercantil de los comerciantes.

Así, cada vez en mayor medida la venta callejera se asocia con actividades comerciales ilegales, como el narcomenudeo en rápida expansión, los productos de la piratería de marcas, el contrabando y la venta de mercancías robadas, que tienen en los tianguis sus puntos de comercialización. Por ejemplo, los productos que en estos lugares se comercian se han ido diversificado; de esta manera, ya no solo se expenden bienes de consumo básico, como fue inicialmente, sino que abundan productos de menor calidad, de segunda mano o de procedencia ilícita por lo que el costo de dicha mercancía suele ser menor que en el comercio establecido (Alarcón, 2008). La característica de esta mercancía es que es introducida de forma ilegal, precisamente porque el origen de ésta se encuentra fuera de la ley: ya sea, porque son productos elaborados por empresas que trabajan al margen de la legislación industrial como una estrategia para evadir impuestos; porque son productos extranjeros introducidos ilegalmente y que son distribuidos de forma clandestina a través de toda una red de proveedores en la que se incluyen funcionarios gubernamentales; o porque son productos legales pero robados directamente de las empresas productoras o expendedoras, o durante el momento de distribución. Los dos últimos casos se concretan bajo el amparo de Empresas y mafias nacionales y extranjeras que operan al margen de la ley en el narcotráfico, el contrabando y/o la distribución de mercancías ilícitas de forma globalizada, que acumulan capital y llevan a cabo lavado dinero tanto dentro como fuera del país. (Pradilla, 2005)

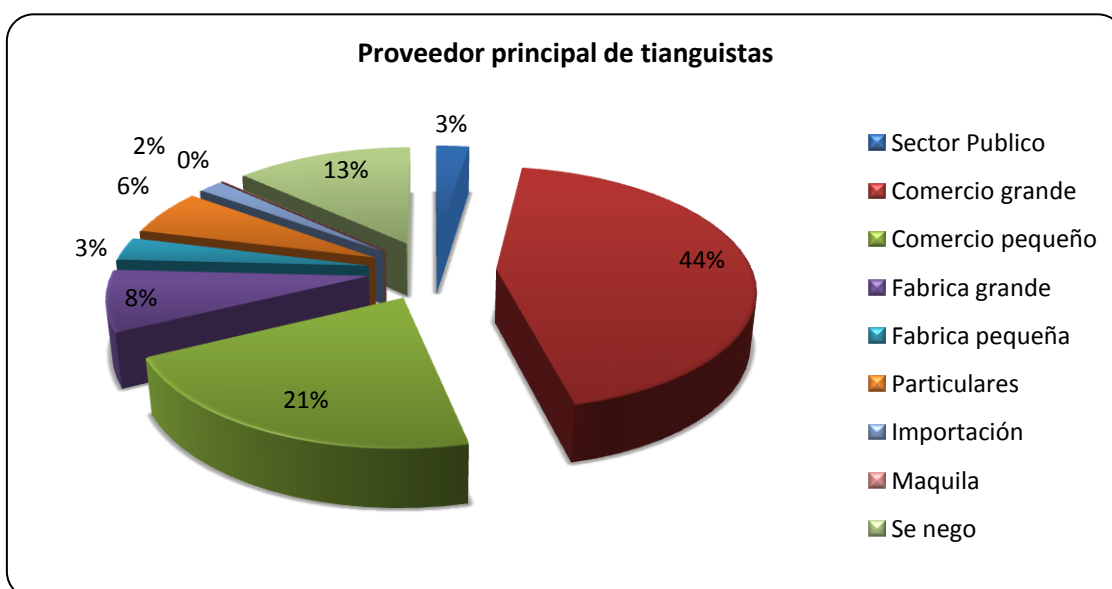
Paralelamente a este suceso también es cada vez más fuerte la presencia en los tianguis de productos de origen chino y de otros países asiáticos que son producidas o importadas por empresas que utilizan estos espacios de comercialización para introducir dicha mercancía, la cual, dada la escasa calidad y falta de control por parte de la autoridad, expresa un costo muy por debajo de los productos de origen nacional, por lo cual es preferido por los comerciantes debido a que repercute directamente en el precio que se le puede manejar al consumidor (Alarcón, *Ibíd.*).

Ahora bien, a este tipo de actividad, bajo la denominación de informal, se le caracteriza por definición como fuera del proceso productivo legal y regulado así como un espacio de comercialización de mercancía apócrifa o de origen ilícito. No obstante, una cantidad importante de tianguistas tienen como fuente de abastecimiento a empresas legalmente constituidas –formales- las cuales, a su vez, ven en los tianguis un espacio idóneo para comercializar sus productos con ganancias superiores a las que obtienen en comercios

establecidos, sobre todo porque el tipo de venta que se concreta con los comerciantes de tianguis suele ser al contado, y ocasionalmente, a crédito pero nulamente a consignación, de tal forma que de un modo o de otro la ganancia en la venta de su mercancía se encuentra garantizada y no, como en las tiendas departamentales que sólo se cuenta dicha ganancia a partir de que la mercancía ha sido vendida, de lo contrario ésta tiene que ser devuelta a los proveedores.

Dentro de la gama de proveedores que abastecen a los comerciantes de tianguis una parte importante son empresas medianas, pequeñas y talleres maquiladores, las cuales se dedican a la producción y comercialización de ropa y calzado, principalmente. No obstante, también grandes empresas, sobre todo de artículos deportivos, cosméticos, abarrotes, perfumería, calzado mantienen una conexión con el comercio en tianguis, aunque lo hacen a través de intermediarios, los cuales se encargan de rematar la mercancía que se encuentra en vía de caducarse, y por ende, el costo es mucho menor siendo la forma de venta por lotes amplios de productos. Ésta a su vez, por el bajo precio al que se compra por parte del comerciante, es vendida a un precio inferior al que normalmente tiene en cualquier tienda de autoservicio, siendo esta situación una de las principales motivaciones del consumo masivo que se presenta en los tianguis sobre todo de este tipo de productos, aunque en la mayoría de los casos sea mercancía caducada.

Gráfico 2. Fuentes proveedoras en comerciantes de Tianguis.



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la ENAMIN (2008).

De acuerdo a datos de la ENAMIN (2008) la fuente principal de abastecimiento de los tianguistas es el gran comercio, considerado éste como los grandes centros de comercialización al mayoreo que existen a lo largo del país. En el caso del D.F. dichos centros se encuentran sobre todo en la zona de La Merced, Mixcalco, Izazaga, y Canal del Norte, y fuera del D.F. en el Estado de México, principalmente Texcoco y Chalco, y en Puebla, sobre todo en San Martín Texmelucan que es considerado como uno de los principales centros maquiladores de ropa de la región.

De acuerdo con lo anterior, estamos ante la presencia de un fenómeno social y laboral que es empujado desde dos ámbitos: desde el ámbito productivo y desde el ámbito de la distribución y el consumo. El proceso de empobrecimiento de las condiciones de vida de la población así como de la propia precarización de los empleos, da lugar a la necesidad de un consumo de bienes y servicios más económicos ante la escasa capacidad de compra de la población, a la vez que propicia la búsqueda de espacios laborales alternativos para la obtención de ingresos con los cuales poder subsistir. El comercio popular en vía Pública juega, entonces, un papel importante en las formas de abastecimiento material de las unidades familiares en sectores sociales de clase baja y media baja por el reducido costo que ello representa. No obstante, la importancia de esta ocupación y del espacio mismo de trabajo que constituye el tianguis no podría reducirse al aspecto de racionalidad puramente instrumental, es decir, al ámbito de lo económico, sino que las configuraciones subjetivas y de interacción social en él contenidas dan lugar al establecimiento de relaciones sociales complejas vinculadas a un amplio tejido de redes de capital social y de la cultura popular, y formas diversas de concebir el mundo y de construcción de identidades colectivas desde dimensiones igualmente heterogéneas.

De esta manera, una ocupación como la del vendedor de tianguis representa una opción laboral viable para un nutrido contingente social que no tiene las posibilidades de incorporarse al mercado de trabajo por diversas circunstancias materiales o subjetivas o, bien, que aunque se encuentra inserto en él sus condiciones de trabajo y el nivel mínimo de ingresos en el que se encuentra dificultan la sobrevivencia cotidiana, atendiendo en este sentido a un proceso de construcción de estrategias para emplearse. (Della Giusta, 2001) Pero, dicho proceso no emerge mecánicamente del contexto económico y laboral imperante, sino que entre las condiciones estructurales y la acción práctica de los sujetos para ocuparse en actividades alternativas media la subjetividad de los mismos, en

particular la construcción de la decisión que se nutre no sólo de atender el interés o las necesidades económicas sino también de un conjunto de valores, cogniciones, sentimientos, estética que le otorgan un sentido a la decisión de cómo y en qué emplearse (De la Garza, 2010).

El conjunto de redes sociales que se encuentran inmersas en estos espacios de comercialización operan justamente con el objetivo de vincular a los sujetos que han decidido emplearse de tianguistas con el lugar concreto para poder ejercer dicha ocupación. Así, aunque se carece de un proceso de incorporación formal al trabajo existen diversos requisitos y normas no escritas que las personas deben de acatar para poder ingresar; además los sujetos deben de tener la disponibilidad para ir gradualmente aprendiendo de la ocupación de tal forma que realicen su labor con cierta eficacia, lo cual pueda traducirse en el corto plazo en la obtención de un nivel de mínimo de ingresos.

Del lado del consumo, la actividad de venta en el tianguis ha sido una ocupación ampliamente demandada por la población, sobre todo la de sectores sociales bajos. La fuerte demanda de la población provoca su asistencia recurrente al tianguis por ser considerado como un medio de distribución de mercancías de bajo costo y de gran variedad, siendo un aspecto importante en la legitimidad social de este tipo de centros de comercialización la proximidad territorial de dichos espacios debido a que regularmente se encuentran dentro de las mismas zonas de residencia de la población asidua. El tianguis en suma se constituye como un espacio de consumo popular arraigado tradicionalmente en la costumbre de la población y a la vez como un espacio de interacción y convivencia social sui generis. Esto es posible debido a que, como han señalado diversos autores, el consumo no es en absoluto una actividad exclusivamente utilitaria (Baudrillard, 1978; Bourdieu, 1980; Featherstone, 1991; García Canclini, 1995), al mismo tiempo que está sujeto a condicionamientos materiales y, por ende, su análisis debe partir del contexto socioespacial en el que se realiza, implica prácticas generalmente idiosincráticas (Williams, 2001). Así, el consumo no es sólo una actividad instrumental sino que, en este caso, “ir al tianguis” significa también, además de consumir, la realización de prácticas de esparcimiento y convivencia social y otras actividades vinculadas al complejo proceso de reproducción de la vida cotidiana.

Estas cuestiones convierten al tianguis en un centro de comercialización popular recurrente y, especialmente, otorgan un sentido de utilidad social a la existencia de una ocupación como es la del tianguista para los sectores sociales empobrecidos.

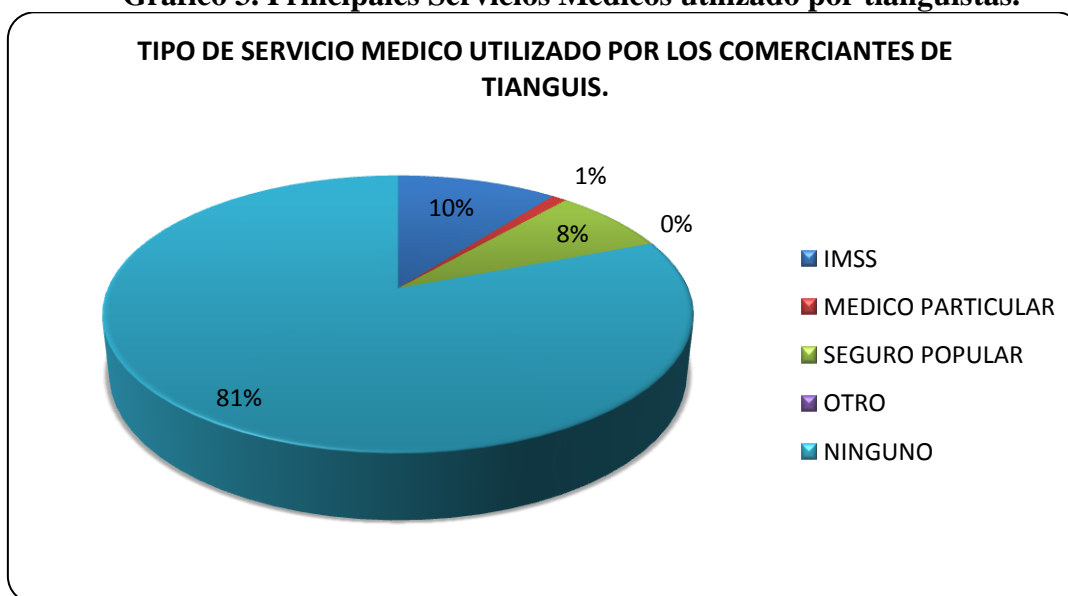
4. Las condiciones de trabajo de los vendedores de tianguis de la Cd. de México.

Como se ha señalado anteriormente, el trabajo del comercio en los tianguis puede ser considerado como una actividad laboral con múltiples problemáticas no solamente para las personas que son afectadas directamente por él, como transeúntes o vecinos de los lugares en los que se instalan, sino también para sus propios protagonistas sobre todo en relación a sus condiciones laborales caracterizadas por permanecer en una situación de precariedad y flexibilidad constantes como es tener jornadas de trabajo extenuantes, la presencia del riesgo latente de enfermedades, accidentes o de su integridad física debido a la violencia social del medio, sin que cuenten con servicio de seguridad social, ni con ningún otro tipo de prestaciones. El comerciante, entonces, concreta su trabajo en un ambiente de total incertidumbre: jurídica, económica, laboral y social.

Así, la venta en tianguis es considerada como una actividad laboral difícil y con nulas condiciones de seguridad social para los vendedores:

“como una actividad dura y violenta debido a las largas jornadas (diez horas en promedio), los efectos del smog, las inclemencias del tiempo sobre la salud, la disminución de la atención a los hijos y al hogar, la posible suspensión de ingresos en caso de enfermedad o vejez que impidan el traslado cotidiano al área de trabajo y la violencia social del medio.” (Reyes, 1996)

Gráfico 3. Principales Servicios Médicos utilizado por tianguistas.



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la ENAMIN (2008).

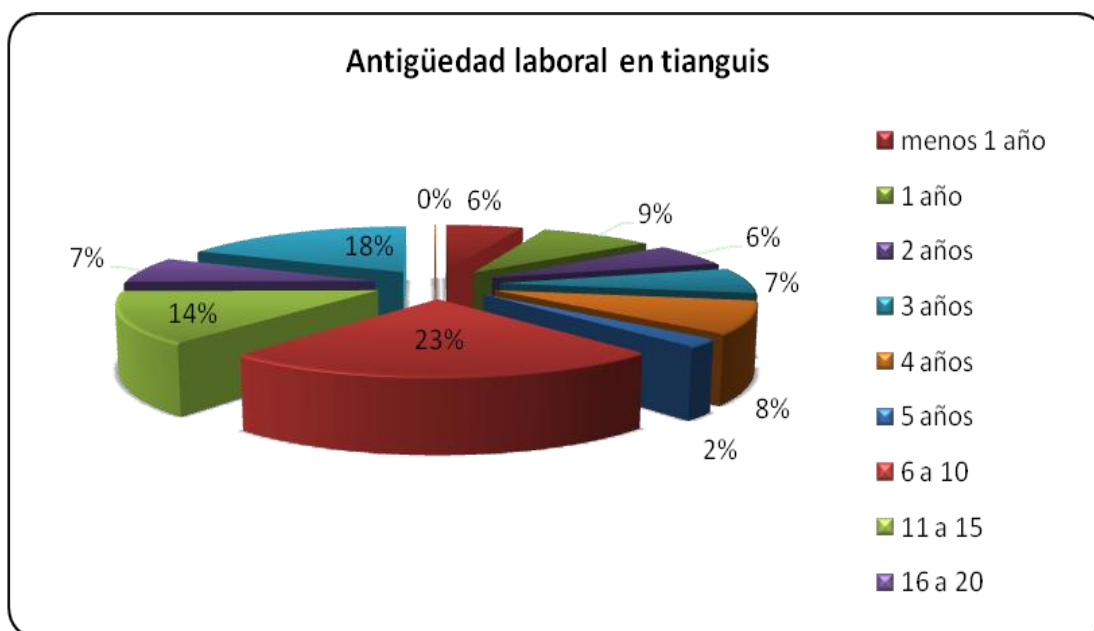
En este sentido, según datos proporcionados por la ENAMIN (2008) los comerciantes no cuentan con ningún tipo de servicio médico en un porcentaje del 81%, esto quiere decir, que la mayoría de quienes se dedican a la venta en Vía pública no tienen

garantizada atención médica en caso de enfermedad. Del total de comerciantes, sólo el 10% está afiliado al IMSS, ya sea de forma directa o indirectamente por prestación a algún familiar, y únicamente el 8% se encuentra registrado al Seguro Popular.

Pese a esta condición de amplia precariedad laboral, las particularidades de esta ocupación se expresan en general, si bien porque en ella existe un estructura de ordenamiento informal, también por la existencia de cierto grado de contingencia en el proceso de trabajo: movilidad periódica de los lugares de trabajo, horario laboral flexible, tareas ejercidas con cierto grado de autonomía, técnicas de trabajo basadas en la experiencia y espontaneidad del vendedor, la simbiosis entre trabajo y ocio dentro de la jornada de trabajo, así como entre las actividades productivas y las reproductivas dentro del mismo espacio de trabajo. Lo anterior, no obstante las pésimas condiciones laborales, ha permitido que la mayoría de los tianguistas se mantengan en su trabajo y nuevos comerciantes se incorporen diariamente.

De hecho, un porcentaje alto de comerciantes han permanecido en su trabajo más de dos lustros, lo que finalmente habla de la decisión del trabajador de mantenerse en esta ocupación siendo algo que no se explica únicamente por el nivel de ingresos que puedan tener o por la falta de oportunidades laborales en el mercado de trabajo formal sino que en ello intervienen también otros aspectos con una complejidad subjetiva mayor, es decir, una gama de elementos que dan lugar a la construcción de sentido de lo que significa ser vendedores de tianguis.

Gráfico 4. Antigüedad laboral en Tianguis.

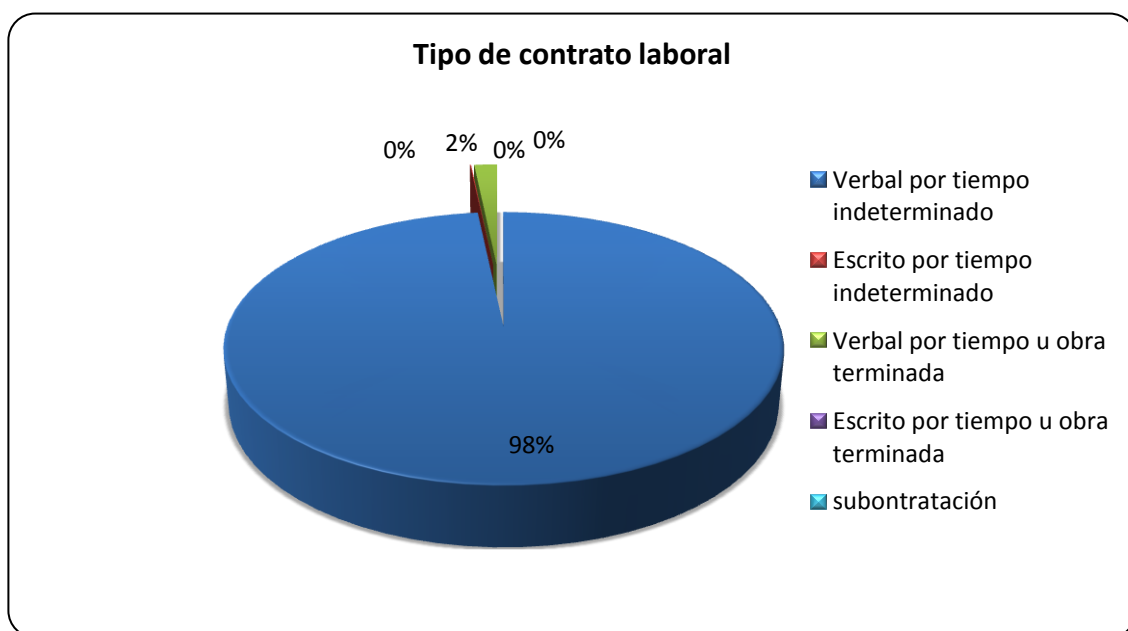


Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la ENAMIN (2008).

Con relación a la cantidad de días laborables durante la semana por parte de los tianguistas, específicamente en el D.F., la gran mayoría laboran de 5 a 7 días a la semana (73%). La jornada de trabajo que más prevalece entre este tipo de trabajadores oscila en periodos de tiempo entre 24 y 40 horas a la semana (28%), 42 y 59 horas (23%) y de 11 a 21 horas (22%) (ENOE, 2008).

Asimismo, los ingresos que obtienen este tipo de comerciantes fluctúan para la mayoría entre 6 y 10,000 pesos (50%), mientras que el 46% percibe un ingreso mensual de hasta 1500 pesos (ENOE, 2008). Es decir, la mayoría de los comerciantes obtiene de 4 a 6 salarios mínimos mensuales motivo por el cual, en este último caso, los trabajadores se ocupan en el comercio de tiempo completo, aunque existe también una parte de este grupo laboral que lleva a cabo otras actividades laborales además de la de vender, ya sea dentro del sector formal o en otras actividades de subsistencia. En el caso de los comerciantes empleados, los cuales en conjunto representan el 11% del total de tianguistas estos mantienen una relación de tipo verbal con los empleadores en un 98% de los casos (ENAMIN, 2008), cuestión por la cual el salario percibido se acuerda en base a una negociación no escrita.

Gráfico 5. Tipo de contrato laboral en el personal empleado.

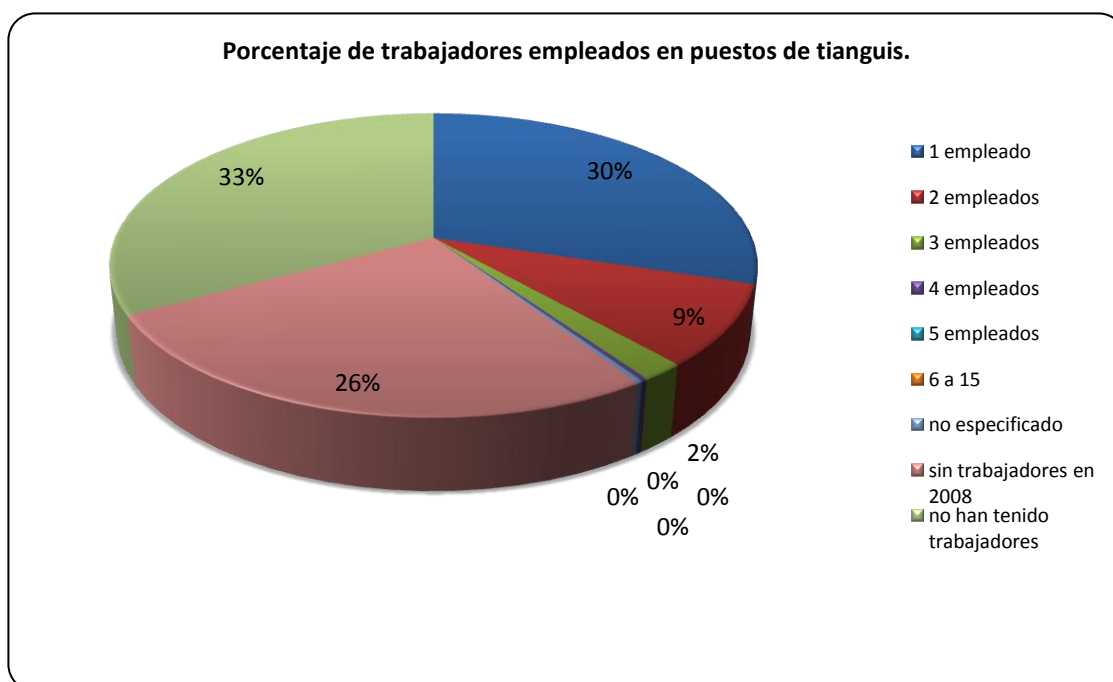


Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la ENAMIN (2008).

El sueldo que perciben los empleados es de dos formas: salario fijo y salario por comisión. En general el salario fijo oscila entre 100 y 200 pesos al día y el sueldo por comisión es de acuerdo a un porcentaje del total de los ingresos obtenidos durante la jornada de trabajo, el cual va del 10 al 15%. La gran mayoría de los empleados de los comerciantes de tianguis son jóvenes entre los 15 y 20 años de edad.

El número de empleados que son ocupados por los tianguistas es en la mayor parte de hasta 3 trabajadores, lo cual representa el 33%; en segundo término el 30% del total solamente cuenta con un empleado y el 26% de los tianguistas no ocupa ningún tipo de trabajador.

Gráfico 6. Trabajadores empleados en puestos de Tianguis.



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la ENAMIN (2008).

En la zona metropolitana de la ciudad de México, como ya se menciona, existe una variación importante en los porcentajes de distribución por género con relación a los datos a nivel nacional: de acuerdo con información estadística de la ENOE (2008) el 62% son mujeres y el 38% restante son del sexo masculino con lo que es evidente la participación mayoritaria del género femenino debido, entre otras cosas, a la flexibilidad de la jornada de trabajo y a la cercanía de los espacios de trabajo con el hogar, lo que permite la dedicación paralela en diversas actividades de reproducción social, o incluso la posibilidad de concretarlas dentro del mismo espacio de trabajo.

En suma, las características de la actividad laboral de comercialización popular en la Ciudad de México, a través de los tianguis, se distinguen por la diversidad de los actores que intervienen en su ejecución; por las múltiples relaciones sociales de trabajo que se establecen; por los procesos de trabajo que se basan, sobre todo, en la experiencia, espontaneidad y creatividad del vendedor en la interacción recurrente con el cliente; por la irregularidad en el cumplimiento de la normatividad legal mínima y por la utilización política del amplio contingente de vendedores a través de las estructuras corporativas de organizaciones gremiales y de partidos políticos. En este sentido, según información vertida por la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO) la Delegación con el mayor número de Organizaciones de comerciantes en Vía pública es la Cuauhtémoc con

196 seguida de Iztapalapa con 103. Específicamente, en el caso de las organizaciones de tianguistas, se tienen contabilizadas en la capital a cerca de 120 asociaciones, prevaleciendo la Delegación Iztapalapa con 30.²⁴

5. Las Estructuras organizativas de los trabajadores de tianguis.

5.1 *Corporativismo flexible* en las Organizaciones gremiales de tianguistas.

En el caso de las organizaciones gremiales éstas han jugado un papel de suma importancia en la estructuración de los espacios laborales y de comercialización que constituyen los tianguis. La función de estos organismos, que formalmente se conforman como Asociaciones Civiles, ha sido más que el de representación el de intermediación de intereses entre el tianguista y la autoridad y, sobre todo, el de controlar al contingente nutrido de comerciantes.

La multiplicidad de este tipo de Organizaciones se origina paralelamente a la creación y desarrollo de los tianguis siendo impulsadas, en la mayoría de los casos, por los propios comerciantes ante la necesidad de contar con instancias y liderazgos reconocidos por la autoridad que contarán con la capacidad para mediar y negociar con ella, particularmente con respecto al otorgamiento de permisos para la operación de sus espacios de trabajo. A la postre, el conjunto de asociaciones se convirtió en estructuras organizativas de dominación sobre los tianguistas que fue subsumida por el aparato corporativo del Estado, a través del Partido en el poder. Lo anterior implica la existencia, justamente, de un fenómeno de corporativismo en las organizaciones de tianguistas, similar al que subsiste en las estructuras sindicales, aunque con diferencias sustanciales como enseguida se explicará.

La definición más clásica y más utilizada sobre corporativismo es la realizada por Schmitter (1986), quien lo define como una forma de representación de intereses, intereses de los componentes de cada corporación, en oposición a la representación ciudadana que hace abstracción de los intereses profesionales o de clase; en un sentido adicional del concepto el corporativismo habría implicado un proceso gubernamental de toma de decisiones diferente del parlamentario; y, finalmente, una nueva forma de legitimidad del Estado. Para dicho autor, la legitimidad y el funcionamiento del Estado dependerían básicamente de los acuerdos entre corporaciones y Estado; sin embargo, distingue entre corporativismo societal y de Estado. El primero coexistente con sistemas

²⁴ Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución: Directorio de Tianguis, 2008.

políticos competitivos, partidistas, abiertos a la alternancia en el poder, con subculturas democráticas y vinculadas con los estados benefactores. En cambio, los corporativismos de Estado estarían asociados con estados autoritarios y significarían un atraso respecto del primero.

Las características formales del corporativismo de acuerdo con este autor son:

- monopolio de la representación en un número limitado de asociaciones;
- erradicación de asociaciones competitivas o paralelas;
- incorporación forzada de los miembros a las asociaciones;
- continua mediación estatal; control estatal de liderazgos; y
- articulación de intereses a través de las corporaciones.

Las organizaciones del gremio de comerciantes de la vía pública tradicionalmente se caracterizaron por sostener prácticas corporativas, pues surgen enmarcadas dentro de un contexto de un Estado social autoritario en el que el Estado poseía el control de las organizaciones de la sociedad civil, a través de su partido, el PRI. De esta manera, al dividirse por sectores el Partido garantizó su presencia en el entramado social con el objetivo de controlar las formas de organización existente y utilizar a los sectores corporativizados para los objetivos del partido, que se sintetizaban en legitimar el Estado y reproducir el sistema de dominación.

Uno de los sectores que el PRI aglutinó y controló fue el de las organizaciones urbanas populares, en donde se cumplían a cabalidad los rasgos característicos del corporativismo definido por Schmitter: monopolio de la representación: las organizaciones sociales del partido eran las únicas encargadas de gestionar diversas demandas de servicios públicos en la ciudad, por ejemplo, solamente a través de dichas instancias la población podía tener acceso a la atención del gobierno a sus peticiones, de una manera clientelar: el partido gestionaba pero a cambio el ciudadano se veía obligado a responder dicho favor con su apoyo irrestricto, tanto en movilizaciones o mítines como en el proceso electoral obligándose a votar a favor del candidato oficial del partido; erradicación de organizaciones competitivas: junto con la característica anterior, las organizaciones corporativas tenían la ventaja de que el Estado actuaba de manera autoritaria hacia otro tipo de organizaciones que surgieran al margen de la representación partidista, utilizando todos los medios de violencia institucional para reprimir a dichas instancias y así disminuir su capacidad de movilización y organización en oposición a la estructura corporativa; la incorporación forzada de los miembros a las

asociaciones: este era un punto que era una práctica recurrente: la organización obligaba a quienes decidían solicitar su participación en la solución de algún problema social incorporarse de ante mano a la organización corporativa que se encargaba de gestionar, sin lo cual simplemente no podía acceder a los beneficios en cuanto a la satisfacción de servicios públicos; Control estatal de liderazgos: el líder de la organización se encontraba dentro de una estructura jerárquica que garantizaba el control desde las posiciones de poder político más elevadas, así las actividades de la organización que lideraba estuvieron siempre encaminadas a consolidar el poder y la legitimidad de toda la estructura, y no sólo su figura como líder: el líder era en realidad un *soldado* del partido, aunque con cierto margen de acción autónoma; articulación de intereses a través de las corporaciones: Como ya se indica el único medio que aglutinaba las demandas sociales de aquellos a quienes incorporaba obligatoriamente a la organización, y a su vez al Partido, era justamente la corporación, sin que existiera la posibilidad de otra vía para tratar de satisfacer los intereses de los integrantes, y aún cuando esto se llegaba a realizar por parte del aparato corporativo esto era de una manera clientelar y siempre manipulando la satisfacción de demandas hacia la legitimación del partido y su estructura corporativa.

Pero, toda esta dinámica de prácticas corporativas tradicionales, ¿como se generó en las organizaciones de tianguistas, antes y después de la caída del PRI como partido oficial y monopólico?

Tradicionalmente, las organizaciones de comerciantes ambulantes y semifijos, como el caso de los tianguis y mercados sobre ruedas, formaban parte de la estructura corporativa del PRI a través de la Confederación Nacional de Organizaciones Populares (CNOP), que era la instancia partidaria que aglutinaba las organizaciones tanto urbano populares –denominadas organizaciones ciudadanas- como gremiales de profesionistas, pequeños y medianos empresarios y comerciantes establecidos, así como aquellos sectores que quedaban excluidos de las grandes corporaciones correspondientes a los obreros (CTM) y los campesinos (CNC) pero cuyos integrantes se dedicaban a actividades laborales urbanas de tipo informal: comerciantes de vía pública, taxistas, boleros, etc. De esta manera, en cuanto se inauguraba un nuevo espacio de comercialización callejero, inmediatamente militantes del partido buscaban su representación, o cooptar a los líderes, para incorporarlos a la estructura de la CNOP, con el fin supuesto de hacer más rápida la gestión de permisos de operación para que la autoridad les permitiera trabajar. Lo anterior fue reforzado desde la estructura de

gobierno en el D.F. a partir de de la regencia de Uruchurtu quien aplicó una política represiva para quienes no se encontraran dentro del aparato corporativo (Cross, 1996) Generalmente los liderazgos, aunque provenían de la misma comunidad o del gremio, se sobreponían a sus compañeros hasta ejercer un poder, en general, de tipo autoritario por medio del cual tanto la incorporación como el cumplimiento de las normas de la organización se hacía a través del uso de la fuerza física o simbólica, por lo cual más que dominación en términos gramscianos –como hegemonía, es decir como capacidad de dirección intelectual y moral- bien podríamos hablar de un poder coercitivo e impositivo, aunque cabe señalar que no en todos los casos fue así, sino que dicho proceso de dirección mantuvo, como hasta la fecha, diversos matices que expresan no el ejercicio de un poder de carácter coercitivo de forma absoluta como tampoco su parte contraria: la de un consenso irrestricto, o sea, la de “un acuerdo entre los miembros de una unidad social dada acerca de principios, valores, normas...” (Bobbio, 2002:315), sino prácticas de dirección que se caracterizan por la combinación entre el uso de la fuerza y el establecimiento de acuerdos tácitos o manifiestos, cuya función más importante ha sido la generación y actualización de la legitimidad de dichos liderazgos. Es decir, un proceso de prácticas de poder y dominación basadas en la dirección unipersonal de líderes que asumen características de *caciques urbanos*²⁵.

La forma de estructurar a las organizaciones gremiales en el aparato corporativo operó de manera absoluta hasta muy entrados los años ochenta, sin que haya desaparecido completamente sino entrara, mas bien, en un proceso de transformación, en especial de la forma en que se estructuraba con una instancia política monopólica: así el monopolio político del PRI fue debilitado pero esto no significó la culminación del aparato corporativo el cual ha continuado operando ahora de diversas formas, entre éstas a través de la vinculación de las organizaciones gremiales ya no únicamente con el otrora partido de Estado, sino con diversos partidos políticos, y estableciéndose una relación corporativa entre las corporaciones y el Estado de manera directa, sin la intermediación política de los partidos. Con ello, el espectro de instancias corporativizantes se amplió y en particular el aparato pasó a ser reproducido y usufructuado por otros partidos políticos como el PRD y el PAN, los cuales lo han mantenido intacto y han sido capaces de utilizarlo para beneficio propio con fines electorales y de mantenimiento del orden social.

²⁵ La pertinencia de definir este tipo de liderazgos como *caciquismo urbano* se detallará más adelante cuando aborde el caso concreto de una organización de tianguistas y su dirigencia.

La mayor parte de organizaciones gremiales de tianguistas en el D.F., por lo anterior, se encuentran dentro de la estructura corporativa ya no sólo a través del PRI sino ahora, a partir de su arribo al gobierno de la capital, también del PRD. Pero también, como se menciona, existen organizaciones que no cuentan con una relación orgánica aparente con partido político alguno, lo cual no implica que no se encuentren dentro de un tipo de relación corporativa, de negociación e intercambio de favores, con el gobierno local en turno, lo cual es una expresión de que el corporativismo históricamente existente en México se transformó aunque no necesariamente al de tipo societal que concebía Schmitter como contraparte del Estatal que prevaleció durante décadas.

En este sentido, para dar cuenta del nuevo corporativismo (o el corporativismo histórico pero actualizado o reconfigurado), que no ha soslayado su esencia en ningún modo, no es suficiente la diferenciación conceptual que hace Schmitter entre el estatal y el societal, por lo menos en lo que se refiere a la experiencia mexicana, pues si bien el Estado social autoritario perdió su hegemonía, lejos estamos de encontrarnos en el tipo de sociedad pluripartidista y democrática en la que se basa el autor para definir el corporativismo societal. Por ello, es pertinente la utilización de una concepción ampliada del Estado, tal y como lo hace Gramsci con el fin de explicar el por qué del argumento de la no extinción del corporativismo aún cuando el monopolio de la representación política dejó de funcionar de la forma similar a como lo hizo durante siete décadas.

Gramsci diferencia dos conceptos del Estado, y más específicamente dos momentos en la articulación del campo estatal: el Estado en sentido estricto y el Estado en sentido amplio o integral (Betances, 1988). En sentido estricto, el Estado se identifica con el gobierno pues posee funciones coercitivas y económicas. Sin embargo, paralelamente al ejercicio del poder y a la función coercitiva, el Estado ejerce una dominación a través de la construcción de la Hegemonía –capacidad de dirección intelectual y moral-, lo que implica la conformación del Estado en sentido amplio. Es decir, el Estado ampliado implica tanto a la base económica como a la superestructura pero conformada ésta por la sociedad civil, campo en donde se construye la hegemonía a través de la generación del consenso. Está conformada por las organizaciones sociales, las corporaciones, a través de las cuales la clase dominante establece su hegemonía sobre los demás sectores sociales subalternos, y la sociedad política –el Estado en sentido estricto- que es el campo constituido por el gobierno y el aparato de ejercicio del poder (Gramsci, 1986).

De esta manera el Estado ampliado o integral funciona con la combinación del ejercicio del poder coercitivo y la conducción hegemónica de la sociedad, cuyo objetivo esencial es el mantenimiento del orden social.

En este sentido, el corporativismo de tipo estatal, propio de sociedades con Estados verticales y autoritarios como el caso mexicano, tuvo la función de estructurar y controlar, a través del ejercicio del poder y mediante la generación de consenso, a diversos sectores de la sociedad civil, siendo el intermediario y transmisor de las demandas sociales hacia el gobierno, el partido de estado. En términos gramscianos el partido –el PRI- se encontraba dentro de la sociedad política, como una institución imprescindible del gobierno, pero a la vez fungía como la instancia estructurante de la sociedad civil a través de la constitución y subordinación de diversos tipos de corporaciones: obreras, campesinas, ciudadanas, urbano populares, gremiales, etc. El partido era, pues, la cara visible del gobierno mediante el cual se generaba el consenso necesario para mantener el orden social a través de la relación corporativa que se estableció con las organizaciones, con lo cual se garantizaba el monopolio en la representación y la transmisión vertical de las demandas así como la resolución de las mismas. A las expresiones organizadas de resistencia y oposición al gobierno –no corporativas-, y por lo tanto constituidas al margen del PRI, se les aplicaba la ‘fuerza del Estado’ mediante la utilización del poder coercitivo. Así, el corporativismo estatal operó con tanta eficacia que el orden social se mantuvo hasta que el modelo de dominación resultó obsoleto ante la modificación de las condiciones sociales y políticas a nivel internacional con la instauración del neoliberalismo mundialmente.

Una de esas modificaciones realizadas estratégicamente, fue el desmantelamiento del Partido de Estado como instancia corporativa monopólica. Lo anterior modificó también la posición que ocupaba dentro de la sociedad política, pasando a ser un organismo político adicional de la sociedad civil, aunque sin perder el control corporativo aún sobre la mayoría de las organizaciones a su mando: obreras, campesinas y populares.

Esto no significó, empero, la destrucción del aparato corporativo pero si su transformación, como ya se ha mencionado. De esta manera, la relación corporativa entre la sociedad política y las organizaciones de la sociedad civil sigue existiendo y operando eficazmente aunque sin la intermediación obligada de un partido único, sino de una diversidad limitada de partidos, y, lo que es la transformación principal, mediante el establecimiento de una relación directa entre el gobierno y las organizaciones sociales, estén vinculadas o no orgánicamente con partidos políticos. Por

ello, este tipo de corporativismo cuyo objetivo esencial permanece como es el mantenimiento del orden societal mediante el control directo o indirecto de las organizaciones de la sociedad civil y la creación del consenso preferentemente pasivo que soslaya la participación política proactiva de las masas, es de tipo *flexible* en el sentido que las corporaciones u organizaciones pueden o no vincularse con uno o más partidos políticos como medio para articular sus demandas y hacer posible la participación de sus líderes en el plano electoral, sin estar, necesariamente, sujetas a alguno de ellos en particular como ocurrió durante la vigencia del Estado social autoritario. Ello no inhibe la reproducción del corporativismo pues finalmente éste se lleva a cabo entre el Estado –la sociedad política- y las organizaciones de la sociedad civil, incluyendo el sector empresarial, un tipo de corporativismo muy ad hoc a la Formación Social Neoliberal.

En el caso de las organizaciones de tianguistas históricamente, como una forma de preservar el monopolio de la representación gremial y en respuesta a la obligatoria vinculación con el Partido de Estado para poder llevar a cabo las gestiones necesarias para ocupar y conservar el espacio público como espacio de trabajo de sus afiliados, obligadamente formaban parte de la Confederación Nacional de Organizaciones Populares (CNOP), siendo así que los trámites y gestiones para la operación de los tianguis y la incorporación de los comerciantes a él se hacía a través de ésta, por ello, de manera similar a lo que ocurría en el caso de los trabajadores industriales con la CTM, para poder insertarse en el trabajo era prerequisite afiliarse a la Confederación y a la organización gremial en particular.

Actualmente, aunque la CNOP sigue teniendo una presencia importante en las organizaciones de tianguistas de la capital, muchas de ellas han establecido una relación directa con el gobierno del D.F. para negociar la permisión de los tianguis a su cargo a cambio de cumplir con los ordenamientos mínimos de operación. En el caso particular de las organizaciones que aún se encuentran dentro de la CNOP, sus liderazgos siguen manteniendo características similares que los líderes tradicionales: una figura paternalista que posee el control monopólico sobre sus agremiados estableciendo con ellos una relación basada tanto en el patrimonialismo como en el clientelismo. Patrimonialismo principalmente con aquellos grupos que le son leales y en los cuales existe un compromiso moral con el dirigente, en donde la relación dominación/subordinación es en este caso ampliamente personalizada y, por tanto, está sujeta no a la norma institucional o estatutaria sino a la complejidad que subyace a una

relación de este tipo en que el peso decisivo no se sujeta a acciones racionales sino motivadas por una heterogénea configuración subjetiva. Clientelismo cuando se trata de la relación de intercambio que se mantiene con aquellos grupos de trabajadores que, aunque insertos en la estructura organizativa y en las relaciones de dominación, debido a la amplitud de la misma lo que existe es un trato más impersonal entre dirigente y base que, no obstante, sigue cumpliendo eficazmente con la función de generación de consenso aunque en términos más de tipo pragmático utilitarios.

El corporativismo permea, entonces, las relaciones entre las asociaciones sociales y políticas y el aparato estatal, incluyendo incluso aquellas organizaciones sociales populares vinculadas a la Izquierda partidista como es el caso del PRD. Este partido, haciendo uso de una ideología y discurso de izquierda, ha motivado que el control ejercido se concrete teniendo como fundamento del consenso la supuesta lucha social que enarbola pero que, en la práctica, le permite operar a través de una estructura corporativa bastante clara aún cuando el tipo de liderazgos ahí mantenidos utilicen diversas formas de dominación hacia sus bases tanto de tipo carismática, como tradicional (paternalista) y en una que podríamos mencionar como *ideológica*, en donde además del carisma del líder se encuentran los ideales sociales expresados discursivamente, y por los cuales sus acciones y prácticas políticas gozan de consenso y cierto grado de respaldo social, lo cual representa una versión izquierdista del pragmatismo utilitario o lo que se denomina como la *real politik*.

No obstante, paralelamente a este tipo de organizaciones corporativas, que ahora podemos encuadrar dentro de un tipo de *corporativismo flexible* en el que, no obstante, siguen vigentes las formas de subordinación y dominación hacia las bases (De la Garza, 1994) así como la incorporación obligatoria de los miembros, la negociación con el estado a través de los liderazgos y la articulación de las demandas a través de las corporaciones, también han surgido tradicionalmente organizaciones que en un momento en el proceso de conformación se les denominó como ‘independientes’ tratando de enfatizar el deslinde hacia el aparato corporativo estatal, las cuales en general han sido organizaciones con una orientación ideológica de izquierda, en sus diversas vertientes y que han intentado funcionar a través de una estructura aparentemente de tipo democrático, en donde se establece como máximo órgano en la toma de decisiones a la asamblea general, tanto en lo que respecta al funcionamiento de la organización al interior, como en las actividades hacia fuera. La emergencia de este tipo de organizaciones en el sector urbano, denominado justamente como Movimiento

Urbano Popular (MUP), se dio sobre todo en los años setenta y ochenta cuando la ciudad sufre una expansión hacia la periferia y se forman múltiples colonias y asentamientos poblacionales legal o ilegalmente, pero que igual necesitaron de manera urgente la realización de obras sociales y diversos servicios públicos, entre ellos, la creación de centros de comercialización popular como son los tianguis. Así, con la expansión urbana se genera un crecimiento de este tipo de organizaciones, ya no solamente a través del aparato corporativo priista sino también de movimientos sociales genuinos que buscaban gestionar sus demandas desligadas de los liderazgos tradicionales para lograr un bien colectivo. En este marco, en diversos puntos de la ciudad se van conformando organizaciones también de tipo gremial, de comerciantes, de tianguistas, de taxistas, que nacen al margen del partido oficial, y que surgen más que como organizaciones sociales como Asociaciones civiles, en muchos de los casos, constituidas legalmente ante notario público. Este es el caso de diversas organizaciones gremiales de tianguistas.

Empero, su carácter de asociación civil tampoco implicó una carencia de liderazgos y de formas diversas de dominación y de ejercicio de poder sobre sus integrantes. Constituyéndose, así, en muchos de los casos, en estructuras corporativas también pero sin que necesariamente se encontraran ligadas al partido en el poder, ni a ningún otro partido político, como ya se indica anteriormente, sino más bien, lograron conformar fuerzas sociales locales en los espacios que controlaban para poder negociar con la autoridad con una correlación de fuerzas favorable, de una manera menos dependiente o estructurada gubernamentalmente, en algo que podría denominarse como *corporativismo social precario*; esto es, continúa la incorporación obligatoria de los integrantes, la negociación de demandas con la autoridad se hace a través de los liderazgos únicos existentes, si bien ya no hay un monopolio en la representación general del gremio si existen corporaciones cuya fuerza social y política, por lo menos en el territorio que controlan, es predominante con relación a otras organizaciones, además de que al interior de ellas continúa el monopolio de representación de los líderes sobre sus bases y, sobre todo, este tipo de asociaciones continúan, de forma invariable, siendo el medio por excelencia en la articulación de las demandas e intereses de sus agremiados colocándose como las instancias únicas de gestión e intermediación.

No obstante, en el caso concreto de las organizaciones gremiales de vendedores de la vía pública, el hecho de que sus agremiados hayan permanecido hasta la fecha en una actividad laboral con una reglamentación ambigua y nulamente controlada

institucionalmente, posibilitó el que los dirigentes de dichos organismos controlaran de manera exclusiva a sus integrantes y a sus espacios de trabajo, convirtiéndose en verdaderos *cacicazgos* urbanos que han llegado a asumir el control de territorios vastos de la ciudad por medio de sus organizaciones.

La vigencia del corporativismo así como las formas de dominación que las dirigencias de las Organizaciones gremiales sostienen sobre sus afiliados no se explica, empero, a partir únicamente de la opresión de las estructuras sobre los actores, aún cuando tradicionalmente la visión que ha prevalecido, al momento de intentar analizar las relaciones entre dirigentes y bases por ejemplo en los sindicatos, sea aquella que concibe las relaciones de dominación/subordinación de forma absoluta. Es decir, ni existen dirigencias completamente verticales y opresivas ni tampoco subordinados totalmente obedientes y víctimas de dicha opresión. En realidad, la reproducción del proceso de dominación implica una participación mutua que se encuentra mediada por la cultura y subjetividad de los actores, en particular una cultura que hace posible la acción de los dirigentes bajo la aceptación tácita o implícita de los representados, una cultura de tipo delegatoria y patrimonialista (De la Garza, 1991). Hablar en este caso de una cultura sobre la que se asienta el corporativismo y las formas de dominación en las Organizaciones gremiales es referirnos a un conjunto de prácticas y costumbres así como una visión del mundo que prevalece en los sujetos con relación al modo en que son partícipes en estas instancias de gestión y representación de sus intereses como grupo. Esto implica finalmente una concepción específica sobre quien se encarga de dirigir así como una concepción del papel que juegan los sujetos como subordinados y/o representados, así como sobre el carácter de las relaciones sociales que se establecen entre uno y otro. Es decir, al tratarse de la visión sobre relaciones de poder específicas, dentro de Organizaciones gremiales, se estaría haciendo referencia a una *cultura política gremial*.

El corporativismo en México, como ya se menciona, tuvo como base relaciones de poder de carácter tradicional, dentro de los sindicatos y las asociaciones, cuya definición se encontraba en la costumbre más que en la norma institucionalizada, y en el favor más que en una obligación sancionada estatutariamente. Lo anterior fue posible gracias al personalismo asumido por los dirigentes a quienes los trabajadores dotaban, en el imaginario colectivo, de una capacidad única para gestionar y resolver los problemas de su entorno laboral. Este patrimonialismo se encuentra, entonces, ligado a una cultura delegatoria en la cual el trabajador, ante esta visión omnipotente de los dirigentes,

subvalora su propio papel protagónico en los asuntos concernientes a la gestión y representación de sus intereses dentro de las organizaciones, conduciéndose de forma pasiva pero, en la mayoría de las veces, al mismo tiempo pragmática.

5.2 Organización y Acción colectiva en los tianguistas de la Ciudad de México.

En el DF se cuenta con una cantidad oficial de 120 Organizaciones de tianguistas²⁶, las cuales asumen el carácter de asociaciones civiles pues es la forma de agrupamiento gremial que reconoce la autoridad para poder otorgar el permiso de operación a los tianguis. En este sentido el Reglamento de Mercados establece que,

“Los comerciantes a que se refiere este Reglamento podrán organizarse en asociaciones” (Art. 77, Reglamento de Mercados, 1951).

“En la asamblea en que se acuerde la constitución de una asociación de comerciantes deberá intervenir un notario público del Distrito Federal, quien dará fe de que en dicha asamblea se ha respetado la voluntad mayoritaria de los comerciantes y, en general, observando las disposiciones legales relativas.” (Art. 78)

“Las asociaciones de comerciantes deberán inscribirse en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio y en la Dirección de Gobernación del Departamento del Distrito Federal. Este registro se hará del conocimiento del Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal, en el cual se llevará un libro especial en que, además del registro, se anote una síntesis del acta en que se hubiera hecho constar la constitución de la asociación. En el mismo Departamento de mercados se llevará un expediente para cada asociación que se abrirá con las copias del acta constitutiva y de los estatutos respectivos” (Art. 79).

De esta manera, la totalidad de los tianguistas se encuentran agrupados, obligadamente, en este tipo de asociaciones gremiales pues es la condición que la propia autoridad establece para que puedan desarrollar su trabajo. Esta situación responde finalmente, sobre todo durante el periodo a que atañe la implementación del Reglamento de Mercados, a la lógica corporativista de monopolizar las formas de organización, gestión y representación, por parte de estructuras articuladas con el aparato estatal.

Así pues, las Organizaciones de tianguistas representan, por la propia naturaleza con la que fueron impulsadas, estructuras verticales y excluyentes de cualquier manifestación de organización autónoma por parte de los propios comerciantes, pues de hecho se encuentran bajo el amparo de la normatividad legal vigente.

Con ello, durante el periodo de mayor auge de la instauración de tianguis en la periferia de la Ciudad de México, es decir, la década de los años setenta y ochenta, la totalidad de las asociaciones gremiales se encontraba afiliada a la Confederación Nacional de Organizaciones Populares del PRI. Situación que se modificó cuando el Partido oficial

²⁶ De acuerdo con datos proporcionados por la SEDECO en 2010.

fue relevado del gobierno capitalino por el PRD en 1994. Este cambio en el gobierno si bien no modificó sustancialmente el aparato corporativo si en cambio abrió la posibilidad para que una gran parte de las asociaciones gremiales concluyeran su relación política con el PRI y, sin necesariamente ligarse orgánicamente con el PRD, al menos visualizaron la necesidad de negociar y mantener una postura conciliatoria con el gobierno local perredista como una forma de actualizar la relación corporativa entre asociaciones y aparato estatal a nivel local, como ya se hace mención.

Las Organizaciones gremiales de tianguistas más importantes tanto por el número de afiliados como por el protagonismo político de sus liderazgos en años recientes en el D.F. son las que se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro2. Principales Organizaciones y Líderes gremiales de Tianguistas en el D.F.

ASOCIACIÓN	DIRIGENTE
1. Unión de Comerciantes de los días de Tianguis en el D.F. y Estados de la República A.C.	1. Octaviano Camela Coyotl.
2. Asociación de Pequeños Comerciantes Ambulantes de Artículos de Primera Necesidad A.C.	2. Everardo Jiménez Jiménez.
3. Alianza Nacional de Comerciantes, Tianguistas y Ambulantes en Vía Pública 20 de Noviembre A.C.	3. Leonardo Estrada Pérez.
4. Unión de Comerciantes en Tianguis, Ferias y Romerías A.C.	4. José Sánchez Juárez.
5. Unión de Comerciantes en Pequeño Benito Juárez, A.C.	5. Ma. de Lourdes Vda. De Mendoza.
6. Comerciantes Tianguistas y Ambulantes de Abasto de la Ciudad de México, A.C.	6. Jorge Soriano Cuevas.
7. Unión Social Única de Comerciantes del D.F. y Estados de La República, A.C.	7. Severiano de la Rosa Govantes.
8. Unión de Tianguistas Independientes de Coyoacán, A.C.	8. José Escobedo Gómez.
9. Unión de Comerciantes Ambulantes Tianguistas "Mártires 1º de Agosto de 1924".	9. Fernando Sánchez Suárez.
10. Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas del "5 de Mayo", A.C.	10. Francisco Breña Reyes.
11. Unión de Comerciantes Semifijos "Lic. Adolfo	11. Juan Flores Flores.

López Mateos, A.C."	
12. Unión de Comerciantes y Tianguistas en Pequeño del D.F., "Gral. Emiliano Zapata", A.C.	12. Celedonia Flores de Hernández.
13. Unión Progresista de Trabajadores Desplazados o Incapacitados de México, A.C.	13. Cándido Zarco González.
14. Unión de Comerciantes Organizados del Centro de Iztapalapa.	14. Rodolfo Ortíz Durán.
15. Unión de Comerciantes "Mártires de Río Blanco", A. C.	15. Félix Hernández Bautista.
16. Unión de Comerciantes Ambulantes del Valle de Anahuac, A. C.	16. Manuel Alquicira George.
17. Unión de Tianguistas Locatarios de La Explanada del Mercado San Lorenzo Tezonco.	17. Cipriano Abundez Luquin.
18. Federación Nacional de Comerciantes e Industriales en Pequeño, A. C.	18. Felipe Serralde Xolalpa.
19. Unión Mexicana de Comerciantes Semifijos del D. F.	19. Abel Berriozabal Urquiza.
20. Unión de Comerciantes No Asalariados Don Mele, A. C.	20. Melecio Ortega Aguilar.
21. Unión de Tianguistas Comerciantes Ambulantes y Similares del Circuito Tlalpan, D.F., A.C.	21. José Dolores Pacheco Mendoza.
22. Asociación de Comerciantes Tianguistas del Campo en la Ciudad de La República Mexicana, A.C.	22. Pedro Ramírez Miranda.
23. Unión de Pequeños Productores Móviles "Tierra y Libertad", A.C	23. Juan Hernández Romero.
24. Unión de Comerciantes de Mercados Populares de La República Mexicana, A.C. "Lázaro Cárdenas"	24. Zeferino del Valle Puebla.

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Dirección de Abasto y Distribución, del Gobierno capitalino (2009).

De todo el conjunto de Organizaciones gremiales una parte relevante se encuentra a su vez aglutinada en Federaciones dentro de las que destacan por el grado de activismo político el Frente Nacional de Comercio Informal (FNCI), dirigido por David Arévalo y Fuerza del Comercio (FC), dirigido por José Sánchez Juárez. El primero forma parte del PRI y ha llevado a cabo diversas movilizaciones a partir de la llegada del PRD al gobierno capitalino. Su principal dirigente es reconocido en el medio como el “rey de

las pacas”, pues aglutina los centros de distribución de ropa de segunda mano más importantes del D.F., en los que se proveen la mayoría de los tianguistas de la Ciudad, ubicados en San Antonio Abad y Pino Suárez²⁷. La agrupación Fuerza del Comercio, por su parte, reúne a una cantidad importante de Organizaciones de tianguistas del D.F., su dirigente, que lo es también de la *Unión de Comerciantes en Tianguis, Ferias y Romerías A.C.*, en el periodo en que se encontraba ligado a la CNOP fue diputado por el PRI; no obstante, en años recientes formó parte del Partido del Centro Democrático de M. Camacho Solís, del cual fue candidato a Senador²⁸, y recientemente se ha coordinado con integrantes de la ALDF de la fracción panista en movilizaciones colectivas que ha realizado en protesta a la implementación del Programa de Ordenamiento de Tianguis impulsado por la SEDECO en 2010²⁹.

Ambas agrupaciones han sido las que mayor cantidad de acciones públicas, ya sea de forma colectiva o a través de actos públicos de sus dirigentes, han llevado a cabo durante la gestión de los gobiernos perredistas en el D.F. En este sentido algunas de sus movilizaciones más importantes han sido:

El 18 de mayo de 2011 se lleva a cabo una movilización y bloqueo en el eje central por parte de tianguistas integrantes de la Federación de Mercados y concentraciones populares Anáhuac demandando al gobierno capitalino la cancelación de permisos para el establecimiento de cadenas comerciales como Walmart, Oxxo, ante la aprobación de la *Norma 29 de Ordenamiento Urbano* por la Asamblea Legislativa en la que se establece que las tiendas de conveniencia y autoservicio únicamente se deben ubicar en vialidades primarias y no en cualquier zona pues afectan el pequeño comercio³⁰. El 6 de febrero de 2009 en operativo llevado a cabo por las autoridades capitalinas detienen a José Sanchez Juárez, líder de Fuerza del Comercio, y 7 personas más ante el desalojo del que fue objeto el tianguis que se colocaba cada semana en calles cercanas a la Delegación Gustavo A. Madero, justo en donde se instaló un Centro comercial de Wal Mart, dando lugar a diversas acciones en respuesta a dicha medida por parte de la Organización de tianguistas³¹. El 19 de febrero de 2009 se realiza una movilización en

²⁷ De acuerdo a David Arévalo, dirigente del FNCCI la vendimia de ropa de segunda mano, aún la de contrabando, representa una opción de compra para la gente de escasos recursos. El Universal, 08 de junio de 2008.

²⁸ El Universal, 14 de marzo de 2000.

²⁹ 23 de Junio de 2010, Boletín de Prensa del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional de la Asamblea Legislativa del D.F.

³⁰ El universal, 18 de mayo de 2011.

³¹ Kaosenlared.net, 06 de febrero de 2011: www.kaosenlared.net.

el Centro Histórico de la capital por parte del FNCI demandando cese a los operativos contra comerciantes que expenden ropa de segunda mano³².

La agrupación Fuerza del Comercio realiza un Plantón en la ALDF (FC) el 23 de Junio de 2010, cuya principal demanda es el rechazo al Programa de ordenamiento de tianguis implementado por la SEDECO en ese año³³. El 20 de febrero de 2012 se lleva a cabo una nueva movilización, ahora en contra del comercio ambulante, por parte de Fuerza del Comercio demandando al gobierno capitalino el respecto a los espacios de trabajo de los tianguistas agremiados³⁴.

De esta forma, durante los últimos años las principales acciones colectivas llevadas a cabo por tianguistas en la Cd. de México han sido las que han encabezado estas agrupaciones las cuales, como se menciona, mantienen una relación política directa con Partidos Políticos. De hecho, la Organización Fuerza del Comercio se logró constituir como una Agrupación Política Nacional legalmente reconocida por el Instituto Federal Electoral, con lo cual no solamente se concreta a enarbolar las demandas de sus agremiados sino también incluye demandas sociales más amplias³⁵. En general, las demandas que han motivado las acciones de estas agrupaciones representan una forma de respuesta ante las medidas implementadas por el gobierno capitalino de confiscar la mercancía de los comerciantes, desalojarlos o intentar concretar un ordenamiento, sin que se incluyan demandas con respecto al mejoramiento de sus condiciones de trabajo. Es decir, son acciones de carácter reactivo que buscan aprovechar la coyuntura propiciada por la propia acción gubernamental para hacerse notar públicamente y mostrarse con relativa capacidad de fuerza y movilización. Esta dinámica, empero, si ha permitido que se concreten negociaciones entre la autoridad y las Organizaciones con el objetivo de que los espacios controlados por ellas se mantengan sin alteración alguna. Cabe destacar que una demanda que ha sido constante en diversas movilizaciones de tianguistas ha sido solicitar al gobierno capitalino la cancelación de permisos para la instalación de grandes tiendas de autoservicio, específicamente de WalMart y Bodega Aurrera, las cuales se han multiplicado en más del 100% en zonas populares en las que

³² El universal, 19 de febrero de 2009.

³³ Avisooportuno.com, 23 de junio de 2010.

³⁴ www.milenio.com, 20 de febrero de 2012.

³⁵ Así, por ejemplo, dentro de sus estatutos expresa que “El universo de trabajo de la Fuerza del Comercio lo constituye, en términos generales, la población urbana. Considerando el acelerado proceso de urbanización de la sociedad mexicana y su tendencia creciente, el reto político de la Fuerza del Comercio adquiere importantes proporciones” (Estatutos *Fuerza del Comercio*, Diagnóstico.)

existe una mayor cantidad de tianguis y proliferan los pequeños comercios, afectándolos de manera directa.

6. Los distintos actores intervinientes en los tianguis. La clientela como actor estratégico.

Además de la relación que el tianguista establece, obligatoriamente, con el espectro de Organizaciones gremiales para poder ingresar y sostenerse en el Tianguis, éste concreta relaciones sociales con diversos actores que se encuentran presentes de forma permanente o temporal y que son parte, finalmente, de la dinámica y el ambiente de trabajo del tianguista; en general, la interacción social se nutre con tipos diversos de *Vendedores ambulantes* que se dedican a comercializar alimentos, medios de información impresos, insumos para el trabajo, cuyos principales consumidores son los comerciantes del tianguis; la *clientela* que asiste semanalmente al tianguis y que puede diferenciarse por la edad, el sexo, el lugar de procedencia, la capacidad y forma de consumo que realiza; los *vecinos* de la zona donde se colocan los tianguis del D.F. y del Estado de México; los *transeúntes* que solamente van de paso hacia otro lugar pero que en el inter observan, preguntan y consumen algunos de los productos que se expenden; la *policía* en actividad de vigilancia, cuya presencia es temporal y notoria sobre todo en las horas de mayor afluencia de clientela; *funcionarios gubernamentales*; los *Delegados* de las organizaciones gremiales que son los encargados administrativos de cada tianguis y que fungen tanto de responsables directos como de gestores. Junto con ellos se encuentran un vasto grupo de ayudantes que se dedican al cobro de la cuota así como a realizar tareas específicas de la organización como censar a los comerciantes, exigir el trámite de la credencial que identifica a los tianguistas como afiliados; pero, cada vez en mayor medida y de forma más violenta, los integrantes de organizaciones delictivas que asisten al tianguis no solamente a delinquir sino también a expender el producto conseguido por su actividad ilícita.

Un actor imprescindible en el proceso de trabajo del comerciante de tianguis –y en general de cualquier comerciante– es el cliente, pues éste es medio y fin al mismo tiempo. Es el medio para la obtención de ingresos producto del intercambio comercial que se entabla con él y es un fin desde el momento en que todo el trabajo del tianguista se enfoca justamente a satisfacer la necesidad de consumo de su clientela. Con ésta el

trabajador, además del intercambio estrictamente comercial, entabla una interacción social diversa que implica prácticas de solidaridad, amistad o conflicto.

En este tipo de espacios de comercialización popular al tipo de productos expendibles le corresponde determinados tipos de consumo. La clientela que asiste a los tianguis suele ser bastante heterogénea y de distintos espacios territoriales, aunque la gran mayoría de población asistente pertenece a las colonias cercanas a dichos espacios de comercialización. Pueden definirse, no obstante, diferentes formas de consumo de acuerdo al tipo de cliente. De esta manera puede denotarse el consumidor que asiste al tianguis para proveerse de mercancía y posteriormente revenderla en otros espacios o en el propio tianguis; los trabajadores de diversos oficios que asisten a proveerse de insumos para su trabajo como herramientas, refacciones u objetos de segunda mano que son capaces de reutilizar; las amas de casa que asisten a consumir bienes de consumo básico; una población juvenil que asiste al tianguis con un afán de convivencia y esparcimiento así como para consumir productos de moda, que pueden ser originales, robados o piratería; y, finalmente, una vasta y diversa población que realiza un consumo de tipo *rastrero*, es decir, que busca y consume mercancía de segunda mano a la par que concreta diversas formas de interacción social. El común denominador de la clientela asistente a los tianguis es, justamente, la búsqueda de productos a menor costo, pero a la par también productos de moda u originales que son socialmente reconocidos y aceptados, para lo cual el origen o calidad de dichos objetos no se cuestiona, pues el producto consumido puede ser original pero robado, o no original pero visualmente admitido como tal. Así, el tianguis cumple con el papel de proporcionar a la población de recursos limitados mercancía que difícilmente podría consumir en el comercio establecido por su costo elevado, satisfaciendo de ese modo la necesidad construida por el mercado de consumir los productos globalizados que son ampliamente difundidos por los medios masivos de comunicación. Siendo un ejemplo de ello las bajas ventas que tienen los tianguistas que optan por vender mercancía nacional como ropa o calzado.

No obstante a la alta demanda por parte de la población del espacio de comercialización como el tianguis, la asistencia masiva a éste se da sobre todo de acuerdo a ciclos de consumo en los que los periodos de mayor auge corresponden a los periodos vacacionales. Periodo en el que no sólo aumenta la cantidad de clientes sino también la cantidad de vendedores y de delincuencia.

Pero, a esta diversidad mercantil necesaria para satisfacer las necesidades heterogéneas de una clientela demandante se corresponde una densa composición de tianguistas que

difieren no sólo en cuanto a sus rasgos sociodemográficos sino sobre todo en la forma en que se insertan a la ocupación, los objetivos que cumple su trabajo, así como las motivaciones para mantenerse en él que no se circunscriben a razones de tipo instrumental sino que albergan configuraciones culturales y subjetivas concretas.

7. Diferenciación en el estatus laboral del comerciante de tianguis.

La composición del comerciante de tianguis es heterogénea como ya se menciona pero, en general, la complejidad contenida en ello es común en todos los espacios de este tipo existentes en el D.F. y la Zona Metropolitana. El cómo se conforma ha dependido en lo general del estatus que el comerciante tiene con relación a la manera en que ocupa el lugar de venta. El conjunto de los lugares para vender se estructura, en un primer momento, de acuerdo a la antigüedad del trabajador, pero también, una vez estructurado y legitimado el tianguis ante la población consumidora, a la capacidad del capital para invertir, en lo que va implícito en algunos casos también el pago para ocupar el lugar donde expenderá sus productos. Por ello, el estatus de la forma en que los lugares son ocupados se determina a partir de ambas situaciones –la antigüedad y la capacidad económica para comprar el derecho a usar el lugar-.

Partiendo de lo anterior, se pueden diferenciar los comerciantes de acuerdo a la condición en la que ocupan sus lugares. Así se encuentran: a) el *Comerciante Titular* o cuentapropista, encargado directo del puesto. En esta condición se encuentra la mayor parte de los comerciantes, la forma en que ocupan sus lugares de venta puede deberse a tres situaciones: la primera, es que se ganaron el derecho a usufructuarlos debido a que fueron fundadores de un tianguis; la segunda, porque pudieron acceder a ellos después de pagar el costo fijado por la Organización o resultado de una transacción monetaria con el encargado original; y, tercero, ocupan el lugar rentándolo o en forma de préstamo por parte de otro comerciante que posee el derecho de utilizarlo, o bien por parte de la Organización de tianguistas. b) el *comerciante auxiliar o empleado*. Este caso puede darse de dos formas: 1. el *comerciante ayudante familiar sin pago*, que se constituye como una fuerza de trabajo familiar adicional subordinada al control del encargado directo; 2. el *comerciante empleado contratado*, el cual mantiene una relación social de trabajo con el encargado expresada a través de un acuerdo de manera verbal (Gayosso, 2009).

En síntesis, tenemos entonces dos formas de ocupar el lugar de venta, como propietario, ya sea por haberse apropiado del lugar o por haber pagado un precio por él; y como usufructuario del lugar por arrendamiento o préstamo. Los otros dos tipos de comerciantes constituyen la fuerza de trabajo auxiliar del tianguista titular.

Por otro lado, la forma en que cada lugar, sea propio o no, se organiza y se compone con mayor o menor cantidad de personal auxiliar es también diversa. En ello tiene que ver la magnitud del lugar de trabajo y de la mercancía, el margen de ingresos y de ganancia, y si se cuenta o no con una red familiar de la que se pueda echar mano para incorporarla al trabajo en el tianguis o bien se tenga que ocupar fuerza de trabajo no familiar.

Todo lo anterior, entonces, genera cierta particularidad y diferencia del tianguista con respecto a otro tipo de trabajadores, sobre todo con los trabajadores asalariados, que le permiten reconocerse como un tipo de trabajador con elementos de identificación colectiva y de diferenciación específicos. De la misma manera, aunque de forma bastante limitada, se han dado muestras de la organización y movilización colectiva de este tipo de trabajadores por la defensa de sus espacios de trabajo ante la implementación en 2010 de parte del gobierno capitalino de una política de ordenamiento y reubicación concretamente para el caso de los tianguis³⁶, como se señala en un apartado anterior. Los objetivos de dicho Programa de Ordenamiento y Regulación de los tianguis, de acuerdo con la titular de la Secretaría de Desarrollo Económico de la capital, Laura Velásquez, son “recuperar, reubicar, regenerar, modernizar tanto los mercados públicos como los sobre ruedas y los tianguis”³⁷ y no “quitarlos o cerrarlos”. Aunque para la concreción de dicho programa las autoridades han recurrido a un uso excesivo de la fuerza pública, en una situación que bien puede describirse como un proceso de “criminalización” de la ocupación de tianguista.³⁸

No obstante, de acuerdo a la perspectiva aquí sostenida los tianguis distan mucho de permanecer en un estado de cosas caótico, en donde la constante sea la total desmesura del proceso de trabajo y de las relaciones que se establecen durante el intercambio comercial entre el vendedor y el cliente, así como las relaciones existentes con otros agentes que intervienen directa e indirectamente. Al contrario, podemos afirmar que el

³⁶ En particular el Programa de Ordenamiento de Tianguis en el D.F., por parte de la SEDECO en 2010.

³⁷ Periódico *El Universal*, 10 de enero de 2008.

³⁸ Al respecto señala Horacio Martínez, anterior jefe delegacional de Iztapalapa: “en este caso, no cabe la negociación con los comerciantes del lugar, pues “nosotros no podemos negociar con delincuentes”, por que ellos saben que la mercancía que venden es ilegal y por lo tanto están cometiendo un delito.” *La Jornada*, 28 de abril de 2007.

trabajo realizado en los tianguis, como centros de comercio itinerantes, se encuentra relativamente estructurado, lo cual implica la existencia de un conjunto de normas y regulaciones formales e informales, escritas o verbales, que delinear la actividad de los vendedores en su proceso de trabajo. Asimismo, es posible dar cuenta de la existencia de una estructura de redes sociales que opera de forma permanente y sin la cual no podría explicarse el funcionamiento actual de los tianguis. En este complejo tejido social que interviene en la operación comercial de estos mercados itinerantes, coadyuvando a su producción y reproducción permanente, se encuentran estructuras y agentes sociales fundamentales cuya existencia restringe o posibilita el ejercicio del trabajo del comerciante, así como también subyace y se reproduce cierto tipo de subjetividad y cultura laboral de éste último que propicia sentidos de apego e identidad colectiva hacia su propio trabajo y hacia su gremio los cuales asumen rasgos bastante peculiares.

Pero, de todo el conjunto de comerciantes de tianguis en el D.F. quienes asumen características importantes para los objetivos de nuestro estudio y problema de investigación son los tianguistas artesanos del Centro Histórico de Coyoacán, por un lado, y los comerciantes de uno de los tianguis más amplios y complejos en la actualidad como lo es el tianguis de *El Salado* en Iztapalapa. Ambos espacios se han construido desde hace más de tres décadas y los sujetos que ahí laboran han generado formas de identidad que difieren, entre otras cosas, por los motivos y la manera en que se han concretado. Así mismo, en sus espacios de trabajo persisten estructuras organizativas particulares que expresan una configuración de dirección y dominación diferenciada, y que ha condicionado el tipo de relaciones que se mantienen con los gobiernos delegacionales en cada caso y, por ende, la forma en que éstos han intervenido en mayor o menor medida para imponer formas de control y regulación sobre los espacios ocupados y sobre algunos aspectos del trabajo de los comerciantes.

Capítulo V. Precariedad, autonomía relativa e identidad en los tianguistas de El Salado en Iztapalapa.

1. La Configuración sociolaboral del Tianguis *El Salado*.

1.1 Espacio social urbano y comercio en VP en la Delegación Iztapalapa.

El trabajo de los tianguistas en la Ciudad de México es un *trabajo no clásico de tipo urbano*, justamente por desenvolverse dentro de una configuración socioespacial citadina, lo cual condiciona las características de dicha ocupación. En este sentido, la *Configuración Socioespacial* es el *conjunto interconectado de estructuras geopolíticas, culturales e históricas dentro de un espacio social determinado bajo el cual los sujetos interactúan y le dan significado, personal y colectivamente, a su experiencia cotidiana tanto en el ámbito productivo como en el reproductivo*.

De esta forma, la estructura espacial y territorial, tanto como la propia interacción sociocultural y la dinámica sociodemográfica, van definiendo el carácter del trabajo y del trabajador urbano como lo es el tianguista. Lo anterior debido a que todo espacio construido socialmente conlleva la generación de un *sentido del lugar* cuyo contenido no sólo expresa una realidad material sino también una gama de significados y memorias en el transcurso de la vida práctica (Lindón, 2006: 379). Por ello, para entender la multiplicidad de interacciones y subjetividades que subyacen en una ocupación urbana como la del tianguista es importante dar cuenta en primer lugar de la manera en que se estructura el espacio en donde los sujetos, de los que se busca explicar su dinámica laboral y las formas que asume su identidad, reproducen su vida cotidiana.

Con ello, la explicación de cómo está constituida la configuración socioespacial en la que nuestros sujetos se encuentran inmersos puede iniciar señalando las características fundamentales del **territorio**, entendido éste como una *extensión terrestre delimitada que incluye una relación de poder o posesión por parte de un individuo o un grupo social*. Dicha extensión territorial contiene límites de soberanía, propiedad, apropiación, disciplina, vigilancia y jurisdicción, y transmite la idea de cerramiento (Geiger, 1996). El concepto de territorio, además, está relacionado con la idea de dominio o gestión dentro de un espacio determinado; está ligado a la idea de poder público, estatal o privado en todas las escalas que ejercen territorialidad (Montañés y Delgado, 1998).

Por ello, se consideran como elementos estratégicos del territorio: la delimitación geopolítica territorial en el que laboran los tianguistas; el orden urbano que subyace en el territorio donde se genera la experiencia de trabajo de los sujetos: la composición y

distribución sociodemográfica; las condiciones económicas y el mercado de trabajo urbano; las formas de administración y regulación del espacio público; los procesos de apropiación y disputa (Duhau, 2004).

En este sentido, la estructura territorial que corresponde a uno de los espacios ocupados por los sujetos para instalarse semanalmente en Tianguis, como es el caso de los tianguistas de El Salado, se ubica geopolíticamente en la Delegación Iztapalapa, la cual es la demarcación con el mayor número de tianguis en todo el D.F. y la Zona Metropolitana.³⁹

Iztapalapa ocupa la mayor parte de la zona oriente del Distrito Federal. Cuenta con una población de 1,820,888 personas de la cual 716,950, es decir, el 40.4 % representa la población económicamente activa (PEA). Un dato que aquí es de relevancia, es que del total de la PEA, el 21% es población ocupada por cuenta propia. Esta cifra engloba a todas las personas que tienen negocios propios, incluyendo al comercio en vía pública⁴⁰. El crecimiento demográfico de la delegación Iztapalapa representa una muy alta proporción del incremento total de población del Distrito Federal⁴¹, en ello impacta totalmente el hecho de que Iztapalapa fue asiento de numerosas familias que abandonaron las delegaciones centrales y destino de familias procedentes de otras entidades federativas. En el último lustro ha alojado el 83.7% del crecimiento total del Distrito Federal, agotando prácticamente su reserva de suelo urbanizable. La población inmigrante se ha asentado en su mayoría al suroriente de la Delegación, en las colonias de las faldas de la Sierra de Santa Catarina, ocupando terrenos que no han sido destinados para el uso urbano.

Esta demarcación política se conforma de acuerdo a un modelo urbanístico basado en los barrios o pueblos que originalmente constituían el espacio que abarca ahora Iztapalapa, incluso desde la época prehispánica. Son generalmente asentamientos en los cuales los espacios públicos relevantes suelen limitarse a la iglesia y la plaza donde se coloca el mercado. Los centros de barrio o pueblos presentan una traza irregular, y sus espacios de circulación se conforman por callejones estrechos. Sin embargo, la estructura territorial de la Delegación en su totalidad se basa justamente en la distribución espacial de los barrios y pueblos originales⁴² (Escobar, 2009).

³⁹Ver Cuadro 2 del Capítulo 4.

⁴⁰ Datos proporcionados por la Secretaría de Desarrollo Económico, Gobierno del D.F.

⁴¹ En la década 1970-1980, correspondió al 54.3% del crecimiento del Distrito Federal. En la década de 1980-1990, la delegación tuvo un crecimiento de 341,088 habitantes, superior 1.6 veces al crecimiento total del Distrito Federal.

⁴² Entre los que destacan los localizados en: la zona central de la Delegación conformada por un conjunto de barrios; los pueblos originarios de Santa Cruz Meyehualco, Santiago Acahualtepec, Santa Martha Acatitla, Santa María

Con la excepción de los centros antiguos que fueron conurbados, a partir de los años cincuenta con el crecimiento demográfico de la Ciudad producto de la migración interna (Castillo, 1983) se constituyeron en Iztapalapa al menos dos modalidades de asentamientos: 1) los conjuntos habitacionales de interés social, creados a partir de la implementación del Programa de Vivienda Popular en los años setenta; y 2) las colonias populares, cuya construcción se basó en la producción de lotes baratos destinados a la vivienda unifamiliar autoconstruida, y generalmente, en condiciones de irregularidad legal (Duhau, 2004).

De esta forma, actualmente la Delegación Iztapalapa, que fue constituida como tal en 1929⁴³, consta de 235 centros poblacionales entre colonias, pueblos, barrios y unidades habitacionales; y se subdivide en unidades territoriales, las cuales son 186, distribuidas en siete direcciones territoriales⁴⁴.

La industria se concentra en los siguientes parques industriales: Granjas Esmeralda, Granjas San Antonio, Santa Isabel Industrial e Industrial Iztapalapa. Por otro lado, dentro de la demarcación existen varias zonas de habitación mezclada con industria menor. Pero, la actividad económica más importante en la Delegación es el comercio, tanto por las unidades económicas que agrupa (28,600, 63% del total delegacional), el personal que ocupa (74 833 empleados, 42% del total), como por los ingresos que genera (20 398 millones de pesos anuales, 69% de la delegación).⁴⁵

Por otro lado, el nivel de educación en Iztapalapa es relativamente bajo, alcanzando un promedio de 6.7 años de escolaridad. No obstante, el entorno social en el que se desarrolla la actividad educativa esta inmerso en un ambiente de un alto grado de delincuencia y narcomenudeo. En este sentido, la Delegación Iztapalapa cuenta con la ‘mala fama’ contenida en el imaginario colectivo de los habitantes del D.F., de ser un territorio violento y con amplios índices de delincuencia, en el cual existen,

“verdaderos ghettos de pobreza donde la práctica cotidiana de la violencia y la exclusión desarrolla caracteres sociales que engendran personalidades paranoicas y hasta psicóticas” (Cisneros y Rosique, 2003).

En este caso, los datos respaldan tal estigma pues Iztapalapa ocupa el segundo lugar en incidencia delictiva después de Cuauhtémoc, siendo el delito con mayor incidencia el

Aztahuacan, Santa Catarina, Culhuacan, San Marcos Mexicaltzingo, San Andrés Tomatlan, San Sebastián Tecoloxtitlan, Aculco, San Lorenzo Xicotencatl, Tetepilco, Magdalena Atlazolpa.

⁴³ Las 16 Delegaciones actualmente existentes en el D.F. fueron delimitadas a través del decreto publicado en la Ley Orgánica del Departamento del DF el 31 de Diciembre de 1929.

⁴⁴ Las Direcciones territoriales son: Centro de Iztapalapa, San Lorenzo Tezonco, Aculco, Paraje de San Juan, Cabeza de Juárez, Sierra de Santa Catarina, y Ermita Zaragoza

⁴⁵ Programa de Desarrollo Urbano de la Delegación Iztapalapa (PDUDI)

robo en todas sus modalidades, sobre todo el robo a transeúnte y el robo de vehículos con violencia⁴⁶. Esta situación permea entonces el entorno social del territorio, presentándose de manera recurrente sobre todo en los espacios de comercialización, tanto en los formales como en los denominados informales o callejeros, como los tianguis.

Con relación a las actividades informales el 4% de la población ocupada de la Delegación, 19,425 personas, se dedica al comercio ambulante, proporción superior al 3.29% en el Distrito Federal, de ellos cerca de 10,650 realizan su actividad sin ningún tipo de permiso por parte del gobierno delegacional⁴⁷. En el mismo sentido, sobre el comercio *no ambulante*, pero categorizado dentro del comercio en Vía Pública como es el de los tianguis, las autoridades de la Delegación Iztapalapa contaban con un registro, para fines de los años noventa, de un total de 304, para el año 2007 cerca de 380 y para el 2010 cerca de 441 tianguis⁴⁸. Del total de tianguis oficialmente reconocidos se tienen registrados por la Delegación alrededor de 73435 comerciantes⁴⁹.

Cuadro 3. Número de Tianguistas por Delegación Territorial en Iztapalapa.

DIRECCIÓN TERRITORIAL	Número de Tianguistas
ACULCO	15929
CABEZA DE JUÁREZ	15816
CENTRO	1608
ERMITA ZARAGOZA	15184
PARAJE SAN JUAN	8666
SAN LORENZO TEZONCO	12346
SANTA CATARINA	3886
TOTAL	73435

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por la Coordinación de Mercados y Tianguis de la Delegación Iztapalapa.

⁴⁶ Información tomada del Documento Estudio sobre la violencia social en Iztapalapa, ICESI, México, 2005: www.icesi.org.mx/documentos/propuestas/estudio_sobre_violencia_social_en_iztapalapa.pdf.

⁴⁷ Programa de Desarrollo Urbano de la Delegación Iztapalapa.

⁴⁸ Los tianguis de mayor dimensión, de acuerdo a la información proporcionada por la Coordinación de Mercados de la Delegación Iztapalapa, corresponden a los localizados en: la calle de Luis Méndez, desde Anillo Periférico Oriente hasta la calle de Ricardo García Villalobos, en la colonia Chinampac de Juárez; la Av. de las Torres, entre la Av. Tláhuac y Canal de Chalco, en las colonias José López Portillo, Girasoles Tulyehualco, la Esperanza, Valle de San Lorenzo, San Antonio y Guadalupe; en las avenidas 6, 8 y 10, entre la calle 71 y la calle 39, dentro de la Unidad Habitacional Santa Cruz Meyehualco; en la colonia Escuadrón 201, entre el Eje 3 Oriente y la Calzada de la Viga y entre las Unidades Habitacionales Fuentes de Zaragoza y Popular Ermita Zaragoza en la zona conocida como El Salado.

⁴⁹ Información proporcionada por la Coordinación de Mercados y Vía pública de la Delegación Iztapalapa.

En correspondencia a la existencia y crecimiento de tianguis en la Delegación se cuenta con el registro de 34 organizaciones de tianguistas⁵⁰, siendo las más destacadas por el número de afiliados así como por la amplitud de su presencia territorial en la zona, las siguientes:

1. Unión de comerciantes “Mártires de Río Blanco”, A.C.,
2. Unión de Comerciantes Ambulantes del Valle de Anáhuac, A.C.
3. Unión de Comerciantes Ambulantes y Tianguistas “Mártires del 1 de Agosto de 1924”
4. Unión de Comerciantes no Asalariados Don Mele, A.C.
5. Federación Nacional de Comerciantes e Industriales en Pequeño, A.C., la cual aglutina a los comerciantes del Tianguis el Salado.⁵¹

De ellas, la que posee la mayor cantidad de afiliados es la Federación Nacional de Comerciantes e Industriales en Pequeño de la República Mexicana A.C., (FNCIPRM) liderada por Felipe Serralde Xolalpa con 18000 tianguistas, solamente en Iztapalapa⁵².

Cuadro 4. PRINCIPALES DIRIGENTES DE ORGANIZACIONES Y NÚMERO DE AFILIADOS EN IZTAPALAPA.

DIRIGENTE	No. COMERCIANTES QUE REPRESENTA	TERRITORIALES EN LAS QUE OPERA
FELIPE SERRALDE XOLALPA	18,000	PARAJE SAN JUAN, SANTA CATARINA, ACULCO, CABEZA DE JUAREZ, CENTRO Y ERMITA ZARAGOZA
JORGE GUTIERREZ BECERRIL	5,650	SAN LORENZO TEZONCO Y CENTRO
FRANCISCO BREÑA REYES	5,200	PARAJE SAN JUAN, SANTA CATARINA, ACULCO, CABEZA DE JUAREZ Y ERMITA ZARAGOZA.
MARCOS RODRIGUEZ GARCIA	4,300	PARAJE SAN JUAN, SANTA CATARINA, ACULCO, CABEZA DE JUAREZ Y ERMITA ZARAGOZA.
FELIX HERNANDEZ BAUTISTA	4,100	PARAJE SAN JUAN, SANTA CATARINA, CENTRO, CABEZA DE JUAREZ Y ERMITA ZARAGOZA.
JACINTO MENDOZA HERNANDEZ	1,371	SAN LORENZO TEZONCO, ERMITA ZARAGOZA Y CABEZA DE JUAREZ.
ENRIQUE MARTINEZ VILAFRANCA	1,200	ACULCO, SAN LORENZO Y PARAJE SAN JUAN.
MANUEL ALQUICIRA GEORGE	1,050	PARAJE SAN JUAN, ERMITA ZARAGOZA Y SANTA CATARINA.
LUIS SILVA VILLANUEVA	1,000	CABEZA DE JUAREZ
REMEDIOS VALENZUELA	800	CENTRO, PARAJE SAN JUAN Y ERMITA ZARAGOZA.

Fuente: Coordinación de Mercados y Vía Pública de la Delegación Iztapalapa.

⁵⁰ Dirección de Abasto, comercio y distribución, SEDECO: Directorio de Organizaciones de Tianguistas en el D.F.

⁵¹ Padrón de organizaciones de tianguistas en Iztapalapa, Coordinación de Mercados y Vía Pública, Delegación Iztapalapa.

⁵² Programa de Trabajo 2010, Coordinación de Mercados y Vía Pública.

Desde el año 2010 la Delegación Iztapalapa ha impulsado el Programa de ‘Tianguis Modelo’, como parte del Programa de Ordenamiento de Tianguis proyectado por la SEDECO para el D.F. y puesto en marcha en junio de ese mismo año, con el objetivo de ordenar y, en su caso, reubicar a diversos tianguis de la Delegación. El Programa tiene como propósitos particulares:

“Instaurar mesas de trabajo con los representantes de los puntos más conflictivos a efecto de convenir el congelamiento de padrones para contener el crecimiento de sus puntos de venta; iniciar acciones de ordenamiento respetando los límites y área autorizada en los permisos de operación, así como la observancia irrestricta de las normas de funcionamiento.”⁵³

Intención de Regulación que a más de un año de haberse establecido no se ha concretado en aquellos espacios de comercialización con mayores problemas de saturación de vendedores, tráfico y venta de mercancía ilegal, y donde existe un mercado negro bastante estructurado y el cual los propios comerciantes se han encargado de reproducirlo por las implicaciones sociales y, sobre todo, económicas que conlleva.

1.2 El Proceso de constitución del Tianguis *El Salado* como espacio de trabajo y de consumo popular.

El tianguis conocido como el Salado es considerado, tanto por las autoridades como por la población que acude a él, como uno de los tianguis más grandes de México y de América Latina pues aquí laboran cerca de 12000 personas y abarca una dimensión geográfica muy amplia: cinco unidades habitacionales y una colonia⁵⁴. Este Tianguis fue creado en 1975 por 3900 comerciantes⁵⁵ quienes expendían semanalmente objetos de segunda mano conocidos comúnmente como “*chácharas*” y algunos bienes de consumo básico. El permiso de operación por parte de la Delegación Iztapalapa le fue otorgado en Enero de 1988, permiso que se estableció por ‘tiempo indefinido’⁵⁶. Pero es a mediados de los años noventa cuando se incrementa considerablemente el número de comerciantes así como se transforma masivamente el tipo de mercancía ofrecida; sobre

⁵³ Programa de Trabajo 2010, Coordinación de Mercados y Vía Pública.

⁵⁴ Actualmente la magnitud del tianguis es sumamente desproporcionada, pues se extiende sobre las avenidas Prolongación Octavio Paz, Zaragoza, Texcoco, Sentimientos de la Nación, calle Cedro, justo entre las Unidades Habitacionales ‘Fuentes de Zaragoza’, Solidaridad El Salado, Concordia Zaragoza y ‘Ermita Zaragoza’, en los linderos de la Delegación Iztapalapa con los municipios de Nezahualcoyotl y La Paz.

⁵⁵ Erika Velasco, *Rumbo de México*, 18 de junio de 2008.

⁵⁶ Datos contenidos en el Permiso de Operación del Tianguis de Cárcel en Santa Martha, ahora conocido como el Tianguis el Salado, emitido por la Coordinación General de Abasto y Distribución de la Delegación Iztapalapa en 1988, en el cual se registraron un total de 3560 comerciantes con permiso para vender en un terreno baldío ubicado sobre la avenida Zaragoza.

todo, se comienza a introducir mercancía de carácter ilegal como piratería, fayuca y productos robados, lo que ha motivado que actualmente este tipo de objetos sean los que prevalezcan a lo largo del espacio de venta⁵⁷. Originalmente el Tianguis se extendía en un espacio baldío sobre la avenida Zaragoza, en la zona conocida como “Cárcel de Mujeres”, entre la Colonia Santa Martha Acatitla y el Conjunto Habitacional Popular Ermita Zaragoza, llamada por los vecinos del lugar como “Las casitas”⁵⁸, cuyos primeros pobladores fueron parte de los fundadores del tianguis pues éste se creó a pocos meses de haber sido reubicados en esta parte de la ciudad los pobladores provenientes de vecindades y colonias marginadas del centro de la ciudad de México⁵⁹; un contingente importante de las personas reinstaladas residía en diferentes vecindades de la Colonia Morelos, Tepito y La Lagunilla quienes se dedicaban a actividades de comercio en la vía pública⁶⁰ en particular a la venta de objetos usados y chácharas, giros que de hecho eran los que predominaban inicialmente en el *Tianguis de Cárcel*. Con la construcción de la línea A del Sistema Metropolitano de Transporte sobre la avenida Zaragoza, el tianguis fue reubicado a un terreno adyacente en los límites de Iztapalapa con el Estado de México, posteriormente con la edificación de las Unidades Habitacionales “Fuentes de Zaragoza” y “La Concordia”, en los años noventa, así como de la Plaza Comercial “El Salado” y de un vaso regulador de aguas negras, el tianguis se extendió hacia dichas Unidades. Debido a que el tianguis al extenderse ocupó la zona que rodea a la Plaza comercial, la gente del lugar le comenzó a denominar como *Tianguis del Salado*.

Los comerciantes de este Tianguis se encuentran afiliados a la principal y más grande de las organizaciones de tianguistas de Iztapalapa: la Federación Nacional de Comerciantes e Industriales en Pequeño de la República Mexicana (FNCIPRM)⁶¹.

La gran cantidad de personas que asisten al tianguis del Salado, sobre todo en proporciones masivas atendiendo a los ciclos de consumo determinados que corresponden a las temporadas donde la población que asiste regularmente posee recursos económicos extra como en los periodos vacacionales de Semana Santa o de fin

⁵⁷ De acuerdo con datos proporcionados por la Coordinación de Mercados y Vía pública, cerca del 80% de lo que se expende en el tianguis es mercancía de baja calidad, de contrabando o ilegal.

⁵⁸ Información obtenida de entrevistas con residentes de la Unidad Habitacional “Popular Ermita Zaragoza”.

⁵⁹ La reubicación de diversos conjuntos de habitantes de vecindades y colonias marginadas del centro de la Ciudad fue parte de un proyecto gubernamental denominado como “Programa de Habitación Popular” en la década de los años setenta, por medio del cual se construyeron diversas unidades habitacionales sobre todo al oriente de la capital que era una zona aún con poca densidad de población y con extensiones territoriales sin ocupar.

⁶⁰ Información proporcionada por la Lic. Leticia González administradora del Centro Social de la U.E.Z.

⁶¹ De acuerdo con los datos proporcionados por la Coordinación de Mercados y Tianguis de la Delegación Iztapalapa.

de año, así como el momento previo al reingreso escolar de la población de alumnos de educación básica, representa una muestra del nivel de demanda que ha logrado alcanzar sobre todo en sectores sociales populares⁶². Por tanto, el tianguis no obstante la propagación intensiva de tiendas de autoservicio de origen transnacional como Walmart y Bodegas *Aurrera*, particularmente en las zonas donde reside una población con un nivel elevado de precariedad, representa un espacio de consumo popular prioritario, constituyéndose como uno de los tres tianguis⁶³ con mayor afluencia de visitantes del D.F., tanto por la población citadina como en general por contingentes sociales amplios provenientes de distintos puntos de la ZMVM.

Aunado a esta lógica de la oferta y demanda en constante crecimiento, se han ido construyendo paralelamente estructuras organizativas, políticas y comerciales que sostienen, amparan y nutren al tianguis y a sus protagonistas.

La organización gremial de los tianguistas predominante ha acumulado un fuerte poder gracias a la falta de intervención gubernamental en el ordenamiento de la actividad del tianguista y también porque a los líderes se les ha reconocido su papel de gestores únicos ante la autoridad, con la cual mantienen una relación corporativa que ha coadyuvado al mantenimiento del orden social en la región así como para concretar objetivos políticos particulares, sobre todo en coyunturas electorales, en cuyo caso la afiliación de los tianguistas ha sido útil como clientela política. En el caso particular del Salado, la estructura organizativa se encuentra en un nivel de fortaleza tal que es reconocida por la propia autoridad y al líder de dicha organización se le considera como el interlocutor más fuerte y legítimo para negociar un posible ordenamiento de distintos espacios de comercialización de la vía pública en Iztapalapa. Ello le brinda al tianguis un anclaje político importante que demuestra la imposibilidad de desaparición de esta actividad laboral, de la dificultad para retomar los espacios públicos ocupados por el tianguis y para contrarrestar las estructuras organizativas del gremio constituidas en más de 30 años.

“Felipe Serralde -líder del Tianguis el Salado- el solito tiene la capacidad de mover cinco mil gentes, así con las manos en la cintura, el solito, sin esforzarse mucho; ya haciendo un esfuerzo te moviliza hasta diez mil gentes pero el problema es que, con la presencia que tiene en todo el D.F. sí nos arma un buen relajo, no a nivel únicamente de la Delegación ¿eh? Es obvio que cuando él vea afectados sus intereses con la autoridad delegacional, él se va a ir a otra instancia,

⁶² De acuerdo a la Coordinación de Mercados y Vía pública de la Delegación Iztapalapa en este tianguis se han contabilizado de 250 a 400 mil personas en las temporadas del año de mayor asistencia, sobre todo en la época decembrina.

⁶³ Los otros dos son Tepito y el Tianguis de San Felipe de Jesús.

él se va a movilizar al Zócalo, y tiene la capacidad de movilizar no diez mil sino a más gente...”⁶⁴

Este tianguis es uno de los centros de comercio itinerante catalogados por el Gobierno del D.F. como de ‘alto riesgo’ debido al aumento ilimitado de vendedores y en el que operan alrededor de diez grupos de delincuencia organizada, entre narcomenudistas y asaltantes⁶⁵, situación que se complejiza con la entrada en la zona⁶⁶ de los cárteles de *Los Zetas* y *La Familia*⁶⁷.

Atendiendo aparentemente a esta problemática el 7 de mayo de 2008 la Policía Federal implementó un operativo con el fin de confiscar mercancía presuntamente ilegal, sobre todo ropa de contrabando, fayuca y piratería, lo que originó una respuesta violenta por parte de un grupo minoritario de comerciantes⁶⁸ quienes enfrentaron a los agentes en un conflicto que duró más de tres horas. No obstante, el grado de movilización de los integrantes del tianguis fue mínima así como el seguimiento por parte de la autoridad a la intención de ordenar y regular en mayor medida la operación del tianguis. Pese a la problemática arriba señalada, que haría suponer que este tianguis se desenvuelve en una situación de caos y desorden total, en realidad dentro del espacio existe una estructuración y orden al que se subordinan los distintos actores comprometidos pues, en general, es producto del control ejercido por la Organización de tianguistas, pero también de una negociación implícita entre los propios trabajadores lo que implica la existencia de un conjunto de normas y mecanismos de sanción construidas en la cotidianeidad del entorno laboral.

⁶⁴ Entrevista a la Lic. Magdalena García JUD de Mercados y Tianguis de la Delegación Iztapalapa.

⁶⁵ Diversas bandas surten mercancías robadas a los tianguistas, entre éstas: Las Viudas Negras, Los Babys, Petacas, Los Canos y los K-49. Otras cobran una cuota de seguridad, de entre cinco y 20 pesos, a cambio de no asaltar a comerciantes y vecinos de la colonia Popular Ermita Zaragoza, según un documento sobre el Tianguis El Salado, elaborado por la Secretaría de Seguridad Pública del Distrito Federal (SSP-DF) y publicada en *El Economista* el 14 de mayo de 2008, con el título: “SSP-DF detecta 40 ‘focos rojos’ en ‘El Salado’”.

⁶⁶ Zona que comprende los municipios de Nezahualcoyotl, La Paz, Valle de Chalco, Chalco así como la Delegación Iztapalapa

⁶⁷ De acuerdo con fuentes gubernamentales de la SSPF se tiene la certeza de la presencia de estos cárteles en distintos tianguis de Iztapalapa y diversos municipios del Estado de México, los cuales se dedican a ‘vender protección’ a los comerciantes, además de controlar la distribución de mercancía ilegal que se vende en esos mismos tianguis: información vertida en el Diario Milenio el 29 de Agosto de 2010.

⁶⁸ La Jornada 8 de mayo de 2008: “Chocan Policías y comerciantes en el Tianguis de El Salado; 12 detenidos.” Sección Capital.

1.2.1 Orden y distribución de los lugares de venta.

La complejidad del tianguis en cuanto al número de puestos y la cantidad y tipo de mercancía que se expende parecería suponer una situación de caos y desorganización generalizada en su interior, tal y como sucede en el espacio que lo rodea y que, pese al tiempo que lleva operando la congregación de puestos continúa afectando la actividad rutinaria de la población circundante, así como de quienes obligadamente transitan por las avenidas ocupadas por los tianguistas, sin embargo, contrariamente a lo que comúnmente se piensa, dentro del tianguis existe una estructura de distribución y organización del espacio que de ningún modo es espontánea sino que se encuentra dispuesta por quienes detentan el control directo sobre el espacio utilizado por el tianguis, es decir, la Organización de tianguistas. La razón más importante de la necesidad de ordenamiento, por parte del mismo gremio, es que los espacios son limitados y altamente demandados por los comerciantes y organizaciones de tianguistas ajenos que buscan ampliar el territorio que controlan, por lo cual la vigilancia y la estructuración del tianguis es de vital importancia tanto para los usuarios de los lugares como para quien los gestiona y controla. Es decir, el territorio es un espacio de poder, de gestión y dominio de unos grupos sobre otros, por lo cual su cuidado y defensa constituyen la estrategia principal (Montañez y Delgado, 1998).

En el caso de *El Salado*, la distribución y asignación de los lugares de venta la realiza directamente el Delegado⁶⁹ de la Organización gremial, pues es su funcionario operativo.

“...cuando decidimos buscarle en este tianguis tuvimos que hablar directamente con el Delegado para que nos diera chance, y afortunadamente no tuvimos problemas, solamente nos pidió que esperáramos y que cubriéramos los requisitos de la Federación, o sea pagar lo de la plaza, y sacar nuestra credencial como afiliados...” (Luis Osorio, vendedor de ropa nueva nacional)

“...el Señor Armando (Delegado), me asignaba el lugar cuando el titular del puesto no venía a vender, y así me la pase un rato hasta que por fin hubo oportunidad de pagar por un lugar ya fijo, y desde entonces estoy aquí en mi puesto...” (Sandra, vendedora de Bisutería).

La Distribución de los lugares se ha concretado atendiendo a una razón de antigüedad de los comerciantes en el espacio de venta (Alanís, 2010). Los tianguistas originales que constituyeron el espacio como lugar de trabajo se instalaron en él libremente al estar

⁶⁹ La figura jerárquica del Delegado tiene la función de administrar y llevar a cabo el control sobre el espacio ocupado por el tianguis y sobre la población que asiste a vender, así como de realizar el cobro de la cuota semanal al tianguista. Se le nombra Delegado porque es el encargado directo del tianguis y el representante del gremio ante la autoridad.

amparados por el líder además de que, entonces, no se presentaba la saturación de comerciantes como la que actualmente existe y, en ese sentido, tampoco se generaban relaciones de competencia por los lugares; en los años subsecuentes, tras la primera reubicación del tianguis⁷⁰, el espacio se distribuyó respetando la posición estratégica previa de los comerciantes, aunque también se concretó una distribución discrecional con aquellos que lograron concretar un intercambio monetario con la Organización para hacer uso del lugar⁷¹. Los comerciantes que se han ido agregando en lo consecutivo lo han hecho bajo un orden ya estructurado por la Organización a través de los *Delegados* que son asignados para tal fin, aunque también este proceso de ordenamiento se encuentra condicionado por las posibilidades de extensión del tianguis establecidas por la autoridad. De esta forma, con el tiempo, el tianguis se ha ampliado generando una estructura de distribución de los lugares con una parte central y zonas periféricas o secundarias. La parte central se concentró en la Av. Zaragoza y la av. Sentimientos de la Nación con comerciantes fundadores del tianguis y sus familias a quienes recomendaron o traspasaron el puesto, y con aquellos comerciantes que pudieron obtener el lugar realizando una transacción monetaria directamente con los delegados de la Organización. Esta parte es la zona principal donde se concentra la mayor cantidad de clientela debido a las condiciones espaciales y a su cercanía con las principales vías de tránsito y con el transporte público, pero también porque en ésta se comercializan diversos productos nacionales y extranjeros de moda o de alta demanda: ropa nueva y seminueva, nacional y extranjera, calzado de todo tipo; el traspaso y costo de un lugar en ésta área oscila entre 25 y 45 mil pesos⁷². Es sobre esta avenida en donde más gente oriunda de la zona se dedica a vender en el tianguis aprovechando su cercanía con la Unidad Habitacional Ermita Zaragoza.

La continuación de esta parte central es la que corresponde a la avenida Texcoco, desde Amador Salazar hasta su límite con la Unidad Ermita Zaragoza. Los puestos que aquí se colocan comercializan productos de primera necesidad, y es donde se concentra una buena parte de clientela de amas de casa, quienes también asisten a esta misma parte del Tianguis los días domingos pues es la única zona que se coloca en ambos días. La parte

⁷⁰ El tianguis fue reubicado de su lugar tradicional, sobre el camellón de la avenida Zaragoza a la altura de la Colonia Santa Martha y del lugar conocido por los habitantes de esa zona como “Cárcel de Mujeres”, hacia la avenida Prolongación Amador Salazar la cual divide las unidades habitacionales construidas en los años noventa de la Unidad Ermita Zaragoza y el vaso Regulador de aguas negras denominado “El Salado”, así como una Plaza comercial del mismo nombre.

⁷¹ Información proporcionada por algunos de los comerciantes entrevistados.

⁷² *Ibíd.*

final de esta área contiene una gran cantidad de puestos en los que se comercializa con *chácharas* y diversos objetos de segunda mano propiedad de la misma gente oriunda de la zona quien aprovecha la instalación del tianguis para obtener un ingreso mínimo.

Otra parte importante es la que concierne a la zona del tianguis ubicada sobre la avenida Amador Salazar, desde avenida Zaragoza hasta avenida Texcoco y que es paralela a la parte central que se encuentra del lado contrario al vaso regulador de la región. Esta zona fue ocupada por la organización de tianguistas una vez que la avenida fue pavimentada y construida la Plaza Comercial del Salado, pues hasta antes de esto era solamente un predio baldío. En esta parte del tianguis prevalecen objetos de segunda mano, refacciones para auto, abarrotes, ropa usada, puestos de alimentos, etc. Al ser una avenida más amplia, el número de comerciantes es mayor, y es la otra parte del tianguis más visitada por la gente, por lo que los lugares que aquí se instalan también suelen tener un costo más elevado para quien desea obtener un lugar a través de una transacción económica.

Una zona adicional del tianguis, cuya ocupación es reciente pero que se ha extendido con mayor celeridad, es la parte interior de las Unidades habitacionales de La Concordia y Fuentes de Zaragoza, cuya base de tianguistas es la gente que habita justamente dentro de éstas; aunque también se encuentran comerciantes provenientes de otras regiones atraídos por el prestigio del Tianguis en el Oriente de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, sobre todo de los municipios aledaños como Cd. Nezahualcoyotl, La Paz, Valle de Chalco y las delegaciones contiguas como Iztacalco y Venustiano Carranza. En esta parte del Tianguis abundan los puestos de *chácharas*, objetos de segunda mano que los vecinos de las Unidades revenden, y en menor medida puestos de alimentos, de abarrotes, de refacciones, etc. Los puestos se extienden hacia la Colonia contigua.

Una última sección del tianguis es la que se encuentra sobre la avenida Zaragoza, y por ello, la de mayor visibilidad pública por encontrarse sobre la avenida principal que sirve de acceso hacia el D.F. Sobre esta calle la mayor parte de los puestos venden ropa de segunda mano de contrabando, de hecho fue en esta área donde se realizó el operativo del 7 de mayo de 2008. En dichos lugares son notorias las cartulinas describiendo las ofertas: ropa que va desde los 5 y 10 pesos, hasta 100 y 200; así como un abundante personal dedicado exclusivamente a ‘gritar’ las ofertas para llamar la atención de la clientela.

En síntesis, los puestos en el Tianguis *El Salado* se distribuyen respetando el derecho de antigüedad pero establecidos previamente por la organización gremial a través de los delegados. Así, los vendedores más antiguos son los que ocupan la parte central del Tianguis, lo cual no es impedimento para que alguna persona con el capital económico suficiente para comprar un lugar en esta zona pueda hacerlo, aunque para ello debe de contar con una estrecha relación con las redes sociales internas, tanto gremiales como de la organización. Por otro lado, aunque el tipo de giros se encuentran mezclados a lo largo del tianguis, en las zonas o secciones que se han expuesto prevalece más un tipo de mercancía que en otras. En la parte central se concentra diferentes tipos de ropa - nueva nacional, nueva de importación, o semi nueva-, y una variedad de tipos de calzado; en la parte secundaria prevalecen sobre todo una variedad de insumos de diferente utilidad: refacciones, accesorios múltiples, mercancía pirata, venta de alimentos preparados, etc. Y en la parte periférica situada al interior de las unidades lo que sobresale es la venta de objetos de re uso –*chácharas*-.

1.2.2 Condición sociodemográfica y composición laboral del comerciante.

De esta manera en el Salado la mayor parte de los puestos, estructurados en el espacio como se señala en el apartado anterior, son ocupados por una o más personas incluyendo los que cuentan con fuerza de trabajo adicional. El porcentaje aproximado de aquellos puestos en los que labora generalmente un solo vendedor es de un 60%, en ellos prácticamente toda la carga de trabajo, tanto el de traslado, instalación y desmontado del puesto y la mercancía, es realizada por el encargado, así como el trabajo específico del proceso de compra venta; en segundo término se encuentran los puestos que son atendidos por cónyuges (Hombre-Mujer) o por más de un integrante de la fuerza de trabajo familiar (30%); y en tercer lugar los puestos en donde labora un equipo más amplio de trabajo, de 4 a 7 trabajadores, que por lo general es personal contratado por el encargado y que pueden o no ser integrantes de la familia. En este caso, se trata sobre todo de aquellos puestos cuyas dimensiones son mayores y el tipo de giro comercial permite una demanda de clientes más elevada por lo que la utilización de una mayor fuerza de trabajo es necesaria.

Ahora bien, en toda esta gama de comerciantes existe una diferenciación en cuanto a la composición sociolaboral y sociodemográfica. De la generalidad de comerciantes que asisten a laborar al tianguis de *El Salado*, el 65% son del sexo masculino, en tanto que

el resto, el 35%, corresponde a comerciantes mujeres, dato que contrasta con los porcentajes a nivel general en el D.F., pues en estos sí prevalece el género femenino como el contingente de trabajadores en el comercio en la vía pública con mayor presencia, de acuerdo a la información arrojada por la ENOE en 2008. Lo anterior debido en parte al contexto socioespacial y cultural que existe en la zona donde se instala el Tianguis caracterizado por un elevado grado de delincuencia y violencia social que influye negativamente en la participación laboral del género femenino. Además existen casos en los que la fuerza de trabajo familiar no se utiliza de manera intensiva y total en el tianguis sino que la mujer no se incorpora en él ya sea porque cuenta con un trabajo propio –como trabajo asalariado o por cuenta propia- o porque el tamaño de la unidad doméstica suele ser menor y por lo tanto la estructura de necesidades se reduce, teniendo en este caso la cónyuge la opción de atender el trabajo de reproducción familiar dentro de su espacio doméstico. Aún así del total de mujeres encuestadas el 30% son madres solteras, el 50% son madres de familia con pareja, y el 20% son mujeres solteras jóvenes y mujeres de la tercera edad que viven solas⁷³.

Así mismo, los comerciantes oscilan en una edad entre los 19 y los 45 años (60%), aunque también hay presencia de niños y adolescentes (25%) y personas de la tercera edad (15%).

Por otro lado, en cuanto al grado de instrucción, la mayoría de estos comerciantes, alrededor del 50% cuentan con educación primaria, el 30% con secundaria y un porcentaje mínimo, el 10%, con estudios de bachillerato o licenciatura. Es decir, sigue prevaleciendo en estos trabajadores la educación básica y media básica aunque la presencia de profesionistas ha ido en aumento.

Con relación a la diferenciación de carácter sociolaboral ésta se basa sobre todo en el tipo de producto que expenden, el lugar y estatus que ocupan en el tianguis, la procedencia del producto: dónde y con quién se proveen, así como la antigüedad en el tianguis que, en general, implica que a mayor años de trabajo en él mayor es la experiencia obtenida incluyendo el contacto con las redes sociales internas.

Así, los diferentes tipos de vendedores que podemos distinguir tanto por su trayectoria laboral como por su experiencia en la ocupación son los siguientes:

⁷³ Información obtenida en el trabajo de campo realizado en el Tianguis El Salado de Marzo a Noviembre de 2010.

-Tianguiastas con trayectoria familiar o personal en la ocupación.

Estos comerciantes ingresaron a la ocupación como resultado de una herencia familiar ya sea directamente aprendiendo el oficio de sus padres, o bien de forma indirecta, fungiendo como trabajador de apoyo de algún otro familiar, e incluso simplemente al haber mantenido contacto con el entorno laboral del tianguis, a través de amistades que laboraban en él.

En estos tianguistas la antigüedad en su ocupación marca una diferencia con relación a los comerciantes de recién ingreso pues han logrado desarrollar la habilidad para interactuar con la clientela, ofreciendo un trato por lo regular amable y en el que se busca establecer cierto grado de cercanía.

En estos comerciantes existe una subdivisión dada por la edad y la antigüedad en el trabajo:

- Vendedores jóvenes que heredaron el puesto de sus padres.
- Vendedores con antigüedad en la ocupación, cuya inserción al tianguis fue desde la fundación de éste, o con una permanencia en él mayor a los 10 años.

-Tianguiastas emergentes con o sin trayectoria laboral en otras ocupaciones.

Por otro lado se encuentran los comerciantes que se han incorporado más recientemente al tianguis o que no cuentan con una trayectoria en la ocupación tan amplia como en el caso anterior y que no necesariamente provienen de un entorno familiar relacionado con el tianguis.

Entre estos encontramos:

- Vendedores *emergentes*⁷⁴ con trayectorias laborales en el mercado de trabajo formal.
- Vendedores emergentes ocasionales que son una parte de aquellos que, en general, residen en las unidades habitacionales y las colonias cercanas al espacio donde se coloca el tianguis, quienes aprovechan su cercanía con él para expender diversos objetos.

Una parte importante de estos comerciantes ocasionales que residen en la zona en donde opera el tianguis pertenece al género femenino quienes aprovecharon desde su comienzo la extensión del tianguis hacia sus lugares de residencia para negociar un lugar con el delegado de la organización a cambio de apoyar la

⁷⁴ Decido llamar emergente al tipo de tianguista que no cuenta con una experiencia ni trayectoria laboral previa en la venta en tianguis, ya sea personal o familiarmente, siendo un trabajador relativamente novel en esta ocupación con una antigüedad menor a los 10 años.

ampliación del tianguis hacia esa zona, aunque en realidad estas personas no tenían experiencia previa de trabajar en un tianguis.

“...empezamos a venir al tianguis como por el 97, cuando apenas había algunos puestos de este lado de la unidad, entonces al principio sacábamos una lona o una mesa y ahí poníamos las cosas que vendíamos, y nadie nos decía que no vendiéramos, pero después de un rato y cuando empezaron a llegar más comerciantes pus, se presentó el que era el delegado y nos dijo que era necesario que nos afiliáramos para que tuviéramos el derecho de vender, y, pus, como no nos quitaba nada sino al contrario, pus, nos registramos, pagamos lo de la credencial y así pudimos seguir vendiendo, de hecho, pus, solamente vendemos este día, y eso porque nos queda cerca el tianguis de la casa...” (Lizeth, vendedora de perfumes)

Un tipo de comerciante que se encuadra en esta categoría de tianguista ocasional es aquél que asiste al tianguis a expender objetos robados y que aprovecha la falta de control en el espacio y de lo que se expende por parte de la autoridad para vender su mercancía a un costo muy bajo, producto de su actividad de delincuencia en días previos. Estos aunque no tienen un lugar fijo se colocan en diferentes áreas del tianguis, en ocasiones, sin contar con el permiso del delegado pero sabiendo de antemano que tienen que pagar la cuota obligatoria. No se identifican con la ocupación del tianguista como es el caso de los otros comerciantes sino que más bien utiliza esta actividad utilitariamente solamente por ser la forma en que puede vender los objetos que roba.

De otro lado, una manera adicional para diferenciar la forma en que se compone el conjunto de comerciantes del Tianguis el Salado es haciendo una división por el grado de rigidez o flexibilidad en cuanto al giro comercial que conserva cada vendedor.

Por una parte, se encuentra aquél grupo de vendedores cuyo giro comercial es ampliamente flexible en cuanto a su contenido y variedad mercantil, comercializando diversos productos tanto de forma simultánea como consecutivamente. De esta forma, existen vendedores que expenden productos específicos por ‘temporada’, es decir, de acuerdo al ciclo de consumo de la clientela, intercambiando el tipo de mercancía si es época decembrina, días festivos, ingreso al ciclo escolar, etc. Esta forma de trabajar es justificada por los comerciantes argumentando que, ante la disminución de la clientela y por ende de las ventas, el giro comercial tiene que adaptarse según las circunstancias y según la demanda de la gente, aunque también se encuentra sujeto a la disposición de los proveedores. Esto provoca que el proceso de venta, en cuanto al contenido mercantil, sea ampliamente contingente y supone un carácter dinámico del trabajador en

cuanto a permanecer al tanto de las necesidades de su clientela para poder satisfacerlas. Si bien ello no permite la especialización del proceso de venta de un producto particular por parte del tianguista, lo que le obliga a informarse continuamente sobre las características de los diversos productos que comercializa, marcando una diferencia crucial con respecto al tianguista de tipo tradicional que si se especializaba en el producto que vendía, ello no supone que este comerciante haya perdido el sentido de apego a su ocupación, aún cuando si prevalezca un carácter instrumental del mismo. Estos tianguistas además de contar con mayor dinamismo son, en general, proactivos hacia la clientela: llaman su atención, le presionan, e incluso le agreden con el fin de que consuma. Debido a la necesidad constante de proveerse de diferente tipo de mercancía están obligados además a contar con una red extensa de proveedores y contactos para poder conseguir los productos que desean expender a bajo costo: son Comerciantes más bien pragmáticos, que se adaptan a las circunstancias del proceso de venta y a las necesidades de consumo de la clientela los cuales, por lo anterior, constituyen el nuevo tipo de trabajadores de tianguis diferentes, como veremos a continuación, de los comerciantes más tradicionales.

Por su parte, los vendedores con una amplia trayectoria laboral en el tianguis y que se incorporaron como resultado de una herencia familiar o porque su relación con el espacio del tianguis fue estrecha desde muy jóvenes habiendo generado una red social importante dentro de él, en general, sí se han especializado en un único giro comercial. Estos tianguistas comercializan los productos que tradicionalmente se han vendido en el tianguis como son los bienes de consumo básico. Por tanto, el espacio que ocupan se asemeja más a un mercado sobre ruedas que al tipo de tianguis que prevalece actualmente en el resto del espacio de comercialización, definido sobre todo por la venta de objetos de segunda mano y de mercancía ilegal o de contrabando. Existe, pues, en el área que suelen ocupar los comerciantes que denomino como *tradicionales*, una imagen de mayor orden siendo la dinámica social similar a la que se da en un mercado establecido caracterizada porque en él hay una asistencia predominante de amas de casa y grupos familiares. Este tipo de comerciantes han generado un sentido mayor de pertenencia a la ocupación al permanecer en una situación más regular y estable en cuanto a las formas de trabajo y al tipo de producto que expenden lo cual permite que sean incluso identificados socialmente, tanto por la clientela como por sus propios compañeros, de acuerdo a lo que expenden como el *carnicero*, el *verdulero*, la ‘*señora de las quesadillas*’, etc., hecho que no se presenta en los comerciantes dedicados a la

venta de otro tipo de productos ubicados en áreas diferentes del tianguis. Es decir, estos comerciantes se identifican ocupacionalmente y son identificados por otros a través del tipo de producto que comercializan, lo cual entonces representa un elemento importante de arraigo a su trabajo. Y es tanto un factor de reconocimiento que quienes deciden establecer puestos con giros comerciales similares se encuentran con un grado elevado de competencia de parte de los vendedores más antiguos pues éstos cuentan con una clientela cautiva y leal. Esto indica que la propia relación establecida con la clientela, que rebasa el intercambio mercantil siendo una relación social más compleja llegando a conformarse incluso como relaciones de amistad, es en este caso una fuente de identidad del comerciante con su trabajo pues implica el ser reconocido externamente como tal, lo cual confirma el propio sentido construido sobre la ocupación que ejerce y la forma en que lo hace. De la misma manera, en la relación que establecen con la Organización de tianguistas, existe entre estos comerciantes con los funcionarios de ésta un reconocimiento mutuo y un conocimiento del rol que ocupa cada uno en el tianguis, por lo que aún cuando soslayan cualquier tipo de participación en la organización y se concretan a cumplir con la cuota semanal, la antigüedad en el tianguis ha permitido que se establezca una relación respetuosa entre ambos. El trabajo de los tianguistas más tradicionales suele ser, entonces, más estable y sin grandes contingencias pues se actúa bajo una rutina de trabajo definida a lo largo del tiempo, lo que es posible debido a su especialización en la venta de productos específicos que le lleva a desarrollar un conocimiento tanto sobre la forma de proveerse de ellos como en el modo de comercializarlos, así como en la magnitud del capital de inversión teniendo un control mayor sobre su trabajo y sobre el margen de las ganancias.

“...en el tianguis he trabajado toda mi vida, es lo único que se hacer, ¿no? vender; entonces, pus, me gusta mucho venir a vender porque además siento que estoy cumpliendo con un servicio para mis clientes...y es lo que también trato de enseñarle a mis chavos...” (Oscar, vendedor de bonetería).

Por otro lado, una diferencia crucial que se da entre los comerciantes es de carácter económico, la cual marca una división entre la mayor parte de los comerciantes, con el nivel de heterogeneidad descrita más arriba, y aquellos comerciantes que cuentan con un mayor capital invertido y cuyo objetivo principal no es sólo la sobrevivencia sino, sobre todo, la generación de ganancias. En el caso, pues, de aquellos comerciantes –que dentro del lenguaje de tipo economicista puede considerárseles como *microempresarios*–, que corresponde en realidad a un porcentaje mínimo del universo

total de tianguistas⁷⁵, es posible hacer una subdivisión considerando, por un lado, al comerciante que atiende de manera directa su puesto conjuntamente con sus empleados, los cuales pueden ser familiares o trabajadores contratados; y aquél comerciante que, si bien pudo haber iniciado personalmente su negocio atendiéndolo directamente, debido al éxito de su actividad ha sido capaz de delegar la atención directa a algún empleado o familiar sin tener que inmiscuirse en el trabajo personalmente sino sólo llevando a cabo la función de supervisión desde el exterior. La situación de este tipo de tianguistas *microempresarios*, tanto del que está al frente del negocio como del que solamente supervisa, es distinta a la que tienen la mayoría de los comerciantes del tianguis.

En primer lugar, debido a la magnitud de mercancía, al tamaño del puesto y a la cantidad de personal ocupado, y que por lo regular por tratarse de una actividad comercial que genera ganancias necesariamente implica una mayor inversión de capital, los encargados directos además de la función concreta de vender, tienen que asumir tareas de dirección sobre sus empleados, supervisando su trabajo, y administración llevando la contabilidad de los ingresos, así como el registro de la mercancía, tanto de la que se vende como de la que le solicita la clientela, supervisando el trabajo, por lo cual es mínimo el tiempo que puede disponer para realizar otro tipo de actividades.

Así, los tianguistas *microempresarios* se encuentran dedicados de tiempo completo al control y supervisión de su puesto. Su actividad en el tianguis de hecho, la conciben de forma instrumentalista, como un *negocio* y como una oportunidad, emprendida por ellos mismos, para reproducir su capital más que como un *trabajo* para obtener ingresos de subsistencia. El giro prevaleciente entre este tipo de comerciantes es diverso y enfocado a la obtención de la mayor cantidad de ganancias por lo que es susceptible de ser modificado si no se obtienen resultados económicos inmediatos.

Por otro lado, se encuentran los comerciantes dueños de los puestos que únicamente se dedican a supervisar sin estar físicamente al frente de ellos, pues por lo general cuentan con una persona de confianza que se encarga de manejarlo de tal forma que pueden delegar su responsabilidad directa, aún cuando de cualquier forma tenga que encargarse de realizar otras tareas relacionadas con su negocio como proveerlo de mercancía, buscar nuevos espacios de venta, buscar y contratar al personal, etc. Sin embargo, su misma situación de mayor ventaja financiera, les lleva a autodefinirse más que como ‘simples tianguistas’ como *empresarios comerciales* sin sentirse de ningún modo

⁷⁵ Cerca sólo del 5% de la totalidad de los tianguistas de nuestro universo de estudio.

identificados con los primeros, más allá de compartir un mismo espacio de trabajo, representan por así decirlo, la *aristocracia del tianguis*. En este caso, como generalmente ocurre en otros ámbitos laborales, este tipo de comerciantes representan una minúscula parte siendo más la excepción que la regla. En estos casos se encuentran los tianguistas que venden mercancía como ropa de segunda mano importada –o de contrabando–, de autopartes, herramientas y ropa nueva nacional.

Empero, para la gran mayoría de tianguistas la situación es diferente pues el trabajo en el tianguis es sólo un medio de subsistencia en el que prevalecen condiciones de trabajo bastante precarias.

1.2.3 La red de Proveedores.

Por otro lado, otra estructura más que se ha construido paralelamente al crecimiento y aumento en el número de tianguis es la compleja red de proveedores de los comerciantes que expenden en el tianguis. Dicha red es bastante heterogénea pues coexisten tanto proveedores legalmente constituidos de empresas capitalistas de producción y distribución de diferentes productos, como el caso de los centros de distribución del Centro Histórico de la ciudad ubicados en Mixcalco, la Candelaria, o en las calles de Correo Mayor, la Soledad, o en lugares fuera del D.F. como Chiconcuac, Estado de México o San Martín Texmelucan en Puebla, donde se comercializa con ropa elaborada en las maquilas del estado, como proveedores que se ubican fuera de la producción formalizada, como pequeños talleres familiares, maquiladoras, etc.; pero también una cantidad importante de fuentes de distribución ilícitas. En los tres casos, sin embargo, se encuentra una estructurada red de intermediarios que se encargan de proveer de manera directa a los tianguistas acudiendo incluso al mismo espacio de venta, sin que por ello se soslaye por parte del comerciante el acto de proveerse personalmente acudiendo a las diferentes fuentes de distribución anteriormente señaladas.

“...yo me surto, por ejemplo, en las boneterías del centro, de canal del norte, de Mixcalco...hay productos que son nacionales y hay productos que son, por ejemplo, de los coreanos que ya entraron con calcetín, ese lo compro por la Plaza del Carmen...el de los coreanos es más económico, no puede competir México con los productos extranjeros...porque la gente consume lo más económico...” (Fidelia, vendedora de Bonetería)

En los centros de comercialización legal, los tianguistas adquieren su mercancía al mayoreo por lo que regularmente el precio es relativamente menor con lo que pueden

obtener un mayor margen de ganancia. Los productos de los que se proveen los tianguistas en esos lugares son sobre todo ropa nueva nacional, artículos deportivos, calzado de origen chino, bonetería y mercería, artículos de fantasía también de origen chino, lencería, perfumería, etc. Lo particular en estos lugares es que el comerciante es sujeto de crédito; con ello el tianguista puede llevarse una cantidad específica de mercancía y liquidarla en una ocasión subsecuente; lo anterior es resultado de un proceso de interacción social basado en la reciprocidad y la confianza durante un periodo de tiempo en el cual ambos actores generaron una situación de certidumbre mutua.

Pero también las fuentes de donde se suministra una vasta cantidad de comerciantes de los tianguis en general y del tianguis el Salado en particular, es la delincuencia organizada, sobre todo de una extensa red de contrabando y robo de productos de origen extranjero, o de tiendas departamentales en las que, además, se encuentran inmiscuidas autoridades de alto nivel. De esta manera, los tianguistas que se dedican a la venta de ropa de segunda mano proveniente sobre todo de Estados Unidos se suministran en los canales de distribución que sólo son conocidos de forma limitada por una élite, pues el contar con dicha información coloca a quien la posee en una situación ventajosa con respecto a otros vendedores, pues al fungir como intermediario entre quien le abastece y otros comerciantes se coloca en una situación favorable para la obtención extraordinaria de recursos económicos. Sin embargo, este proceso de comercialización de ropa de contrabando es posible debido a la participación directa de autoridades dedicadas a evitar justamente que dicha mercancía ingrese al mercado nacional a través de la Aduana. Así, tanto ropa denominada “de marca” como otro tipo de mercancía es comercializada de manera ilegal sobre todo en los tianguis. En el Salado, la cantidad de puestos que se dedican a la venta de este tipo de mercancía es bastante amplia; de hecho, una vasta porción del área del tianguis contiene una diversidad de puestos que se encargan de expender ropa de segunda mano a los cuales acude semanalmente un contingente no menos extenso de consumidores.

Una fuente más de donde el tianguista del Salado se abastece es, como ya se indica, de la delincuencia organizada. Una gran cantidad de comerciantes compran directamente su mercancía dentro del mismo espacio del tianguis hasta donde diversos grupos acuden a rematar una cantidad abundante y diversa de productos tales como abarrotes, perfumería, aparatos electrodomésticos, herramienta, ropa nueva de tiendas departamentales (Suburbia, Liverpool, o el Palacio de Hierro), o artículos deportivos.

Todo ello se expende a costos relativamente bajos, muy por debajo del precio de comercialización normal, por lo que el vendedor abasteciéndose por este medio es capaz de obtener una ganancia importante.

“...se dice que en las madrugadas es cuando se vende toda la mercancía robada, todo lo que se roban, o un día anterior o se las acaban de robar y llegan y ofrecen esos productos ¿no? (...) en el salado ahí donde es la unidad habitacional se dice que ahí en las mañanas se hace la venta de lo robado, en Santa Cruz de aquél lado de la 39 y Ermita también en esa parte y del lado de la 51 donde esta una avenida, donde esta un parquecito ahí antes de que se ponga la *cháchara* ahí se vende la mercancía desde las cinco de la mañana...” (Jorge, vendedor de ropa)

Un espacio más donde los comerciantes se proveen es en Tepito y la Lagunilla, sobre todo aquellos que se dedican a vender diversas variedades de piratería: películas, CD`s de música, Software y libros. En estos espacios los vendedores pueden conseguir la mercancía necesaria que es solicitada por su clientela, aún cuando los lugares que distribuyen mercancía a un costo menor regularmente se mantienen en secreto siendo conocidos sólo por un número reducido de comerciantes.

“...hace algún tiempo nos pasaron el contacto con una persona que tiene una bodega en su casa, allá por la Colonia Santa Cruz, en donde le llega mercancía de todo tipo y bastante barata ¿no?, pues la mayoría es mercancía de...de dudosa procedencia ¿no?...de los farderos...y pus si consigue uno cosas muy baratas, pero...siempre estás con la incertidumbre de que te le vayan a hacer de *tos*...o que en un operativo te pidan facturas y, pus, no las tengo... y allí el que perdió pues ya fui yo...por eso mejor ahora compramos legal, o a veces *mita y mita*...” (Juan, vendedor de tenis)

Por otro lado, quienes se dedican a expender productos de la canasta básica en el tianguis, o el ‘mandado’ como le denomina la gente a esta forma de consumo cotidiano, generalmente se proveen en la Central de Abasto de la ciudad de México y ocasionalmente de manera directa con algunos productores provenientes de las zonas rurales del D.F. y Estado de México. Lo mismo sucede con los tianguistas que venden alimentos preparados, la mayoría se proveen de sus insumos en la misma Central de Abasto o en el Mercado de Carnes de San Juan.

Finalmente, se encuentran los comerciantes cuya fuente para proveerse es su propio espacio doméstico o comunitario, como son los que se dedican a la venta de ‘chácharas’ y de objetos robados. Los comerciantes de mercancía-basura, llamada *cháchara*, que se encuentran sobre todo en la periferia del tianguis, obtienen su mercancía ya sea de pepenar en los basureros o de los objetos desechados de su propiedad.⁷⁶ Por el tipo de

⁷⁶ Los objetos usados que más se comercializan en el tianguis son, por ejemplo: juguetes, aparatos electrodomésticos, muebles, refacciones para auto, artículos de cocina, muebles para baño, ropa, libros, revistas, discos de vinil, etc., los cuales son consumidos con bastante regularidad por una cantidad importante de personas, no obstante de que en su mayoría se encuentran ya en mal estado.

mercancía que venden estos tianguistas su inversión de capital es mínima y, sin embargo, sí logran obtener cierto margen de ingresos pues la cantidad de gente que asiste a consumir este tipo de objetos es abundante; de hecho a la actividad de consumir esta mercancía-basura o de reciclaje la gente le denomina como ‘chacharear’. Por su parte, quienes se dedican a vender objetos robados, a los cuales se les distingue por su manera de hablar, por el costo de los objetos que venden y porque escogen lugares semi ocultos para colocar su mercancía, su fuente para proveerse es el robo en sus diversas modalidades. En general son objetos como: teléfonos celulares, cinturones, cámaras fotográficas y de video, laptops, gorras, y joyería diversa sobre todo de oro y plata, cuyo costo es relativamente bajo pues lo que le interesa a este tipo de vendedor es, en realidad, deshacerse de dichos objetos y obtener un ingreso rápido y fácil.

1.3 La situación laboral del trabajador de tianguis.

1.3.1 Precariedad y flexibilidad en las condiciones de trabajo.

Es debido en parte a la operación de las redes sociales que los tianguistas logran solventar su trabajo pese a las condiciones laborales en las que subyacen caracterizadas, de forma similar a lo que ocurre con otros sujetos enmarcados dentro del trabajo no clásico, por un alto nivel de precariedad; aunque en el caso del comercio callejero esta situación ha sido inherente a su desarrollo histórico y no, como en el caso de otras actividades, producto del proceso de flexibilización laboral acontecido en las últimas dos décadas. En los tianguistas actuales, éstos construyen y reproducen su ocupación con condiciones de trabajo bastante similares a las de los comerciantes de antaño. De hecho, esta ocupación proveniente de la premodernidad capitalista, nace y se desarrolla en su versión contemporánea dentro de un contexto social definido por un alto grado de marginación y pobreza, siendo incluso el resultado de la necesidad de consumo de una población urbana empobrecida y de una fuerza de trabajo migrante no incorporada al mercado de trabajo formal de mediados del siglo XX (Lomnitz, 1994). La situación misma de la actividad de permanecer dentro de un marco jurídico ambiguo hace posible dos hechos de relevancia que impactan directamente sobre las condiciones en las que laboran los comerciantes; por un lado, la falta de reconocimiento legal de una forma integral del tianguista, esto es, desde el ámbito estrictamente laboral más allá de solamente tomar en cuenta los códigos civiles o de comercialización cuando se intenta

aplicar la ley, impide el reconocimiento social e institucional de sus derechos como trabajadores quedando al margen de cualquier tipo de prestación social y de un respaldo legal en caso de un conflicto con la autoridad o con otros actores. Por otro, esta misma ambigüedad jurídica permite que el trabajador realice su trabajo sin ningún tipo de supervisión y sanción, cuando es meritoria, por parte de la autoridad lo que dota de algún grado de libertad al tianguista para realizar su trabajo, lo cual no necesariamente implica el goce de ventajas sino, al contrario, padecer arbitrariedades de parte de otros comerciantes o de la Organización gremial, como de hecho ocurre. Por tanto, esta situación, hasta cierto punto contradictoria, hace posible que las condiciones de trabajo precarias del comerciante se reproduzcan pero no solo desde las estructuras sino desde la propia subjetividad de los comerciantes quienes conciben el vacío que existe entre su actividad y las normas legales más como un beneficio que como un factor que les convierte en trabajadores ampliamente vulnerables.

De esta forma, las condiciones de trabajo que los tianguistas poseen asumen características que son compartidas por el grueso de los trabajadores que se dedican al comercio en la vía pública de la ciudad. En general, la desprotección jurídica total de cualquier derecho social y laboral; jornadas de trabajo flexibles pero que pueden ser bastante prolongadas, condiciones ambientales insalubres, una exposición permanente a la violencia social de su entorno (Hernández-Peña, 1999).

Estas condiciones pueden entonces definirse al mismo tiempo que precarias también como flexibles. Precarias por la escasa disposición de recursos necesarios para el desarrollo del trabajo que se ven reflejadas también en la mínima capacidad de ingresos producto de él, y por la carencia de una normatividad legal que ampare los derechos laborales de los trabajadores. Y, dada la situación de constituirse como un trabajo precario, e incluso con cierto grado de vulnerabilidad social en el caso de algunos grupos como personas de la tercera edad, madres solteras o infantes, la flexibilidad en la actividad laboral es una condición necesaria para adaptarse a tales circunstancias y abrir el espacio de posibilidades para desarrollar el trabajo de una manera eficaz, o por lo menos, de forma persistente para paliar sus exigencias económicas de subsistencia.

Las condiciones que caracterizan el trabajo de los tianguistas del Salado en particular se caracterizan entonces porque el proceso de trabajo y la jornada bajo la cual se concreta pueden llegar a ser ampliamente contingentes y no como pudiera ser en el caso de un trabajo taylorizado en el que los ritmos y movimientos se encuentran sumamente

controlados y diseñados para ser ejecutados en periodos estrictos de tiempo en un continuum desde el inicio hasta el fin de la jornada de trabajo. El trabajo del tianguista, contrariamente, se desarrolla con una amplia flexibilidad y variabilidad en los ritmos, movimientos, métodos y técnicas involucrados en su actividad. No obstante de que persisten prácticas que son recurrentes y que conforman una estructura de trabajo que es reproducida en la cotidianeidad laboral del vendedor, éste posee cierto margen de maniobra para adaptar e innovar las formas de trabajo establecidas a sus propias necesidades, circunstancias y decisiones como sujeto. La *flexibilidad* a la que hago referencia para explicar el carácter del trabajo del vendedor de tianguis no implica el uso del término tal y como se ha empleado en los estudios laborales recientes para señalar los procesos de reestructuración productiva que implican la desaparición o el debilitamiento de todas aquellas normas o procedimientos que eran vistas como el capital como trabas para la inversión y el aumento de la productividad, o sea, la contratación colectiva, la regulación laboral que resguardaba la seguridad social y los derechos de los trabajadores, y que estuvo relacionado en primera instancia con el desarrollo del modelo toyotista, para posteriormente abarcar primero el conjunto de las relaciones de trabajo hasta hablar ahora de la flexibilidad en el mercado de trabajo (De la Garza, 2007). Sino que el concepto tiene aquí un uso más específico y busca explicar la falta de rigidez en cuanto a los diversos métodos y técnicas de trabajo empleados por los comerciantes de tianguis, por tanto, el concepto de *flexibilidad* utilizado hace referencia a la *capacidad de cambio o adaptación de acuerdo a las necesidades y circunstancias del trabajador de sus formas y procedimientos de trabajo en el proceso de desarrollo del mismo*. Entonces, no se trataría aquí de una flexibilidad laboral global sino de una específica *flexibilidad laboral técnica* en el trabajo concreto del trabajador de tianguis.

De esta manera, uno de los puntos más importantes en donde justamente encontramos un alto nivel de flexibilidad en el trabajo del tianguista, es el que corresponde a su jornada de trabajo. Si bien, el comerciante con lugar fijo para trabajar, tiene un horario máximo de llegada establecido por la organización y por la propia normatividad legal vigente⁷⁷, el ingreso puede iniciar desde tres o cuatro horas antes de lo señalado, es decir desde las 4 o 5 de la mañana, sin estar sujeto a ningún tipo de sanción; así mismo,

⁷⁷ EL horario máximo establecido por el Reglamento de Mercados del D.F. para que el tianguista tenga instalado su puesto es a las 8:00 hrs.; por su parte la Organización de tianguistas (FNCIPRM) fija como horario máximo para establecerse a las 9:00 hrs. después del cual su lugar puede ser asignado a otro comerciante sin lugar fijo.

el horario de salida aunque también está restringido hacia las cinco de la tarde, los comerciantes pueden retirarse de su trabajo en cualquier hora que así lo decidan, ya sea más temprano o más tarde de la hora fijada. Esta flexibilidad en el horario es, de hecho, uno de los elementos más importantes que quienes se dedican a esta actividad toman en cuenta para permanecer en la ocupación, pues ello les permite adecuar el tiempo de trabajo a sus necesidades más personales y viceversa, de tal forma que no existe una rigidez en cuanto disponer de un tiempo específico para desarrollar su trabajo, lo cual si bien puede aparentemente ser una ventaja en la realidad también representa un problema debido a que aún dentro de espacios sociales extralaborales, como puede ser el ámbito doméstico, el comerciante tiene que dedicar un periodo de tiempo a diversas situaciones relacionadas con el trabajo, en este caso, el comerciante, fuera del espacio del tianguis, invierte tiempo en proveerse, organizar su mercancía, administrar sus ingresos, planificar su trabajo por simple que sea, por lo que la flexibilidad en el trabajo, con relación al tiempo dedicado a él, conlleva a su vez una necesidad de ser flexibles también en el horario enfocado al espacio de reproducción.

“...aparentemente, ya cuando uno recoge sus cosas y se va del tianguis pues ya podemos decir que se termina la *chamba* ¿no?, pero la verdad es que no es así completamente..., o sea, uno todavía tiene que llegar a su pobre casa a descargar la mercancía, a acomodarla, a hacer cuentas para ver cuanto se vendió y qué cosas faltan para surtirlas de nuevo, entonces pues... la *chamba* en realidad se termina pues hasta que de plano nos sentamos a cenar o a ver la tele ¿no?, no antes...” (Ramón, vendedor de ropa deportiva)

En este sentido, el trabajo del comerciante que asiste a vender al tianguis el Salado comienza previamente aún a su arribo al espacio de venta, y no sólo por el hecho de que tenga que trasladarse, como es el caso generalizado de la mayor parte de los trabajadores, sino porque al ser propietario de sus medios de trabajo los cuales, por condición de su ocupación, tiene que movilizar de un espacio a otro durante la semana laboral, está obligado a organizarlos cada día y trasladarlos junto con él al lugar particular hasta donde instalará su puesto para vender. Lo anterior constituye una rasgo general en los comerciantes pese a que también hay tianguistas que no necesitan estar continuamente trasladando su mercancía o que asistan en otro horario y otro lugar a proveerse sino que en el mismo espacio de trabajo lo hacen sacando ventaja al evitar los problemas de traslado que la mayoría de los comerciantes sí padece. Entonces, para el grueso contingente de vendedores la jornada de trabajo comienza en las primeras horas de la mañana desde el momento en que comienza a organizar su mercancía e infraestructura necesarias para realizar su labor, y en otros casos, la jornada inicia con la

asistencia al lugar indicado para proveerse dentro de la misma zona en que se coloca el tianguis, con lo cual hay un ahorro económico y de tiempo.

Un segundo momento de la jornada laboral es cuando se inicia la instalación de los puestos; la amplitud de los lugares se encuentra delimitada por la Organización gremial para evitar la invasión de espacios entre los propios vendedores. Es decir, existe una *apropiación física* de cada tianguista sobre el espacio ocupado la cual es actualizada cada semana en que vuelve a ser utilizado por él, apropiación que implica el pago de una renta, o cuota, a la Organización gremial quien detenta de facto la apropiación general del espacio donde se coloca el tianguis.

“...todo el que quiere vender aquí tiene que darle lo de la plaza al delegado, hasta los que no tienen un lugar fijo, porque es la organización la que te lo está dando, ¿no?, la que te deja vender en un lugar, muchos de los que ahora venden pus, llegaron cuando ya la organización estaba y, de algún modo tiene uno que acatar las reglas que ya estaban, entre eso pus pagar lo del día al Delegado...” (Pablo, vendedor de libros usados)

“...normalmente se cobra una cuota que es por el espacio que ocupan o por lo que venden ¿no? (...) puedo decir que un comerciante que ocupa un espacio de unos dos metros se le llega a cobrar diez pesos, un comerciante que ocupa siete u ocho metros que son los puestos grandes pues llegan a pagar hasta quince, veinte pesos, veinticinco dependiendo del espacio...” (Victor, auxiliar del Delegado)

La condición precaria del trabajo del tianguista es evidente también en los instrumentos de trabajo que utiliza así como la forma que emplea para trasladarlos, ya que si bien una buena parte de ellos ha logrado superar dicha situación al haber invertido parte de sus ingresos a renovar su infraestructura y al transporte con el que se traslada, un contingente importante de tianguistas emplea aún materiales bastante simples utilizando diversos medios para desplazarse desde su lugar de residencia al lugar de trabajo, en su mayoría, haciendo uso de vehículos sin motor o trasladándose a pie.

En general, el tianguista sustituye el capital de inversión –que es más bien escaso- por esfuerzo físico, concretando su actividad productiva con herramientas manuales accesibles en costo a sus recursos precarios. La infraestructura y medios de trabajo del tianguista consisten en diversos materiales para armar su puesto lo suficientemente resistentes y utilitarios con el fin de poder colocar la mercancía⁷⁸; en el caso de los puestos de comida preparada, por ejemplo, los insumos son múltiples pues implica la utilización de una infraestructura especial para el proceso de preparación y dotación de los alimentos que, no obstante, suelen en principio ser los mismos que se utilizan

⁷⁸ Los materiales para armar el puesto son diversos aunque predomina la de tipo tubular que le permite al tianguista instalar una estructura lo suficientemente resistente para colocar en ella su mercancía, no obstante, existen vendedores que utilizan carpas que arman con mayor facilidad o materiales tan simples como puede ser una manta tendida a ras de suelo en donde organiza su mercancía.

también en el entorno doméstico. En éste caso concreto el proceso laboral se complejiza pues la preparación de alimentos implica el estar permanentemente trabajando con materias primas que se tienen que transformar en un producto comestible de acuerdo a los tiempos y demanda de la clientela, situación en la que la mayoría de los demás tianguistas no se encuentra.

Pero, en un nivel más amplio de precariedad se encuentran aquellos comerciantes que carecen de un lugar fijo, quienes en general utilizan como instrumentos de trabajo materiales simples y básicos para expender su mercancía, sobre todo porque al no contar con un lugar donde pueda establecerse para trabajar cada semana se encuentra a expensas del lugar que le asigne el Delegado bajo cualquiera que sean las condiciones, lo cual no le permite disponer de una infraestructura más completa pues corre el riesgo de no encontrar un lugar para vender por lo que el costo de traslado sería mayor y el ingreso no sería correspondiente con dicho gasto.

Es decir, en general, los medios de trabajo utilizados por el tianguista son de carácter precario e implica la necesidad de diversificar y flexibilizar la utilización de la infraestructura requerida para la concreción de su actividad, por lo que el valor de su trabajo, por ende, se encuentra más que en los medios materiales utilizados, en el conocimiento práctico y creatividad desarrolladas por parte del vendedor sobre todo con referencia a los insumos utilizados así como a la forma de interactuar con la clientela.

Por otro lado, la organización de cada lugar de venta se lleva a cabo de acuerdo a las habilidades aprehendidas por los tianguistas, sobre todo porque en la regularidad de los puestos, en general bastante acotados⁷⁹, el comerciante tiene que tener la habilidad de ordenar la mercancía para hacerla atractiva a la clientela. Este proceso de organización comercial le ocupa al encargado un periodo de tiempo importante, después del cual inicia con su trabajo de venta, aunque en el caso de puestos más amplios su instalación lleva una mayor cantidad de tiempo por toda la infraestructura que supone colocar un puesto de tales dimensiones.

La disposición del tiempo está supeditada sobre todo al momento de arribo de la clientela, por lo cual, el comerciante tiene que calcular el tiempo que tardará en instalar y organizar su puesto, pues, hasta antes de que esto ocurra el comerciante tiene prohibido comenzar a vender. En lo anterior, pues, se ubica un condicionamiento

⁷⁹ La mayoría de los lugares donde expenden los tianguistas, ante la gran saturación de comerciantes existente, no rebasan los dos metros y sólo en casos excepcionales de comerciantes con un mayor capital y volumen amplio de mercancía los lugares que ocupan son incluso mayores a los 20 metros.

externo hacia el trabajo del comerciante, ya que aunque éste no tiene un horario fijo de entrada de cualquier modo la colocación de su puesto tiene que llevarse a cabo con el menor tiempo posible a fin de que pueda comenzar a vender inmediatamente y los clientes potenciales no se retiren.

“...cuando uno llega al tianguis pues te tienes que apurar a armar tu puesto, bajar las cosas si tienes transporte o empezarlás a colocar en su lugar, poner las lonas para protegerte del sol o la lluvia y así... tener todo listo porque mientras más te tardes más clientes o venta puedes perder, por decir, si yo llego tarde y hay otro que llegó antes que yo y vende lo mismo pus la gente le va a comprar a él que ya está y si todavía me tardo en ponerme pus se me va más gente ¿no?, por eso aquí si quieres vender tienes que llegar temprano y apurarte a poner tu puesto, no hay más...” (Esteban, vendedor de cinturones)

De esta manera, la forma en que el comerciante instala su puesto así como el material que utiliza para hacerlo representa, por un lado, la experiencia acumulada de generaciones anteriores de comerciantes que fueron estructurando las formas más prácticas para crear y dar forma al lugar concreto donde exponer su mercancía lo suficientemente práctico para que les fuera posible instalarlo y levantarlo de manera ágil y rápida aunque con una dosis de esfuerzo importante; y, por otro, expresa, al mismo tiempo, la capacidad creativa y flexible de quienes se dedican a la venta en el tianguis ante la precariedad de sus condiciones.

1.3.2 La situación laboral precaria.

Aunado a los aspectos técnicos que se mencionan anteriormente, otros componentes que caracterizan la precariedad laboral del tianguista son también la gran saturación de vendedores que trae como consecuencia el recrudescimiento de la competencia, y por ello, la disminución de las ventas para cada comerciante; el ambiente físico que afecta el trabajo y la salud de los comerciantes; los niveles de inseguridad y violencia propias de la zona en la cual opera una diversidad de bandas delictivas que asaltan y extorsionan a los comerciantes; y la falta de certeza con relación a su permanencia en el espacio de trabajo.

Primero, en cuanto al espacio físico en el que se labora, los comerciantes poseen ventajas pero también condiciones desfavorables por el hecho de que realizan su trabajo en un entorno abierto y público como son las calles de las diferentes colonias del D.F. En el caso específico del Tianguis *El Salado* éste se ubica sobre un terreno salitroso que, pese a existir pavimentación sobre las principales avenidas, el comerciante tiene que instalar su puesto sobre una superficie agreste que en época de lluvias, por el fango

que se produce, dificulta la labor tanto de colocarse como de permanecer en dicho espacio toda la jornada de trabajo, sin dejar de considerar los efectos sobre la disminución de la clientela que esta situación provoca. Aunado a ello, la falta de un servicio eficiente de higiene por parte de las autoridades delegacionales provoca la acumulación de basura diariamente, la cual ciertamente se incrementa el día de operación del tianguis, y bajo éste ambiente insalubre el comerciante además de laborar consume sus alimentos y, en algunos casos, realiza otras actividades de reproducción familiar. En el mismo sentido, el riesgo de contraer enfermedades infecciosas, gastrointestinales o cutáneas, es elevado debido a que el tianguis se sitúa alrededor del vaso regulador de aguas negras denominado justamente como El Salado en el cual desemboca el drenaje proveniente de las colonias aledañas tanto de Ciudad Nezahualcoyotl como de las Unidades Habitacionales que hay en la zona. Los comerciantes, de hecho, conciben esta situación como uno de los más importantes riesgos a su salud en este tianguis pues ese contenedor de aguas negras se ha desbordado e inundado las calles utilizadas por ellos para trabajar.

Así, una desventaja más de ejercer su ocupación en un espacio abierto es aquella en la que el comerciante se encuentra expuesto desde el inicio hasta el fin de la jornada laboral a las inclemencias del tiempo. Es una situación sufrida por el comerciante particularmente la temporada de precipitaciones pluviales pues, además de alejar a la clientela, la lluvia puede dañar su mercancía, inundar el lugar de trabajo y tener efectos negativos sobre su propia salud.

“...los días así lluviosos pus, si nos las vemos difíciles porque en esta parte se inunda y tenemos que estar limpiando antes de colocarnos para que nuestras cosas no se enloden o se vayan a mojar...de hecho cuando de plano vemos que está muy feo, o sea, lleno de agua o lodo más de lo normal, pus, mejor ya ni nos ponemos porque nos tardamos más limpiando y luego la gente ni viene...eso es de lo peor que le pasa a uno como tianguista ¿no?...” (Víctor, vendedor de chamarras).

Por otro lado, la manera en que se encuentra estructurado el tianguis propicia una saturación espacial de los comerciantes que ha provocado, a su vez, la existencia de pasillos bastantes estrechos por donde transita la clientela aumentando el riesgo de accidentes por aglomeraciones, principalmente en temporada de mayor asistencia de personas. Este hecho impacta negativamente sobre el comerciante debido a que realiza su labor de forma incomoda por las limitaciones del lugar, lo cual además le genera conflictos recurrentes tanto con otros compañeros como con la población visitante. Esta situación se agrava debido a que este tianguis, como de hecho sucede prácticamente con

todos los demás en el D.F., no cuenta con señalamientos en caso de alguna contingencia o con salidas estratégicas, pues en diversos lugares en donde existe algún espacio para que la gente pueda salir el propio tianguista coloca objetos con el fin de que las personas no atraviesen su puesto. Esta situación representa, entonces, un peligro latente tanto para el comerciante como para la gente que asiste a consumir, constituyéndose éste en uno de los principales riesgos en dicho espacio de comercialización.

Por otro lado, uno de los elementos a considerar en la definición de las condiciones de trabajo son los ingresos del trabajador, en ese sentido, parte de las motivaciones para que este tianguis en particular sea un espacio codiciado por una gran cantidad de comerciantes es que en él se genera un elevado nivel de ventas y, por ende, de ingresos económicos, sin embargo, de acuerdo al estudio realizado, la mayoría de los tianguistas encuestados ganan en un día normal de venta de 300 a 600 pesos (75%) y una parte menor percibe de 1000 a 2000 pesos durante la jornada laboral de venta en el Tianguis (un 25%), soslayando los casos excepcionales de aquellos vendedores que, por las dimensiones de sus puestos, el tipo de giro comercial, y el volumen del capital invertido, sobre pasan por mucho las cifras anteriores, generando ingresos de 10,000 a 20,000 pesos durante el día que asisten a vender⁸⁰.

Aunado a lo anterior los tianguistas ejercen su actividad sin ningún tipo de prestaciones sociales. En lo que respecta a la seguridad social, por ejemplo, el 60% de los comerciantes del tianguis encuestados no cuenta con ningún tipo de servicio médico, el 15% tiene acceso al IMSS o a otros servicios de salud pública a través de su inserción en empleos que sí cuentan con esta prestación o indirectamente a través de familiares y un 25% se encuentra afiliado al seguro popular. Así mismo un porcentaje mínimo de comerciantes son jubilados de los empleos formales en los que laboraron, los cuales reciben una pensión mensual en promedio de 2000 pesos.

En lo que respecta a la Antigüedad en el trabajo la mayoría, alrededor del 70% tiene más de 10 años en la ocupación; un porcentaje menor (20%) tiene de cinco hasta nueve años, y en tercer lugar están los comerciantes que tienen de 1 a 3 años en el tianguis. Es decir, la mayor parte de los comerciantes han decidido permanecer en la ocupación ya que, pese a las condiciones de trabajo expuestas, representa una fuente de ingresos, un

⁸⁰ Por ejemplo, en el caso de los tianguistas cuyos puestos son de amplias dimensiones –más de 20 metros- y que son ocupados para expender muebles, comida o ropa de segunda mano los ingresos durante la jornada en que opera el tianguis es por encima de los 15 mil pesos, aunque la proporción del capital invertido y de la fuerza de trabajo empleada también es mayor a un puesto común.

espacio donde posee cierto grado de autonomía sobre su trabajo y en el que la multiplicidad de interacciones sociales es un factor que le resulta atractivo.

En tercer lugar, el esfuerzo físico y mental que el tianguista tiene que realizar en el desarrollo de su trabajo suele ser elevado, sobre todo en la etapa de instalación y levantamiento de sus puestos. Por un lado, obligadamente una parte de su trabajo consiste en levantar objetos pesados como el material tubular con el que coloca su puesto así como el material que utiliza para resguardar su mercancía, tanto en el momento en que llega como cuando se retira. Esta situación propicia, en la mayoría de los casos, diversas enfermedades en los comerciantes del género masculino pero, de manera particular, en el sexo femenino son también recurrentes más aún cuando se trata de mujeres embarazadas o de edad avanzada. Esta parte del trabajo es la de mayor esfuerzo y desgaste físico para el tianguista y, sin embargo, es insoslayable por el carácter no fijo de sus establecimientos comerciales. Por otro lado, la carga mental a la que se ve sometido el comerciante es regularmente elevada, pues en muchos casos, aunque no necesariamente en la mayoría como veremos más adelante, este trabajo es concebido como una actividad monótona y rutinaria que difícilmente permite gozar de un tiempo, fuera del espacio de trabajo, para descansar o vacacionar pues de él depende la sobrevivencia cotidiana. Así, el hecho de que el trabajo en el tianguis llegue a saturar en momentos el tiempo del comerciante, y en muchos casos, de sus propias familias tanto dentro como fuera de él, llega a ser significado como una situación que provoca hartazgo y cansancio no sólo físico sino mental a tal grado de soslayar la única parte que le es gratificante, además del ingreso económico, como es la interacción y capacidad de relacionarse socialmente con una multiplicidad de personas realizando su trabajo con desgano y de forma automática.

“...aquí llega el momento en que, por la *chinga* y las pocas ventas, pus, ya quieres mandar todo a la goma ¿no?...ya na’ más vienes a trabajar porque no te queda de otra ¿no?, pero así, sin ganas y es cuando le contestas mal a la gente o ni siquiera la pelas si ves que ni te va a comprar, no pensando que si hoy no lo hace tal vez la próxima semana sí lo haga...pero al momento te vale gorro y la tratas mal...porque te hartas de esto...” (Daniel 1, vendedor de calzado)

Todo lo anterior representa, entonces, el conjunto de condiciones de trabajo en las que labora el tianguista, las cuales influyen de diversa forma en la construcción del sentido que el comerciante le otorga a su trabajo, aún bajo la precariedad y riesgo en que lo concreta. Pese a ello, como se señaló, la condición de flexibilidad que impera dentro del trabajo del tianguista y que le permite adaptar la situación de precariedad laboral para sacar las ventajas que le sean posibles, ha propiciado su permanencia en la ocupación

debido a que, por ende, logra ejecutar su trabajo dentro de un proceso que concilia ámbitos diversos en el mundo de vida del comerciante con el mundo laboral en sentido estricto, lo cual compensa de algún modo el bajo nivel de ingresos que pueden obtener con otra serie de satisfactores no necesariamente de tipo económico, sino sociales e incluso de carácter afectivo.

1.3.3 Entre la labor rutinaria y el tiempo de ocio: las dos caras de la actividad laboral de venta en el Tianguis.

Las principales características del trabajo en el tianguis son en general, como se ha indicado anteriormente, la flexibilidad en cuanto a las formas y medios de trabajo, el carácter contingente del ingreso económico, salvo en aquellos comerciantes que se encuentran en una situación de subordinación laboral quienes en general sí cuentan con un salario establecido, y la existencia de tiempos de espera entre cada acto de venta o atención al cliente que significan para el tianguista, por un lado, la parte rutinaria de mayor monotonía y aburrimiento, pero por otro, el instante de tiempo que puede ser aprovechado como un tiempo de ocio. El significado que el tianguista le da a su trabajo, como monótono o como espacio de convivencia, es prioritario pues influye de manera directa en la forma que asume el proceso de identificación del comerciante ya sea con relación a su trabajo –identidad ocupacional-, a sus compañeros –que en este caso podría considerarse como la identidad colectiva gremial-, así como la identificación con la Organización de la que forman parte -o una identificación colectiva corporativa, diferente de la anterior en que ésta última es una identificación con una instancia que se encuentra, generalmente, por encima del grupo de trabajadores en tanto que la primera es más inmediata y espontánea, en los casos en donde sí existe, y que conlleva procesos de solidaridad y reciprocidad colectiva.

No obstante, para realizar un análisis correcto sobre lo anterior es necesario partir de la diferenciación del estatus ocupacional de los comerciantes pues, de lo contrario, se estaría cometiendo el error de considerar a los sujetos como un todo homogéneo cuando, si por alguna cuestión se puede caracterizar a los tianguistas, es justamente por su gran heterogeneidad en una gama diversa de aspectos que van más allá de la simple diferenciación de carácter sociodemográfico y que más bien su punto de origen se encuentra en las motivaciones, capacidades –materiales y creativas- y objetivos concretos de los sujetos con relación a su trabajo.

Así pues, apegándonos a la división marcada en los apartados anteriores de los tipos de comerciantes existentes en el Tianguis *El Salado*, es pertinente partir de ella para explicar la forma en que cada comerciante, de acuerdo a características genéricas según la tipología ya señalada, de una parte, significan a su trabajo como un trabajo rutinario y monótono y, por otro lado, se le otorga un sentido aceptable y de confort al hacer uso en una parte de su jornada de trabajo de instantes de tiempo como un tiempo de ocio que es utilizado para diversas actividades lúdicas, formativas o de sociabilización, además del tiempo utilizado fuera del espacio de trabajo para el esparcimiento personal, familiar o colectivo, situación que tiene un impacto sobre la forma en que son generadas las tres formas de identidad descritas.

Lo anterior, debido a que el sentido otorgado al trabajo –como aburrido o como actividad que incluye el uso de un tiempo de ocio- es variable de acuerdo a cada comerciante y ello va de la mano, de forma inherente, al modo e intensidad con la que desarrolla su trabajo y que se expresa entre otras cosas en la cantidad de tiempo utilizado para laborar, así como por la magnitud del material con el que trabaja, esto es, si el puesto y su mercancía difieren en términos cuantitativos.

Lo anterior porque, de acuerdo a la noción sobre el ocio que se maneja aquí y que lo concibe como interrelacionado con el tiempo de trabajo y no de forma autónoma, o contraria entre uno y otro (Friedmann, 1963), el trabajo influye en el ocio expresándose en la forma como las diferencias profesionales marcan las actividades y costumbres de ocio. Es decir la diferencia en cuanto al tipo de trabajo condiciona la magnitud y calidad del tiempo de ocio, que en el caso de los tianguistas es posible observar por una gama de factores que se encuentran en la realización de su trabajo, entre ellos, la distinción en términos del origen o la trayectoria laboral del tianguista, la división del trabajo al interior de cada puesto, la división de giros existentes, la edad de los comerciantes, la jornada de trabajo, la magnitud de los ingresos que se perciben. Asimismo en esto último influye también la situación personal y familiar de los comerciantes así como la disposición subjetiva para llevar a cabo prácticas personales o sociales que impliquen una utilización del tiempo libre como un verdadero tiempo de ocio, considerando que el ocio es,

“el conjunto de operaciones a las que el individuo puede dedicarse voluntariamente, sea para descansar o para divertirse, o para desarrollar su información o su formación desinteresada, su voluntaria participación social o su libre capacidad creadora, cuando se ha liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales” (Dumazedier, 1971)

Utilización de tiempo libre, que no es lo mismo a tiempo de no trabajo, pues implica que en su práctica los sujetos puedan cumplir con diversas funciones.⁸¹

Pero, la interrelación mencionada entre tiempo de trabajo y tiempo de ocio, también puede darse de forma inversa; no solamente el trabajo y la jornada del mismo condicionan el tiempo de ocio, sino también las prácticas ejercidas en el tiempo de ocio influyen, al igual, en el trabajo realizado. Esto porque todo aquello que se vive durante el tiempo dedicado al ocio repercute de diversas formas sobre el mundo del trabajo. En parte debido que el tiempo libre se puede encontrar dentro del mismo tiempo de trabajo gracias a las pausas y a las actividades recreativas durante el horario laboral (Friedmann, 1963), lo cual, en la dinámica de trabajo del tianguista es un hecho que lo determina al existir pausas recurrentes durante toda la jornada.

No obstante, el que existan pausas de tiempo durante el trabajo no implica necesariamente que para el trabajador tenga esto un sentido positivo pues en el caso de los comerciantes puede llegar a ser, contrariamente, un hecho indeseable, por un lado, porque las pausas representan un obstáculo en el proceso de intercambio comercial debido a que implica periodos de tiempo en los que sus productos no se consumen, siendo así que para los tianguistas tendría mayor beneficio concretar de forma permanente el proceso de compra venta e interacción con el cliente que sólo permanecer esperando el arribo de éste, pues de ello depende la magnitud de su ingreso; por otro, los instantes de espera son, en una diversidad de trabajadores, momentos de tedio abundante al no tener la disposición para realizar otras actividades sino simplemente encontrarse en un estado de espera.

Así pues, para que los tiempos de espera que forman parte del trabajo del tianguista logren constituirse como instantes de tiempo de ocio tiene que intervenir la voluntad y disposición del sujeto para concretarlos de ese modo.

En particular, con relación a la disposición del tiempo libre éste se concibe de manera diferenciada y su práctica también se expresa de forma muy particular de acuerdo a cada sujeto. Por un lado, el comerciante que se encuentra dentro de un estatus de microempresario que concibe a su labor como una actividad emprendedora en términos económicos, y el cual se encarga de atender directamente el puesto y de controlar el trabajo de sus auxiliares, posee un tiempo libre muy limitado debido a que, como

⁸¹ Funciones psicosociológicas (de descanso, esparcimiento y de desarrollo); funciones sociales (de sociabilidad, simbólica, terapéutica); funciones económicas (consumo) (Sue, 1980).

encargado directo, toda su jornada de trabajo se satura justamente con la realización de diversas actividades dentro del espacio laboral tendientes a que el negocio se mantenga funcionando eficazmente.

Así, para este tipo de tianguistas hablar de que esta ocupación permite contar con una cantidad mayor de tiempo libre a diferencia de otros trabajos, es referirse a un mito más que a una situación real con sustento. Sobre todo, porque la saturación del trabajo no se da únicamente dentro del espacio laboral sino aún fuera de él, debido a que durante el tiempo de no trabajo, el comerciante de este tipo dedica una buena parte de él a proveerse de mercancía y de los insumos, buscar nuevos proveedores, llevar la contabilidad del negocio, buscar nuevos espacios de venta en otros tianguis, además de asistir a otros lugares a vender; por ello, el tiempo de ocio se concreta únicamente cuando descansa, convive familiarmente o realiza alguna actividad festiva.

Sin embargo, para la mayor parte de los tianguistas de tipo tradicional que realizan su trabajo con objetivos de subsistencia el tiempo de trabajo y el tiempo de ocio se encuentra embebido uno en el otro, tanto dentro como fuera del espacio laboral, de tal forma que la jornada de trabajo implica diversos espacios de tiempo libre de ocio y viceversa, durante el goce del tiempo extralaboral no todo representa tiempo libre sino que también se encuentran diversos momentos en donde hay que realizar actividades relacionadas con el trabajo. De tal forma que aquí, la delimitación del tiempo laboral y extralaboral es más bien relativa pues se encuentran en un continuum en donde se intercalan ambos la mayor parte de las veces.

Los espacios de tiempo en el que no se encuentra interactuando con los clientes, este tipo de tianguista lo usa para realizar diversas actividades que corresponden a formas específicas de consumo cultural como leer el periódico, revistas o algún libro, escuchar la radio, ver la T.V., así como para actualizar los lazos sociales al convivir con el personal que le auxilia o con los comerciantes contiguos, o simplemente para descansar y esperar a que llegue algún cliente. Es decir, actividades de sociabilización, de esparcimiento o formativas, las cuales no le sería posible realizar, de la forma en que lo hace, si se encontrara en otro tipo de ocupación, incluyendo otros trabajos denominados informales, pues, la clave para que esto sea posible es que se encuentra laborando, aunque en un espacio abierto, en un lugar fijo y del que se apropia al menos durante el día y el horario en que el tianguis se coloca. En particular las actividades de su tiempo de ocio que cumplen con funciones de sociabilización, que para nuestro problema de estudio es importante analizar, en algunos casos se han convertido en costumbre por

parte de los comerciantes, pues al contar con una antigüedad dentro del tianguis han logrado concretar lazos sociales bastante estrechos con algunos de sus compañeros de trabajo hasta el grado de establecer incluso relaciones de compadrazgo. Dichas actividades de sociabilización pueden resumirse en prácticas de convivencia a través de juegos, la práctica ritual de compartir los alimentos y, sobre todo, el compartir el consumo de bebidas alcohólicas durante el proceso comunicativo que implica conversar sobre diversos asuntos: el fútbol, la política, los planes personales o familiares para descansar, la dinámica de trabajo en otros tianguis, etc., lo cual sirve a la vez como un medio para transmitir experiencias, opiniones y expectativas que finalmente permiten el reconocimiento e identificación mutuos al comprenderse que no solo se comparte una ocupación y un espacio de trabajo sino también un estilo de vida, lo cual en conjunto constituye la *cultura laboral urbana* prevaleciente en este tipo de trabajadores. En particular, el acto de jugar en diversos momentos de la jornada de trabajo es una práctica recurrente entre diversos grupos de tianguistas, sobresaliendo, por las propias condiciones del espacio, los juegos de mesa. Para la práctica del ocio, la diversión y el esparcimiento son importantes debido a su función *anti estrés*, pues a través de los juegos los sujetos se ‘liberan’ física y emocionalmente al soslayar la presión ejercida en el horario de trabajo. La diversión, de manera particular, favorece y alimenta las relaciones sociales al practicarse de manera colectiva, puesto que los juegos “suponen un intercambio dentro de un grupo, en un equipo o en el seno familiar (...) El juego sirve de estímulo para las relaciones interpersonales dentro de un grupo.” (Sue, 1980) Y esto es evidente en el espacio laboral del tianguis, pues la mayoría de las interacciones sociales más estrechas entre los comerciantes se da a través de este tipo de prácticas.

Lo sobresaliente para el tema del ocio es que en este caso, como ya se indica, el tiempo libre que pueden llegar a utilizar está condicionado por el tiempo de trabajo, su ocupación es lo prioritario de tal forma que muchas de las actividades que son, en otros tipos de trabajadores, destinadas al entorno doméstico aquí se realizan dentro del propio espacio de trabajo incluyendo aquellas referidas a la reproducción social, como la atención de los hijos, la alimentación y la convivencia familiar.

“...casi siempre aquí mismo comemos todos, cuando mis hijos salen de la escuela, pues, cuando vendemos aquí, como está cerca de donde vivimos pues, mejor se vienen para acá, y aquí hacen la tarea, comen, y nos ayudan un rato, sobre todo el más grandecito, que es el que ya despacha también, y así hasta que levantamos el puesto...ya a la casa llegamos na`mas a dormirnos o a ver la tele un rato, ¿no?...” (Marcela, vendedora de ropa interior)

En el caso de los tianguistas más jóvenes, con tradición familiar en la venta de tianguis, la forma de utilizar el tiempo de ocio es distinta a como lo hace un vendedor de mayor edad. En el caso del tianguista joven existe una intencionalidad más enfática para poder contar con una mayor cantidad de tiempo disponible con el fin de desarrollar actividades personales o sociales en las que sobrepongan, al menos temporalmente, el aspecto del trabajo de vender en el tianguis, aún estando dentro de dicho espacio. Es decir, podemos distinguir dos formas de utilizar el tiempo de ocio, una dentro del propio lugar de trabajo, que es posible gracias a los intersticios de tiempo que hay entre cliente y cliente, y otra, la que se tiene fuera del espacio laboral en la que los vendedores jóvenes la utilizan ya sea para estudiar, establecer relaciones sociales y/o convivir con personas de su misma edad. En el primero de los casos, es frecuente observar a los comerciantes jóvenes conviviendo con sus compañeros, tanto del mismo espacio de trabajo como de otros lugares, lo cual se traduce en prácticas de comunicación y de manera importante en el juego. Lo anterior, permite que de manera regular dichas prácticas de convivencia ayuden a reforzar la identificación con los compañeros de trabajo, sobre todo porque permite el intercambio de experiencias y significados comunes, tanto laborales como, en este caso generacionales, lo cual conlleva un reconocimiento sociocultural más amplio. Situación que, por otro lado, se ve reflejada fuera del espacio laboral prolongándose dicha convivencia hacia otros espacios sociales extralaborales como las celebraciones, la asistencia a antros, las actividades deportivas de fines de semana, o actividades, incluso, de tipo religioso. No obstante, el tiempo disponible fuera del espacio de trabajo no implica necesariamente la ausencia de prácticas propiamente laborales. Así, por ejemplo, los días que no se acude a vender al tianguis el vendedor lo utiliza para proveerse de mercancía, o de diversos tipos de insumos; así mismo, la culminación del horario de trabajo en el tianguis no supone que la jornada laboral haya concluido pues el comerciante aún tiene que recoger el puesto, trasladar y guardar su mercancía. Por ello, el día laborable transcurre prácticamente hasta el horario nocturno, constituyéndose la actividad del tianguista en una *jornada de trabajo intermitente*.

Por su parte, la situación de doble jornada para el caso de las mujeres tianguistas, sobre todo de aquellas con responsabilidades familiares, evidentemente, limita bastante el disfrute del tiempo libre de ocio, pues los tiempos de no trabajo son ocupados justamente para las tareas de reproducción social, sobre todo cuando hay una familia de por medio y aún cuando los hijos también se incorporen como fuerza de trabajo auxiliar

en el tianguis. Quienes logran ejercer una mayor cantidad de tiempo para la práctica del ocio son las mujeres solteras o aquellas cuyos hijos ya son mayores. En el primer caso, a muchas de las tianguistas trabajar en el tianguis les ha permitido realizar otras actividades, además del trabajo doméstico, como continuar con su formación académica de tal forma que el tiempo libre en el espacio de trabajo se les puede observar realizando diversas tareas escolares y, aunque no soslayan las relaciones sociales con sus compañeros, por lo regular suelen apartarse del tipo de convivencia que los comerciantes hombres realizan.

“...a la mayoría no les hablo muy bien, nada mas los saludo, depende del horario que sea en el día pero, casi no platico con ellos, o no convivo mucho con ellos. Nada más le hablo a dos chavas de aquí del tianguis que venden también y me llevo bien, platico con ellas...nos llevamos bien...” (Rocío, vendedora de ropa interior, hija de la comerciante titular del puesto.)

En el segundo caso, se trata de mujeres en edad madura cuyos hijos suelen ayudarle en el puesto por lo que su carga de trabajo disminuye notablemente así como el trabajo de tipo doméstico; la mayor convivencia, de hecho, la realizan dentro del entorno familiar aunque sin aislarse completamente de los demás compañeros en el tianguis.

“...mis hermanas y yo le ayudamos a mi mamá, nos turnamos porque las tres vamos a la escuela, este, dos vamos en la mañana y una va en la tarde entonces la que va en la tarde le ayuda en las mañanas y nosotros dos que vamos en la mañana le ayudamos en la tarde y así nos turnamos para venirle a ayudar a mi mamá...” (Fabiola, hija de tianguista).

Por otro lado, a diferencia del tipo de comerciante señalado anteriormente, el comerciante *emergente* con alguna trayectoria laboral en el mercado de trabajo formal, acostumbrado a una práctica de trabajo más intensa, o al menos, sin periodos de tiempo de espera tan amplios, en los que, en apariencia, no realiza más actividad que esperar a que la clientela arribe, persiste un significado sobre esta parte del trabajo como de inutilidad y aburrimiento.

“...luego si es aburrido estar aquí esperando nada más a ver a *quehora* viene la gente a comprar, yo estaba acostumbrado a trabajar todo el tiempo ¿no?, ahí en la fábrica donde estaba, pus, desde que entrábamos hasta que salíamos estábamos *chingándole* ¿no?... y casi todos los días se te iba el tiempo de volada, y aquí, hay veces que ve uno el reloj y apenas son las doce y hasta sueño te da de que no vienen a comprar...” (Oscar, vendedor de bonetería).

Aún así sus tiempos de ocio los ocupa dentro del espacio de trabajo para interactuar socialmente o informarse a través de medios impresos, sin llegar a concretar una convivencia con sus compañeros como la que realizan los tianguistas más antiguos. Fuera del entorno laboral, este comerciante aprecia bastante la convivencia familiar dedicándole tiempo suficiente dentro o fuera del espacio doméstico por lo que es en éste

último en donde puede ubicarse la fuente de su realización y no tanto en el trabajo, el cual, en la mayoría de los casos de este tipo de comerciantes, es concebido como alienante.

Por su parte, las comerciantes emergentes mujeres cuentan con una cantidad de tiempo mayor que la mayoría de los tianguistas, pues su ingreso central, en la mayoría de los casos, no depende necesariamente de la venta en el tianguis, sino que esta actividad la ejercen como una manera alternativa de complementación de los ingresos familiares, pero sin que sea la ocupación central de la que dependa la unidad doméstica para subsistir. Por tal motivo, el permanecer en el tianguis vendiendo una vez a la semana representa para ellas una distracción y una forma de soslayar sus actividades domésticas diarias; considerando a su actividad de venta más que como un trabajo como un espacio para estrechar los lazos sociales con sus vecinos y con la clientela que asiste al tianguis.

“me gusta trabajar aquí, porque en el tianguis platico con los vecinos, no me aburro, y los horarios son más flexibles (...) en el tianguis no te dicen qué es lo que tienes que hacer, estás en un mejor ambiente...” (Margarita, vendedora de ropa interior)

De esta manera, encontramos una diferenciación mas o menos clara con respecto a los tipos de comerciantes que subsisten en el tianguis, a la forma en que llevan a cabo la práctica del tiempo de ocio cada uno de ellos y, finalmente, la repercusión que tiene éste ámbito para la constitución de las tres formas de identidad de las que nos ocupamos. Con ello, hemos podido notar que quienes suelen gozar de una mayor cantidad de tiempo de ocio dentro del entorno de trabajo y que es utilizado principalmente para prácticas de convivencia y estrechamiento de lazos sociales son los tianguistas con una trayectoria amplia en la ocupación y que provienen de familias que se han dedicado a la venta en el tianguis tradicionalmente. Estos comerciantes *tradicionales* al hacer de su trabajo su vocación principal le otorgan un sentido ampliamente positivo significándolo como una actividad noble y motivo de orgullo pues en él sienten el ejercicio de cierto grado de libertad e independencia, y por la cual han conseguido mantener un ingreso económico, es decir, que el grado de apego a su trabajo es mayúsculo así como el sentido de pertenencia al gremio, como lo muestra el hecho de que son los comerciantes que ejercen un nivel más amplio de convivencia y solidaridad mutuas. Contrariamente, los tianguistas que tienen un afán de obtención de ganancias –*microempresarios*–, y que se han insertado al tianguis visualizando una oportunidad para invertir su capital ante la carencia de regulaciones estrictas por parte de la autoridad, sus prácticas de tiempo de ocio son diferentes y se encuentran más restringidas, así como el nivel de identificación

con esta actividad la cual suele ser menor, significándola con un razonamiento de tipo instrumental como un medio útil para lograr un objetivo económico pero sin que ello implique comprometerse con la ocupación y con la gama de conocimientos que esto conlleva; de hecho, como se hace mención, una parte de estos comerciantes solamente se encargan de supervisar el trabajo de sus empleados sin estar de lleno en la actividad de vender. Lo anterior, lógicamente, impide que mantenga relaciones sociales estrechas con sus compañeros y, menos aún, que tenga un sentido de pertenencia con el gremio. Por otro lado, el caso de los tianguistas que he denominado como *emergentes* es más diverso, pues aquellos que, habiendo insertándose al tianguis como una forma de obtener un ingreso temporalmente en tanto lograban incorporarse a algún empleo en el mercado 'formal', pero que finalmente han permanecido en la ocupación de tianguista con el transcurrir del tiempo han desarrollado, en la medida en que han obtenido el conocimiento de lo que es ejercer este trabajo y de las ventajas que puede tener, por ejemplo, el poder disponer de cierto periodo de tiempo de ocio mayor al que podría contar en otros empleos, un sentimiento de apego a él y, en cierta medida, también de sus compañeros con los que convive semanalmente; sin embargo, existen casos en los que dicho comerciante no termina de aceptar la ocupación de tianguista como definitiva encontrándose en una situación de ambivalencia laboral, saliendo y entrando en ocupaciones formales y en la venta en el tianguis de forma intermitente lo cual le impide construir un sentido de apego con éste último trabajo, y de hecho, suele referirse a sus compañeros como 'los tianguistas' abstrayéndose él de dicha nominación. Y esto último sucede también con aquellos comerciantes que aprovechan el espacio del tianguis para salir a vender cada semana por la cercanía con su domicilio pero sin que realmente se dediquen a la ocupación de tianguista de forma permanente, cabe decir que, igualmente, en estas personas no existe una identificación plena ni con el trabajo de vender, ni tampoco con el resto de los comerciantes, aún cuando exista una interacción social constante con ellos y cuya utilización del tiempo de ocio les sea ampliamente favorable.

Por último, los tianguistas auxiliares, familiares o empleados, como en la mayoría de los casos se trata de personas muy jóvenes, incluso menores de edad, no han desarrollado aún ningún sentido de apego con el trabajo sino lo conciben como un medio de obtención de ingresos, o bien, como una forma de apoyar a los padres o al gasto familiar; sin embargo, también existe la situación, aunque en un porcentaje menor, en la que estos tianguistas auxiliares si visualizan a futuro el tener su propio puesto pues

han logrado ir construyendo un sentido de identificación con su trabajo y con el gremio de comerciantes al haberse incorporado al tianguis desde una edad temprana, y han logrado utilizar su tiempo de ocio en el aprendizaje y socialización con el entorno del tianguis a través de juegos y de la convivencia cotidiana con los demás comerciantes.

Lo anterior nos permitiría afirmar que el hecho de que los comerciantes de tianguis puedan tener y utilizar una mayor cantidad de tiempo de ocio dentro y fuera del entorno laboral, por las propias condiciones que asume su trabajo, no implica por si mismo que el trabajador desarrolle un proceso de identificación con su ocupación, con sus compañeros y mucho menos con la organización, pues en esto último interviene de una manera fundamental la situación concreta de cada comerciante con relación a su condición como tianguista y al cómo se asuma como tal, lo cual influirá para que signifique el tiempo de ocio como un aspecto prioritario para desarrollar un sentido de apego hacia el trabajo, por el hecho de que esta ocupación le permite realizar otro tipo de actividades formativas, de esparcimiento o de descanso, y también un sentido de pertenencia colectiva con sus demás compañeros al utilizar dicho tiempo para solidificar sus lazos sociales y el intercambio de experiencias no sólo laborales sino también de estilos de vida.

En resumen, el solo contar con tiempo de ocio no es una condición para la generación de la identidad sino el cómo se asuma el comerciante dentro de su ocupación y logre significar positivamente y utilizar dicho tiempo para reforzar los mecanismos de apego hacia el trabajo y hacia la comunidad laboral de la que forma parte.

Sin embargo, una situación que escapa del espacio de posibilidades de acción en el trabajo del tianguista, y a su propia voluntad para desarrollar su trabajo de una forma creativa, es la inseguridad que éste padece ante la presencia de un actor que ejerce una dosis elevada de violencia y que se ha desarrollado en un ambiente propicio dadas las características de la zona⁸², es decir, la delincuencia organizada.

1.3.4 El trabajo como riesgo: violencia e inseguridad en el desarrollo de la ocupación del tianguista.

Un actor importante que también se encuentra enmarcando diversas formas de condicionamiento hacia el trabajo del tianguista es la delincuencia organizada. La

⁸² La Delegación Iztapalapa, sobre todo en la parte Oriente, es la segunda demarcación con altos índices delictivos después de la Cuahutemoc, como se señala al principio del documento.

presencia de diversas bandas delictivas en la zona en donde se instala el tianguis ha repercutido directamente sobre el trabajo de los tianguistas porque, aunado a la cooperación obligatoria que tienen que proporcionar semanalmente a la Organización gremial, una cantidad considerable de comerciantes, aunque todavía menor en proporción a la totalidad, se encuentran sujetos a una situación de peligro e inseguridad. Este problema se complejiza por el hecho de que parte de las organizaciones de delincuentes operan como una red de proveedores de los mismos comerciantes aunque, por ello mismo, la distribución de esa mercancía está condicionada a la acción de las autoridades contra dichos grupos⁸³. La presencia de la delincuencia afecta en lo inmediato el sentido de certidumbre y de seguridad del comerciante; esta situación, al generar miedo a ser presa de algún delito, provoca en los sujetos que el significado sobre las condiciones en las que concretan su ocupación se llegue a tornar ampliamente negativo.

“...pues, esto va de mal en peor...porque cuando antes venían a querer robarnos o a la gente pues, no eran más que simples raterillos que ya hasta conocíamos y sabíamos que venían de acá de las casitas o de la colmena, pero ahora pues ya te llegan más de tres cabrones armados no para robarte sino para pedirte una cuota cada semana, y así pues esto ya valió, porque pues ya nada más les vas a venir a trabajar a ellos ¿no?, así mejor nos dedicamos a otra cosa porque de nada sirve que te fletes y la ganancia termine en otro lado...” (Miguel, vendedor de chamarras de piel)

No obstante, a la larga esta condición de violencia e inseguridad ha generado también una sobrevaloración del tianguista de su ocupación al afirmar, por un lado, un sentido de arrojo y valentía en la concreción cotidiana de su trabajo; y, por otro, otorgarle naturalidad a dicha situación concibiéndola como una parte inherente al ejercicio de su labor.

La misma percepción tiene la clientela, quien asume este espacio de comercialización como un lugar bastante inseguro, donde existe un alto grado de delincuencia y violencia; no obstante, el ir a comprar representa, en algunos casos, una especie de reto sobre todo porque la mercancía que ahí se puede consumir solo se adquiere en otros espacios de comercialización similares como Tepito.

“...mucha gente cree que en este tianguis hay mucho ratero y por eso no viene, sobre todo la gente de otras colonias, pero yo tengo años viniendo a comprar y si me ha tocado que me han

⁸³ De acuerdo con una nota publicada el día 25 de noviembre de 2010 a través de Internet, María Maricela Canales, líder de la banda de ‘Los Pumas’ dedicada al robo de vehículos en el Estado de México, y vinculada a La Familia Michoacana fue capturada por elementos de la Policía Federal. La mujer, era la encargada de organizar la logística para el robo de vehículos y la venta de autopartes en el Tianguis El Salado. Nota publicada en: www.elarsenal.net/2010/11/25/capturan-a-roba-autos-vinculada-a-la-familia-michoacana.

querido robar pero aún así venir a este tianguis es pues... es chido porque encuentras de todo ¿no?, hasta lo mismo que se roban lo vienen a rematar aquí y a veces pues conviene porque como ya les urge sacarlo pues te encuentras con cosas bien baratas ¿no?...por ejemplo, unos tenis que en un centro comercial te salen en unos 1500 aquí los mismos te los encuentras hasta en 600 o 700 *varos*...la mitad del precio...” (Manuel, cliente del tianguis)

Vender en el Salado implica, pues, el peligro de ser asaltado y este es un hecho que tiene que ser sobrellevado por los comerciantes como parte de su trabajo, por lo cual han tenido que aprender a adaptarse a dichas condiciones siendo así que su rutina laboral contempla incluso técnicas para evitar ser asaltados, o para que no les sean hurtados sus productos, lo que implica saber actuar en caso de que así ocurra, llevando a cabo acciones más de tipo individual que colectivas pues, como gremio, no existe una organización autónoma para contrarrestar la delincuencia lo que aumenta la propensión a seguirla padeciendo.

Para el comerciante tal situación se asume como uno de los principales problemas con los que se enfrenta en el desarrollo cotidiano de su trabajo. Los mecanismos condicionantes se relacionan directamente con las prácticas de extorsión, asaltos⁸⁴ y secuestros llevadas a cabo por diversos grupos delictivos que operan en la zona, los cuales hostigan a los comerciantes dentro y fuera del tianguis⁸⁵. Estas prácticas delictivas sobre los tianguistas de el Salado han sido recurrentes durante varios años, pues en la zona conocida como Unidad Ermita Zaragoza se concentra una cantidad importante de bandas delictivas así como en las colonias aledañas del Estado de México con las cuales limita la zona de operación del tianguis, principalmente de los municipios de Cd. Nezahualcoyotl y La Paz, no obstante, en el periodo en el que se estuvo realizando el trabajo de campo de la presente investigación diversos comerciantes afirmaron haber sido extorsionados semanalmente por células de hombres armados ligados o pertenecientes al *Cártel de La Familia Michoacana*, la cual ya operaba en algunos municipios del Estado de México pero cuya operación en el D.F. es un hecho reciente; sobre todo porque se ha abocado a acosar a comerciantes de la vía pública que se dedican a la venta de mercancía ilegal como piratería y ropa usada de contrabando *-ropa de paca*, como se le conoce comúnmente-, a quienes les cobra una

⁸⁴ Los casos de asaltos durante la jornada de venta son numerosos, así como de robos cuando el comerciante es interceptado al pretender retirarse del lugar donde se coloca el tianguis.

⁸⁵ La zona en donde se instala el Tianguis El Salado, junto con la zona ubicada en Canal de San Juan y el “Hoyo” (Peñón Viejo), son las tres regiones ubicadas por la Coordinación Territorial el Oasis como de mayor índice delictivo, no sólo en esta coordinación sino a nivel delegacional. Información vertida en el estudio denominado: *Análisis sobre la violencia social en la Delegación Iztapalapa* en el apartado de Características delictivas de las Coordinaciones Territoriales en Iztapalapa realizado por Arturo Arango y Cristina Lara (2005). Disponible en Línea: [www.icesi.org.mx/documentos/propuestas/estudio sobre violencia social en Iztapalapa.pdf](http://www.icesi.org.mx/documentos/propuestas/estudio_sobre_violencia_social_en_Iztapalapa.pdf).

cuota de protección que va de los 500 a los 1000 y 2000 pesos a la semana. Esta situación genera en el comerciante un sentimiento de indefensión e inseguridad para poder continuar laborando en el tianguis, y representan códigos subjetivos que intervienen en el proceso de identificación ocupacional de forma negativa, significando su labor como insegura y de alto riesgo.

“...tiene poco tiempo que empezaron a llegar los de *La Familia* aquí al tianguis, o que dicen ser, pus llegaron con algunos de los que venden ropa de paca que son los de más billete y, según lo que nos comentan los compañeros, pus les pedían de a 500 y 1000 pesos a la semana y los amenazaban que si no cooperaban los iban a secuestrar o a quitar toda la mercancía de su puesto, y pues eso si está cabrón porque pus de algún modo es todo lo que tienes ¿no? y la mayoría que nos hemos enterado de esto pus si nos *paniqueamos* y estamos ya con el temor de que en cualquier momento nos vengan a pegar un susto ¿no?...” (Don Arturo, vendedor de pantalones)

Existen, de hecho, diversos casos en los cuales algunos comerciantes se han visto obligados a transferir el lugar donde venden por el temor a ser extorsionados sin que cumplan con la costumbre que usualmente un tianguista seguía cada que se presentaba una situación de transacción que implicaba vender o traspasar el puesto y el lugar de venta únicamente a personas cercanas a las redes sociales familiares o amistosas, con el objetivo de resguardar el espacio de trabajo de la intromisión de alguien ajeno al entorno laboral. De esta manera, en situaciones graves para el comerciante éste se ha visto obligado a traspasar su lugar a un costo muy por debajo del que cobraría si lo hiciera bajo el procedimiento usual. Todo ello sin que la organización gremial intervenga de manera directa para solucionar dicha problemática, más que solicitando vigilancia policiaca a la Delegación que es, según opinión de los propios comerciantes, inútil ante la capacidad de operación de los grupos de delincuentes. En lo que si se ha preparado la organización es en el proceso de cobro de la ‘plaza’ a los tianguistas, pues tradicionalmente el cobro lo efectuaba directamente el Delegado junto con sus ayudantes a quienes los comerciantes ya reconocen, sin embargo, la organización considerando la situación de peligro ante el acecho del cartel de *La Familia*, ha modificado la forma en que opera, pues ahora la zona principal del tianguis en donde la organización cobra cuotas más elevadas el delegado asiste acompañado de un elemento de seguridad pública armado, mientras en otras zonas los cobros se realizan de manera velada por jóvenes que se hacen pasar por clientes y en voz baja piden el dinero de ‘la plaza’ al comerciante, acción que realizan mujeres respaldadas por dos o tres acompañantes del sexo masculino.

En suma, la delincuencia condiciona el trabajo del tianguista al obligarlo a trabajar más intensamente con el objetivo de recaudar mayores ingresos y poder así cubrir la cuota semanal de la extorsión; pero también influye sobre la dinámica laboral al representar una fuente de temor por la violencia simbólica y psicológica generada, lo que a su vez provoca una situación de vulnerabilidad, incertidumbre y angustia en el comerciante, que son elementos imprescindibles para que se concrete el control por parte de la delincuencia. El control no es, como en el caso de la Organización que se analizará enseguida, sobre el territorio o sobre el trabajo, sino sobre la subjetividad del tianguista con el objetivo de lograr la cooperación de manera voluntaria y sin que medie, necesariamente, el uso efectivo de la violencia física.

Este tipo de control o condicionamiento tiene, por supuesto, un efecto sobre el sentido de apego del tianguista sobre su trabajo y con sus compañeros del tianguis. En primer lugar, con relación al trabajo, como se indica, la situación de temor y vulnerabilidad a la que se somete el comerciante le lleva a significar el trabajo de forma negativa, principalmente como una labor que, en este caso, genera incertidumbre y peligro, y una razón que fundamenta una posible salida del comerciante del tianguis e incluso de la propia ocupación; por otro lado, el temor y peligro sentidos por una parte de los tianguistas ante la presencia de la delincuencia no sólo no ha fomentado la solidaridad y el sentido de apego gremial sino, de hecho, lo ha inhibido y propiciado prácticas individualistas en las que cada comerciante en lo particular se hace cargo de su propia seguridad sin que se logre concretar ningún tipo de organización colectiva para contrarrestar la problemática padecida. Lo anterior, por ende, tampoco ha despertado ningún sentimiento de respaldo o apego a la organización sino, al contrario, demuestra el grado de abandono de la misma ante lo que acontece a sus afiliados. Pero algo que sí se ha motivado es que, en casos específicos, se genere algún grado de molestia debido a la pasividad de la Organización gremial.

“...nosotros le hemos comentado al Delegado que ya son varios los tianguistas que están siendo extorsionados, que los han obligado a dar una cuota semanalmente, y lo saben pero se hacen *gûeyes*, nada más nos dice que están en pláticas con el gobierno de la Delegación para mandar policías como si eso fuera suficiente ¿no?, más bien no les importa lo que nos pase, mientras sigamos dándoles también a ellos, pus, no van a mover un dedo...” (Francisco, vendedor de teléfonos celulares)

Así pues, como es evidente, las condiciones en las que labora el tianguista son además de precarias ampliamente riesgosas e inseguras, y no solamente por el carácter del propio trabajo, sino por la situación de violencia y actividad delincuencial del ambiente

en el que se encuentra el espacio de trabajo y el que, paradójicamente, es cotidianamente reproducido por los propios comerciantes al dar cabida a la venta de productos que son provistos, precisamente, por parte de la delincuencia organizada. La violencia es pues parte de la cultura laboral de quien trabaja en este tipo de ocupación y, sobre todo, dentro del espacio social y geográfico bajo el que se encuentra el tianguis El Salado.

1.4 Subjetividad y capital social en la incorporación del tianguista a la ocupación. Construcción de la decisión para elegir ser tianguista y estrategias recurrentes de inserción.

Ahora bien, el conjunto de tianguistas que conforman este tianguis, que se constituye con una gran heterogeneidad como se señala anteriormente, no ingresaron de una manera homogénea ni responden a un solo tipo de motivaciones sino en general la construcción de la decisión para incorporarse a la ocupación y al tianguis en lo particular se realiza de una forma diferenciada de acuerdo a las condiciones materiales y subjetivas de cada actor.

En concreto se encuentran restringiendo las opciones y la construcción de la decisión para optar por la ocupación de tianguista: la condición económica y social de los sujetos, pero también la estructura sociodemográfica: la edad, el género, el origen social y geográfico de procedencia, el estado civil y el número de hijos; así como la trayectoria y experiencia laboral de cada sujeto y las estrategias para ocuparse por parte de cada grupo familiar. En esto, sin embargo, no basta especificar únicamente el componente estructural para explicar la razón por la cual los sujetos han optado por insertarse a una actividad por cuenta propia, como lo es la venta en el tianguis, sino que es necesario detallar también las motivaciones subjetivas, así como los mecanismos de interacción social que intervienen para que sea construida la decisión⁸⁶.

⁸⁶ La diversidad de motivaciones que llevan a alguien optar por dedicarse al trabajo por cuenta propia, específicamente dentro de lo que se denomina como trabajo “informal”, es considerado incluso por aquellos estudios dentro de la perspectiva sociodemográfica que así rechazan el argumento estructuralista de que la inserción de las personas a ese tipo de actividades responde única y exclusivamente a las condiciones económicas imperantes, como sería el nivel de desempleo o los bajos salarios. Al respecto señala Cortés: “Estos resultados, nos llevan a señalar, en primer lugar que el cambio en la posición ocupacional no solamente se realiza cuando el trabajador es expulsado de la estructura productiva en épocas de crisis, sino que puede tratarse de decisiones propias ya sea en periodos de contracción como de estabilidad; y en segundo lugar, que el trabajo por cuenta propia no es un refugio de los expulsados, sino que más bien una ‘opción’ frente al trabajo asalariado, en cuya decisión se relacionan diferentes factores, tanto objetivos como subjetivos.” (Cortés, 1990: 186)

En la ocupación de tianguista, como ya se hace mención, condiciona de una manera importante el ingreso o no a ella la vinculación con la estructura de redes sociales ligadas al espacio de trabajo, y de la cual depende la posibilidad de insertarse efectivamente. De forma simultánea a lo anterior, la subjetividad de los sujetos media entre los factores estructurales y la decisión para dedicarse al trabajo de vender en el tianguis y que, en este caso, se concreta a través de códigos de tipo emocional, estético, sentimental, moral y diversas formas de razonamiento, incluyendo el de carácter instrumental (De la Garza, 2006).

En este sentido, para nuestro caso concreto se pueden distinguir dos momentos en el proceso de incorporación del comerciante a su ocupación: el de su ingreso a la ocupación netamente, que implica motivaciones y la construcción de la decisión para elegir tal ocupación, y el del mecanismo de inserción al tianguis El Salado en particular, que puede o no coincidir con lo primero dependiendo los casos particulares.

En primer lugar, se da en diversas situaciones la incorporación del comerciante al tianguis como resultado de una 'herencia' laboral familiar. Por lo general, es la situación de los vendedores jóvenes -menores de 30 años- cuya familia, padres o familiares cercanos, se dedicaron a la venta en el tianguis como actividad laboral preferente por lo cual el entorno laboral del tianguis se constituyó en su mundo de vida cotidiano y como una ampliación de su propio espacio de reproducción social.

En este caso, que es el de una cantidad importante de comerciantes, el lograr obtener un lugar para trabajar de forma independiente fue algo relativamente sencillo sobre todo porque, en su mayoría, tuvieron la opción, y en algunos casos la obligación, de ocupar los mismos lugares con los que ya contaban sus familiares; en este caso particular, entonces, no sólo se hereda la ocupación sino también el principal medio para concretarlo, o sea, el lugar para vender en el tianguis. En otros comerciantes, aunque inicialmente comienzan laborando en un lugar de carácter familiar, la decisión de independizarse sí ha implicado conseguir otro lugar para vender fuera del que es ocupado tradicionalmente por la familia. No obstante, el mismo proceso de aprendizaje que obtuvo durante los años de su formación en el trabajo le permite contar con la información sobre el camino que debe seguir para adquirir un lugar, ya sea a través del Delegado o con la red de amigos o compañeros comerciantes. En ambas situaciones, entonces, es de vital importancia la pertenencia a la red social familiar y a la red social más amplia de compañeros del gremio ya que es el único canal por el cual es posible conseguir un lugar para trabajar en el tianguis sin tener que experimentar el sinuoso

procedimiento de alguien que es nuevo en la ocupación. Inmersos en la red social los sujetos que han decidido dedicarse a la actividad de venta han logrado obtener de inmediato un lugar evitando que el representante de la organización gremial les imponga trabas o cobros excesivos, pues su antecedente familiar en la ocupación y en el tianguis los ampara.

“...si no conoces el ambiente del tianguis es difícil que alguien te diga de algún lugar...y si andas por ahí pregonando que quieres un lugar pus, por ahí a lo mejor alguien interesado tal vez si te lo pueda vender, pero generalmente es un círculo medio cerrado, si no eres ahí conocido en el lugar, o que alguien de ahí del tianguis te conozca es difícil que...o sea, es difícil porque hay mucha desconfianza, ¿no?, porque la gente piensa que, pues, es amigo de tal y luego a veces la gente que quiere incursionar en esto...los que están ahí tienen miedo de que ellos se conviertan en su competencia, que sea desleal ¿no?...” (Jorge, vendedor de ropa)

Otro de los medios por los cuales se incorpora el comerciante al espacio de trabajo es echando mano de la red organizativa que se estructura en torno a él. En este caso concreto la figura principal que funge como intermediario entre el espacio de trabajo y quien pretende incorporarse a él es el Delegado de la Organización de tianguistas. El Delegado es el responsable directo de un tianguis, o de una zona del tianguis si es que éste es muy amplio como en el presente caso, y puede o no asumir el papel de dirigente máximo, o bien ser únicamente un funcionario de la organización. En el caso de El Salado, existen al menos tres diferentes Delegados que se encargan de controlar cada uno tres divisiones espaciales del tianguis. Así, quien opta por acudir directamente con esta figura de autoridad interna para lograr acceder a un lugar para vender tiene que acatar los requisitos que ésta le señale, y que en general son de conocimiento común entre los tianguistas ya instalados. De esta manera, para poder incorporarse una persona al tianguis tiene que solicitar el lugar al Delegado con antelación y está obligado a afiliarse a la Organización pagando el costo de su credencial como miembro activo lo cual le brinda el derecho de ser tomado en cuenta para que le sea asignado un lugar.

Así, en este procedimiento de inserción opera una regla que consiste en que, para que una persona pueda acceder a un lugar para trabajar, tiene que acudir directamente con el Delegado para que éste le asigne un espacio dentro del tianguis, y esta dinámica puede incluso atender a criterios como la antigüedad que el comerciante aspirante a un puesto fijo tenga, en cuyo caso puede tener la preferencia si es que un lugar queda disponible.

“...el comerciante que desee ganarse un lugar aquí tiene que estar cada ocho días y lo primero es avisarle al Delegado que si veniste (sic.) para que sepa y te vaya tomando en cuenta; si, por alguna razón, llega a haber un espacio libre que algún compañero ya no venga, el Delegado se lo da o se lo presta a quien estuvo aquí cada semana sin faltar y sin dejar de dar su cuota...” (Antonio, vendedor de licuadoras).

La amplia saturación de vendedores es el obstáculo mayor con el que se encuentra el aspirante pues, por ende, los lugares disponibles son mínimos. Por esta razón, la tarea del Delegado en este caso, consiste en reasignar los lugares que ya se encuentran ocupados cuando el tianguista titular llega después del horario establecido o definitivamente no acude a trabajar.

“...hay casos en que, si quieres un puesto tienes que hablar primero con el delegado, sabes qué, pues vengo a ver si me das chance de vender ¿no?, ya te dice pus qué cosa vendes, si te esperas después de que lleguen los que son los dueños de los puestos, te esperas si hay un lugar pus ya te asigno uno y ahí te quedas a vender, y así muchas veces, así tienes que hacerle mucho tiempo hasta que de algún modo eres constante, constante, y hay uno que se va y te dice pues ya quédate ahí ¿no?...” (Ramón, vendedor de ropa)

No obstante, los lugares de venta así distribuidos para los nuevos comerciantes son únicamente de carácter temporal, por lo que éstos, después de cierto periodo de tiempo tienen que conseguir un lugar propio, si es que deciden permanecer en el tianguis, y esto solamente lo logran en base a la interacción con sus compañeros cercanos con quienes puede obtener información sobre la posibilidad de comprar o conseguir el traspaso de un lugar. Es decir, la carencia del recurso de una red familiar ya inserta dentro del tianguis, aunque suplida por el funcionamiento de la Organización de tianguistas cuyo objetivo estratégico es ampliar su base de afiliados así como una actitud hasta cierto punto paternalista por parte del Delegado quien accede a conseguir un lugar para vender al comerciante nuevo, como un favor que tarde o temprano tendrá que devolverse, repercute negativamente en éste último sobre todo en cuanto al costo monetario y de tiempo destinados para conseguir un lugar fijo en el tianguis.

“...para los que quieren un lugar y no lo pueden comprar tienen que estar atrás del delegado para que les de chance de ocupar uno de los lugares que no se ocupan el día del tianguis porque los propietarios no llegaron. Antes que nada, pues, tienen que tener su credencial aunque no tengan un lugar fijo, y el mero día del tianguis llegar temprano y esperarse hasta que el delegado les asigne el lugar donde ponerse, y es difícil porque hay veces que puede estar todo el día y no tener chance de vender nada porque no le dieron un lugar ¿no?...” (Marcela, vendedora de ropa interior)

Una forma más que subsiste dentro del tianguis para incorporarse en él, además de la herencia, y el contacto directo con el Delegado, es hacerse del lugar por medio de una transacción monetaria.

“Si buscas un lugar para comprarlo solamente estando ahí, metiéndote un poquito en ese ambiente o que tengas alguien que conozca, por decir si tienes un primo, un tío o alguien allegado, solamente así, pues ya le dices oiga pues ando buscando un lugar...y si ya estás ahí en el medio, pus ya na'mas, nunca falta cuando se ven las oportunidades, que es cuando te sale más barato porque si tu andas buscando, pus, un lugar te anda costando las perlas de la virgen como

decimos, ahorita los lugares andan desde cinco mil pesos hasta cuarenta y cinco mil pesos, ahí en los tianguis buenos como el de Santa Martha, Santa Cruz, donde circula la gente...en un lugar céntrico el metro te anda costando hasta cuarenta mil pesos, ¡el metro!...digamos por decir en San Juan ahí en la entrada esos lugares de dos metros andan costando hasta ochenta mil pesos...y como dice mi cuate el que me vendió el lugar: pagas por un pedazo de tierra que ni es tuyo...” (Jorge, vendedor de ropa y calzado)

Así, las personas que no cuentan con vínculos sociales dentro del ambiente del tianguis con el fin de poder acceder a él, pueden hacerlo si cuentan con los recursos económicos suficientes para comprar el lugar, algo que parece paradójico toda vez que si bien existe una apropiación física y simbólica sobre el espacio de parte de los tianguistas, legalmente dicha apropiación carece de validez y, en la mayoría de los casos, no es posible hablar ni siquiera de algún tipo de arrendamiento otorgado por la autoridad sobre el lugar ocupado para vender. Una paradoja adicional de este caso es el hecho de que comúnmente se piensa que los comerciantes de tianguis trabajan solamente con un objetivo de sobrevivencia y en condiciones de precariedad muy altas, sin embargo, la situación del tianguis el Salado, así como de otros con características similares, que implica un consumo masivo importante por el reconocimiento y prestigio social que se tiene de él en diversas regiones de la capital e incluso de los estados circundantes como un tianguis donde es posible conseguir cualquier tipo de mercancía a bajo costo, así como la posibilidad de expender sin un control estricto por parte de la autoridad, como se verá más adelante, ha permitido que personas de diferentes sectores accedan a él con el objetivo de conseguir altas ganancias, incluyendo al comercio establecido, cadenas comerciales y de servicios, así como la delincuencia organizada. Por tanto, aunque esto representa un porcentaje menor, son visibles a lo largo del tianguis los puestos de mercancías con dimensiones extraordinarias, con cantidades vastas de productos, en los que es evidente que el capital invertido es mayúsculo, lo cual echa por tierra el argumento de que la totalidad de quienes se dedican a la venta callejera o en tianguis lo hacen con un afán de sobrevivencia únicamente, como de hecho ya se señala en diferentes estudios sobre las actividades enmarcadas dentro del “sector informal” (Cortés, 1990; Portes, 1995). Contrariamente, este tipo de espacios de comercialización popular dan lugar a una contingente de comerciantes cuyo nivel de capital invertido es amplio como también lo son sus ganancias valiéndose, para esto, de la falta de regulación efectiva por parte del Estado, de tal modo que al estar eximido del pago fiscal así como de utilizar fuerza de trabajo sin considerar la reglamentación del derecho

laboral en cuanto al monto salarial ni de respetar ningún tipo de prestaciones sociales, el ahorro en costos es muy alto⁸⁷.

De esta forma, el acceso al tianguis puede concretarse también por esta vía, es decir, pagando por el lugar sin ningún tipo de restricción por parte de la autoridad y con la venia de la Organización únicamente cumpliendo con los requisitos que ésta le impone en estos casos, como son: emitir y pagar su credencial como afiliado, pagar la cuota semanal que le fije el delegado, y pagarle a éste último un porcentaje del monto total del costo del lugar, el cual oscila entre un 20 y 25%, sencillamente por hacer valida ante la organización la operación de intercambio de ‘propietario’ del lugar por medio de una transacción financiera.

“...el delegado casi siempre, o siempre se lleva algo, pus, es costumbre no es algo que sea a fuerzas; digo, yo conozco gente que no ha pagado, que no les da, o sea, que dice por qué te voy a dar si este es mi lugar, y le dicen, no pus que tienes que entrarle...entonces la forma es darle más o menos la mitad de lo que te costó, te puedes arreglar dando mitad y mitad, mitad tu y mitad el que te vendió, en otra tu pagas todo, o de lo que el que vende recibe de ahí le da al delegado, o sea, hay de esas tres formas, pero de que les toca si les toca, pus es un negocio para ellos, o sea, no es legal, no te dan un recibo, no te dan nada...” (Julio)

Estas tres situaciones son las más recurrentes en que un comerciante, o persona que aspire a serlo, puede lograr incorporarse al tianguis a laborar. Como se señala, entonces, el acceso al tianguis no es algo que dependa de la sola voluntad de los sujetos sino que se encuentran operando diversas instancias que lo limitan –la Organización y las redes sociales- así como un conjunto de normas no escritas que quien aspire a un lugar para vender tiene que acatar para conseguir tal objetivo.

Por supuesto, que esta forma de incorporarse al tianguis anteriormente señalada se fue estructurando gradualmente, siendo la que actualmente prevalece, pero en el caso de los fundadores del tianguis el acceso al lugar fue más simple y consistió en ser disciplinados en su asistencia semanal al espacio en donde se pretendía colocar el tianguis y aceptar la representación gremial de la Organización que ya existía con el fin de que ésta gestionara ante la autoridad el reconocimiento del tianguis. Es decir que, para quienes impulsaron la creación del tianguis, el lugar ocupado no tuvo un costo como lo tiene en la actualidad sino que el mecanismo que les dio acceso fue el que se apropiaran del espacio de manera recurrente cada semana para realizar la actividad de

⁸⁷ Al respecto menciona Alejandro Portes: “...los pequeños empresarios utilizan mano de obra ocasional que incluye familiares no asalariados y otros trabajadores empleados fuera de los mecanismos contractuales. (...) Los pequeños empresarios organizan esta mano de obra y la utilizan en la producción de bienes y servicios, que con frecuencia son más baratos que los producidos de manera formal.” Así mismo, “...el ingreso monetario de los pequeños empresarios excede con frecuencia el de los trabajadores formales, a pesar de la inseguridad económica y la falta de seguridad social.” (Portes, 1995: 89-91).

vender en tanto que el tianguis era reconocido no solo por la autoridad sino, principalmente, por la población que potencialmente se constituiría como clientela.

“...muchos de los espacios que están ahí, la gente los consiguió llegando a colocarse, y no dio ni un peso, ora sí que cuando se inició el tianguis pues, no dieron nada, porque como la idea era que hubiera variedad, no había una organización que te dijera no pues es tanto, o que te dijera tu de aquí a acá y así, no, sino que llegaba y se ponía... mucha gente ya grande ahorita pues no pagó nada cuando llegó...” (Francisco, vendedor de videojuegos)

Por otro lado, con relación a las motivaciones del proceso de incorporación del comerciante a la ocupación éste se ha dado de formas diversas aunque mediando en todos los casos la construcción de la decisión para concretarlo, como se explica a continuación.

En primer lugar, coincidiendo con uno de los puntos citados anteriormente, existe el comerciante por herencia laboral familiar. Es la situación de trabajadores que se formaron como tianguistas justamente interactuando con este medio laboral desde la infancia, producto de la necesidad de constituirse como fuerza de trabajo auxiliar.

En general, el proceso de incorporación inicia cuando desde una edad temprana los hijos asisten al tianguis como acompañantes y, en breve tiempo, como ayudantes del encargado que puede o no ser el padre de familia; posteriormente comienzan a asumir un mayor grado de responsabilidad en tareas concretas que implican un uso más intensivo de su fuerza de trabajo, aunque también un conocimiento más amplio sobre cómo realizarlas. El aprendizaje sobre la forma de trabajo, así como el conocimiento de los mecanismos particulares del trabajo de venta, y de cuya eficacia en la operación depende en gran medida el éxito del comerciante, se va obteniendo gradualmente en la medida en que el comerciante novel se hace cargo de más actividades; por lo regular este es un aprendizaje proveniente de la observación, del ensayo y error, de la experiencia obtenida, así como de la propia enseñanza otorgada por los demás miembros de la familia, o por los comerciantes con los que se interactúa y convive regularmente.

“...yo venía al tianguis desde niño, acompañando a mi jefe (...) lo ayudaba después de que salía de la escuela, aquí comíamos y a veces hacía la tarea, pero también daba los cambios o acomodaba la mercancía cuando la gente la desacomodaba, para mi el tianguis siempre fue y sigue siendo como mi segunda casa...” (Julio, vendedor de herramientas)

Entonces, en este caso hablamos de comerciantes con un elevado conocimiento de la ocupación y una fuerte identificación con ella, a la cual representan como una actividad laboral noble e independiente, la cual se basa en el esfuerzo y la habilidad personal. Por

tanto, la decisión para dedicarse a la venta en el tianguis, haciendo propia la ocupación de la familia, estuvo imbuida por una configuración subjetiva fundamentada en lo *cognitivo*, es decir, el nivel de conocimiento, aprendido con el tiempo y en base a la experiencia e interacción directas, sobre lo que es la ocupación de tianguista y la forma de ejercerla; lo cual ha representado a su vez, una sentimiento de *orgullo de la ocupación* por dedicarse a una actividad que fue desarrollada familiarmente y en la cual se aprendió a trabajar al mismo tiempo que significó un medio de subsistencia. El conocimiento de lo que implica la ocupación conlleva también el considerar su parte interactiva, o sea, la posibilidad de relacionarse e interactuar socialmente, lo cual hace posible la generación de un sentimiento de *gusto* por el trabajo al concretarse en un ambiente social de carácter lúdico en donde los encuentros sociales asumen diversas características y objetivos desde lo más instrumental hasta relaciones donde la reciprocidad y el intercambio simbólico y cultural, incluyendo las prácticas erótico sexuales, son una constante. Por tanto, la decisión para dedicarse, o bien darle continuidad a la actividad laboral aprendida familiarmente, se ampara en la experiencia y conocimientos previos sobre el entorno social en donde se concreta así como lo que el trabajo del tianguis representa, y en este caso, contar así con un conjunto de habilidades para efectuarla de forma natural. A lo anterior se suma el que el lugar de venta pudo haber sido también heredado a los hijos, por lo cual éstos, de forma individual o colectiva, sienten una obligación moral para resguardar el espacio de trabajo como patrimonio familiar, aún cuando dicho lugar sólo les pertenezca de forma simbólica. En esto cabe también un tipo de razonamiento instrumental al considerar que el lugar, como medio de trabajo para la obtención de un ingreso, mantiene un valor, no sólo moral, sino especialmente económico, el cual en todo caso puede seguir siendo usufructuado.

“...a mi siempre me ha gustado el comercio, mi papá era comerciante...de hecho, ya estaba familiarizado con esto... también tuve una tienda de ropa, me había ido bien en los tianguis...y tuve la oportunidad de invertir...” (Calixto, vendedor de abarrotes)

Por otro lado, se encuentra también el comerciante de carácter emergente que recurre a la venta en el tianguis atendiendo a una estrategia de sobrevivencia, cuyo origen laboral no necesariamente estuvo relacionado con la venta callejera sino con el trabajo formal, pero que, dadas las propias circunstancias económicas, ante el elevado grado de precarización laboral, se ve obligado a buscar alternativas de ingresos y al ser, el trabajo en el tianguis, una actividad hasta cierto punto flexible en cuanto a los mecanismos para

incorporarse y para obtener los medios para realizarla, deciden dedicarse a ella en principio sólo de manera temporal, pero en cualquier caso recurriendo a la vinculación necesaria con las redes sociales para lograr acceder. A diferencia de lo que ocurre con trabajadores calificados que al salir de sus empleos asalariados pueden optar por trabajar por cuenta propia pero dentro del ámbito profesional en el que se han especializado, lo que les permite contar con ingresos suficientes ante la fuerte demanda que implica su trabajo, en general, este tipo de comerciantes asisten al tianguis a vender sólo para lograr un ingreso de subsistencia y temporal, debido a que persiste la esperanza y el objetivo ya sea de reincorporarse a algún otro empleo, por ejemplo, con algún tipo de prestaciones sociales con las cuales no cuenta en el tianguis, o bien conseguir un empleo con mayores ingresos. En este caso, la construcción de su decisión para dedicarse al tianguis, además de un sentido pragmático de considerar como algo relativamente sencillo el dedicarse a expender mercancías en el tianguis y sin la necesidad, aparente, de contar con una calificación específica para hacerlo, cuenta también el hecho de poder tener un horario adecuado, que puede elegir libremente, para desarrollar otras actividades o bien, para simultáneamente continuar laborando en algún otro empleo remunerado. Sin embargo, para los casos de los tianguistas que habiendo estado en un empleo formal, optan por dedicarse de lleno a la actividad de vender, se encuentran códigos de tipo moral, sentimental y afectivo, a saber, el contar con un trabajo por cuenta propia en el que lo justo es que el producto de su trabajo le pertenezca a él y no a un patrón, combinándose esto con un sentimiento de libertad e independencia por el hecho de no estar obligado a rendir cuentas ni a seguir disciplinadamente normas de cómo realizar el trabajo, lo cual llega a constituirse en un sentido de carácter estético al representar el trabajo en el tianguis como una labor agradable, tanto por el ambiente social implicado como por la experiencia, no vivida anteriormente, de ser el poseedor y generador de sus propias prácticas de trabajo, de ser “su propio patrón” y no permanecer, aparentemente, en una situación de alienación.

Ahora bien, aquellos trabajadores que han salido del mercado de trabajo formal por motivos de antigüedad y que se encuentran en el periodo de jubilación, dados sus ínfimos ingresos percibidos optan también por dedicarse a expender algún tipo de mercancía en el tianguis con el fin de complementar su ingreso, en lo que influye el hecho de la cercanía del espacio de venta con su espacio doméstico así como la relación sostenida con otro comerciante ya establecido en el tianguis. El trabajo por cuenta propia en el comercio de tianguis –como otras actividades similares- es visto por este

tipo de trabajadores finalmente como una forma de independizarse tras un periodo amplio de haber mantenido relaciones de subordinación laboral.

El conjunto de este tipo de comerciantes constituyen una cantidad numérica importante, sobre todo a partir de los años de mayor crecimiento del tianguis: la década de los años noventa y primer lustro del dos mil. Lo característico es que en estos comerciantes, la influencia de su origen laboral en la actividad de venta es importante tanto en la elección del tipo de producto que venden como en las técnicas que utilizan para vender.

En muchos de estos comerciantes, la identificación con su ocupación se ha ido construyendo en la medida en que han comprobado con el transcurso del tiempo las ventajas de ser vendedor de tianguis, aunque también enfrentándose en la cotidianidad a la gama de problemas inherentes a esta ocupación. No obstante, en algunos casos, el punto de referencia de la identidad laboral se encuentra en el empleo formal anterior, sobre todo en casos de trabajadores que laboraron en empresas públicas y privadas socialmente reconocidas, lo cual les dotaba de cierto prestigio como es el caso de electricistas, docentes, telefonistas; así, a pesar de que su trayectoria en el tianguis es amplia su sentido de identidad hace referencia a su ocupación anterior y el ser tianguista lo conciben como una alternativa de ingresos, pero sin un sentido de apego ocupacional tan arraigado. Tienen en este caso un sentido instrumental sobre su trabajo, aun cuando poseen una mayor disciplina en la realización de su labor en el tianguis debido a su experiencia laboral anterior, sobre todo en cuanto a su apego a un horario estricto de trabajo que finalmente manifiesta el grado de autocontrol y subordinación a ese tipo de prácticas rutinarias.

Es decir, el sentido sobre la labor en el tianguis es alimentado por la comparación recurrente de aquellos espacios de trabajo formales anteriores, pero también la experiencia laboral suele dotarles a los trabajadores de ciertas ventajas, sobre todo en aquellos cuyo empleo formal previo estuvo relacionado con las ventas o los servicios pues en estos pudieron desarrollar ciertas habilidades de interacción con el cliente que siguen explotando en la dinámica laboral cotidiana del tianguis.

En el caso de las comerciantes mujeres que asumen características de inserción similares su motivación para elegir la venta en tianguis como fuente de ingresos es más heterogénea, pues aunque también existe una situación social de precariedad, por lo regular la mujer se integra, en primer lugar, como auxiliar de su compañero que ya es comerciante hasta lograr, después de cierto periodo de tiempo y siempre y cuando haya sido este su objetivo, instalar un puesto por su cuenta con el fin de aumentar el ingreso

familiar, y en particular, de no depender económicamente del cónyuge, el cual aunque la mujer labore junto con él en el tianguis no deja de establecer una relación de subordinación económica. Por otro lado, hay grupos de comerciantes mujeres que se incorporan a vender al tianguis como una forma de complementar el ingreso familiar, ya sea porque el sueldo del cónyuge es bajo o porque carezcan de compañero y se ven obligadas a trabajar aunque con la intención de no descuidar el cuidado de los hijos, cuando los hay.

“ahorita hay más mujeres que trabajan, antes eran pocas, ahorita pus muchas veces el señor se va a trabajar y la señora, pus ya viene y saca para algo aquí, saca para algo porque ya no alcanza, y...pus, debido a la crisis hay más comerciantes...” (Fidelia, vendedora de bonetería)

En este sentido, lo anterior responde a lo que se define como estrategias ocupacionales de las mujeres (Masseroni, 1997) las cuales son un

“conjunto de mecanismos, comportamientos y relaciones utilizadas por las mujeres y su grupo familiar para poder lograr su reproducción, entre los que se encuentran las actividades destinadas a la obtención de bienes y servicios que satisfagan sus necesidades.” (Ibíd.)

Dentro de esta misma categoría de comerciantes emergentes se encuentran aquellos que poseen un nivel académico alto, por lo menos de licenciatura, trunca o concluida. Se trata sobre todo de jóvenes que al no encontrar alternativas de empleo en sus disciplinas optan por la venta en el tianguis, ya sea por que conocen a algún amigo que realiza esta actividad o porque han sido clientes del tianguis, y lo ven entonces como una posibilidad real para contar con ingreso más o menos suficiente, y en cuya actividad es posible además poder dedicarse a otras actividades por la flexibilidad en cuanto al tiempo de trabajo. En algunos de esos casos, los comerciantes decidieron vender en el tianguis como una fuente de ingresos mientras estudiaban, sobre todo porque les permitía continuar su desarrollo académico a la vez que podían dedicar un periodo de tiempo a trabajar, sin apegarse a un horario y control estrictos.

“...en el tianguis se abarcan muchas cosas, hay quien lo hace por comodidad, porque si deja, hay gente que no tiene una formación como tal, que no tiene una educación de escuela y por eso está aquí, por falta de oportunidades también, y también hay gente que, pus, por generaciones como en el campo también, se va heredando todo, igual también pues, es un empleo...a la mayoría nos empuja la necesidad por falta de más oportunidades...” (Antonio Gómez, vendedor de pantalones).

No obstante, el hecho de no provenir enteramente de una familia de comerciantes el iniciar en el trabajo y poder desenvolverse en él implica amplias dificultades, y, por lo

general, este tipo de comerciante se auxilia de sus compañeros de trabajo para ir aprehendiendo la dinámica de laborar en el tianguis, o definitivamente aprender únicamente de la observación o del ensayo error, por lo cual el proceso de aprendizaje puede implicar un tiempo más amplio. De cualquier forma, la motivación principal para optar por esta ocupación, de forma similar a lo que ocurre con respecto a otras actividades por cuenta propia, es el hecho de mantener cierto margen de independencia y autonomía en su trabajo, y la situación de contar con una escolaridad media superior o superior lleva, en la generalidad de los casos, a excluirse de un contexto de relaciones de subordinación y dependencia, como sería el caso de un empleo formal, por considerar que no corresponde a su nivel de preparación profesional, ante lo cual han preferido contar con un ingreso regular y sin condiciones adecuadas de trabajo pero poseer una capacidad de decisión mayor sobre la actividad que realizan sin subordinarse a una estructura de control estricta.

En este sentido, algo que es importante señalar es la existencia de una motivación común, en la mayoría de los tipos de comerciantes que se han definido, con relación al por qué decidieron incorporarse a la actividad laboral de venta en el tianguis y al por qué, una vez habiéndolo logrado echando mano de los mecanismos necesarios para hacerlo que se señalaron a lo largo del apartado, deciden permanecer en él, aún cuando tengan la opción de incorporarse o reincorporarse al mercado de trabajo *formal*. Esta motivación común se basa en que, contrariamente a lo que el sentido común dicta, el trabajar en una actividad por cuenta propia, como es la de ser tianguista con excepción de la fuerza de trabajo asalariada que se emplea en algunos casos, significa para una porción mayoritaria una aspiración que se ha logrado concretar y no, necesariamente, un trabajo humillante y deleznable. Al contrario, lo que se considera como una actividad alienante y explotadora es justamente el trabajo asalariado de la industria capitalista, sobre todo por la existencia de controles estrictos sobre el trabajo que llevan a subordinarse a un horario, a una forma de hacer las cosas, y, de manera importante, porque a cambio de dicha subordinación se ofrece un salario ínfimo que no alcanza a satisfacer las necesidades del trabajador y su familia. De tal forma que, en comparación con esto último, el trabajo por cuenta propia en el tianguis se visualiza como una actividad libre que dota de cierta autonomía al trabajador sobre lo que hace y la forma en que lo ejecuta. Así, aunque ciertamente, en el caso de algunos comerciantes que han estado incorporados al mercado de trabajo formal ven esta actividad como algo temporal y cuya aspiración sea la de reincorporarse a aquél, para el grueso de este tipo

de comerciantes su experiencia en la actividad de trabajar por su cuenta les ha llevado a valorar ampliamente su trabajo actual concibiendo esto como un logro, pese a las condiciones de precariedad existentes, por el grado de libertad y autonomía que ha podido experimentar. En el caso de los otros tipos de comerciantes –los que provienen de una trayectoria familiar de tianguistas, los que han laborado fuera del mercado de trabajo formal en empleos precarios, los comerciantes emergentes que solamente laboran en el tianguis como una forma de generar ingresos alternativos- el hecho de no haber tenido la experiencia de trabajar en empleos asalariados les ha llevado a permanecer ajenos a relaciones de subordinación que son características de las relaciones sociales de producción capitalistas; simplemente no tienen la costumbre de depender y subordinarse a una estructura de control y a un patrón, es decir no arribaron a un proceso de *proletarización*, por lo que no conciben la idea de ganarse la vida sino es a través del autoempleo. Por ello es que el trabajo de tianguista no sólo no se le considera como alienante sino como una actividad que les permite gozar de un margen de libertad que en otros espacios laborales no lograrían tener.

Aún así, en todos los casos el mantener una relación con tianguistas establecidos o con antigüedad, es decir con una densa red social, fue de vital importancia para poder ingresar y, previamente también, para decidir incorporarse a esta actividad ante la información suministrada por sus contactos con respecto a las ventajas y desventajas de ser tianguista, así como el carácter del ambiente social laboral.

1.5 Las redes sociales como mecanismo de vinculación al espacio de trabajo: redes familiares y de amistad.

Como ya se menciona, una cantidad importante de comerciantes para lograr acceder a su espacio de trabajo tuvieron que contar con una vinculación a redes sociales familiares o de amistad que les proporcionara la vía necesaria para integrarse y la información sobre la complejidad que enmarca el entorno laboral del tianguis, incluyendo en ello el papel estratégico con el que cuenta el Delegado de la Organización quien oficialmente valida el ingreso de cada nuevo tianguista. Cabe señalar, como ya se indicó anteriormente, que los comerciantes que iniciaron el tianguis se instalaron directamente en el espacio sin mediar requisitos más allá de incorporarse al organismo que encabezaba y gestionaba lo que aún era un proyecto ante las autoridades. Con el pasar del tiempo, y al estructurarse dicho espacio de comercialización tanto laboral como organizativamente, los nuevos aspirantes a ocupar un lugar tenían necesariamente

que contar con la relación y el visto bueno, por un lado, de la organización y en particular del Delegado, y por otro, contar con alguna red de familiares que ya se encontraran insertos en dicho espacio fuera de manera directa o indirecta. Para el caso de quienes provenían de una familia con una trayectoria en la venta en el tianguis la opción a ocupar algún espacio de manera independiente a sus familias se generó de forma casi inmediata pues, de hecho, la mayor parte de su niñez y juventud se habían desenvuelto en el espacio del tianguis aprendiendo de esta forma la dinámica y saberes del trabajo en él. Así, cuando deciden emprender un puesto por su cuenta, además de contar con el capital para invertir en la mercancía, que en muchos de los casos provenía de la propia unidad doméstica de origen, contaban ya con un conjunto de conocimientos y habilidades con respecto a la ocupación así como con un capital social dentro del gremio que hacía más fácil su inserción de manera directa. De este modo, la red familiar una vez estructurada se ha constituido como la vía de acceso más importante y segura para una cantidad vasta de comerciantes, por lo cual, esta red representa una parte estratégica para el proceso de reproducción de la ocupación, por lo menos en lo que se refiere al espacio de comercialización al que nos referimos aquí.

No obstante, la red familiar tradicional no ha sido la única vía de vinculación con el tianguis, sino que existen otro tipo de redes, que se podrían denominar como *redes sociales de parentesco*, que corresponden no a la familia de origen sino a familiares o parientes secundarios, la cual también es utilizada por una diversidad de personas para acceder al tianguis, aunque la ruta de incorporación sea algo distinta a la de los comerciantes anteriormente señalados. En éstos encontramos que, pese a no existir una relación tan estrecha con familiares o parientes, el hecho de recurrir a ellos de forma regular ha motivado que cuando es necesario, esto es, cuando existe una situación de emergencia económica por desempleo o porque los ingresos no alcanzan a satisfacer las necesidades familiares, ya sea por ofrecimiento del pariente o por demanda del aspirante es posible que éste último se inserte, en algunos casos con un puesto ya seguro para vender y, en la mayoría de ellos, de forma temporal ocupando diversos espacios por tiempo indefinido hasta que le es asignado un lugar fijo y ‘propio’.

Así, aunque estas redes familiares o de parentesco no constituyen la única vía de acceso al tianguis, porque también es vital la red social de amistad o la relación directa con la Organización no obstante de que éstas últimas se permean como relaciones de tipo mercantil en donde el acceso posible esta condicionado por el intercambio monetario para lograr tal objetivo, sí, al menos, representan la continuidad generacional de esta

ocupación que se traduce en un proceso de enseñanza aprendizaje y experiencia en el trabajo de una generación a otra lo que ha coadyuvado a la gestación de un sentido de pertenencia y satisfacción con el trabajo, es decir, de cierto grado de identidad ocupacional y colectiva.

“...yo desde que tenía 8 años vendo en el tianguis...les ayudaba a mis papás a vender...primero no me gustaba porque estaba muy chica yo quería otras cosas pero como no había quien le ayudara a mis papás, pus si yo me iba...nada más me ponía ahí a ayudarles a poner el puesto y a vender porque no podía hacer otra cosa...iba al escuela y la tarea la hacía en el tianguis...pero lo que aprendí en el tianguis me sirvió para que ahora tenga yo mi propio puesto...me agrada mucho vender porque el ambiente es muy bueno, platico con los vecinos, tengo un poco más de libertad...” (Margarita, vendedora de ropa interior).

El papel importante de las redes sociales para acceder a la ocupación y al espacio de trabajo, empero, no soslaya el carácter cerrado y excluyente de estas instancias así como la carencia, en algunos casos, de un sentido de reciprocidad auténtica y, contrariamente, la emergencia de comportamientos mercantilistas, en los que lo que prevalece es el intercambio de favores condicionado más que una relación social solidaria. Esto se expresa, por ejemplo, cuando la inserción a algún lugar para vender se condiciona, por parte de la misma familia o red de amistades, al regreso del apoyo de forma monetaria, y en algunos casos, por medio de un intercambio de tipo sexual, sobre todo en el caso del género femenino.

No obstante, el alto nivel de precariedad en las condiciones de trabajo hace necesario el mantenimiento y fortalecimiento de las redes sociales internas, toda vez que es a través de éstas que se evita que dicha situación prevaleciente produzca costos mayores para los comerciantes, sobre todo en la etapa de inicio. Es el conjunto de relaciones sociales solidarias, las que le permiten al comerciante de recursos escasos contar con los elementos necesarios para sostener su puesto de venta. Lo cual no se limita al apoyo de tipo económico, sino también al apoyo otorgado en infraestructura, mercancía e incluso en la enseñanza de cómo realizar el trabajo cuando esto se desconoce por parte del comerciante de recién ingreso.

1.5.1 Fuerza de trabajo auxiliar, reproducción social y redes de apoyo: La integración familiar en el trabajo de vender en el tianguis.

Ahora bien, las redes familiares que se han estructurado en torno al trabajo en el tianguis no solamente operan como una ruta para acceder a él sino también como un soporte importante para el tianguista con relación a algunas actividades de índole reproductivo, pues, de no contar con el apoyo del grupo familiar más extenso, el

desempeño de su labor se vería limitado y obstaculizado de forma sistemática; igualmente la red familiar representa una base económica y logística sobre todo cuando se pretende iniciar como tianguista o cuando se ve obligado a ampliar el monto de su inversión y el capital disponible no es suficiente para poder hacerlo ni se cuenta con la posibilidad de obtener algún tipo de crédito bancario o bien, al que puede tener acceso a través de microfinancieras es bastante limitado.

De esta manera, en el primero de los casos, el de la red familiar como soporte de algunas responsabilidades de la unidad doméstica como lo es el cuidado de los hijos, una buena parte de comerciantes se apoyan de sus grupos familiares extensos –como abuelos, tíos, hermanos- para cubrir las tareas de reproducción como la alimentación y asistencia de los hijos después de asistir a sus actividades académicas, sobre todo cuando ambos cónyuges se encuentran laborando, ya sea en el propio tianguis o insertos en otros espacios laborales, de tal forma que la organización familiar requiere del apoyo de un tercero que permita a los comerciantes desarrollar su trabajo sin la necesidad de abandonar su puesto para atender obligaciones de ese tipo, cuestión que es mayormente requerida cuando el lugar en donde asisten a vender se encuentra distanciada del lugar donde sus hijos estudian. En este caso el apoyo de abuelos, y otro tipo de familiares es importante ya que posibilitan el funcionamiento de la dinámica familiar pero al mismo tiempo de la dinámica laboral del tianguista al suplirlo en esta tarea particular. Este tipo de apoyo del que hecha mano el comerciante está totalmente legitimado sobre todo cuando se trata de una unidad doméstica matrifocal, en cuyo caso la red familiar cumple con una función fundamental en diversas actividades de reproducción que la madre tianguista no le es posible atender durante la jornada de trabajo.

“...cuando mi hijo estaba pequeño pues... a veces me lo traía al tianguis pero cuando me tocaba ir más lejos mejor se lo encargaba a mi mamá porque era más peligroso andarlo trayendo de aquí para allá, y pues mi mamá siempre me ha apoyado en ese sentido de cuidarme a mi hijo y echarme la mano en otras cosas como hacer la comida, gracias a ella pues me puedo ir a vender y sacar algo darle a mis hijos...” (Marcela, vendedora de ropa)

En el segundo de los casos, la familia extensa también representa un soporte cuando el comerciante que aspira a serlo o que ya lo es pero necesita de algún crédito para invertirlo en el negocio, requiere ayuda económica. Generalmente, la fuente de préstamos económicos para una buena parte de los tianguistas no es la Banca comercial, que en realidad no se encuentra a su alcance debido al requerimiento para ofrecerle un préstamo de contar con documentos que justifiquen el monto de sus ingresos, cuestión que definitivamente le es negada a los comerciantes de tianguis; ni tampoco, decíamos,

el cúmulo de microfinancieras que se han desarrollado en las zonas populares debido a que sus créditos son bastante limitados y con tasas de interés muy por encima que los otorgados por los Bancos, sino la base que hace posible, en momentos específicos, que el comerciante tenga algún capital para invertir proviene de la red familiar extensa: padres, hermanos, tíos y hasta parientes como compadres o de otro tipo. La red familiar es quien, en momentos de emergencia económica, permite al comerciante salir adelante, sobre todo cuando el apoyo ha sido recíproco de forma regular, pues también es un hecho de que esa falta de reciprocidad mengua las relaciones entre los integrantes de la red por lo que difícilmente quien haya abusado de ella puede contar nuevamente con la ayuda requerida, ante lo cual no se tiene otra opción que recurrir a fuentes alternas de financiamiento como por ejemplo los usureros que se encuentran en el entorno. Una forma específica en que el tianguista cuenta con el apoyo de su red familiar y de amistad más cercana es la realización de ‘tandas’ en las que todos quienes se incorporan a ellas reciben un monto de dinero producto de una cuota fija que cada uno de los demás miembros aporta semanal o quincenalmente y que cumple la función para el comerciante de capitalizarse sin tener que endeudarse con instituciones financieras ni pagar intereses por el dinero que está obteniendo.

“...es cuestión de dinero pues...es difícil porque he ido a acá algunos Bancos pero...pues no es fácil que te presten porque piden comprobante de ingresos y pues esos aquí no los tenemos, donde más o menos es en Banco Azteca pero pues el interés es muy alto igual que en algunas cajas de ahorro que hay por aquí...te cobran casi lo doble...no, te roban mucho...y pues ya mejor lo que hemos hecho es pedir prestado con familiares que si, hay que darles algo extra ¿no? pero ya no es tanto, o también organizar tandas con los cuates, con la familia y solamente así hemos podido invertirlo sin pagar tantos intereses, conviene más...que andar pidiendo prestado...” (Alfonso, vendedor de playeras)

El apoyo, entonces de las redes familiares, no sería posible si no se concibiera el trabajo del tianguista por parte del grupo familiar como una ocupación con cierto nivel de prestigio, aún cuando esto se limite al nivel de la comunidad. Así, no solamente representa una labor con un alto componente ético, considerando que se le concibe como un trabajo honrado y noble, que implica un uso intensivo de la fuerza física como cualquier otro sino que además es un trabajo que es fuente de *envidia*, sobre todo por la idea común de que en él se obtienen ingresos mayores al que obtiene un trabajador asalariado promedio. Por ello, el aceptar y reproducir este tipo de ocupación es lo que en general prevalece entre los comerciantes y sus familias; en este caso particular, aquí interviene también el apego construido en torno al espacio y lugar de trabajo, al cual se le ha llegado a considerar como una ‘buena plaza’ para vender debido a la cantidad y el

tipo de clientela que asiste a consumir semanalmente. Luego entonces, la aceptación del trabajo de tianguista por parte de la familia ha dependido en buena forma del éxito que tenga el comerciante sobre todo de tipo económico, y también por la sensación de orgullo por estar en un lugar altamente demandado tanto por la clientela como por otros comerciantes, lo cual contribuye a la intensificación del trabajo en el negocio del cual subsiste la familia y que provee de cierta forma de prestigio dentro del gremio.

Lo anterior representa mas concretamente *formas de legitimación familiar del trabajo en el tianguis*. Al ser la fuente de subsistencia, sea o no la única, se le denota de un significado especial como un trabajo digno y susceptible de ser heredado familiarmente. En este sentido, la actividad de trabajo en el tianguis suele ser una actividad de tipo familiar en donde interviene más de un miembro de la unidad doméstica además del encargado titular.

“...dependiendo de las dimensiones del puesto, pues, tú recurres a la ayuda de tu familia ¿no?, y aquí pues puedes ver a los hijos, la esposa, los hermanos, o incluso los primos colaborando en el negocio del tianguis...” (Calixto, vendedor de abarrotes)

Los comerciantes que incluyen la fuerza de trabajo de la unidad doméstica (familiar) en el proceso de venta ocupan un porcentaje alrededor del 30% y los matices que se expresan son en general: el comerciante titular acompañado del cónyuge; el comerciante titular con cónyuge e hijos; el comerciante titular con cónyuge, hijos, y familiares secundarios; el comerciante titular sólo con hijos. En estos el control es sostenido por el encargado que, en la mayor parte de los casos es el mismo jefe de familia, aunque cabe también la posibilidad de que quien se dedique a la actividad comercial en el tianguis sea uno de los dos cónyuges, y la pareja tenga otra actividad laboral, formal en alguna empresa, o por cuenta propia.

En los comerciantes del Salado la jerarquía prevaleciente dentro del espacio de trabajo reproduce el tipo de relaciones de género e intrafamiliares de la unidad doméstica. De esta forma, la estructura de mando dentro del espacio de trabajo es la misma que la que se establece en el hogar. Para la gran mayoría de los comerciantes, cuya familia interviene directamente dentro del espacio de trabajo en el tianguis, prevalece en sus familias un orden jerárquico tradicional, en donde, el jefe de familia es el proveedor por excelencia y de quien, por tanto, dependen todas las decisiones que se toman al interior y exterior de la unidad doméstica.

La concepción sobre lo que es el jefe de familia, para una buena parte de los tianguistas, está fuertemente influido por su connotación más tradicional que conlleva una visión

patriarcal. Así, el jefe de familia hombre es el proveedor de la manutención de la familia, -la pareja y los hijos- en tanto que la mujer está obligada a llevar a cabo actividades de reproducción social. Para una cantidad importante de familias de tianguistas, al ser el jefe de familia el único sustento, también en él recae la responsabilidad familiar no solo económica sino educativa, en la toma de decisiones, en la definición de las ocupaciones de los hijos, y, por supuesto, en la forma en que se desarrolla el trabajo de venta en el tianguis. Aunque, en algunos casos, existe una visión más plural con relación a lo que es ser jefe de familia que ha motivado una relación de tipo igualitaria y el compartir responsabilidades y funciones matizando de algún modo la noción de jefatura de familia tradicional, en la gran mayoría sigue prevaleciendo la visión tradicional, y por ello también, algunos puestos son atendidos únicamente por el padre jefe de familia sin la intervención de los demás miembros, incluyendo a la pareja.

“...de algún modo la cuestión de mi familia es que...este...mientras se proveyera lo que más o menos necesitaban pues... más que otra cosa en ese sentido he sido bastante independiente en el sentido de que se metan en mis cuestiones de trabajo o de decisiones, en ese sentido si, y no es que sea una idea machista sino que, a mi me corresponde...” (Ramón, vendedor de ropa deportiva)

En los comerciantes que han heredado la ocupación existe una relación directa entre la identificación con el trabajo, al cual se han dedicado de hecho la mayor parte de su vida debido a su incorporación temprana al espacio de trabajo en el tianguis, primero como ayuda y posteriormente como fuerza de trabajo sin pago dentro del mismo puesto de sus padres para después independizarse instalando el suyo para su subsistencia personal y/o familiar; estos tianguistas cuentan con un grado importante de apego hacia el producto que comercializan, pues con el transcurso del tiempo y la obtención de ingresos, así como la generación de una clientela cautiva, se han especializado en comercializar un solo tipo de mercancía, especialización que no sólo implica el aspecto de la venta como tal sino también el proceso integral que le rodea como lo es el contar con una red de proveedores que le permiten distribuirse de la mercancía a un precio económico que repercute en la obtención de ganancias directas. La existencia de ambos aspectos coadyuvan para que el tianguista por tradición y transmisión intergeneracional del oficio le otorgue un sentido de orgullo y de nobleza a la actividad laboral que lleva a cabo, por tanto, en general puede afirmarse que los comerciantes que son producto de la herencia ocupacional de su familia le dan un alto significado a su labor, concibiéndola como una forma de vida y no solamente como un medio para la subsistencia económica,

significado que es compartido, en términos generales, por los demás integrantes de la familia.

“... los más pequeños en vacaciones pues como no tienen nada que hacer allá se vienen igual, nosotros ya les vamos diciendo como va el movimiento, como se debe de vender y decirle a que delegado si le puede dar un rato y que delegado no y si lo llegan a agarrar irse con alguno de ellos a la remisión, pues porque como no conocen la ciudad, pues este se pueden perder o algo” (David, vendedor de gorras y mochilas y gorras).

Es decir, el conocimiento sobre la dinámica laboral del tianguis se transmite a otros familiares que en algunas temporadas vienen de provincia a dedicarse al comercio. Es un conocimiento que tiene un valor muy importante, porque es lo que le permite permanecer en el Salado, mediar las relaciones con los líderes y además transmitirlo a otros familiares que lo requieran.

No obstante, como se señala en nuestro apartado teórico con relación al ámbito familiar en su interconexión con lo laboral, que para el caso de los trabajadores de tianguis es una relación que predomina y forma parte inherente de cómo se estructura su trabajo de manera cotidiana, consideramos no sólo la noción tradicional de familia, esto es la familia nuclear, para analizar la participación de diferentes integrantes con una relación consanguínea o no en el espacio laboral del tianguis, sino que se parte de la categoría de *Unidad doméstica*, para explicar la realidad del trabajo en el tianguis, tomando así el estudio de lo familiar y lo laboral desde su noción más amplia y heterogénea y no restringiéndonos a la concepción familiar funcionalista como un grupo social universal y sistémico. Por ello la Unidad doméstica se concibe como,

"un grupo corresidencial que comparte el consumo, asegurando su reproducción material a través de un gasto común al cual todos aportan su porción". (Schmink en Selby, 1994)

La unidad doméstica se basa normalmente en una familia pero no la constituye como tal. Ello porque dentro del trabajo del tianguis, encontramos una heterogeneidad sobre la forma en que se componen los grupos familiares, ya que aún cuando la participación en el espacio laboral por parte de una cantidad importante de familias nucleares es predominante, encontramos también familias extensas, unidades domésticas monoparentales o de integrantes de dicha unidad que no necesariamente comparten una relación familiar directa, aún cuando vivan dentro del mismo espacio doméstico.

De esta forma, diferenciamos diversos tipos de unidades domésticas en el entorno laboral del tianguis:

- unidades de una sola persona; cuyo porcentaje promedio es de un 5%

- unidades de madre e hijos, o de padre e hijos –matrifocal, patrifocal- que corresponde a un 25%
- unidades nucleares (padres e hijos) con un 45%.
- unidades complejas (familia nuclear y extensa, parientes no familiares directos alrededor del 25%.⁸⁸

El tipo de familia que predomina, dentro de las unidades domésticas de los comerciantes del tianguis es, entonces, la *familia nuclear tradicional*, considerando ésta como aquella en donde la jefatura familiar reside en el hombre, sea o no el proveedor único, pero en el que recae la toma de decisiones a las que mujer e hijos se subordinan de manera casi absoluta. Esto se explica, entre otras razones, por el origen rural que mantiene una buena parte de los comerciantes tanto de forma directa, es decir, que residen en los estados aledaños en donde se instala el tianguis, como de manera indirecta, esto es, que migraron de sus lugares de origen a la capital o a la zona metropolitana y optaron por dedicarse a vender en el tianguis. De esta forma, es notoria la proporción de comerciantes que conforman este tipo de unidades domésticas, sobresaliendo el comerciante de sexo masculino como quien se encarga de estar al frente y ejercer el control dentro del espacio laboral.

No obstante, también es notoria la participación de madres solteras dentro del espacio laboral del tianguis, es decir de *unidades domésticas matrifocales* por la flexibilidad que subsiste en este tipo de ocupación en cuanto al horario de entrada, a la cercanía con el lugar de residencia y, sobre todo, a la posibilidad de poder encargarse de sus hijos dentro del mismo espacio de trabajo. Es decir que, en este último caso, el tianguis es el espacio de trabajo que les permite a las madres solteras conciliar las actividades familiares con su quehacer laboral y que les proporciona los ingresos mínimos para la subsistencia. La mayoría de los puestos atendidos por madres solteras son mas bien regulares sin una cantidad amplia de mercancías, y abundan quienes se dedican a elaborar alimentos preparados, venta de ropa, CD's, perfumería, etc. En algunos casos es visible la presencia de los hijos, en general pequeños de tres o cuatro años de edad, y sólo una proporción menor cuenta ya con hijos mayores que se encargan junto con la madre del trabajo en el tianguis. Este tipo de unidades domésticas es muy recurrente que opten por la venta en el tianguis pues les permite organizarse familiarmente de una

⁸⁸ Información obtenida durante la aplicación de una encuesta a los tianguistas de El Salado como parte del proceso de investigación de campo.

forma más eficiente dada la flexibilidad de esta ocupación, aun cuando existe de manera muy marcada una situación de doble jornada, pues la carga de trabajo, sobre todo cuando los hijos son pequeños, es mayor para la jefa de familia tanto en el ámbito laboral como en el reproductivo aún cuando posea redes familiares que coadyuven al proceso de reproducción social.

“...yo empecé por iniciativa propia a vender porque antes trabajaba en otro lado, pero como tenía que cuidar a mi hijo entonces...este... allí en el tianguis pues yo podía tenerlo conmigo y cuidarlo...o sea yo empecé a trabajar en el tianguis para poder estar con mi hijo...” (Fidelia, vendedora de bonetería)

Por otro lado, hay una proporción menor de *unidades patrifocales* en las que el jefe de familia no cuenta con cónyuge y se encarga junto con los hijos de atender el puesto. Por lo general son personas de la tercera edad que no siempre cuentan con el apoyo de los hijos sino, al contrario, continúan laborando en el tianguis ante su necesidad económica sin que su familia intervenga ya no solamente para trabajar en el tianguis sino tampoco para su cuidado personal. Este tipo de comerciantes trabajan en un nivel de subsistencia, sus puestos suelen ser muy restringidos y el tipo de mercancía económica o de desecho. Así, en una porción importante de este tipo de comerciantes lo que comercializan son objetos usados o materiales de segunda mano. Aquellos casos en donde los hijos se han involucrado en mayor medida, los puestos generalmente son más amplios y el tipo de mercancía que se expende es de mejor calidad, pues si bien las decisiones las continúa tomando el jefe de familia los encargados directos han pasado ser los hijos, cuya fuerza de trabajo es notoria pues los puestos se encuentran mejor organizados y llegan a ocupar un espacio mayor.

En cuarto lugar se encuentran las *unidades domésticas complejas* las cuales están conformadas tanto por la familia nuclear como por la familia de origen y otras personas con relaciones de parentesco. En su mayoría, el tipo de venta que estas unidades realizan es más elaborada en cuanto a trabajo, infraestructura y mercancía se refiere, debido a que representan espacios de venta más amplios que implica la utilización de una fuerza de trabajo mayor a la que comúnmente existe en la mayor parte de los puestos. En este caso el grueso de las unidades de este tipo se organizan previamente para dividir las funciones y el trabajo, existiendo uno o dos encargados de la operación adecuada del trabajo. Comúnmente este es el caso de aquellos que comercializan alimentos preparados en donde llegan a intervenir más de 10 personas entre quienes se encargan de elaborar los alimentos, los que sirven, el encargado de cobrar, los que

realizan la manutención de los utensilios que se utilizan, etc., aunque también existen los negocios que se dedican a la vendimia de ropa de segunda mano, los cuales dividen su trabajo entre quienes escogen la ropa, los que gritan para anunciar y llamar la atención, y los encargados de cobrar, en este caso también el número de integrantes es mayor debido a que el tendido del puesto y de toda la infraestructura es más amplia e implica la utilización de una fuerza de trabajo adicional a la normal, al tener que ocupar un espacio de hasta 20 metros; así como durante la jornada de venta, la cantidad abundante de clientela que asiste a consumir hace necesario que exista un número importante de personal para mantener el orden y evitar actos de robo o el pago incompleto de la mercancía que la gente adquiere.

“...en este puesto trabajamos 5 personas, la mayoría familiares...y pues apenas nos damos abasto por la cantidad de trabajo que tenemos...al principio el negocio era pequeño pero poco a poco fue creciendo y fuimos invitando a más familiares para que nos echaran la mano...y así hasta ahorita...” (Luis, vendedor de ropa nueva)

Existe también el caso de las unidades que aunque comenzaron con un solo puesto se fueron extendiendo en el tianguis hasta llegar a ocupar dos o tres con la misma mercancía pero hasta cierto punto independiente cada uno. No obstante, el hecho de ser una sola unidad doméstica los ingresos, la toma de decisiones con respecto a la operación en los puestos, y la fuente de donde se proveen de la mercancía se encuentran centralizados en los encargados o propietarios titulares, siendo manejados este tipo de espacios de venta como auténticas microempresas en donde puede afirmarse que si existe una amplia ganancia, hasta el grado de que en algunos casos la contabilidad de los ingresos y egresos del puesto se realiza profesionalmente. En este último caso podríamos afirmar que representa al tipo de unidad doméstica que expresa lo que algunos autores denominan como racionalidad colectiva (de la Rocha, 1990) en la que se le dota a la organización familiar de una importancia determinante para enfrentar las situaciones de crisis económica. De acuerdo con esto, las estrategias surgidas en la unidad doméstica tienden hacia buscar la solución de los problemas económicos de una manera organizada, en donde es posible encontrar una división del trabajo acordada entre los distintos miembros de la familia.

En la mayoría de las unidades domésticas señaladas anteriormente sigue prevaleciendo una estructuración jerárquica tradicional de tipo patriarcal en la que, justamente, el mando, la jefatura familiar, y el control en el trabajo específico en el tianguis recae totalmente en el padre de familia. Esto, no obstante que como se menciona también, el

número de mujeres jefas de familia, casadas o no, también ha aumentado como resultado de la apertura del mercado laboral a la fuerza de trabajo femenina y a la limitación en las fuentes de empleo de los hombres; hecho que se traduce en nuestro caso, en el trabajo de comercialización popular en los tianguis, en que aunque en algunas unidades domésticas cuya fuente de ingresos, al menos en parte, corresponde al trabajo en el tianguis al mismo tiempo el hombre, y en algunos casos las mujeres, poseen un empleo 'formal' cuyos ingresos no son lo completamente suficientes para la manutención familiar. Luego, entonces, aunque la participación laboral de las mujeres es mayor que en antaño, en el caso del tianguis el Salado, aún no es lo suficiente y no se ha arribado a un grado tal de empoderamiento femenino como para afirmar que la estructura patriarcal va en declive, pues aún en los casos en que la mujer participa en el trabajo del tianguis junto con su cónyuge o paralelamente a él, de cualquier forma el mando dentro del espacio de trabajo en el tianguis así como dentro de la unidad doméstica sigue siendo ejercido por el hombre.

Entonces, los tipos de jefatura que se encuentran en los comerciantes del tianguis son principalmente la jefatura masculina tradicional y, en menor medida pero ya notoriamente, jefaturas femeninas. En mayor grado para las mujeres, madres de familia, aunque también para un importante porcentaje de hombres, las actividades que se realizan cotidianamente en el espacio de trabajo son compaginadas o *conciliadas* con diversas actividades de reproducción de la familia. La flexibilidad existente dentro de la ocupación de vender en el espacio público en cuanto a la jornada de trabajo, así como la capacidad de controlar una parte importante del trabajo desarrollado, hacen posible que la dinámica familiar se reproduzca aún dentro del espacio de trabajo aunque también torna hasta cierto punto ilimitado el tiempo mismo que se le dedica al trabajo pues en lo concreto no existe un horario de inicio ni tampoco uno de conclusión siendo así que, si bien como se menciona la dinámica familiar puede desarrollarse al menos parcialmente dentro de cada puesto del tianguis, también algunas actividades relacionadas con el trabajo se generan dentro del espacio doméstico en menoscabo del tiempo de convivencia familiar. De esta manera, en muchos de los puestos del tianguis el Salado es notoria la actividad de mujeres y hombres elaborando sus propios alimentos, ayudando a sus hijos a realizar sus tareas académicas, llevando a cabo actividades lúdicas en familia, pero también se observa a los hijos apoyando en el trabajo como acomodar la mercancía, poner anuncios, atender a los clientes, etc., Y fuera del tianguis,

la participación familiar en el transporte de la mercancía, en su organización, así como la planeación de la vida familiar gira en torno al trabajo en el tianguis.

“...nosotros como familia todo lo hacemos de acuerdo a la *chamba* en el tianguis...no solamente los días en que vendemos sino igual los días cuando nos toca surtir, desde temprano pus nada más guardamos nuestras cosas y salimos al tianguis, y cuando llegamos pues igual, descargamos y cada quien hace sus cosas...” (Marcela, vendedora de ropa interior)

Por otro lado, la interrelación familiar que se da dentro del tianguis es muy heterogénea. En los casos en donde se cuenta con unidades domésticas monoparentales, unidades de familia nuclear o en unidades complejas las relaciones intrafamiliares suelen ser diversas tanto en relación a la forma en que se organiza el trabajo dentro del puesto en donde se vende como fuera del espacio laboral en el entorno doméstico. Al ser en buena medida el comercio en el tianguis una actividad laboral de índole familiar, generalmente las relaciones entre los integrantes de la familia que participan dentro del mismo espacio de trabajo obligadamente se tornan funcionales, esto es, cada cual asume un rol de las tareas a desempeñar estén o no de acuerdo, pues de ello depende el objetivo final de su trabajo que es vender la mercancía. Sobre todo, cuando el control sobre el trabajo es ejecutado de manera horizontal en donde hay cabida para algún tipo de acuerdos; aunque aún en los casos de control autoritario quienes integran el equipo de trabajo en el puesto realizan su actividad subordinándose a las decisiones del jefe de familia quien también asume las funciones de ‘patrón’ dentro del lugar de trabajo. Pero, el hecho de que las relaciones intrafamiliares en la ocupación puedan ser funcionales, como se señala, no indica que carezcan de conflictos y contradicciones, sobre todo en los casos en donde las tareas son impuestas por el jefe de familia hacia los demás integrantes, en cuyo caso suele ser notoria la expresión de molestia y desagrado de la actividad realizada por alguno de ellos. Esta situación, de hecho, ha motivado que en el caso de hijos de tianguistas jóvenes prefieran independizarse y poner su propio puesto a fin de evitar conflictos con su familia. En el caso de las unidades domésticas complejas que atienden puestos de mayor amplitud o se encuentran organizados sus integrantes en varios puestos a la vez, el conflicto aunque no esta ausente, sobre todo en el momento de la contabilidad de los ingresos, existe un mayor grado de acuerdo debido a que, en este caso al ser por lo general un negocio familiar en el sentido estricto del término, implica una coinversión del capital entre los distintos miembros lo que impide, al menos parcialmente, la monopolización del mando por parte de alguno de ellos, hecho que tampoco puede negarse tajantemente que ocurra y sea una fuente de conflicto.

Lo anterior no supone, sin embargo, que fuera del espacio de trabajo las relaciones intrafamiliares continúen siendo ‘funcionales’, sino que lo que puede verse como el mantenimiento de una relación laboral, aún cuando sea ante todo de carácter familiar, obligada por la responsabilidad que implica el trabajo, fuera de él puede tornarse diferente y pasar a mostrar relaciones familiares conflictivas o anómicas. Esto ocurre tanto entre cónyuges como entre estos y los hijos, en el caso de las unidades nucleares, o en su caso entre padre o madre e hijos para las unidades matrifocales; y en caso de las unidades complejas, las relaciones entre distintos núcleos familiares o entre distintos tipos de integrantes con diferente parentesco en el entorno familiar puede prescindirse de una relación cercana a tal grado de únicamente reunirse para la ejecución del trabajo, es decir, una relación familiar pragmática.

Aunque también existe lo contrario: unidades domésticas integradas en donde hay un alto grado de reciprocidad y solidaridad interna, lo cual es un factor de éxito en el desarrollo del trabajo en el tianguis.

Los tianguistas que laboran junto con su familia, ya sea su cónyuge, hijos, u otros familiares y parientes, dependiendo el tipo de unidad doméstica que participa en el trabajo de vender, necesariamente mantienen una relación permanente con éstos para efectos de poder desarrollar la actividad laboral. Dicha relación puede estar permeada o condicionada, de algún modo, por el tipo de relación familiar existente en cada uno de los casos, pero sobre todo lo que en realidad se entabla es un tipo de relación social familiar de índole laboral, en la que, la relación familiar propiamente dicha, se soslaya parcialmente durante los momentos en que se está ejecutando el trabajo. Es decir, existe la intención por parte de una cantidad importante de los comerciantes que recurren a la fuerza de trabajo familiar por deslindar de algún modo el tipo de relación que se lleva dentro del entorno familiar de la relación más funcional y operativa que se tiene que concretar en el espacio de trabajo, sobre todo porque en este caso el mando del encargado titular del puesto, que puede ser el jefe o jefa de familia o una asociación de diversos familiares, es en quien recae la responsabilidad de lograr vender la mercancía, de organizar el trabajo de los demás integrantes y es en quien, o quienes, se le reconoce como el dueño del puesto y el más experimentado en la realización del trabajo, y por ello, quien finalmente decide cómo se realizarán las actividades y las funciones de los demás miembros. Lo anterior no excluye el hecho de que generalmente el deslinde del que se habla, de un tipo de relación familiar a una más de tipo laboral, no se concreta del todo y afloran dentro de la cotidianeidad del trabajo diversas actitudes y

sentimientos de molestia por la carga de trabajo desigual, cuando todos son parte del mismo grupo familiar o de la misma unidad doméstica; lo anterior es todavía más evidente al momento de retribuir el costo del trabajo realizado, pues generalmente, en los puestos donde laboran dos o más familiares aparte del titular, éste no ofrece ningún pago a sus ayudantes pues se considera más como una obligación familiar el participar en el trabajo del negocio que un empleo en sí objeto de ser remunerado de forma específica para cada uno de los integrantes; el pago en todo caso es en especie de lo que se dispone de los ingresos para la alimentación, el vestido, y la educación.

En los puestos de una amplitud mayor y que, por la cantidad o el tipo de mercancía que se expende, requiere de una mayor infraestructura pero también de una mejor organización del trabajo, la división de las tareas que realiza cada uno de los integrantes se establece al comienzo de la jornada de trabajo, con el objetivo de que cada quien pueda cumplir sus funciones sin verse obligados a esperar las indicaciones del encargado durante toda la jornada. De esta forma, tanto en los puestos de preparación de alimentos como de ropa de segunda mano, que son los giros en donde se emplea una cantidad mayor de fuerza laboral, la organización del trabajo implica, por lo general, para el caso de los puestos de venta de comida, definir quien se encargará de cocinar los alimentos, quien atenderá a los clientes, quien se dedicará al aseo de lugares y de los utensilios empleados, quien estará invitando a la gente al negocio, así como quien será el encargado de cobrar y de coordinar el movimiento de los demás integrantes, dicha organización con el tiempo se vuelve sistemática de tal forma que los errores y la inexperiencia de los integrantes disminuye considerablemente, al ir aprendiendo su trabajo mediante la práctica constante del mismo. Aún así, los errores que se llegan a cometer por parte de los trabajadores, en este caso familiares, no se castigan con una sanción económica, pues como ya se señala, en su mayoría más bien carecen de algún tipo de retribución salarial, ni tampoco se les puede despedir, sino lo que opera en dichos casos es el regaño estricto, la burla de los demás, y la carga de trabajo aún mayor con el fin de imponer un escarmiento para que en lo subsecuente realice bien su trabajo. Situación que es diferente, por ejemplo, en el caso de los empleados no familiares que cuentan con un contrato o acuerdo verbal de trabajo con el propietario, pues aquí los errores o faltas cometidas si afectan directamente al salario y puede darse el caso de el trabajador sea despedido sin mayor explicación ni indemnización de por medio.

Diferente es el caso de los puestos más pequeños en donde la cantidad de integrantes es menor, reduciéndose a dos o tres personas, incluyendo hijos o cónyuge. En éstos las

dimensiones del puesto y la cantidad de mercancía hacen innecesaria una organización compleja y una división del trabajo particular, y más bien el trabajo mayor lo realiza el encargado y los demás integrantes fungen como auxiliares que de forma indistinta realizan las mismas funciones todo el tiempo como cobrar, atender la clientela, organizar la mercancía, pero sin una función especializada para cada uno de ellos. En este caso el control del trabajo por parte del encargado es más sencillo e inmediato, que se expresa en ordenar la realización de una tarea al momento que se requiere y de manera espontánea, sin existir previamente una explicación y definición de las funciones a desarrollar.

Dentro del tianguis podemos distinguir al menos dos diferentes formas de significar lo que es el trabajo tanto para el comerciante propietario como para sus familias que participan junto con él, o ella, en el trabajo. Por un lado, un significado que se encuentra más apegado a una visión amplia y genérica y no restringida al trabajo solamente como un medio para la obtención de ingresos. Esto es, se considera al trabajo como la aplicación de las capacidades físicas y mentales para producir un objeto o ejecutar un servicio pero que al mismo tiempo es una fuente no solamente de ingresos para la sobrevivencia sino de realización personal al dotarle de una gama de conocimiento y experiencias que reproduce al momento de desarrollar su trabajo, lo que permite que sea diferente y cumpla una función social especial al resto de la gente, lo cual se sintetiza en un argumento recurrente del comerciante de que su ocupación no es susceptible de ser realizada por cualquier persona. En este caso se habla de los comerciantes más antiguos con cierta tradición en la ocupación y que se han preocupado por enseñar a sus hijos a laborar en el tianguis.

En estos encontramos que, una buena parte de ellos, su dedicación a ser tianguista responde a una tradición familiar que tiene su origen en el medio rural de donde fueron originarios. Para estos comerciantes el trabajo en el tianguis se encuentra dotado de una serie de valores que enaltecen su actividad siendo, además, un trabajo al que se han inclinado naturalmente y en el que han desarrollado una cúmulo de experiencia a lo largo de su trayectoria en él.

Por otro lado existe un *significado de tipo pragmático* sobre el trabajo en el que éste es sólo un medio para la obtención de ingresos pero que no supone contar con un nivel de cualificación o con un cúmulo de conocimientos para poder desarrollarlo. Es el caso de los comerciantes emergentes u ocasionales que significan su trabajo en el tianguis como

una actividad para obtener ingresos de carácter suplementaria o temporal en tanto pueden incorporarse a un trabajo 'real', es decir remunerado y con prestaciones sociales. La otra subdivisión es la que corresponde a los comerciantes auténticamente ocasionales, en su mayoría vecinos del lugar en donde se coloca el tianguis, quienes aprovechan el espacio para poder vender algún tipo de mercancía, generalmente, objetos usados pero también el tipo de mercancía que se insinúa como ilegal que se expende muy temprano el día en que se coloca el tianguis. Estos vendedores, contrariamente al caso anterior, regularmente si asisten con una buena parte de su familia a colocar y vender en su puesto dada la proximidad con el lugar en donde residen. No obstante, los comerciantes que denomino como *ocasionales* o *emergentes* venden únicamente el día que se instala el tianguis en la zona en donde residen sin dedicarse a esta ocupación durante el resto de la semana, en la que más bien se dedican a otras actividades. Por ello, en estos comerciantes el trabajo en el tianguis no tiene un significado especial o que le de sentido a su mundo de vida cotidiano, sino que se considera como una oportunidad para obtener algún ingreso familiar adicional, lo cual se traduce en no tener mayores expectativas ocupacionales con respecto a este trabajo, ni para los encargados directos y menos aún para los hijos.

En ambos casos, empero, tanto quienes significan su trabajo en el tianguis como una actividad noble y como una tradición familiar, como aquellos que lo hacen de una forma pragmática, subsiste un sentido sobre su práctica laboral que soslaya un tipo de racionalidad puramente instrumental pues implica considerarla de formas diversas, la mayoría de las cuales se encuentran relacionadas con la idea de un rechazo a laborar dentro de un contexto de relaciones de subordinación, en ambientes de trabajo cuyo control sobre el trabajador es bastante férreo y en el que se tienen que rendir cuentas a un 'patrón' para poder contar con un ingreso que, además, difícilmente satisface sus necesidades. A partir de este rechazo a trabajar bajo el mando de un 'patrón' los comerciantes le dan sentido a su trabajo en el tianguis aduciendo diferentes argumentos entre los que destacan: el ser una actividad en la que es posible, y en muchas ocasiones necesaria, la incorporación del grupo familiar; la comodidad laboral que es inherente a su carácter flexible; la capacidad de autocontrol para decidir sobre cómo y cuándo trabajar; el contar con tiempos dentro de la jornada de trabajo para realizar actividades paralelamente a las estrictamente laborales como aquellas dedicadas a la reproducción familiar; la cercanía espacial con el lugar de residencia; el ser un trabajo basado en la interacción social permanente, etc. Prácticas que estarían restringidas en actividades que

operan bajo un esquema de relaciones laborales de subordinación entre capital y trabajo. Lo cual, finalmente, impacta de manera directa sobre la forma en que es significado el trabajo y sobre el grado de identidad que construyen en torno a él y entre la comunidad de trabajadores con una orientación subjetiva que es compartida colectivamente.

No obstante, paralelamente a esta situación prevaleciente en la subjetividad de los tianguistas que puede sintetizarse como un imaginario colectivo sobre su trabajo de *libertad y autonomía*, existen estructuras que en la realidad concreta relativizan esta supuesta libertad laboral del tianguista, sea consciente o no el sujeto de ellas, y que se encuentran delimitando de manera insoslayable su capacidad de acción en el trabajo. Lo anterior se expondrá de manera específica en el siguiente apartado.

2. Estructuras y relaciones sociales laborales: Control, Regulación en el trabajo y Dominación político-gremial.

2.1 Control y Regulación en el trabajo no clásico.

El proceso de trabajo del comerciante de tianguis, como se ha venido sosteniendo, asume variadas particularidades que permiten la definición de este tipo de trabajador desde diferentes aspectos, algunos similares y otros completamente distintos con relación a otro tipo de comerciantes callejeros, como los ambulantes, los establecidos o los que laboran en mercados sobre ruedas. Dichos aspectos están referidos a dos ámbitos que asumen claras especificidades en nuestros sujetos, las cuales consideraremos para exponer la forma en que se expresan en el trabajador de tianguis, éstas son: el control sobre el trabajo, y la regulación de las relaciones sociales de trabajo referidas al tianguis.

En este sentido, partiendo de la discusión señalada en nuestro apartado teórico sobre el concepto de control sobre el trabajo, y en el cual se define a éste como la capacidad de ejercer el mando sobre el proceso productivo, o con aspectos estratégicos vinculados con él, tanto de forma coercitiva como a través del consenso, se expondrá y analizará la forma en que son concretadas diferentes formas de control sobre el trabajo del tianguista y en diversos ámbitos relacionados. Aquí es útil reiterar que el proceso de control se complejiza en este tipo de ocupación debido a la participación directa o indirectamente en él de una heterogeneidad de actores sociales que se encuentran influyendo la práctica laboral del comerciante de tianguis.

De esta forma, el control sobre el trabajo se encuentra diversificado entre el conjunto de actores quienes se encuentran motivados por diferentes objetivos para concretar tal práctica, y que en este caso concreto pueden ser de carácter: político, administrativo, económico y/o corporativo. Por ello el control, en este caso, no se limita al proceso de trabajo sino que se extiende a otros aspectos que se relacionan con él pero que bien pudieran considerárseles como *metalaborales*, en el sentido de que su origen y objetivos se encuentran fuera de la dinámica de trabajo como tal.

Por otro lado, la regulación de las relaciones sociales que se dan dentro del trabajo no clásico, así como las formas en que éste se puede llevar a cabo dentro de cierta normatividad sobre todo tratándose de las actividades laborales urbanas, contempla una variedad de actores sociales y de situaciones no consideradas dentro de la estructura legal vigente, por lo cual, es imposible que se circunscriba al sistema de regulación que prevalece para el caso de la relación entre el capital y el trabajo. No obstante, es posible partir de las dimensiones de regulación que existen en el trabajo industrial para delinear los ámbitos que son regulados, tanto formalmente como de manera directa, en las actividades laborales caracterizadas como no clásicas, en particular en el trabajo de los comerciantes de tianguis.

En este sentido, los ámbitos de regulación que existen para el trabajo y las relaciones sociales laborales que se concretan en el espacio del tianguis se expresan de dos formas: a) *regulaciones escritas*, que pueden ser tanto las establecidas jurídicamente como las concretadas dentro de cierto procedimiento legal por las agrupaciones de comerciantes a través de estatutos y reglamentos internos; b) *las de carácter no escrito* sino aplicadas según el conjunto de costumbres construidas y arraigadas dentro del entorno laboral a lo largo del tiempo pero que, de igual forma, cumplen la función de normar las prácticas de trabajo así como las diversas relaciones sociales que se concretan en dicho espacio lo que implica a la vez el establecimiento de derechos y obligaciones, así como formas para sancionar su incumplimiento y en la que participan los diversos actores inmersos en la operación del tianguis que incluyen no solamente a los vendedores, sino también a los líderes del gremio, los clientes, y los propios funcionarios gubernamentales que, al margen de la intención de aplicar las leyes o reglas que regulan diversos aspectos de la dinámica comercial y social en el tianguis, orientan su relación con los demás actores de acuerdo a los usos y costumbres, incluyendo los actos de corrupción, con lo cual dichos

códigos normativos de facto se legitiman al ser reproducidos recurrentemente en la cotidianeidad del espacio de trabajo.

2.2 La gestión gubernamental sobre la operación de los tianguis en la Cd. de México. Control burocrático gubernamental y Mecanismos de Regulación.

En el tianguis del Salado los mecanismos de control ejercidos por la autoridad no son tan evidentes ni sistemáticos como en otro tipo de espacios de comercio popular. Lo anterior se encuentra fuertemente relacionado con la situación social del espacio donde opera el tianguis⁸⁹ así como con el tipo de relación mantenida entre autoridades y líderes de la organización. Que no exista un control estricto por parte de la autoridad sobre la operación del tianguis el Salado -y de los tianguis en general de la Delegación- es debido a una situación política específica así como a un tratamiento diferenciado, orientado con un sentido de clase, hacia la población local por parte del gobierno de cada delegación: los vecinos de la zona donde opera el tianguis del Salado no ejercen una participación plena de sus derechos ciudadanos, por lo tanto no demandan a la autoridad la aplicación de las normas para el uso de la vía pública como si ocurre, por ejemplo, en diversas zonas de la ciudad habitada por población de clase media y alta, es decir, existe un déficit en cuanto al reconocimiento y ejercicio de la ciudadanía⁹⁰; por ello, la relación entre autoridad y población suele ser muy característica: el cumplimiento y la orientación de la política social para atender a la población en diversos servicios públicos está condicionado al grado de estructuración organizativa de los vecinos en torno al partido político en el poder, es decir, se propicia desde la esfera del aparato burocrático una relación de tipo clientelar. Lo cual también incide en el tipo de relación que la autoridad ha mantenido con las dirigencias de las organizaciones gremiales de los tianguis: una relación corporativa basada en la connivencia.

De esta manera, en el tianguis el Salado en los 30 años que lleva operando ha tenido una sola reubicación debido a la construcción de la Línea A del Sistema Metropolitano de Transporte en el lugar en donde el tianguis se instalaba originalmente, que no implicó

⁸⁹ La zona oriente de Iztapalapa, es una zona con una población cuyas condiciones de vida son, en diversos puntos, altamente precarias como lo expone el Programa de Desarrollo de la Delegación (2006).

⁹⁰ Con referencia a esta situación la evidencia empírica es clara, simplemente basta revisar la cantidad de tianguis que existe por Delegación para corroborar como en ciertas zonas es más tolerable la operación de tianguis y del comercio ambulante en general que en otras: Iztapalapa posee, por ejemplo, el mayor número de tianguis en contraste con Delegaciones como Miguel Hidalgo o Benito Juárez. Aunque también impacta en ello la composición de clase y el conjunto de necesidades sociales de la población de cada lugar y que tiene que ver finalmente con la disposición para laborar y consumir en este tipo de espacios de comercialización.

ningún tipo de ordenamiento. El control que la autoridad gubernamental lleva a cabo en este tianguis es mínimo, enfocándose a medidas de control sobre la utilización de la vía pública y de los espacios de uso común como banquetas, entradas de domicilios y edificios gubernamentales, vías de tránsito vehicular, pero de manera muy restringida y poco sistemática.

“...yo sé que es ilegal que me cuelgue del poste de luz, pero mientras nadie me diga nada, pus, yo tengo que ver cómo le hago para poder trabajar, no estoy aquí por gusto ¿no?, cuando la autoridad venga y me diga que no lo puedo hacer, pus, entonces ya veré...” (Pedro, vendedor de aparatos electrónicos).

En los aspectos que en algunos otros espacios de comercialización popular se ejerce un control permanente, en el tianguis el Salado no operan: no hay un control sobre el número máximo de comerciantes a tal grado que del año 2000 a la fecha ha crecido en más de un 50% (de 6000 han pasado a cerca de 12000); el establecimiento del tamaño de los puestos lo decide la organización y no la autoridad; en el permiso para la incorporación de nuevos comerciantes es un asunto en el que tampoco interviene; el tipo de producto que se expende no es supervisado por la autoridad por lo que no existe restricción sobre los giros comerciales; cada comerciante decide el material y la imagen de su puesto debido a lo cual el tianguis muestra lonas multicolores a lo largo de su extensión, de diversas dimensiones y materiales; existe una obstaculización de la vialidad en avenidas y calles de importante tráfico vehicular sin que la autoridad intervenga para controlar estas prácticas y, en su caso, sancionarlas.

“...cada miércoles es lo mismo, se llena de carros tanto de comerciantes como de la gente que viene a comprar y la policía no los retira porque también se llevan su lana, además del ruido desde las 4 o 5 de la mañana y la basura que dejan cuando se van, es un *pinche desmadre*, pero el gobierno parece que tiene miedo de meterse aquí a poner orden; aquí mismo está la subdelegación territorial y a ellos mismos les han tapado la entrada sin que hagan nada...” (Residente de la Unidad Habitacional La Concordia)

Las limitadas medidas de control llevadas a cabo por la autoridad han sido efectuadas después del intento de confiscación de mercancía de procedencia ilegal por parte de la Secretaría de Seguridad Pública Federal en mayo de 2008⁹¹. Posterior a esto se intentó implementar un padrón de comerciantes para cuantificar el número y giro de los puestos comerciales, pero como no fue de carácter obligatorio solamente quedaron registrados alrededor de 5000 tianguistas, de un universo como se señala de cerca de 12000:

⁹¹ La jornada, 8 de mayo de 2008: *Chocan policías y comerciantes en el tianguis el Salado*.

“El jefe delegacional aclaró que durante el operativo se invitó a todo comerciante instalado para que por voluntad propia acudiera a registrarse y recordó que con el poco personal de las áreas de Mercados era prácticamente imposible ingresar a la zona para iniciar el censo.” “Aclaró que las personas notificadas recibieron un comprobante que será canjeada por una cédula que reconozca a los comerciantes que realizan actividades lícitas porque aquellos que no la tengan no serán reconocidos y como consecuencia ya no podrán instalarse en el tianguis El Salado”.⁹²

De acuerdo con lo anterior, en el Salado es evidente la falta de control en la operación del tianguis por parte de la autoridad, lo que es similar en los demás tianguis que operan en la Delegación Iztapalapa en donde, hasta el año 2010, se inició la implementación de un Programa de Ordenamiento pero sólo aplicado en una cantidad limitada de estos espacios de comercialización.

“...qué queremos nosotros en el caso de los tianguis, pues, primero...hacer que las normas mínimas de operación se cumplan, que por lo menos eso sea un compromiso que establezcan todos los líderes de tianguis con la delegación...”⁹³

El Tianguis El Salado se constituye en una zona *tolerada* incluso para las bandas delictivas debido sobre todo, reiterando, al contexto social y político en donde se encuentra el tianguis que ha favorecido una gama de complicidades entre los actores protagonistas.

Como se ha comentado, el control de la autoridad se ha limitado a inspecciones bastante periódicas sobre las condiciones en que el tianguis opera, sobre todo en lo referente a la ocupación de vialidades y espacios de uso común; asimismo, se han realizado operativos parciales para confiscar mercancía de origen ilícito como piratería, ropa usada, fayuca, etc. Sin embargo, la operación del tianguis se genera con una ausencia casi total de las autoridades, pese a la presencia en la zona de la Dirección territorial Ermita Zaragoza.

No obstante, el mínimo control que la autoridad ejerce lo hace de forma consensada con los tianguistas, a través de sus representantes legalmente reconocidos, es decir, la Organización gremial. La implementación de algunas medidas de control siempre se ha llevado a cabo con el establecimiento previo de acuerdos entre la autoridad en turno y la dirigencia, de tal forma que hasta ahora, y salvo en algunos operativos llevados a cabo por la Policía Federal, los gobiernos delegacionales han evitado ejercer medidas autoritarias, como la utilización de la fuerza pública, para ordenar y aplicar las normas vigentes debido, por un lado, a la necesidad de mantener el orden social e inhibir la

⁹² Boletín del Gobierno delegacional de Iztapalapa del 16 de mayo de 2008.

⁹³ Entrevista a la Lic. Magdalena García González Jefa de Unidad Departamental de Mercados y Tianguis de la Delegación Iztapalapa el día lunes 24 de mayo.

gestación de movimientos de protesta y, por otro, a que el grueso contingente de tianguistas puede constituir potencialmente una base social y política importante para los agentes políticos cuyas intenciones a largo plazo son ascender dentro de la estructura burocrática; ámbitos que finalmente se encuentran en el centro del intercambio político entre autoridades y dirigencia.

En la práctica concreta, entonces, la autoridad se ha mantenido al margen en la aplicación de la normatividad establecida para la operación de los tianguis, sin embargo, a pesar de la falta de un control gubernamental estricto en el imaginario colectivo de los comerciantes si prevalece la idea de la inevitabilidad en la aplicación de la ley por parte del aparato burocrático gubernamental que finalmente concrete un ordenamiento del tianguis, sobre todo, por las irregularidades en las que se instala y de las cuales la mayoría de los comerciantes está consciente. La conciencia de que una buena parte de los comerciantes realizan su actividad al margen de la ley, ya sea porque su mercancía es de origen ilícito o porque viola las normas para la venta en vía pública, motiva en los comerciantes una concepción basada en una forma de razonamiento por analogía en la que establecen que la intervención de la autoridad de manera directa en la operación del tianguis es potencialmente posible de acuerdo a la política de desalojo y reubicación ejercida contra los comerciantes en el Centro Histórico y de otros tianguis de la capital en la administración de Marcelo Ebrard.

Lo anterior ha generado en el comerciante una configuración subjetiva que expresa incertidumbre, molestia, angustia, sentimiento de indefensión, sentimientos de injusticia e inseguridad sobre su trabajo, lo cual repercute en el significado que tiene sobre su ocupación al intervenir negativamente en el sentido de apego que puede desarrollar con respecto a él. Aunque lo anterior puede repercutir en las decisiones del comerciante con respecto a su trabajo en el sentido de motivarlo a dejar este tianguis en particular o a cambiar el giro comercial, sobre todo si lo que expende es de origen ilícito, pero sin que ello implique abandonar su ocupación de tianguista.

Contradictoriamente, la expectativa de que se concrete un mayor control gubernamental sobre el tianguis influye en el proceso de construcción de un sentido gremialista y de identidad colectiva entre el grueso de la comunidad de tianguistas al asumirse como parte del grupo laboral que sufre y padece la misma situación de ofensiva gubernamental en contra de su actividad, es decir, al construirse en el imaginario colectivo como un sujeto que es *víctima* de diversas e *injustas* circunstancias y actores:

las condiciones sociales, la exclusión del mercado de trabajo formal, la acción gubernamental contra este tipo de espacios. Con ello, se genera un reconocimiento en un nivel de segundo orden hacia el conjunto de quienes se constituyen como “trabajadores informales” que se encuentran excluidos del mercado de trabajo, de forma circunstancial o voluntaria, estableciéndose con ello una relación de oposición entre este tipo de trabajadores con el aparato gubernamental al ser visualizado como la fuente de dicha situación. Sin embargo, este sentido de identidad colectiva excluye a quienes, no obstante también encontrarse integrados al tianguis, no se les considera como parte del mismo grupo al ser evidente el nivel de ganancias que obtienen semanalmente, lo cual rebasa el objetivo de subsistencia que el común de los comerciantes tiene suponiendo con ello que cuentan con suficiente capital como para subsistir en otras actividades o en otros centros de comercialización, sin que éstos lo hagan debido a que en el tianguis, justamente por la falta de control gubernamental, puedan actuar sin limitaciones normativas o al margen de la legalidad, lo que finalmente les redanda en ahorrarse costos que si tendrían que pagar de ejercer su actividad en un comercio establecido.

“...hay aquí quienes la mera verdad (...) no tendrían que estar porque tienen suficiente dinero para poner un negocio en otro lado, aquí la mayoría está porque, pus, no tiene trabajo o porque es lo único que puede hacer ¿no?, pero esos *cabrones* se aprovechan de que nadie les dice nada y son los que ocupan los mejores lugares porque le dan su lana al *pinche* delegado...” (Oscar, vendedor de bonetería).

Con relación a la organización, la intención de control por parte de la autoridad, no influye de manera positiva para elevar la cohesión en torno a aquella y generar en los comerciantes un sentido de apego hacia el organismo gremial, lo cual no implica que exista una total indiferencia por parte de los trabajadores sino más bien una configuración subjetiva, en general, orientada a significar a la organización como una estructura de control e intermediación con la autoridad más que como una verdadera representación de sus intereses, y a dicha situación como algo injusto pero imposible de modificar, es decir, manteniendo una concepción fatalista.

La posible intención gubernamental por controlar la operación del tianguis lo que en realidad puede producir es el ahondamiento de las contradicciones internas entre organización y comerciantes de base pues, en los hechos, la organización será incapaz de defender los intereses de los agremiados al responder, como ha sido históricamente, únicamente a los intereses de sus dirigentes. Lo anterior, podría poner en cuestión también la cultura corporativa de la misma base: de considerar como ‘mal necesario’ a la estructura organizativa asumiendo una actitud conformista y pasiva, aunque

entremezclado con sentimientos de molestia, a visualizar la posibilidad de entablar una relación mas directa con el gobierno logrando entonces soslayar el control ejercido por la Organización.

Por otro lado, aunque normativamente el tianguis se tendría que sujetar tanto al Reglamento de Mercados del D.F. como al Programa de Reordenamiento del comercio en Vía Pública, la estructura normativa y de orden que prevalece en el tianguis es la que sus mismos protagonistas se han autoimpuesto, y sobre todo, la establecida por la organización gremial que controla este tianguis.

No obstante, como se menciona, en cuanto a las normas legales que regulan la operación de los tianguis, éstas tienen su origen en el Reglamento de Mercados del D.F. publicado por primera ocasión en 1951 en el Diario Oficial de la Federación y en el cual se exponen diversos artículos que consideran las formas de funcionamiento y los requisitos legales que tienen que cumplir quienes se dedican al comercio ambulante y/o en la vía pública, entre estos los tianguis. Así, concretamente referido a la utilización del espacio y los tiempos de operación de los tianguis en el artículo 5 fracción VIII, se indica que,

“El Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal tendrá las siguientes atribuciones:

- Fijar los lugares y días en que deban celebrarse los "tianguis" en cada mercado público.”

Este Reglamento ha estado vigente desde que se emitió y ha sido la única referencia legal para normar la actividad comercial en la vía pública, y del cual se han basado los códigos posteriores que se han elaborado para ordenarlo y contener su crecimiento.

Hacia el año de 1993, el Gobierno del D.F. crea el Programa de Mejoramiento del Comercio Popular⁹⁴ con lo cual se intentó actualizar el conjunto de normas y adecuarlas a las nuevas condiciones de desarrollo del comercio en vía pública, aunque dicho objetivo no se consiguió del todo para ese momento.

No obstante, en 1997 el gobierno capitalino, encabezado por un partido diferente al PRI, estableció el Programa de Reordenamiento del Comercio en la Vía pública⁹⁵ (PRCVP) que tuvo la intención de iniciar el ordenamiento y reubicación de los diversos espacios de comercio callejero en el D.F., principalmente de los comerciantes del Centro Histórico así como de las concentraciones comerciales, los comerciantes ambulantes, y los comerciantes de tianguis y Mercados sobre ruedas.

⁹⁴ Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 12 de Julio de 1993.

⁹⁵ Publicado el 16 de febrero de 1998, por la Gaceta Oficial del Distrito Federal.

En dicho Programa se establece que,

“Los comerciantes en Vía pública, son ciudadanos que merecen la atención de las autoridades y la protección de la ley, no para perpetuar sus condiciones de subempleo o marginación sino para la búsqueda de nuevas oportunidades a través de la capacitación, la organización social para el trabajo, la creación de alternativas laborales mediante el fomento de artes y oficios tradicionales, la formación de microempresas que respondan a las necesidades del mercado...” (PRCVP, 1998: 4)

Así mismo, la pretensión fundamental del Gobierno de la ciudad con dicho Programa era incorporar al conjunto de comerciantes callejeros al sistema de tributación, a cambio de su reconocimiento institucional como trabajadores con derechos:

“El Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública parte de los principios de ejecución eficiente, austera y transparente en el ejercicio del gasto público, y de la convicción de que las políticas sociales de gobierno sólo pueden ser planeadas, ejecutadas, vigiladas y evaluadas con la más amplia participación social.” (Ibíd.)

En el caso de los tianguis, basándose en el PRCVP, se establece un proyecto de normas de operación de Tianguis para el D.F. en el año 2004 en el que se pretendió regular cada uno de los aspectos relacionados con el funcionamiento de este tipo de concentraciones comerciales, es decir, los ámbitos comercial, urbano, sanitario, laboral, gremial, de seguridad pública, etc.

Así, por ejemplo, se regula el modo de operación de los tianguis:

“Los horarios a que se sujetarán los tianguis serán de las 07:00 a las 17:00 horas, incluido las labores de instalación y retiro de los puestos.”

“La Delegación al permisionar la instalación del tianguis asignará los espacios para la ubicación de los puestos a los oferentes y los distribuirá por zonas de acuerdo al giro que trabajen, integrando para ello los puestos en los siguientes grupos comerciales:

- A) Productos Básicos;
- B) Alimentos preparados;
- C) Productos Complementarios.” (Capítulo 1, disposiciones cuarta y quinta).

Y también,

“La Delegación establecerá en el permiso para la instalación del tianguis de que se trate, la distribución y asignación de espacios de cada puesto, en los que se realizará la comercialización de bienes, productos y servicios en los tianguis de su demarcación; atendiendo a la solicitud presentada por la Organización de comerciantes y a lo establecido en las normas Quinta, Sexta y Séptima de las presentes normas.”

“La Delegación designará los espacios para el desarrollo de las actividades comerciales del tianguis, considerando preferentemente a los oferentes con mayor antigüedad en la venta de productos o servicios en el tianguis de que se trate.” (Capítulo V: De la asignación de los espacios, disposiciones 41 y 42).

Dichas normas especifican claramente, entonces, tanto los horarios como la forma de utilizar y distribuir los lugares de venta en el espacio ocupado por el tianguis, en la cual, sigue ocupando un lugar importante la organización gremial para definir la distribución de los espacios.

Así mismo, en este mismo conjunto de normas, se establecen como obligaciones de los tianguistas:

“Son obligaciones de los oferentes:

- Obtener la autorización correspondiente;
- Ejercer el comercio personalmente;
- Vender en los horarios autorizados en estas normas y/o por la Delegación;
- Destinar los lugares y puestos exclusivamente al uso concedido, responsabilizándose del mantenimiento y buen funcionamiento del mismo;
- Tener los puestos con la forma, color y dimensiones autorizadas por estas normas;
- Colocar los puestos cuidando dejar pasillos suficientes para permitir el libre tránsito de mercancías y personas;
- Mantener aseado el puesto y el exterior próximo al mismo, así como las áreas de uso común del tianguis;
- Iniciar las ventas una vez instalado el puesto; (Capítulo 6: De los oferentes, Disposición 49, fracciones I, II, III, IV, V,VI,VII y VIII.)

De esta manera, como es evidente, las restricciones sobre el trabajo del comerciante se encuentran ampliamente especificadas de tal forma que no dejan lugar al uso indiscriminado del espacio público ni tampoco a prácticas que impliquen una infracción a la ley y al orden social, empero, el cumplimiento de dicha normatividad suele ser más la excepción que la regla entre todo el conjunto de tianguis que se instalan en el D.F. diariamente.

Por otro lado, la normatividad también especifica la forma en que se tendrían que utilizar los insumos, los medios de trabajo así como el tipo de mercancía que se puede expender:

“Los tianguis deberán de operar con un máximo de 70% de giros básicos y un máximo de 30% de giros complementarios y de comidas preparadas.”

“Los puestos donde se expendan giros de alimentos preparados deberán estar en un perfecto estado de limpieza.” (Capítulo 1, Disposiciones 11 y 12)

“Para la autorización de giros, la Delegación considerará que el número de éstos no genere afectación a los ya autorizados.”

“La Unidad de Protección Civil de la Delegación supervisará periódicamente el uso del servicio eléctrico... así como el uso de cilindros o contenedores de gas con capacidad de hasta 10 kilogramos...”

“A la conclusión de la celebración del tianguis los oferentes están obligados a retirar inmediatamente las estructuras o puestos que hayan utilizado.” (Capítulo V, Disposiciones 46, 47 y 48)

“Son obligaciones de los oferentes:

- Vender o prestar exclusivamente los productos o servicios del giro autorizado;
- En el caso de alimentos preparados que utilicen gas como combustible, deberán ocupar tanques de 10 kg., con reguladores y mangueras de neopreno, así como contar con un extintor en buenas condiciones de uso;
- Los oferentes que vendan productos cárnicos y comida preparada deberán observar limpieza y buena presentación en su persona y puesto, además deberán portar bata, cubre pelo blanco y cubre boca ;
- Acreditar que han asistido a algún curso de manejo e higiene de alimentos, impartido por Autoridad o Institución competente o autorizada, en el caso de venta de alimentos preparados;
- Permitir al público consumidor la selección de los productos que se expendan;
- Exhibir los precios de cada producto y vender cualquier fracción solicitada al consumidor;
- Utilizar invariablemente básculas de reloj previamente verificadas por la Procuraduría Federal del Consumidor. (Capítulo VI, Disposición 49, fracciones IX, X, XI, XII, XIII, XIV, XV)

En el mismo sentido pero con relación a las restricciones dentro del capítulo VII del mismo código de normas de operación de tianguis se considera que,

“Los oferentes que cuenten con autorización para comercializar bienes, productos o servicios y en su caso sus familiares tienen las siguientes prohibiciones: Cambiar de giro comercial; ampliar el giro comercial sin la autorización por escrito de la Delegación; condicionar la venta de productos a la adquisición de otro; ingerir bebidas alcohólicas o encontrarse bajo influencia de cualquier enervante, psicotrópico, intoxicación o droga, durante el horario de operación del tianguis; expender bebidas alcohólicas o cualquier tipo de sustancias enervantes, drogas, corrosivo o contaminante; expender material pornográfico; ...”

De acuerdo con esta norma prácticamente la totalidad de los tianguis, y en particular para el caso de El Salado, se encuentran operando al margen de la reglamentación y en franca oposición a ella, pues lo que aquí se establece como prohibición es justamente lo que en la práctica del tianguista se lleva a cabo de forma cotidiana, sin la intervención de la autoridad y menos aún de la organización gremial para reconvenir a sus afiliados.

En palabras de la propia autoridad:

“La inobservancia de las normas mínimas de operación se ha convertido en una constante, por lo que es frecuente encontrar venta de productos piratas y de dudosa procedencia; insalubre y peligrosa preparación y manejo de alimentos; ocupación indebida de entradas a escuelas, casas habitación y edificios públicos; puestos que rebasan las medidas establecidas de 2.00 por 1.80

mts., venta de bebidas alcohólicas, limpieza ineficiente de las zonas de trabajo, robo de energía eléctrica, amarres de lazos a fachadas de casas y protecciones de escuelas, entre otras.”⁹⁶

Lo anterior porque, en el caso de la autoridad, ha quedado menguada su capacidad para hacer cumplir las normas ante la fortaleza adquirida de las organizaciones de comerciantes quienes en su gran mayoría mantienen una relación corporativa y clientelar con los dos partidos políticos más fuertes en el D.F.: el PRI y el PRD. Esta situación ha sido, de hecho, reconocida por la propia autoridad la cual diagnostica que,

“La falta de regulación por parte de la autoridad ha dado paso a la creación de liderazgos que han aprovechado la necesidad que la gente tiene de contar con una actividad económica que les permita tener recursos para solventar sus necesidades, además de que se han convertido en botines políticos, siendo utilizados por diversos grupos para apoyar candidaturas de diversas filiações partidarias.”⁹⁷

Por su parte, la organización se abstiene de hacer cumplir las reglas porque los líderes saben el malestar que causaría en el conjunto de comerciantes la implementación de esta medida, con una repercusión directa sobre su legitimidad y dominación mantenida férreamente; para dichos organismos es, entonces, más beneficioso *dejar hacer* al comerciante aunque se encuentre al margen de la normatividad vigente y no obstante que es perjudicial para los propios trabajadores al permitir la operación del tianguis sin las medidas necesarias de seguridad e higiene.

Lo anterior, no importando que la misma reglamentación considera toda una serie de sanciones en caso del incumplimiento del comerciante y del tianguis en su conjunto:

“Las infracciones a las presentes normas se sancionarán por conducto de la Delegación, dependiendo de las circunstancias de tiempo, modo y lugar en que se cometa la infracción:

- Amonestación por escrito;
- Multa equivalente al importe de uno a cuarenta días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal;
- Clausura temporal del puesto;
- Clausura parcial del tianguis;
- Retiro o del puesto;
- Reubicación del puesto;
- Revocación de la cédula de empadronamiento;
- Revocación de la autorización a la asociación de oferentes.

“La clausura temporal, parcial o definitiva del puesto o tianguis, la revocación de la cédula de empadronamiento y autorización corresponderá exclusivamente a la Delegación.” (Capítulo XI, De las infracciones, sanciones y recursos, Disposiciones: 59, fracciones I-VIII; y 60).

⁹⁶ Programa de Trabajo 2010 Coordinación de Mercados y Vía Pública de la Delegación Iztapalapa.

⁹⁷ *Ibíd.*

Las normas de operación de tianguis contemplan asimismo, aunque de manera muy mínima, la resolución de controversias entre los comerciantes aunque sin dotar de obligaciones a la autoridad en relación al mejoramiento de sus condiciones de trabajo.

De esta forma se menciona que,

“Las controversias que se susciten entre dos o más personas que se atribuyan derechos sobre un mismo puesto o espacio (cédula de empadronamiento), deberá de hacerse del conocimiento de la Delegación para que sean resueltos por ésta.”

“Una vez que la Delegación tenga conocimiento de una controversia procederá a citar a las partes en conflicto exhortándolas a convenir entre ellas, procurando una solución equitativa y justa.”

Así mismo, la regulación abarca incluso los requerimientos que deben de cumplir los comerciantes para constituir organizaciones gremiales.

“Los comerciantes a que se refieren las presentes normas, deberán organizarse en asociaciones, las cuales serán reconocidas por la Delegación cuando el número de asociados sea de cien como mínimo.”

“Las organizaciones de comerciantes deberán de registrarse ante la Delegación, en donde se llevará un libro especial en el que además del registro se incluya copia certificada del acta constitutiva, de sus estatutos y de las asambleas donde se cambie mesa directiva.”

Ante la gran cantidad de normas que buscan restringir la actividad de quienes realizan su trabajo dentro de los tianguis cabe entonces preguntar ¿Por qué no son acatadas las normas legales por parte de los tianguistas?

Como se muestra, la operación de los tianguis se encuentra ampliamente regulada en diversas codificaciones legales realizadas por las autoridades, a tal grado de que los reglamentos jurídicos que intervienen en ello son de diversa índole, y tal vez sea esta misma dispersión jurídica la que haga posible la inobservancia y la falta de aplicación de la reglamentación impuesta. La débil practicidad de dichas normas ante una situación distinta al momento en que fueron creadas ha dado como resultado que ningún actor involucrado esté interesado en apegarse a ellas, salvo en instantes puntuales, con objetivos muy particulares, en los que más bien se simula que si se aplicará la ley.

Adicionalmente, otro factor por el que las reglas legales no son acatadas es debido al desconocimiento que hay de su existencia por parte, sobre todo, de los protagonistas principales: los propios comerciantes. Ni la autoridad ni mucho menos la Organización gremial se han preocupado por informar a los comerciantes sobre el conjunto de normas de operación que existen y que se relacionan de manera directa e indirecta con la

realización de su trabajo. Además de ello, la misma autoridad ha prescindido de su papel soslayando la vigilancia y supervisión a los tianguis y optado por la reiteración de prácticas de connivencia con las organizaciones gremiales ya ejercidas como costumbre durante décadas, mediante las cuales se ha permitido que sean tanto las organizaciones de comerciantes como los propios vendedores quienes asuman el control e impongan un orden dentro de sus espacios de comercialización pero sin rendir cuentas ante las instancias legales ni tampoco enmarcando a su actividad dentro de la estructura normativa vigente.

Lo anterior, empero, no es sinónimo de que la dinámica laboral de los comerciantes y la operación de los tianguis se ejerzan dentro de un proceso sin ningún tipo de reglas, pues aún cuando la regulación institucional, como se muestra anteriormente, sea poco precisa y las normas oficiales en la práctica concreta difícilmente se cumplan por parte de las autoridades, las organizaciones de comerciantes se han encargado de regular de una manera efectiva ámbitos estratégicos en el ejercicio de los tianguis, sobre todo, el uso sobre el espacio y el ingreso, permanencia y salida de los comerciantes a él.

Lo anterior, porque la carencia de control y ordenamiento por parte de la autoridad no implica una situación de anarquía y caos en la operación del tianguis el Salado, pues de lo contrario dicho espacio de comercialización no sería atractivo ni para los trabajadores, y menos aún, para la población consumidora. Entonces, la existencia de un orden interno va relacionada con el hecho de que hay quien lo produce y quien mantiene el control y un conjunto mínimo de reglas, llenando así el vacío que la autoridad ha dejado hasta ahora. Por un lado, el orden prevaleciente en el tianguis es construido en la cotidianeidad tanto por la Organización de tianguistas como por los propios comerciantes con el objetivo de garantizar el ejercicio pleno de su actividad; por otro, quien realmente ejerce y mantiene el monopolio del control y la regulación sobre el tianguis, incluyendo en parte sobre el trabajo de los tianguistas, es la Organización gremial.

2.3 Poder y Dominación en la Organización gremial de tianguistas de *El Salado*. La FNCIPRM: *Corporativismo flexible y Caciquismo laboral urbano*.

La Organización de tianguistas del Tianguis El Salado, que opera desde hace más de 35 años, la Federación Nacional de Comerciantes e Industriales en Pequeño de la República Mexicana, A.C., (FNCIPRM), se caracteriza por mantener una relación

corporativa con la autoridad y concretar prácticas de tipo clientelar y patrimonialista hacia sus integrantes, lo que ha hecho posible que conserve el control tanto sobre el espacio público utilizado como una dominación político gremial hacia los propios vendedores habiendo concretado cierta forma de legitimidad en su dirección. De hecho, se coloca como la máxima asociación predominante de tianguistas de Iztapalapa, pues controla a cerca de 18 mil comerciantes en 30 diferentes tianguis a lo largo de la Delegación durante toda la semana y su principal dirigente posee autoridad, admiración y el recelo del resto de los contingentes de comerciantes.

Como se ha señalado anteriormente, el agotamiento del sistema de dominación anterior caracterizado por la existencia de un Estado social autoritario y la creación de una estructura corporativa para el mantenimiento del orden social a través del Partido en el poder quien fungía como articulador entre la sociedad civil con la sociedad política, no supuso la culminación del corporativismo sino, como ya se ha dado cuenta por diferentes autores (De la Garza, 1994, 1995; Leyva, 2007), se ha transformado pero manteniendo sus rasgos esenciales: el monopolio de la representación, la afiliación obligatoria de los miembros a las Organizaciones, la intermediación de intereses y, de manera estratégica, como mecanismo de dominación política (De la Garza, 1995).

No obstante, el corporativismo existente en las Organizaciones del comercio en Vía Pública aunque son persistentes los rasgos arriba señalados, difieren parcialmente en la manera en que se concretan debido a la permanencia de liderazgos autoritarios de tipo tradicional los cuales han sido capaces de establecer una relación corporativa con al aparato burocrático gubernamental –que en esta lógica representaría lo moderno-, asumiendo con ello configuraciones de dominación específicas hacia sus subalternos. En las Organizaciones de tianguistas en particular encontramos entonces diversos tipos de liderazgo y formas de dominación que, no obstante, coinciden en su mayoría en ejercer una dirección personalizada y poco o nada democrática.

Algunos rasgos que se mantienen del corporativismo tradicional y otros que se han modificado para el caso concreto de las Organizaciones gremiales de comerciantes en la Vía Pública, serían los siguientes:

1. En cuanto al monopolio de representación, éste se ha modificado pues de hecho, no existe una representación de tianguistas centrada en una sola organización aglutinante –como si sucedió, por ejemplo, con los sindicatos en México durante la etapa anterior- sino que hay una pluralidad de organizaciones, algunas ligadas a la CNOP, otras vinculadas con Partidos de izquierda, o de corte independiente.

Con lo cual se establece una relación con el gobierno de forma directa, en donde si bien dicha relación está condicionada por la fuerza político gremial de cada asociación –medida por la magnitud de integrantes y los espacios que controla– no hay una representación única de todo el gremio, por lo que cada organismo negocia o gestiona con la autoridad de forma particular, lo que no impide que pueda haber una coordinación entre ellas o establecerse acuerdos de forma colectiva de la autoridad con todas o la mayoría de las organizaciones gremiales existentes. Entonces más que monopolio de representación, en el caso de los tianguistas, existe una pluralidad de representación.

2. Con relación a la afiliación obligatoria de los miembros, sigue siendo una constante en la mayor parte de las asociaciones de tianguistas. Prácticamente todos los comerciantes que deciden y pueden integrarse a algún tianguis para vender, tienen que afiliarse a la organización que lo controla. Y esto es en general algo que prevalece invariablemente en cada una de las organizaciones, ya que es un mecanismo de control que les otorga poder sobre el territorio que ocupan. A mayor cantidad de afiliados, mayor será la capacidad de apropiación, negociación y defensa de los espacios.
3. El papel de mecanismo de dominación estatal sobre los sectores sociales subalternos a través de las corporaciones sigue estando vigente. Las Organizaciones de tianguistas al establecer la relación corporativa con el Estado, representado localmente por los gobiernos de la Capital y de cada delegación, han cumplido su tarea de mantener el orden social controlando a través de las Organizaciones a un contingente social que es potencialmente explosivo considerando su condición social caracterizada por un nivel importante de precariedad que no se limita al ámbito de su sobrevivencia cotidiana, sino también al aspecto de la actividad laboral, cuyas condiciones, son ampliamente desfavorables. Esto queda comprobado con el grado de movilización sostenido por el gremio de tianguistas en la capital, el cual es mínimo. Aún en las escasas acciones colectivas llevadas a cabo por alguna parte de estos trabajadores sus demandas se limitan a cuestiones muy particulares que se concretan en la petición de seguir manteniendo sus espacios de trabajo sin la intervención de la autoridad.
4. Con relación a la intermediación de intereses. Esto también es una constante que se sigue concretando de manera hasta cierto punto efectiva, siendo esta función

de intermediación lo que de hecho ha dado origen y legitimidad a los liderazgos impulsados y a sus organizaciones.

Con relación a este último punto, la función de intermediación se ha concretado históricamente de acuerdo a las particularidades tanto de las condiciones sociales imperantes como de la persistencia de una cultura de subordinación en los sectores sociales populares que, en diferentes momentos, se han organizado y movilizado no de forma autónoma sino siguiendo la figura de diversos tipos de liderazgos. Así, la intermediación concreta en el sector de tianguistas, como es el caso también de los diversos actores sociales no insertos dentro del mercado de trabajo de tipo capitalista o excluidos del territorio central moderno con amplias necesidades de servicios públicos, pero con una escasez de recursos económicos y educativos para satisfacerlos, emerge dentro de un contexto de recién inserción al entorno urbano y de desorganización comunitaria por parte de los pobladores de diversas zonas de la periferia de la ciudad en donde se originan los primeros tianguis contemporáneos. Por tanto, la intermediación no se ejerce, en primera instancia, a través de Organizaciones o asociaciones sociales ya constituidas, sino de personajes surgidos de la misma comunidad que van adquiriendo liderazgo a partir de su papel de mediadores y gestores de las demandas populares ante la autoridad local, lo que era posible debido al distanciamiento no sólo territorial sino económico, social y político de las zonas habitadas por esos sectores con respecto a la capital, que impedía que de forma inmediata los representantes del Partido oficial monopolizaran la representación sino que era hasta un momento posterior cuando cooptaban a los líderes comunitarios o gremiales para integrarlos, junto con su contingente social representado, al aparato partidista de manera corporativa⁹⁸. Un proceso que es bastante diferente en relación a lo que ocurrió con los sindicatos.

El papel de intermediario de los liderazgos emergentes en diferentes tipos de comunidades es lo que le da soporte a su representación. En el caso de los tianguis, al conformarse con comerciantes provenientes de la misma comunidad en donde se instalaban y al formar parte de los servicios necesitados por ésta, los líderes naturales de los propios tianguistas no eran otros que aquellos que ya fungían como representantes de las colonias, pues de hecho, eran ellos quienes impulsaban el surgimiento de este tipo

⁹⁸ Como lo expone el trabajo de Waterbury (1970) sobre Mercados Públicos en Oaxaca: "...teniendo en cuenta la tradicional práctica del PRI de incorporar a todas las organizaciones poderosas, no es sorprendente el hecho de que el gobierno federal decretara que los sindicatos de los mercados públicos de la república tenían que afiliarse a la CNOP..." (Waterbury, 1970: 47)

de establecimientos comerciales, al mismo tiempo, que de opciones de trabajo. El líder era un intermediario porque representaba, entonces, un personaje que estaba al frente y permanecía como parte fundamental en “las sinapsis cruciales de las relaciones que conectan el sistema local con la totalidad” (Wolf, 1965). Y lograba adquirir esta capacidad debido a que poseía el conocimiento del entorno del que formaba parte así como de los procedimientos para gestionar las demandas de la comunidad, debido en parte también a que contaba con algún tipo de relación política que amparaba su acción como líder.

Pero, en este periodo histórico de surgimiento de asentamientos populares producto de la migración interna rural urbana y de la emergencia de los tianguis contemporáneos, ante la necesidad creciente de servicios de consumo popular así como de opciones de trabajo ante la exclusión del mercado de trabajo industrial (décadas de los 60-70) en la Cd. de México, los actores que poseían los recursos y habilidades arriba mencionadas que los colocaba como los únicos capaces de fungir como intermediarios de esos sectores ante la autoridad gubernamental eran en su mayoría individuos originarios de los territorios que llegaron a ocupar amplios grupos de migrantes sin vivienda que fungían en primera instancia como fraccionadores de los antiguos ejidos y que anteriormente ocupaban los cargos de comisarios ejidales de la comunidad campesina convertida con el paso del tiempo en colonia urbana popular (Lomnitz, 1994). O bien, individuos que se encontraban vinculados con esos personajes y que, bajo su asesoría, lograban reproducir ese tipo de liderazgo aún fuera de la zona original que controlaban. Este tipo de líderes intermediarios de comunidades urbanas marginadas fueron denominados por Cornelius (1975) como *caciques urbanos*.

De acuerdo con este autor:

“un cacique obtiene su poder mediante la autoimposición, con aceptación de la mayoría de los residentes de la comunidad. Puesto que no tiene cargos electivos y no depende de los funcionarios supralocales para su designación, puede permanecer en el poder hasta que renuncia voluntariamente a su jefatura o es sacado por la fuerza.” (Cornelius, 1975)

En este sentido,

“los caciques locales son virtualmente los únicos líderes políticos reconocidos oficialmente cuya duración en el cargo no es afectada forzosamente por los cambios sexenales, o los trienales en los gobiernos municipales, que ordena la Constitución.” (Ibíd.)

Otra definición de cacique, que es recurrentemente utilizada en los estudios sobre este fenómeno es aquella que lo refiere como:

“un líder autocrático en la política local y/o regional, cuyo mando característicamente informal, personal y con frecuencia arbitrario es reforzado por un núcleo de familiares, ‘pistoleros’, y dependientes, y está marcado por el rasgo diagnóstico de la amenaza y la práctica de la violencia.” (Friederich, 1968)

No obstante, una conceptualización más actual hace énfasis en el carácter contradictorio del caciquismo como forma de dominación considerando la propuesta en este sentido de Weber –tradicional, carismática, racional-legal-. En primer lugar no existen caciques carismáticos, su poder no radica tanto en su carisma como en personalidad autoritaria y su capacidad de intermediación; en segundo término, un cacique racional legal es más bien una contradicción, no obstante, las relaciones de intercambio concretadas con el aparato de gobierno asumen un carácter justamente racional en el sentido de la existencia de un cálculo de costo beneficio en la definición de metas así como de expresarse a través de prácticas instrumentalistas. Por último, aunque el caciquismo se acerca a los regímenes patrimonialistas tampoco podría definirse como una dominación tradicional completamente en la medida en que este tipo de liderazgos no son resultado de una herencia familiar ni de un origen sagrado (Knight, 2000).

Lo que si caracteriza al caciquismo, es justamente su capacidad de cambio y adaptación a la situación política concreta, lo que es evidente con la sobrevivencia de este tipo de liderazgos –que provienen del antiguo régimen, es decir de un contexto tradicional- en la modernidad capitalista de la actualidad. Un rasgo distintivo del caciquismo es su arbitrariedad y personalismo, sintetizado en la frase “aquí no hay más poder que yo”. Lo cual le permite, simultáneamente, asumir una posición de generosidad y gratitud hacia sus allegados con el otorgamiento de beneficios selectivos, y ejercer el poder de forma violenta hacia sus opositores aunque de forma velada: una represión de baja intensidad.

Estudios recientes sobre caciquismo han intentado renovar este concepto superando la dualidad tradicional/moderno y al enfatizar las formas complejas, contingentes e híbridas que asume este fenómeno (Pansters, 2008). En este sentido, se ha tratado de configurar las formas que asume este tipo de liderazgo y dominación a partir del modo que tiene de conducirse tanto en su relación con la estructura gubernamental como con sus subordinados, esto es, como un *realpolitiker*, que no se encuentra limitado por ningún compromiso ideológico (Ibíd.). Asimismo una de las características definitorias del caciquismo tradicional –rural- era el territorio, pues de hecho el cacique era aquél que tenía el “control político, económico y social absoluto o casi absoluto de un área

geográfica” (Ugalde, 1973). No obstante, el caciquismo actual, sobre todo el de tipo popular urbano, aún cuando si llega a controlar espacios territoriales junto con ellos ejerce su dominio sobre sectores sociales laborales, como es el caso de los tianguistas, lo que, reiterando, le dota de la capacidad de intermediación e intercambio con la autoridad.

El líder intermediario ejerce, entonces, un liderazgo de caciquismo urbano con una dominación tradicional hacia sus representados de tipo autoritario. No obstante, el cacique urbano al ser el intermediador y articulador de las demandas de la comunidad con la autoridad está conectado y relacionado también con una estructura burocrática más amplia, su poder entonces no sólo se genera en la comunidad local que representa y controla sino también al formar parte funcional, formal o informalmente, al aparato gubernamental moderno para concretar objetivos de dominación y de orden social. Luego entonces, su liderazgo se funda entre dos lógicas de dominación: una de índole tradicional y otra de tipo moderno o racional-legal. La primera se ejerce sobre todo hacia el interior de la comunidad representada y se caracteriza por el grado de informalidad en los mecanismos de representación y control, basados sobre todo en la costumbre y la tradición de mando; la segunda, se da más hacia el exterior y, dado que se encuentra en un contexto burocrático moderno, asume características propias de dicha modernidad, como representación racional y genuina, presentándose como el interlocutor legítima y legalmente constituido por una comunidad con una supuesta capacidad de voz y voto. En síntesis, el líder de estos sectores sociales representa la articulación de lo tradicional con lo moderno, teniendo más peso uno o lo otro dependiendo de las condiciones concretas y del actor con el que se relacione. Es decir, puede concebirse este fenómeno como una *Configuración de tipos de dominación* diferentes, y hasta cierto punto contradictorios, pero que son pertinentes de acuerdo a la situación concreta en la que operan.

En el caso de los tianguistas, este tipo de liderazgos, como parte del requisito para ser reconocidos sus espacios de trabajo legalmente por la autoridad se vieron obligados a constituir organizaciones gremiales con el carácter de asociaciones civiles, pues esta es la única figura organizativa que se reconoce en la regulación para que el tianguis adquiera su estatus legal. Así, más que organizaciones genuinas y surgidas por la voluntad libre de los trabajadores fueron instancias existentes nominalmente que sin embargo han servido para amparar a los líderes ante el aparato gubernamental. De ahí que difícilmente el tianguista genere algún sentido de apego o, incluso, alguna intención

de participación hacia la organización, pues ésta de facto no existe como tal, sino como una estructura corporativa de control y dominación del amplio contingente de tianguistas.

El corporativismo en los espacios no propios de la modernidad capitalista, aunque en parte existentes como consecuencia de ella, se nutrió de este tipo de liderazgos y organizaciones que ejercen una fuerte centralización en la toma de decisiones y que son capaces, por ende, de controlar a sus afiliados así como a las bases potenciales. Las relaciones que se dan, entonces, entre estos organismos con el Estado se caracterizan por el intercambio. Los líderes de estas organizaciones consiguen el reconocimiento legal por parte del Estado, así como un reconocimiento implícito de su poder en el territorio que controlan y en el que no intervienen de manera directa las instancias gubernamentales, así como cierto margen de influencia en la elaboración, toma de decisiones y ejecución de algunas políticas públicas que involucran la operación de los tianguis y los demás ámbitos de competencia de las organizaciones, a cambio del acatamiento por parte de los afiliados a las medidas así formuladas pero también del mantenimiento del orden social.

La Organización de tianguistas que controla el tianguis de El Salado es justamente una expresión de este tipo de liderazgos, de caciquismo urbano, así como del tipo de corporativismo existente en este tipo de contingentes sociales subsumidos en un ambiente social y laboral precario. Se constituye como una Organización gremial cuya función expuesta ante los agremiados es la intermediación de intereses, y ante la autoridad como representación de estos, pero esencialmente es una instancia que articula lo tradicional con lo moderno; la dominación autoritaria de corte caciquista con un tipo de dominación más apegada a lo racional burocrático, esto último desde el momento en que el origen y la existencia de la organización es reconocida legalmente por el aparato gubernamental estableciendo *de iure* una estructura democrática con estatutos, registro de afiliados, organigrama horizontal que dota de soberanía a la asamblea general⁹⁹. Aunque *de facto* prevalezca la dirección personalizada, parcialmente autoritaria, y una cultura patrimonialista de delegación. Un tipo de dominación, sintetizando, de carácter ***burocrático autoritaria***.

La Organización de tianguistas del Salado, la FNCIPRM, se crea en los años setenta aglutinando a comerciantes de unos cuantos tianguis en la Delegación Iztapalapa

⁹⁹ Según los puntos principales contenidos en los estatutos de la FNCIPRM.

impulsada por Felipe Serralde Xolalpa, quien hasta la fecha ha sido y es el único dirigente. Éste comenzó su labor de liderazgo y organización gremial de comerciantes cuando aún él mismo era tianguista proveniente de la zona de Xochimilco, su lugar de origen. A partir de su relación con otros dirigentes de comerciantes y colonos de pertenencia priista decide conformar la organización, integrada originalmente a la CNOP.

“...Felipe era un comerciante igual que todos...y se hizo dedo chiquito de Raymundo Gutiérrez es uno de los que fundó varias organizaciones de tianguistas...antes eran menos las contribuciones en el tianguis...y empezaron con que vas a pagar plaza, vas a pagar credencial, vas a pagar otras cosas, y empezaron a ver al comerciante como caja chica...” (Guadalupe, ex tianguista de El Salado)

Así la Organización, para ser reconocida por la Delegación como representante legal de los tianguistas, tuvo que conformarse legalmente como Asociación Civil y con este carácter se encuentra en el Registro Único de la Propiedad y Comercialización, teniendo así un logotipo oficial, lema, estatutos, así como el registro de cada uno de sus afiliados y de los tianguis en donde opera. Esta Información también es otorgada a la Coordinación de Mercados y Vía pública de la Delegación como requisito indispensable para que fuera aprobada la solicitud de registro de los tianguis que la Organización controla, principalmente el Tianguis de El Salado, el cual fue validado por la autoridad como espacio de comercialización popular en 1988.

Actualmente el organismo está a cargo de alrededor de 70 tianguis distribuidos a lo largo de 25 colonias de la Delegación Iztapalapa y tiene presencia además en las Delegaciones Venustiano Carranza, Iztacalco y Azcapotzalco. El número de afiliados en Iztapalapa llega a 18000 comerciantes oficialmente registrados.¹⁰⁰ La estructura de dirección es, formalmente, la de una Asociación Civil, es decir, conformada por un Presidente, Secretario, Tesorero y dos vocales. Los cargos de representación deben ser electos por votación universal de los afiliados y el máximo órgano en la toma de decisiones debe ser la Asamblea general. Se establece la realización periódica de asambleas ordinarias y extraordinarias así como de elecciones cada año con posibilidad de reelección en los cargos de dirección.¹⁰¹

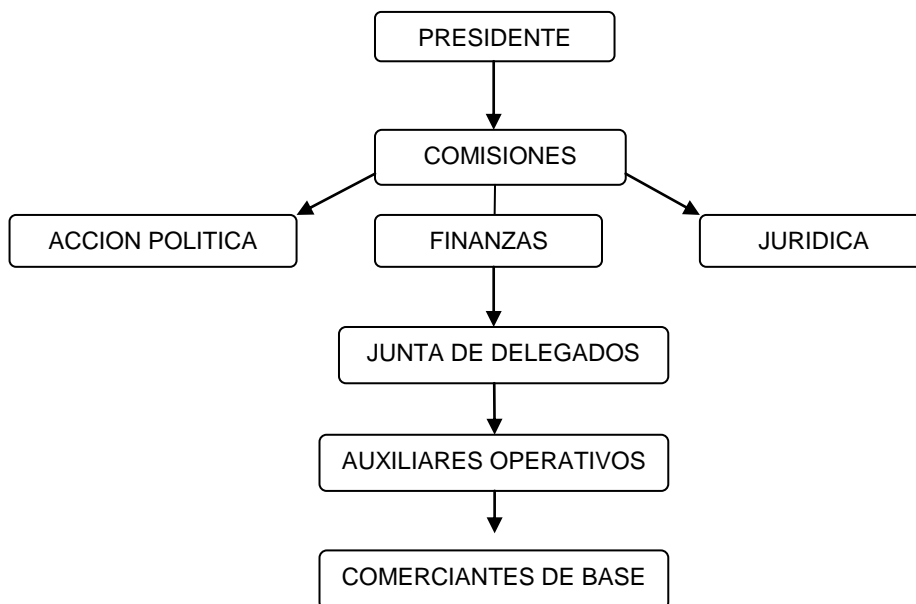
No obstante, el dirigente y fundador Felipe Serralde así como su equipo de dirección, han estructurado un organigrama distinto al que como Asociación Civil deberían de tener, y han concretado prácticas de control hacia el gremio al margen de lo que se

¹⁰⁰ Datos proporcionados por la SEDECO y por la Coordinación de Mercados y Vía pública de Iztapalapa.

¹⁰¹ Estatutos de la FNCIPRM.

encuentra estipulado en los estatutos, los cuales son desconocidos por las bases. De esta forma, la organización se constituye en realidad como un organismo político gremial cuyas características de funcionamiento se asemejan en mayor medida a organizaciones sociales populares de carácter corporativo que a organizaciones sindicales o gremiales genuinas.

ORGANIGRAMA DE LA FNCIPRM¹⁰²



La más alta posición jerárquica es ejercida por el Presidente de la Federación quien se caracteriza por mantener un perfil público bajo, por lo que difícilmente asiste a las reuniones periódicas con la autoridad, o a reuniones con dirigentes de otras organizaciones, ello también debido a ser una persona con más de 60 años de edad.

La estructura intermedia de la organización es comandada por el conjunto de Delegados que se distribuyen en los tianguis que se instalan en la Delegación Iztapalapa en donde la Federación tiene presencia. Dentro de ellos existe también una jerarquización implícita de índole familiar, pues los encargados directos de los principales tianguis son varios de los hijos del dirigente Felipe Serralde, a quienes los Delegados secundarios denominan como “*los jefes*”. En el caso de El Salado los encargados principales son justamente dos hijos del líder: Armando y Gilberto Serralde, quienes tienen a su mando un contingente de auxiliares quienes son los responsables de cobrar ‘la plaza’ a los comerciantes. Dentro del grupo de Delegados secundarios y de los auxiliares que son, en general, comerciantes del tianguis que lograron ganarse la confianza de los

¹⁰² Elaborado de acuerdo a información proporcionada por auxiliares de los principales delegados de la Organización.

Delegados principales así como familiares de éstos. Así, la estructura de dirección y operación de la organización de tianguistas está conformada por una red familiar y de personal de confianza que conduce a la Organización como un negocio de familia con poder político, más que como una asociación de representación real de los intereses de sus agremiados.

Con la llegada del PRD al gobierno de la capital, y con los gobiernos delegacionales de Iztapalapa también de origen perredista, la Organización de tianguistas dejó de tener una relación corporativa manifiesta con la CNOP y ha participado en diferentes Mesas de negociación con la autoridad con quien ha entablado una relación flexible orientada a buscar acuerdos, en un contexto de intercambio de favores, que le ha permitido hasta la fecha conservar el poder sobre los tianguis y los miles de comerciantes que se encuentran afiliados a la Federación, colocándose en una posición predominante con respecto al conjunto de organizaciones de tianguistas de la Delegación, que le ha permitido influir en la definición del Programa de Ordenamiento de tianguis en la demarcación con la anuencia de la autoridad.

2.3.1 Tipo de Dominación.

La dominación que ejerce el líder de la Organización, que cumple con las características mencionadas arriba en su papel como intermediario, sobre los tianguistas es de tipo *burocrática autoritaria*. Para la mayoría de los tianguistas el hecho de que cuando ingresaron al tianguis el actual líder ya se encontrara en la dirección de la organización les ha llevado a aceptar su representación por ser ya una costumbre que no ha sido cuestionada públicamente. Más propiamente, el líder asume una forma de dominación burocrática autoritaria de tipo patriarcal, pues alrededor de él se ha creado un mito de que ha protegido y ayudado a la gente necesitada que se ha acercado a solicitarle un lugar en el tianguis para vender. Representación mítica que se alimenta gracias a la serie de rumores vertidos por los delegados del tianguis en las pláticas cotidianas con los comerciantes lo que ha motivado que una cantidad importante de tianguistas conciban al líder como generoso.

“...según nos dicen los que lo conocen que Don Felipe siempre ha ayudado a la gente para conseguir un lugar, que siempre ha sido muy amable con todos...es un señor ya grande por eso ya casi no viene...pero muchos de los compañeros que ya tienen tiempo aquí sí lo conocen...”
(Jorge, vendedor de ropa)

El carácter personalizado y arbitrario del liderazgo ejercido en esta organización, la situación precedente de que quien ahora dirige surgió de la misma comunidad de comerciantes en años atrás, así como el control político gremial que mantiene sobre un vasto territorio local que le otorga la capacidad de influir políticamente en el diseño y ejecución de medidas de regulación sobre los tianguis son factores, entonces, que expresan un tipo de liderazgo *caciquista*.

En nuestro caso concreto el liderazgo caciquista del dirigente de la FNCIPRM asume diversas de las características arriba mencionadas. Por un lado, como heredero que es Felipe Serralde de prácticas de liderazgo de tipo caciquil en su contacto con diversos dirigentes de comerciantes y de colonos adheridos a la CNOP en los años setenta y, de manera particular, por haber mantenido una relación política y personal con Raymundo Gutiérrez conocido como el “rey de la basura” quien fungía como el dirigente único del vasto agrupamiento de pepenadores de la Capital, lo que ha hecho es reproducir justamente este método de conducción política sobre sus agremiados, hecho que no es privativo de esta organización sino que, en general, en diversas organizaciones de comerciantes de tianguis sigue prevaleciendo ante el carácter extralegal de la actividad laboral de la que forman parte y de la falta de un control real por parte de la autoridad. Por otro, el dirigente de los tianguistas se ha adaptado a la pérdida de hegemonía del PRI por lo cual ha tenido la capacidad para negociar con el gobierno en turno de la Delegación proveniente de un Partido diferente, se ha conducido pues de un modo pragmático, donde lo que prevalece no es una ideología específica sino el saber alcanzar beneficios, en particular, el mantenimiento del control que ejerce sobre el contingente de tianguistas afiliados a su organización y del territorio utilizado como espacio de comercialización y trabajo. Un rasgo insoslayable es la centralización del poder de la Organización en su persona. La dominación que se concreta hacia los tianguistas se basa en la generación de consenso lograda a partir de dos hechos: la intermediación efectiva llevada a cabo por el organismo a su cargo con la autoridad a tal grado de que, pese a la cantidad de denuncias por parte de algunos vecinos de la zona donde opera el tianguis por la multiplicidad de irregularidades e ilegalidades que ahí se cometen, éste sigue operando normalmente sin la intervención de ningún tipo por parte de funcionarios gubernamentales. Por otro lado, y relacionado con lo anterior, la organización no interviene en los aspectos más particulares del trabajo de los comerciantes, ante lo cual ellos lo conciben como un respeto de su forma de trabajar y de la libertad supuesta que tienen para realizarlo. Por ello, la dirección personificada en el líder, de quien dependen

todas las decisiones tomadas con relación al tianguis, no es cuestionada aún cuando esta situación les signifique a los vendedores una débil representación real de sus intereses y, sobre todo, un costo económico perpetuo para poder realizar su trabajo en el tianguis.

De acuerdo con Cornelius, el cacique por el hecho de que regularmente genera un odio o coraje en sus afiliados por la sospecha de malos manejos de las cuotas que se les cobra debe de buscar permanentemente su legitimación, aunque en efecto su principal objetivo sea en todo momento aumentar su riqueza personal y poder familiar.

“...lo que no me agrada de este trabajo es que le tengamos que pagar al Delegado una cuota que no sabemos ni para que es y que él con las manos en la cintura nos cobra así na’ más... como si el lugar fuera de él...” (Margarita, vendedora de ropa interior).

Luego entonces, el tipo de cacicazgo concretado por Felipe Serralde, líder de la Organización de tianguistas, es de tipo pragmático y cumple la función de articular corporativamente la estructura de gobierno con los tianguistas a su cargo con fines de dominación y orden social, lo cual representa el carácter burocrático de esta forma de dominación. Aunque aquí se trata de un tipo de caciquismo diferente al conceptualizado en las comunidades rurales, un *caciquismo urbano laboral precario*, que precisamente por el carácter de esta actividad de comercialización en tianguis que implica una articulación funcional con las estructuras económicas y políticas formalizadas, prevalecen las condiciones para su reproducción en el contexto moderno.

2.3.2 Las fuentes de legitimidad del liderazgo gremial.

Sin embargo, estos tipos de dominación y liderazgo existentes en la Organización de tianguistas de El Salado difícilmente subsistirían si no existiera una fuente de generación de consenso que motivara la reproducción de un respaldo político implícito hacia el dirigente, aún cuando su presencia, contradictoriamente, produzca también molestia entre el grueso de comerciantes cautivos. Los nulos mecanismos de participación de las bases, la inexistencia de asambleas y de procesos de elección de los cargos, promueven que los trabajadores asuman una actitud de nula participación con relación a la dinámica interna de la organización. Así, el tipo de consenso generado se basa, por un lado, en la existencia de una cultura patrimonialista sobre todo en aquellos comerciantes más antiguos con quienes el dirigente pudo entablar una relación más directa que dio lugar a que pudiera generarse incluso un compromiso de tipo moral entre ambos siendo esto la fuente del intercambio mutuo: a cambio del apoyo irrestricto al líder, con quien mantenían un trato personal amistoso, éste les respondía con diversos

favores, entre ellos los de poder contar con mayores lugares de venta o no estar obligados a dar la cuota semanal; por otro lado, el grueso de los comerciantes que ingresaron al tianguis paulatinamente, aunque en cantidades amplias, a partir de los años noventa y que de forma esporádica han tenido contacto con el líder o, prácticamente no lo conocen física ni nominalmente por el hecho de que su presencia en él es nula actualmente al traspasar el mandato directo en sus hijos quienes fungen como delegados directos en cada tianguis bajo su dominio, asumen un comportamiento pragmático y delegatorio con respecto al dirigente y a la Organización lo cual ha generado un consenso hacia éstos basado en un tipo de intercambio clientelar: en la medida en que la Organización y su líder les permitan trabajar a los tianguistas en el espacio que ellos controlan, éstos últimos aceptan su liderazgo sin establecer demandas de ningún tipo; así a cambio de este respaldo implícito, que implica de ante mano el pago de la “plaza”, la Organización les permite que laboren en el tianguis y que, además, logren tener cierta autonomía en su proceso de trabajo.

Esto lo expresa claramente un comerciante:

“...mientras no se metan con mi puesto y con mi trabajo, lo demás me vale madres, si con lo que nos cobran se hacen ricos pues ni modo, es el precio que tenemos que pagar por tener quien nos represente...porque la neta, a mi me daría *gûeva* hacerlo ¿no?...” (Diego Galvan, vendedor de pantalones)

Así, la mayoría de los comerciantes, por un lado, pueden trabajar ‘libremente’ sin que nadie les sancione: infringen las normas de tránsito, de salud, de comercialización, etc. Por otro lado, la organización recauda cada semana cientos de miles de pesos producto de las cuotas de los comerciantes, sus afiliados representan una fuente de capital político, la estructura de dirección no permite la participación de los afiliados, no existen mecanismos para informar a los comerciantes sobre los acuerdos con la autoridad, puede sancionar a los comerciantes arbitrariamente, controla el espacio público con el apoyo tácito tanto de los comerciantes como de la autoridad.

La relación entre dirigentes y subordinados se caracteriza, entonces, porque aparentemente existe un beneficio compartido. Esto motiva una complicidad implícita entre ambos en la que se mantiene el estado de cosas al respaldarse mutuamente estando conscientes ambos actores de que cada uno se conduce de forma arbitraria. Con ello, se inhibe por parte de los comerciantes cualquier tipo de demanda hacia la organización para su democratización o para la rendición clara de cuentas, pues de hecho no se le considera como algo necesario en tanto se preserve el estatus quo; la organización por

su cuenta, con el fin de reproducir el consenso de su dirección permite que los comerciantes ejerzan libremente su trabajo, mientras igualmente no existan muestras de oposición. Se trata, en síntesis, de un tipo de *consenso cómplice* (Leyva, 1995) en el que los propios comerciantes son copartícipes del proceso de dominación política gremial del dirigente y su Organización.

De esta forma, lo que prevalece entonces en los tianguistas del Salado con respecto a las fuentes que generan el consenso hacia el dirigente es la mezcla de una cultura patrimonialista y de otra pragmática clientelar de acuerdo al tipo de contingente de comerciantes del que se trate. Con ello, aunque si bien podríamos caracterizar el consenso existente en el grueso de los comerciantes como un consenso cómplice (Leyva, 1995), es decir, un consenso “que no se basa en la apatía y pasividad de los sujetos ni en la manipulación y coerción absoluta de los dirigentes, sino en la participación cotidiana de aquellos, a través de diferentes incentivos, en la reproducción de las condiciones que propician la forma de dominación prevaleciente”, en una parte de los tianguistas, aunque menor en comparación al resto, lo que predomina es un consenso de carácter *moral* que se fundamenta en motivaciones de lealtad y agradecimiento hacia el dirigente.

Lo anterior no implica necesariamente que la organización carezca de la capacidad potencial de movilización de un amplio número de comerciantes, pese a la poca participación efectiva de éstos en la dinámica política gremial de aquella. Al representar para quienes la dirigen un amplio contingente social, constituida potencialmente como una fuerza política ante la autoridad, el líder posee la capacidad para ejercer prácticas francamente autoritarias, similares a las que se llevan a cabo de forma más sistemática en otros grupos de comerciantes callejeros, con el objetivo de presionar la participación en posibles movilizaciones colectivas, siendo en este caso el punto estratégico para influir en ello la amenaza, directa o velada, de la pérdida de su espacio de trabajo.

2.4 Control corporativo y mecanismos de regulación de la Organización de Tianguistas. El control de la FNCIPRM en el trabajo de los tianguistas del Salado.

La autoridad delegacional, en los años que lleva de existencia el tianguis el Salado, prácticamente ha dejado en manos de las organizaciones de comerciantes el control absoluto sobre el modo en que opera como se trató de dar cuenta en el apartado anterior.

De tal forma que aquí, la relación de poder entre tianguistas y organización, es fundamental para explicar la manera en que se lleva a cabo el control laboral.

El control de la Organización gremial tiene el objetivo en realidad, como organización estructurada dentro del corporativismo vigente, además de mantener el orden social, establecer y mantener la estructura comercial que representan los tianguis a su cargo al margen de otros organismos gremiales o políticos y utilizar la gestión sobre la población de tianguistas afiliados a la Federación de comerciantes como capital político en situaciones coyunturales de las que se puedan aprovechar para mantener y extender el territorio bajo su mando. Lo anterior se ha concretado con el establecimiento, como ya se indica, de una relación corporativa con el gobierno local y central del D.F. a través las instancias que se encargan de regular la operación de los tianguis; específicamente, la Coordinación de Mercados y Tianguis de la Delegación Iztapalapa y la Subdirección de Programas Delegacionales del Gobierno del D.F. En este caso, la relación entre ambos actores se fundamenta en el intercambio de favores; por un lado, la Organización al encargarse de controlar el contingente de tianguistas a su cargo de algún modo impide el desbordamiento de demandas y manifestaciones públicas por parte de éstos al asumirse como máximo órgano de representación y único interlocutor ante las autoridades lo cual, finalmente, hace posible el mantenimiento del orden y la paz social, al menos dentro del territorio donde la Organización tiene presencia. Por otro lado, la autoridad, a cambio de esa situación de mediatización gremial, permite el control y usufructo de la Organización sobre los espacios que ocupan los tianguis a su cargo, así como la gestión tributaria sobre la población de vendedores, lo cual se puede concretar de forma implícita sin que medie algún tipo de negociación o acuerdo directo entre ambas instancias.

Al interior, de manera específica, el control ejercido por la organización es hacia el ingreso, permanencia y salida de los comerciantes del tianguis pero ante todo sobre el espacio de venta. La organización mantiene el orden porque ello es conveniente para los intereses de los líderes, pues de esta forma se mantiene una vigilancia constante contra toda posibilidad de entrada de otras organizaciones, y la invasión de comerciantes ajenos a la organización.

De inicio, es importante señalar, aunque de forma general, las características que asume la principal organización que tiene presencia en el Tianguis El Salado: la Federación de Comerciantes en Pequeño de la República Mexicana, liderada por Felipe Serralde X.

La organización surge desde el inicio de la operación del tianguis, a mediados de los años setenta. Fue, de hecho, debido a la gestión de su dirigente que se posibilitó la apertura de este tianguis en el espacio en donde opera, de tal forma de que antes de que creciera en las dimensiones que actualmente tiene la organización ya existía, y de hecho, fue el principal dirigente quien fomentó dicho crecimiento. Desde su formación la Federación de Comerciantes en Pequeño formó parte de la CNOP por lo cual los colores distintivos de su logotipo son los mismos que utiliza el PRI.

Los comerciantes que pretendían vender en el tianguis, se comprometían previamente con la organización, como todavía se sigue haciendo, a pagar una cuota semanal, registrarse en el organismo y credencializarse como miembro, requisitos sin los cuales simplemente no podía comenzar a trabajar. Así, el tianguis y la organización aumentaron en número de integrantes sin que existiera una definición clara de la relación existente entre comerciantes y asociación gremial, y mucho menos la función concreta de ésta última. Es decir, la mayor parte de los comerciantes que actualmente integran el tianguis del Salado, están afiliados a la organización únicamente por ser un requisito para incorporarse a dicho espacio de venta, pero sin que medie ningún interés, porque tampoco existe la posibilidad, de participar activamente en el organismo, y sin que éste último se preocupe por instar a que así sea. De tal forma que el objetivo fundamental de la Organización no es propiamente la representación organizada de los comerciantes para la defensa de sus intereses, sino el aglutinamiento de los mismos con dos fines concretos: un fin principal de índole económico, pues a mayor cantidad de tianguistas afiliados mayor ingreso de dinero producto de las cuotas, y otro de carácter político: a mayor cantidad de integrantes registrados, mayor capital político para poder negociar con las autoridades.

“...nada más como *tiangueros*, de algún modo nada más lo que aquí te dan es que te respetan tu lugar donde estas asignado, tienes que pagar una credencial que es parte de una asociación... a cada tianguis lo rige una asociación... y derechos no puedes tener ninguno, nada más es lo que corresponde a tu lugar, pero en cualquier otro tipo de decisiones pues nosotros no participamos en ningún tipo de decisiones...” (Ramón, vendedor de ropa)

Por ello es que la estructura de control sobre el tianguis y los comerciantes está centralizada en la organización, por encima incluso de la autoridad. Así, como la organización fijó desde un inicio las reglas del juego, los comerciantes que pretendían incorporarse a vender en el tianguis tuvieron que acceder a cumplirlas sin cuestionamiento alguno pues de lo contrario simplemente no podían permanecer. Entonces, la pertenencia a la organización por parte de los tianguistas del Salado, tiene

más el carácter de una filiación corporativa obligatoria que de una militancia activa, lo cual ha generado cierto grado de aceptación, sin cuestionamientos de forma abierta, del control ejercido por la organización hacia el espacio de trabajo, aunque en el aspecto del pago semanal que necesariamente se tiene que hacer, sí se despierte en los comerciantes un sentido de molestia, lo cual nos habla de códigos subjetivos contradictorios en el trabajador, siendo el que prevalece en la cotidianeidad de su labor el primero de ellos, y sólo en ciertos momentos de catarsis o en coyunturas específicas el segundo.

De esta manera, aunque el comerciante una vez cubriendo el requisito con la organización para ingresar al tianguis se apropia tanto física como simbólicamente de su lugar de venta, en quien reside realmente el control sobre el espacio en su conjunto del tianguis es precisamente en la organización.

Así pues, los ámbitos de control en donde la organización tiene injerencia son diversos:

a) los mecanismos de ingreso: para que alguien ingrese al tianguis es necesario que posea el contacto con los delegados, quienes son los operadores de la organización, para solicitarles un lugar; dichos personajes se encargan, si el aspirante ha cubierto los requisitos, de buscarle un lugar para que se coloque a vender. En otros casos, cuando se trata de la incorporación de nuevos tianguistas que han comprado su lugar a algún otro vendedor, los delegados únicamente se presentan ante el nuevo usuario para darle a conocer la obligatoriedad de la afiliación a la organización como requisito para poder trabajar y ponerse al corriente con el pago de cuotas. De cualquier forma, ya sea que se trate de un nuevo tianguista en espera de la asignación de un espacio o que haya “comprado” su lugar, la organización se encarga de *dar el visto bueno* para que el comerciante no tenga ningún problema.

“...el delegado cada que se hace una transacción de un lugar, porque como siempre pasan y cobran saben de quien son los lugares, se dan cuenta cuando alguien ya estaba faltando, y son ellos los que los venden (...) cuando alguien se tarda más de un mes en ponerse, el delegado vende el lugar al costo de lo que valdría si te lo estuviera vendiendo personalmente y ese dinero pues es para él...” (Jorge, vendedor de ropa usada)

b) La dimensión de los puestos también es controlada por la organización: el tamaño de cada puesto es establecido por la organización encargándose a través de los delegados de que se cumpla la delimitación de los espacios aunque, de acuerdo al giro comercial del comerciante, éste puede solicitar un espacio de venta más amplio que el común de los puestos, por supuesto, a mayor amplitud mayor es la cuota que el tianguista tiene que pagar a la organización.

c) Pero, en general, lo que la organización controla férreamente es que todos los tianguistas que laboran dentro del espacio administrado por ella se encuentren afiliados y con credencial vigente, así como que cada uno de ellos pague la cuota semanal que le corresponde, los demás aspectos que en espacios similares de comercialización como el Tianguis de Artesanías de Coyoacan son controlados por las organizaciones gremiales: como el tipo de producto que se expende, la jornada de trabajo, el trato hacia la clientela, la transacción de los espacios de venta, etc., la Organización gremial en El Salado *deja hacer* a los comerciantes confiando en ellos el proceso de regulación y orden, práctica en la que se basa en parte su legitimidad.

Entonces, aunque el control por parte de la autoridad es menos evidente no ocurre lo mismo en el caso de la Organización que goza del reconocimiento explícito de su labor de gestión por parte de los comerciantes estén o no de acuerdo con ello.

Así, no obstante a que el control de la autoridad es difuso, el de la Organización se encuentra claramente definido pues, debido a la relación de dominación que mantiene sobre los comerciantes, posee el monopolio del control en la operación del tianguis.

Resumiendo, en El Salado el control asume peculiaridades sui generis. No hay un control de la autoridad pleno y el que existe, por parte de la organización, se concentra en el aspecto de la apropiación del espacio y en el de la población de comerciantes con fines políticos y económicos. El control específico sobre el trabajo en el tianguis queda más bien soslayado y dejado en manos de los propios tianguistas, pues mientras no implique un peligro para el monopolio de la organización como único mecanismo de intermediación y representación gremial, la estructura y dinámica del proceso de trabajo y las relaciones entre comerciantes pueden fluir de manera espontánea, mientras se cumpla con los requisitos fundamentales: la credencialización, el pago de cuotas, la solicitud ante la organización para ingresar nuevos miembros, así como informar y pagar el derecho por realizar alguna transacción de los lugares.

“...la asociación en este tipo de cuestiones como te dejan ser un poquito más, no te presionan, mientras cumplas y con que pagues, o sea, tu credencial, tus pagos de cada semana, eso es todo lo que te piden...” (Ramón, vendedor de ropa)

De esta forma, como el espacio de maniobra de los comerciantes es relativamente amplio éste se sujeta a las relaciones de poder internas entre la comunidad de vendedores. Las medidas de control de la organización, por ello, son vistas de forma natural por los trabajadores, quienes las aceptan para poder mantenerse en su espacio laboral. Se trata, pues, de un *control consensado pragmático*. Así, aunque el tianguista

conciba como injusto pagar una cuota semanal a la Federación, de la cual no tiene mayor información, acata dicho acto sin cuestionamiento alguno, pues su interés se centra no en “*hacer política*” sino en realizar su labor de vender para contar con un ingreso, un sentido hasta cierto punto instrumentalista y pragmático sobre la Organización y sobre su propio trabajo.

“...yo no tengo ningún interés en conocer al líder, mientras que, de algún modo me respeten lo que es mi área de trabajo y no tenga yo dificultades en ese sentido, de algún modo lo demás no me interesa...”¹⁰³

Un factor adicional que permite el cumplimiento de las normas de control por parte de los comerciantes es la presencia a lo largo del espacio de venta de miembros de la organización denominados *delegados*, los cuales se encargan de cobrar las cuotas pero también de vigilar cualquier asunto *extraño* que no esté relacionado con el trabajo en el tianguis. Dicha presencia inhibe cualquier intención del tianguista para organizarse de manera autónoma, pues a las reuniones visibles de comerciantes durante la jornada de trabajo, inmediatamente se presentan los delegados o sus auxiliares para saber el motivo de dicha congregación, aunque de una manera muy sutil, en general, sin mostrar ningún comportamiento prepotente. Este hecho, sumado a un alto sentido de competencia comercial entre los vendedores, complica la constitución de una organización gremial genuina, aunque no necesariamente de diversas formas de identidad colectiva, como veremos más adelante.

Sin embargo, el control ejercido por la organización sobre el espacio de trabajo, como decíamos anteriormente basado en un *consenso cómplice* en la mayoría de los comerciantes y en un *consenso moral* por parte de un minúsculo grupo de tianguistas leales al dirigente, aunque puede motivar sentimientos de injusticia en algunos casos, es tolerable en general pues el tianguista, además del pragmatismo que lo caracteriza, posee un alto sentido de autonomía sobre su trabajo, basado en su capacidad para decidir qué vender y cuándo hacerlo, para fijar su horario de trabajo de manera voluntaria, siendo lo único que rige dicha autonomía la voluntad de tener más o menos cantidad de ingresos.

a. Control sobre el espacio de trabajo.

El control sobre el espacio de trabajo, como ya se menciona, es sostenido por la organización de tianguistas, pues controlando el espacio controla a quienes deciden trabajar en él, por lo menos, en términos económicos, principalmente por el pago de

¹⁰³ *Ibíd.*

cuota obligatoria que el comerciante tiene que proporcionar a la organización. Dicho control es disputado por otras organizaciones de tianguistas, por la autoridad y por el capital privado. En el caso del Salado, aparentemente el control lo mantiene la organización, sin embargo, existe la intención del gobierno central de la capital por expropiar parte de dicho espacio para modificar su entorno y convertirlo en un lugar recreativo para los habitantes de la región¹⁰⁴. No obstante, en el control del espacio también interviene, aunque de forma más velada, la delincuencia organizada la cual opera tanto de manera directa en el tianguis como proveedora de mercancía de origen ilícito, como de manera indirecta extorsionando y asaltando a comerciantes y visitantes al tianguis, sin una respuesta por parte de la autoridad. Es de hecho posible que la organización de tianguistas mantenga algún tipo de relación con las bandas delictivas que se dedican tanto a proveer mercancía como a asaltar en el tianguis pues hasta el momento el dirigente, conociendo la situación, no la denuncia ante la autoridad, sino que simplemente permite que la delincuencia actúe.

En este mismo sentido, el control real de los lugares de venta reside en la Organización, pues ella usufrutua libremente los lugares ocupados y por ocupar por parte de los comerciantes. La Organización es quien establece el tamaño del puesto, dependiendo del giro y de cuanto haya pagado el comerciante por él. Cuando algún comerciante compra un lugar, en realidad lo que hace no es sino arrendarlo para trabajar, pues finalmente la Organización se toma el derecho sobre él cuando el comerciante no acata sus reglas. Al interior de cada lugar ocupado por los comerciantes el control sobre la forma en que organiza, coloca e impregna cierta imagen estética al puesto depende de ellos mismos, en lo cual, la Organización ya no interviene ni tampoco la autoridad aún cuando se comercie con productos ilegales.

El control de la Organización al estar centrado en la sujeción del espacio de trabajo y en la gestión de la población de comerciantes, más que sobre la actividad laboral en sí, permite que éstos tengan un amplio espectro de posibilidades sobre cómo desarrollar su trabajo, aunque restringido por las normas establecidas por el gremio, y ocasionalmente, influyen también las normas de carácter social e institucional. Así, el control que la Organización ejerce sobre el uso del espacio de venta, al estar restringido únicamente a ello, el comerciante no lo concibe como algo que obstaculice o tenga alguna repercusión

¹⁰⁴ De acuerdo a una nota publicada en el diario *Rumbo de México*, el jefe de Gobierno del D.F. Marcelo Ebrard anunció, luego del operativo policiaco implementado el 8 de mayo de 2008, que se ejercerían expropiaciones en las inmediaciones del lugar donde se coloca el tianguis de forma similar a las que se llevaron a cabo en el predio conocido como La Ford. Erika Velasco, *Diario Rumbo de México*, 18 de Junio de 2008.

directa sobre su trabajo; de hecho, una buena parte de los comerciantes se sienten ‘agradecidos’ con el delegado gremial debido a que no interfiere en su quehacer laboral sino que les permite trabajar ‘libremente’, a grado tal que su actividad puede estar relacionada con el hecho de ser parte de un delito, y aún en estos casos, que son recurrentes en este tianguis, la organización no interviene. Lo anterior puede influir indirectamente para que el comerciante tenga un valor elevado sobre su trabajo al depender solamente de él y de su capacidad y experiencia el buen desarrollo del mismo. El hecho de que la Organización no interfiera en el proceso de trabajo hace posible que éste dependa solamente del comerciante, y le confiera una capacidad de empoderamiento importante, fortaleciendo el proceso de identificación con la ocupación que realiza: se le concibe como un trabajo hasta cierto punto satisfactorio, libre, cómodo, que prescinde de la rendición de cuentas, concepciones que se explican por la falta de control de la Organización sobre el trabajo de cada vendedor, el cual es asumido como trabajo por cuenta propia con un objetivo más personal. En este caso, el tipo de control que ejerce la Organización motiva la creación de un apego hacia la ocupación por parte del comerciante, pues empata con las concepciones de esta actividad como un trabajo libre, independiente, propio, sin un patrón a quien rendir cuentas, ni aún a la organización en tanto se cumpla con los requisitos establecidos.

Por otro lado, los mecanismos de control que ejerce la organización sobre el espacio de trabajo influyen de dos formas en la constitución de la identidad colectiva entre el gremio de tianguistas. La primera forma más que fomentar dicho proceso lo inhibe pues suele crear una concepción de encono y división interna entre los integrantes del gremio. Particularmente, porque la diferenciación en cuanto al cumplimiento de las normas y los requerimientos de la organización de parte de algunos comerciantes promueve sentimientos de coraje, de injusticia y de indignación, debido a que se asume que los demás comerciantes no cumplen con las reglas impuestas y son, contrariamente, tolerados por los delegados. Esto permite la división interna y un sentido de competencia adicional al que de por sí existe gracias al carácter comercial y mercantil de la ocupación.

Por otro lado, el control de parte de la organización puede influir en la generación de un sentimiento de injusticia generalizado, y un sentido de molestia colectivo por tener que cumplir obligatoriamente con los requisitos que la organización establece a reserva de que sean sancionados. Esto es, el reconocimiento de la existencia de una estructura organizativa externa al gremio pero hasta cierto punto necesaria, permite que el

comerciante se reconozca como sujeto laboral genérico con una instancia común de dirección que es considerada más como un obstáculo que como una ayuda en el desarrollo de su trabajo, y que solo sobrevive debido a las aportaciones económicas de los integrantes sin que ofrezca ningún beneficio, más allá de gestionar el uso del espacio público del tianguis con la autoridad. Es decir, el reconocer una instancia superior a la cual se supedita, en menor o mayor medida, hace factible el reconocimiento identitario entre el gremio, pues comparte una problemática común con relación al uso y gestión del espacio que utilizan para trabajar.

La limitación del control corporativo al ámbito del espacio de trabajo, no impide que sea considerado como algo que subsume la actividad del comerciante. Por ello, más que generar apego hacia la organización se crea un sentimiento de molestia por las prácticas de *'agandalle'* llevadas a cabo por la asociación. Así, contrariamente a generar simpatía se construye en la subjetividad del comerciante un sentido de desapego e incluso de oposición a la instancia organizativa, y en el mejor de los casos se concibe como un *mal necesario*, lo cual engarza con la noción que autodefine al trabajador del tianguis como sujeto víctima. No puede existir apego hacia una instancia que subsiste beneficiándose con el trabajo de los comerciantes, sin ningún tipo de representación real del gremio. A lo más, como de hecho sucede, se genera un comportamiento pragmático que permite la dominación política gremial de la Organización a reserva de que garantice al menos el uso del espacio de trabajo para cada tianguista que forma parte de él.

b. Formas de Regulación de la Organización gremial.

Las Organizaciones de tianguistas poseen una reglamentación interna de forma escrita que pretende regular y controlar la acción de los comerciantes en cada tianguis, siendo expresión de ello, en general, los estatutos y los reglamentos.

La Organización da cumplimiento al reglamento so pena de sancionar al comerciante *'descansándolo'* una semana o por periodos de tiempo mayores e incluso con la confiscación del lugar; el conjunto de reglas impuestas por la Organización se circunscriben a cuestiones de índole político y económico más que laboral: dar la cuota, sacar la credencial, respetar las medidas del lugar, apoyar, aunque sea tácitamente a la organización.

“...los derechos de los agremiados consisten sobre todo al espacio al que te haces acreedor, en las asociaciones civiles se pide una credencial que los avala como miembros activos de la organización y esa credencial pues te sirve durante un año, y hay que renovarla cada año...”

“...las sanciones consisten en descansar al comerciante, pueden ser por peleas entre ellos, puede ser por según, varias cosas, aunque casi yo en este tianguis es muy difícil que se le castigue a alguien porque te pones en el plan de decir pus que van a llevar de comer a la casa, aunque si se ha dado el caso...”

“...de hecho, como comerciante tienes derecho a tres faltas pero a la cuarta si tú no llegas quiero pensar que ya no vas a regresar a trabajar y podemos utilizar el espacio para poder poner a otra persona, a no ser que me demuestres que efectivamente estabas enfermo y que tenías los comprobantes entonces se te regresa tu espacio ¿no?...”

“...los que llegan tarde, pues pierden su día de trabajo, porque a las nueve, nueve y diez, nueve y cuarto de la mañana yo empiezo a repartir y en ese tiempo, pues, con la pena ¿no?, solamente en el caso de giros como la carne, pescado, pollo entonces cuando es eso... pues hasta las diez, diez y cuarto se les da chance llegar...” (Victor, auxiliar de Delegado)

La práctica de los delegados de dejar hacer al comerciante, salvo en los casos arriba mencionados, no propicia identificación con la organización aunque si es un factor que influye en la generación del consenso hacia los dirigentes, la lógica instrumentada por el comerciante común es: mientras el delegado me permita hacer yo lo respaldo acatando sus normas y reconociéndolo tácitamente. De lo cual la organización saca ventaja y por ello lo reproduce hasta un límite extremo (permitir la venta de mercancía robada o prohibida por la ley) en lo que es una franca manifestación del tipo de consenso *cómplice*.

Ello, aunque sea contradictorio, no inhibe el hecho de que la mayoría de los comerciantes conciban como algo injusto el acatar la regla de la organización de pagar una cuota por vender, sobre todo porque están conscientes de que el lugar no le pertenece a ella, por lo que no estarían legalmente obligados a pagar por ocuparlo. Por ello, es una práctica común entre los tianguistas el evitar dar el pago cuando el delegado acude a ‘cobrar la plaza’, las formas más recurrentes son: afirmar que aún no se ha vendido lo suficiente, que el pago lo realizará mas tarde, e incluso, la próxima semana; ausentándose de su lugar temporalmente; aunque a la mayoría de los comerciantes no les queda más opción que dar la cuota expresando cierta molestia de por medio; pagar por el lugar lo consideran como un acto de injusticia. Y lo mismo ocurre con el pago por la credencial que se hace anualmente con el fin de mantener actualizada su afiliación a la Organización, lo cual como ya se ha mencionado es requisito para ingresar y para mantenerse en el tianguis.

“...te obligan porque te exigen una credencial y son organizaciones priístas, y tienes que dar para tu credencial y ya te la entregan con sus sellos...de la CNOP, algo así...yo ya tiene tiempo que no pago porque se me hace injusto y mes les pongo, pero ahorita estarán cobrando unos doscientos o trescientos pesos...” (Fidelia, vendedora de bonetería)

De esta manera, las reglas que la organización le impone al comerciante son significadas por éste como impositivas por lo cual, aunque en general las acata, no lo hace sin antes oponer ciertas formas de resistencia como las señaladas anteriormente. Siendo ello un factor importante para el desapego y la falta de identificación con la organización como un órgano de defensa de los intereses del gremio y se le conciba más bien como una estructura ajena aunque, paradójicamente, necesaria.

3. El acto de venta ¿intercambio mercantil o interacción social compleja?: La relación social cotidiana entre el tianguista y el cliente.

La relación social establecida dentro del espacio del tianguis, tanto entre clientes y vendedores, y entre éste y otros actores que son parte del contexto en el que se recrea la actividad comercial, implica un conjunto de normas, de carácter simbólico, que entran en juego en el instante en que se genera una interacción social, un conjunto de formas simbólicas. Por tanto, no es posible reducir la transacción entre actores en el tianguis a la racionalidad económica, explicarla a través solamente de una competencia entre compradores y vendedores, en un rejuego entre oferta y demanda y cuyo análisis de dicho proceso estaría basado en su dimensión económica soslayando el aspecto social inherente.

Por ello, no es pertinente que, al estudiar las interacciones generadas dentro del entorno del tianguis, se soslaye la transacción social integral, y sólo nos enfoquemos a la disputa entre compradores y vendedores como una relación de tipo mercantil fundada sobre la dinámica de la oferta y la demanda, lo cual en realidad significaría plantear un superficial determinismo económico para estudiar el tipo de relaciones sociales que se generan dentro de estos espacios de comercialización.

Ello porque es imposible desligar el proceso de compra venta por un lado, y el encuentro comunicativo por otro, la relación económica de la social. El tianguis, al contrario, es un espacio amplio de sociabilidad y convivencia, en el cual se entablan múltiples relaciones que no se reducen al intercambio comercial y en donde se generan y reproducen una variedad de significados que constituyen la vía de acceso para concretar el proceso de interacción social entre los diferentes actores.

En el espacio del tianguis, los comerciantes intentan tratar por igual a toda la clientela - aunque no siempre lo logran- cuya manifestación más evidente es la familiaridad y confianza que se genera en la interacción comercial: de la pequeña palabra suave a la

broma, del *valemadrismo* ante la necesidad de atención del cliente a la expresión discursiva de carácter agresivo por parte del comerciante, y todo lo anterior independientemente del estatus social del cliente que se detiene en su puesto con el afán de consumir. El establecimiento del vínculo entre comprador y vendedor se concreta rompiendo los obstáculos del desconocimiento social, a través de una comunicación directa con el afán de generar confianza para lo cual se suple el nombre propio del cliente, que una vez establecido un vínculo más estrecho si es posible recurrir a él para sostener el grado de confianza, con títulos genéricos como ‘manito’, ‘gûey’, ‘carnal’, valedor, ‘damita’, ‘marchante’, ‘gûerita (o)’, etc., los cuales tienen la función de acercamiento social con el fin de motivar un ambiente de camaradería que, finalmente, de lugar a un consumo ventajoso para ambos actores.

La interacción social en el tianguis entre comprador y comerciante, implica también una intervención temporal de los tianguistas a la intimidad del cliente a través del diálogo que se establece como resultado del primer encuentro o micro encuentro entre ambos actores. El elogio, la actitud servicial, las bromas, son prácticas a las que se recurre para establecer y sostener el vínculo de confianza y la atención del cliente hacia la mercancía potencialmente consumible. Es decir, se concreta una relación social transitoria, en primer lugar, que dura mientras se concreta el intercambio social y comercial y en la cual se da lugar a representaciones de personajes no del todo reales sino basados en identidades de circunstancia.

“...más que nada a la gente pues se le trata bien y si puedes platicas con ella, pues es mejor porque así ya te tiene confianza y te busca...” (Fidelia, vendedora de bonetería)

En el tianguis se puede ser inmediatamente familiar, hacer como si ya existiera un conocimiento previo de la persona con la que se entabla el vínculo comercial y social, sin que ello implique el establecimiento de un compromiso en otro nivel.

“...yo mas bien soy amable, tampoco se trata de aguantar todo, sino de ser inteligente, no es darle por su lado al cliente, digo yo en una empresa, en un trabajo formal, estuve en el área de ventas y aprendes... me dieron unos cursos de técnicas de ventas y los asesores te van dando tips, información, pero todo eso lo aprendes con el trato, así ya uno entabla una conversación con el cliente y lo importante es satisfacer sus necesidades, o sea si no tienes lo que él necesita pus, por más que le hagas pues no, no se va a concretar nada, por eso lo que más me agrada es el trato a la gente...” (Jorge, vendedor de ropa)

Para establecer una conversación con quien sea vale cualquier pretexto: el clima, el tráfico, la nota del día, los resultados del futbol, lo que importa en sí no es el contenido del argumento sino su función para sociabilizar. El discurso aunque trivial, llena de tópicos y de frases hechas, permite establecer una relación transitoria de libre

sociabilidad con una multiplicidad de protagonistas los cuales, en su mayoría, son completamente desconocidos. Con ello, se pasa de una relación entre desconocidos y ajenos a una relación más personal por sacar a la luz de la comunicación mutua lo que es común, justamente, para ambos.

“...yo siempre dejo que el cliente decida, nunca presionarlo, ayudarlo en lo que...en las dudas que tenga pero hasta ahí y tratarlo con respeto, ya cuando entablas otro tipo de relación te puede llegar: oye gûey cómo estas, ¿no?, con camaradería pero nunca perder de vista de que el es el cliente y tu eres su proveedor...” (Juan, vendedor de tenis)

El tianguis por ello, al instalarse cada miércoles, se establece junto con él una comunidad concreta de aquellos que comparten la actividad de consumir, conocer las novedades de diversos productos, *chacharear*, al mismo tiempo que se generan múltiples relaciones sociales en donde se intercambia un sinnúmero de símbolos y significados a la par del intercambio estrictamente comercial. Los demás días de la semana el mismo espacio no es sino una serie de calles y avenidas por los que la gente transita en un vaivén prolongado sin un contacto y sin ningún tipo de relación social concreta, como las que si se generan y recrean durante toda la jornada de venta en el espacio del tianguis; aquí los desconocidos concretan un trato familiar y, en parte, amigable, aún cuando sea de carácter temporal o transitorio; no estando el tianguis, las personas hacen valer su individualidad y se muestran ajenos unos de otros. El tianguis, entonces, es el espacio donde se condensan múltiples relaciones sociales entre los diversos actores que lo reproducen con su presencia cotidiana y en donde el intercambio de tipo económico no es lo único que prevalece sino también el intercambio de índole social.

No obstante, afirmar que el tianguis es un espacio tanto de comercialización como de interacción social y de intercambio y negociación de significados, no implica suponer que en las relaciones sociales establecidas no exista ninguna expresión de contradicción sino, al contrario, en medio del acto interactivo se encuentran, a veces de manera velada y otras más directamente, oposiciones, disputas e intención de uno u otro actor por condicionar la realización de ciertas prácticas en el momento del intercambio social y comercial.

En este sentido, el cliente pretende condicionar, consiente o inconscientemente, algunos aspectos importantes del trabajo del tianguista, principalmente: el tipo de producto que se vende, a través de la demanda, y el tipo de trato recibido por parte del vendedor, en los cuales intervienen significados referidos a lo estético, a la necesidad de consumo, y

de carácter emocional en la interacción social que le permita al cliente sentirse bien, confortable y satisfecho, es decir, que se sienta a gusto e importante por el hecho de que sus opiniones y necesidades de consumo son atendidas por el vendedor, e incluso necesidades emocionales como el ser escuchado, y sentirse en un ambiente de camaradería.

“...yo le compro al vendedor que sabe como tratarte ¿no?, que cuando le preguntas algo no se molesta sino que trata de darte una respuesta favorable, te aconseja o se compromete a traerte lo que buscas la siguiente semana...porque también hay otros que ni te pelan si ven que no les compras...creen que porque te paras a preguntar ya tienes que comprarles algo y, pus, así no es la cuestión...” (Entrevista a visitante del Tianguis)

En cuanto al producto, el cliente controla al vendedor, o al menos lo induce a vender productos específicos que son necesarios para él, a través del consumo que hace. El no comprar cierto tipo de productos le indica al comerciante que ese producto es prescindible y, al contrario, el demandar reiteradamente ciertos productos también es un indicador para el comerciante que ese producto es el que tiene que comercializar.

La composición social y demográfica de la gente que asiste al tianguis del Salado es diversa pues en él encontramos, por un lado, una cantidad importante de jóvenes, estudiantes, empleados o desempleados, que acuden a él a consumir objetos de moda que no consumen en Centros comerciales por la creencia de que en el tianguis son más económicos, hecho que es muy relativo. Otro grupo social que asiste masivamente al tianguis son trabajadores de diversos oficios, quienes acuden a consumir diversos utensilios para el desarrollo de su trabajo como refacciones, herramientas, insumos de distinta índole nuevos y usados. Un grupo adicional son amas de casa y familias que asisten al tianguis a consumir los productos de primera necesidad –el comúnmente llamado *mandado*.

Dependiendo el grupo social del que se trate ejerce un control específico sobre el comerciante y éste interactúa con los clientes también de forma particular:

En primer lugar, la *clientela juvenil* aunque demanda ciertos productos también se ve influenciada por las sugerencias del comerciante atendiendo a su conocimiento sobre los productos que se encuentran de moda; los comerciantes mismos son capaces de crear modas y fomentar el consumo de ciertos productos aunque no sean originalmente demandados por la clientela, es decir, el control del cliente no es absoluto sino que es negociado en la interacción entre el vendedor y él. El trato del vendedor hacia el cliente joven puede ser extremo e ir desde la camaradería y el trato de iguales, que

implica hablar un mismo tipo de lenguaje y formas de expresión similares, hasta interactuar en un ambiente despótico por parte del comerciante, e incluso violento llegando al acoso o violencia simbólica de contenido sexual hacia las mujeres, sobre todo porque en este tianguis los comerciantes son mayoritariamente hombres, es decir, es un espacio laboral *masculinizado*, en donde la cultura machista sobresale en diversos ámbitos y diversas circunstancias no solamente hacia la clientela sino hacia las propias compañeras de trabajo.

De esta manera, el grupo social de jóvenes que asiste al tianguis a consumir posee menor capacidad de controlar tanto el producto como el trato recibido por parte del comerciante debido a su estatus de edad que les lleva a ser proclives a diversas formas de violencia y presión por parte de algunos tianguistas. El control del cliente en este caso es sumamente parcial y casi nulo, aún cuando, como se indica, se pueda llegar a negociar el tipo de producto a consumir. Más bien el control, en este caso, lo ejerce el comerciante sobre el cliente joven que puede llegar a presionarlo incluso de tal forma que termine cediendo y comprando un objeto que no necesariamente pretendía comprar, debido al acoso del que suele ser objeto por parte de un sector de vendedores. Algo sumamente similar a lo que ocurre en otros espacios de comercialización popular como Tepito o La Lagunilla, en donde el comerciante hace valer su poder y control no solo sobre la mercancía que expende sino sobre el territorio, por lo cual a los visitantes se les trata como tales, como personas ajenas al terruño por lo que tienen que apegarse a las reglas de quienes si son oriundos de ese lugar, aún cuando éstos lleven a cabo prácticas de trabajo agresivas hacia la clientela.

“...en el tianguis luego muchos compañeros quieren forzar la venta, digo ese término a querer vender a fuerzas algo, si no le gusta de todos modos te dicen, no llévatelo, casi casi te va a cambiar la vida...y tienen muchas técnicas que son muy simples...que digo...si a ellos les funciona, pues, es más tonto el que se deja...” (Jorge, vendedor de ropa)

Lo anterior es posible debido a la forma específica en que se realiza el trabajo de venta por parte de la mayoría de los comerciantes, quienes asumen un papel completamente proactivo en el desarrollo de su trabajo. La dinámica consiste en no asumir una posición laboralmente pasiva solamente esperando a que la clientela se acerque al puesto, sino llamando la atención de ésta de diversas formas ya sea gritando, colocando cartulinas vistosas, comprometiendo al cliente que se acerca ofreciéndole el producto, ofendiendo a los clientes con el objetivo de hacerlos sentir presionados para consumir con frases como: “si lo agarra lo compra”, “¿dónde están los que si compran?” “Si nada más viene

a pasear al tianguis mejor no venga”, etc. Es decir, se utilizan formas de presión simbólica hacia la gente como estrategia de venta para presionarla a que consuma, lo cual no en pocos casos si les da resultado.

“(…) mira, yo lo que hago es echarles el verbo, hacer que la gente se pare a ver lo que vendo y decirle cosas como que es más barato, que si es de calidad, y ya si veo que empieza a dudar pues en ese momento le digo que se lo voy a dejar más *bara* para que se anime, y casi siempre me resulta...” (Esteban, vendedor de cinturones y carteras)

Por otro lado, la clientela que corresponde a grupos de trabajadores y empleados asiste al tianguis en una cantidad considerable desde un horario temprano, previamente al inicio de su jornada laboral. En el horario matutino en el que esta clientela asiste al tianguis abundan ya múltiples puestos con los insumos que ésta necesita, principalmente diversos instrumentos de trabajo de diferentes oficios: herramientas, refacciones, accesorios diversos para el hogar, la construcción, o relacionados con diversos oficios como plomería, electricidad, albañilería, etc. El tipo de interacción llevada a cabo entre esta clientela y los comerciantes suele ser distinta a la que se ejerce con la población juvenil. Aquí si es posible hallar una mayor camaradería, y un trato mejor, si no absolutamente para hacerle sentir en un ambiente agradable y satisfactorio por lo menos lo suficientemente amable, dentro de lo socialmente establecido como tal, para que el cliente pueda escoger y comparar libremente el producto que tiene necesidad de consumir. En algunos casos, los comerciantes que venden este tipo de productos reconocen que tratan de dar un buen precio y ser flexibles con el cliente que les asiste a comprar como una forma de representar una fuente directa de los productos que necesita y con un precio menor al de un comercio establecido. Además de que en este caso es posible negociar el precio a través del regateo. Aquí difícilmente se puede ubicar un control absoluto y directo del cliente hacia el vendedor. Si acaso lo que es de mayor influencia para la forma de venta del tianguista es el costo del producto, aspecto que si influye para que el cliente consuma y por lo tanto para que el comerciante acceda a bajar los precios, sobre todo cuando la competencia es abundante, como en el caso del Salado. En otros aspectos como en el trato hacia el cliente y el tipo de producto, el vendedor no permite intervención alguna por parte de la clientela, aún y cuando si sea de su interés proveerse de los productos que la clientela le demanda. Este caso sería la forma más recurrente de influencia del consumidor hacia el comerciante, no obstante de que la gran saturación existente de los mismos productos, y por lo tanto de una situación extrema de competencia, permita que la poca influencia que pueda tener el cliente hacia

un vendedor en particular sea francamente débil, pues si un vendedor no cuenta con el producto existe otro que tal vez sí cuente con él, por lo que el primer vendedor ya no se preocupa por buscar dicha mercancía para la siguiente ocasión, salvo en los casos en donde el comerciante tiene la habilidad para convencer al cliente de que en una ocasión subsecuente le llevará la mercancía que necesita siempre y cuando deje una parte del costo. En este sentido, en los comerciantes prevalece la idea de que, pese a la gran saturación de vendedores, existe la suficiente ‘gente para todos’, por lo que aún no todos los comerciantes visualizan como un problema la existencia de tantas personas dedicadas a la venta en el tianguis.

Otro sector que es posible diferenciar es el contingente de amas de casa y familias enteras que asiste al tianguis a consumir sobre todo productos de consumo básico: alimentos, ropa, calzado, utensilios diversos para el hogar. Generalmente esta población se concentra en la parte del tianguis que se encuentra sobre la avenida Texcoco junto a la Unidad Ermita Zaragoza. Este espacio particular asume características de un mercado sobre ruedas, de hecho se encuentra visiblemente más ordenado que el resto del tianguis. El tipo de vendedores que se colocan en este lugar poseen características de los tianguistas tradicionales: personas oriundas de provincia auxiliadas en el puesto por sus familiares; comerciantes mujeres con indumentaria artesanal comunicándose entre sí en alguna lengua indígena. Algunos de los vendedores de esta sección provienen, de hecho, de otros estados vecinos al D.F. de la zona oriente como Puebla, Tlaxcala y de los pueblos cercanos del Estado de México. El control que se ejerce de parte del cliente es sobre todo en cuanto al producto y, en este caso concreto, si influye en mayor medida el trato que se da por parte del vendedor. El trato ejercido por los comerciantes hacia el cliente es, en general, con el objetivo de brindarle confianza y comodidad en el momento de la compra, pues a diferencia de la parte más extensa del tianguis, el comerciante no acosa a la clientela ni le presiona tanto como en los demás casos. Aquí se muestra mayor atención y actitud de servicio, y al cliente se le permite que revise la mercancía y al final decida comprarla o no, práctica que no sucede en otras partes del tianguis o, al menos, sin una respuesta agresiva de parte del comerciante. Los comerciantes en este caso expresan la idea de que gracias a la clientela es que tienen un ingreso producto de su trabajo en el tianguis, por ello, tienen como tarea cuidar la relación con sus clientes por lo que suelen ser más susceptibles a acceder a lo que la clientela requiera de él, tanto en lo que se refiere al producto como al tipo de trato que recibe.

“...he ido aprendiendo que al cliente hay que tratarlo con gusto, las broncas personales entre menos las saques aquí mejor (...) yo pienso que el cliente al favorecernos con su compra nos da una fuente de ingresos. En el tianguis se conoce mucha gente, les recomiendas lo que tu piensas que les puede ser útil (...) cada quien va aprendiendo como tratar a los clientes a su manera...”
(Calixto, vendedor de abarrotes)

El control del cliente sobre el comerciante se encuentra sujeto a diferentes determinaciones y, por ello, es bastante relativo. En ello tiene que ver la heterogeneidad de la clientela, el tipo de comerciante, el tipo de producto que se expende, incluso la parte del tianguis en el que el comerciante tiene su lugar. En general, abstrayendo las partes específicas, se puede encontrar que lo que puede denominarse como control de parte del cliente, que son condicionamientos parciales que orientan solo una parte de la dinámica y el contenido del trabajo del tianguista, influye de dos formas contradictorias con relación al apego hacia su ocupación: por un lado, el atender las necesidades de consumo de la clientela, ofreciendo mercancía que le ha sido demandada o sugerida de parte del cliente, motiva que el comerciante asuma un sentido positivo de dicha dinámica por el hecho de corresponder los requerimientos de la gente que le asiste a comprar, pues, esto le ayuda a generar confianza por haber cumplido su compromiso de llevar la mercancía que la gente le pidió. La certeza que se genera en el cliente provoca cierto grado de lealtad de éste último hacia un comerciante en lo específico, lo cual es importante para él pues de ello dependen sus ventas futuras, y por lo tanto, su permanencia exitosa en el tianguis. Lealtad que finalmente es fuente de satisfacción del comerciante por el esfuerzo en su trabajo y el reconocimiento por parte del cliente, quien si bien controló qué tipo de producto necesitaba y, con ello, controló la actitud del comerciante para que se esforzara a conseguirlo, finalmente, dicho control trae un beneficio compartido, en donde el cliente obtiene la satisfacción de su necesidad de consumo y el vendedor obtiene además de la ganancia de la venta, la satisfacción por haber cumplido con lo que el cliente necesitaba además del agradecimiento y lealtad de su comprador. Es decir, el control del cliente es un control *relativo* que a corto plazo genera un beneficio compartido y no unilateral. Por ello, más que de un control en sentido estricto, estamos hablando de un control matizado por un conjunto de *prácticas de consumo condicionantes* del intercambio comercial por parte del cliente hacia el vendedor; lo que finalmente da lugar a que dicho control se concrete a partir de un proceso de intercambio y negociación de significados no solamente en términos mercantilistas sino también donde se incluyen códigos de tipo moral, como el significado de cada actor sobre lo que es un precio *justo*, o de índole estético, como el

sentido otorgado con relación a lo que representa un producto agradable, funcional o que exprese una *moda*.

No obstante, en este ámbito de control del cliente -sobre el producto que se expende- no solo se genera un sentido positivo de parte del comerciante sino también, en otros casos, un sentimiento de hartazgo y de molestia al considerar al cliente como inconforme y 'especial' -"mamón"- . Lo cual influye negativamente en el apego hacia el trabajo, por la intolerancia para tratar con cierto tipo de clientela. Es decir, en la interacción entre cliente y vendedor, se puede establecer desde una relación de reciprocidad, amistosa, hasta una de carácter conflictiva, en la que el vendedor no acepta el condicionamiento por parte del cliente, pues ello le resulta ofensivo y como una forma de intervención sobre su trabajo, lo cual más bien genera rechazo hacia ese tipo de consumidores. Lo anterior ha dado lugar a conductas agresivas de parte del vendedor hacia el comprador, y la negativa total de volverle a atender en un futuro.

"...en ocasiones si me llegan clientes que no saben ni lo que quieren y empiezan a preguntar de todo, y al final no compran nada...en estos casos, después de un rato, ya les doy el cortón y les empiezo a contestar de mala gana, porque lo único que hacen es quitarme el tiempo y estorbar a los demás..." (José, vendedor de calzado)

Aunado a ello, el comerciante ha aprendido a ubicar los casos en los que el posible comprador que pregunta los precios de distintos productos y al final no consume ninguno, pueda ser en realidad un delincuente que únicamente se acerque a observar la dinámica del vendedor. En esta situación, el tianguista suele ser tajante en su trato para evitar un posible asalto, aunque generalmente este tipo de actitud no ha sido suficiente para contener este tipo de acciones que son bastante frecuentes en el Tianguis.

De otro lado, se encuentra el condicionamiento del cliente por el trato recibido y por el precio. En el caso del salado este tipo de práctica, aunque si se reconoce y acepta por parte de un sector de comerciantes, en la mayoría de los casos más bien es inusual. La mayoría de los comerciantes asumen hacia el cliente actitudes defensivas y de franca agresión, tanto porque exige mayor calidad en el producto o en el servicio, como porque definitivamente no consume, lo cual es motivo de molestia de parte del comerciante. Por ello, la sola intención de control por parte del cliente es vista por el comerciante como molesta, siendo un factor importante para el significado que le otorgan los comerciantes a su ocupación: como una actividad en la que se le puede dar cierta ventaja al cliente en cuanto al trato recibido, el tipo de producto, e incluso el monto del precio, siempre y cuando el resultado sea la concreción del consumo, pues en caso

contrario, genera cierto grado de molestia. Las condicionantes generadas por el cliente son positivas para el trabajo del comerciante en tanto que aquel consuma, pues en caso contrario, es fuente de malestar, frustración e insatisfacción.

“...de alguna manera tienes que mostrar un buen trato hacia la gente y vas haciendo lazos con tus clientes y los vas tratando...así como también pues alguien te cae gordo y a veces lo toleras porque pus, es tu cliente, pero hay gente que no...agarra y dice es más ya ni vengas, no pases por aquí ¿no?, me caes mal, es decir, si hay casos pero...es según como tu lo quieras ver, a lo mejor si...si nada mas viene a fastidiar y no te compra nada pus si da hasta coraje, pero si viene fastidia y bueno, dámela, te compra una te compra otra cosa, pues ni modo así es el cliente, a lo mejor le gusta venir a hacerte corajes, pero si te compra...” (Jorge, vendedor de ropa)

En un momento dado también es posible que se generen formas de identificación entre el cliente y el vendedor, sobre todo en aquellos casos en los que existe una relación estrecha que ha perdurado un largo periodo de tiempo. Así, existe una variedad de clientes que expresan dicha comunión con los vendedores expresándoles lealtad cuando asisten al tianguis a consumir concretándose auténticos lazos de amistad entre uno y otro. Esta identificación es un factor que otorga un sentido positivo hacia el trabajo del tianguista pues éste valora en un nivel elevado justamente las relaciones que puede entablar como vendedor con los clientes, aunque tampoco es posible descartar del todo lo contrario, es decir, los casos en los que la clientela, lejos de representar una interacción social agradable muestre totalmente lo opuesto, la molestia, el hartazgo, o incluso francas actitudes de intolerancia por parte del vendedor ante personas que pretenden controlar en mayor medida su trabajo.

En este sentido, la intención de control de parte del cliente puede motivar el que surjan ámbitos de identificación entre los comerciantes, sobre todo por reconocerse como parte de una misma dinámica de trabajo, en un ambiente compartido, y con una historia laboral y de vida similar. Sobre todo hay identificación entre los comerciantes cuando coinciden en reconocer la intención de control por parte de la clientela y lo beneficiosa o lo molesta que puede llegar a ser.

4. Construyendo y Reproduciendo la ocupación: prácticas y subjetividad en la toma de decisión del tianguista para permanecer en su trabajo.

4.1 El *saber hacer* del vendedor de tianguis: aprendizaje, habilidad y experiencia en el manejo integral de la ocupación.

Uno de los factores que inciden para que quienes se dedican a la venta en el tianguis decidan permanecer en esta ocupación es, sin duda, el grado de éxito obtenido en su ejercicio. Este depende en una buena parte del aprendizaje y desarrollo de habilidades

propias del trabajo en el tianguis tales como: habilidades para la interacción social con los diversos actores con los que establece una relación, en particular con los clientes a quienes debe intentar hacerlos sentir cómodos, a gusto y satisfechos, así como saber negociar con ellos el costo de los productos –el regateo-; ser capaz de mantener y aumentar sus redes sociales dentro del espacio de trabajo con sus propios compañeros: ser solidarios, apearse al código de trabajo, estrechar los lazos sociales; aprendizaje para saber proveerse: en espacios cuyos productos mantengan un costo menor; contar con la habilidad de negociación con el proveedor para obtener un buen precio o alguna forma de crédito; contar con la sensibilidad necesaria para atender las necesidades de consumo de la gente; aprender las técnicas de venta en el tianguis: los gritos, el impacto visual del puesto, llevar a cabo promociones; mantener el precio estándar de los productos. Todas estas habilidades que el comerciante tiene que aprender para desenvolverse correctamente en su trabajo de vendedor son asimiladas gradualmente por quienes recién empiezan a trabajar en la ocupación y, generalmente, el proceso de aprendizaje se da de dos formas principales: una, solicitando y escuchando los consejos de los comerciantes con antigüedad tanto en la ocupación como en el tianguis pues son los indicados para enseñar cómo tratar a la clientela, cómo interactuar con los delegados y de qué forma mantener la vinculación y convivencia con sus compañeros. Por otro lado, el tianguista va aprendiendo la dinámica de su ocupación a través de la experiencia propia en el trabajo, sobre todo en lo que se refiere a la estética del puesto que busca hacer atractiva la exposición de mercancías a la clientela que se complementa con las diversas técnicas para atraer su atención; asimismo la habilidad para autoadministrar los ingresos y el capital dispuesto para invertir; en el caso de los puestos de alimentos o de ropa que tienen que disponer de una cantidad mayor de vendedores y ayudantes, el comerciante encargado tiene que aprender cómo llevar a cabo la división de tareas así como la intensidad del trabajo dependiendo la cantidad de clientes que asisten a consumir;

“...lo que es el tianguis pues mucha gente se queda en el intento ¿no? porque en lo que le empiezan a agarrar la onda, si le sale o no, pues todo mundo quiere ganar, pero a veces no le hayan, como decimos, no encuentran o no son, pues la verdad no tienen, este..., la paciencia porque no es el trato, es paciencia con esto porque pus hay gente que no le gusta que la miren feo, que les digan que su mercancía no sirve, que le digan, o sea...no saben afrontar el cambio ¿no? no identifican esa parte de que, no puedes tratar mal al cliente porque el cliente es quien te mantiene, definitivamente, o sea, todos los clientes te mantienen, porque, pues, sí, tú les llevas los productos pero si al cliente no le gustan ahí van a estar hasta que llegue alguien que a la mejor le gusten, entonces esa parte es donde mucha gente, este, se muere en el intento como le decimos ¿no? o sea...le intenta con un giro, si tiene posibilidades le cambia a otro giro y ya más ¿no?, pero si no, ...este..., tiene la paciencia y aprende, porque es también un proceso de

aprendizaje, porque muchos piensan que vender, que el tianguis es llegar, colocar las cosas y ya, no, o sea, pues esto implica desde ir a comprar tus, lo que vas a vender, de qué calidad, porque pues igual puedes vender...basura, o sea los que venden chácharas..." (Jorge, vendedor de ropa y calzado)

Una cuestión que el comerciante aprende con el tiempo es la manera de sobrellevar factores exógenos que afectan directamente su trabajo, principalmente la presencia de bandas delictivas en la zona y el clima. Con respecto al primer problema los tianguistas han tenido que padecer una cantidad importante de robos en su propio lugar de trabajo sin que la autoridad ejerza el cumplimiento de la ley, ante lo cual algunos vendedores han tenido que asistir al tianguis armados, ya sea con armas blancas o con armas de fuego como medida de autodefensa, o bien, organizándose entre pequeños grupos, sobre todo de los que se encuentran en los lugares más cercanos para auxiliarse ante una contingencia de este tipo, sin que esto sea una práctica generalizada para el conjunto de tianguistas. En esta situación de inseguridad hacia el comerciante la Organización, como en otros ámbitos, simplemente se encuentra al margen de cualquier intento por resolver o prevenir dichos actos; por otro lado, con relación al clima, que de acuerdo a los comerciantes entrevistados, es uno de los problemas más recurrentes en el tianguis debido a que se labora en un espacio público abierto, el comerciante llega a desarrollar cierta intuición de cuándo la presencia de nubes, por ejemplo, propiciará una fuerte tormenta o será sólo una llovizna pasajera, hecho totalmente necesario pues de ello depende su decisión de recoger su puesto o permanecer en él y únicamente reforzar la infraestructura de su puesto con el fin de evitar que su mercancía se estropee. En diversos casos, dadas las condiciones del suelo en la zona en donde se coloca el tianguis el Salado y la presencia del vaso regulador que suele rebasar sus límites cuando llueve llegando a inundar toda el área, muchos comerciantes definitivamente no asisten a vender pues saben que la zona estará inundada o con una gran cantidad de fango, lo que definitivamente dificulta su trabajo. En este tipo de situaciones una cantidad importante de comerciantes se abstiene de colocar su puesto pues es pronosticable que tendrá escasa venta. Estas cuestiones el comerciante las va aprendiendo con el tiempo y permite que se pueda sostener en su ocupación con el mínimo de problemas y costos posibles, pues de lo contrario, en aquellos vendedores que no fueron capaces de mantener un sentido de adaptación y desarrollar las habilidades que la ocupación les demandaba han terminado por dejar su lugar ante la poca venta y los bajos ingresos que obtuvieron. Lo cual muestra que no cualquier persona es susceptible de dedicarse a esta

actividad sino que media toda una gama de estructuras, formas de interactuar y habilidades que aprender y desarrollar para efectuar de manera idónea su trabajo.

“...todos los que van y venden ahí en los tianguis, pus, o sea si es la primera vez que tratan de incursionar en algún negocio pus, se ve ¿no? o sea, cuando apenas le van aprendiendo, porque a veces o dan muy caro o dan muy barato, es raro el que llega con un precio, así ¿no?, que es lo justo como decimos; cuando dan muy caro, pus, nadie te va a comprar, cuando das muy barato vas a vender un montón pero no puedes sostener esa situación siempre porque obviamente tus ganancias...o sea vas a ser mucho trabajo, el doble de trabajo a lo mejor, tu ganancia va ser a lo mejor mínima y tu dices pues si le sigo...” (Ibíd.)

Pero un factor insoslayable que permite la demanda social del tianguista, y por ende su permanencia en la ocupación, es su asistencia en el lugar de venta cada semana y durante una jornada de trabajo específica a fin de que el cliente adquiera la certeza de que el tianguista se encontrará en el mismo lugar cada que sea requerido, lo cual va generando para el comerciante una red de clientes frecuentes y leales que en un momento u otro recurrirán a él para consumirle.

Asimismo, el tianguista se mantiene en su trabajo por la creencia de encontrarse en una situación de libertad y autonomía laboral en torno a la venta en un tianguis. Teniendo la capacidad de decidir su horario de la jornada laboral, sus días de descanso, la intensidad con la que trabaja, así como el tipo de producto que desea vender, el comerciante aduce estar en mejores condiciones que en una empresa formal donde, contrariamente, tiene que dar cuentas a un patrón. En su caso, afirman, sólo le rinden cuentas a su familia.

Un factor adicional que favorece la permanencia del tianguista en su ocupación es la posibilidad que tiene de realizar otras actividades que generalmente no podría hacer si tuviera un empleo remunerado en una empresa formal. Actividades tales como estudiar, estar al pendiente del cuidado de los hijos, convivir con los compañeros del trabajo, en algunos casos, tener un empleo adicional, vender en otros tianguis, etc. Es decir, aprovechar la oportunidad de que el horario de trabajo del tianguis puede ser bastante flexible.

“...la mayoría de la gente que está en el tianguis es cómodo porque también tienes flexibilidad de hacer otras actividades, así como hay negocios que tienes que llegar muy temprano, sobre todo por el volumen que manejas, igual hay gente que llega pues como a las diez, dos de la tarde y a lo mejor tienen otra chamba, bueno yo he conocido gente que tiene chambas en las noches, en las tardes, y bueno, pues, es un complemento también...o sea, hay gente que chamba tempranísimo de las seis, como de seis a once ya lo que vendió, que si hay veces que si venden en esos horarios...” (Oscar, vendedor de bonetería).

Otra de las formas ineludibles en las que el comerciante de tianguis puede sostenerse en éste es cumpliendo con las disposiciones de la organización gremial correspondientes al pago de derechos por el uso del espacio y al apoyo en situaciones que así lo requieran

hacia el organismo que los representa. El comerciante está obligado a pagar, desde que ingresa al tianguis, una cuota semanal a la organización a través del Delegado, la cual es variable de acuerdo a las dimensiones de los puestos y del giro comercial ejercido. Así mismo para poder vender en el tianguis, tenga o no un lugar fijo para hacerlo, el comerciante tiene que emitir y pagar una credencial que lo asigna como miembro de la Asociación (la Federación Nacional de Comerciantes e Industriales en pequeño de la R.M. AC) la cual suele ser requerida, sorpresivamente, por el delegado como medida de control hacia los comerciantes, por lo cual éstos tienen que tenerla actualizada renovándola cada año. De igual forma, ya sea que se participe o no en las actividades que ocasionalmente realiza la asociación y que, en general, se restringen a actos de tipo religioso, el comerciante con antigüedad conoce la forma de interactuar con los representantes de la Organización con el objetivo de mantener con ellos una relación armoniosa a fin de evitar conflictos que redunden en sanciones como ser ‘descansados’ o que se les impida seguir utilizando el lugar. Así, quien logra establecer una relación estrecha con el delegado, tanto con el principal que es hijo del máximo líder –Felipe Serralde– como con los delegados auxiliares, que implica el ofrecimiento de obsequios o la invitación a consumir bebidas alcohólicas periódicamente, tiene la certeza de que tendrá el respaldo de la Organización cuando la requiera, y en caso contrario, cuando el comerciante expresa su malestar ante los requerimientos impuestos, o rechaza el maltrato de alguno de los delegados, su salida del tianguis puede ser inminente pues éstos comienzan a ejercer diversas formas de presión, desde cobros extraordinarios hasta la franca expulsión de la organización y, por ende, del tianguis, bajo amenazas de ejercer acciones de violencia en su contra si no acata la resolución de la asociación, hecho que ya le ha sucedido a una buena cantidad de vendedores.

“...el espacio te lo venden...y ni al caso pues ni que fuera de ellos...a mi Felipe (Serralde) me corrió porque me le puse cuando quiso cobrar, le dije: me vas a dar título de propiedad, te pago, si no no...y entonces caí de su gracia y tuve que salir del tianguis...hasta me amenazó...”
(Guadalupe, actualmente locataria de Mercado, antigua tianguista de *El Salado*)

En suma, todo lo anterior representa las condiciones necesarias que el tianguista tiene que encargarse de concretar y acatar con el objetivo de poder permanecer en el espacio de trabajo, para lo cual es de vital importancia la experiencia que logre obtener en el entorno laboral en el que se desarrolla que le permita saber desenvolverse, sobre todo contar con una capacidad de interacción social importante, y contar también con cierta capacidad de adaptación. Pero, para que el comerciante pueda ser capaz de adaptarse a

las circunstancias de trabajo y cumpla con las condiciones que la situación le impone para permanecer en él, existe una motivación mayor, además de lo puramente instrumental, que da lugar a la necesidad de cuidar su estancia en el tianguis: el sentido otorgado a su trabajo como un trabajo libre en el que puede realizar su labor de forma independiente y autónoma, lo cual es posible debido el margen de autocontrol que posee sobre su proceso de trabajo.

4.2 Proyectando la autonomía: Autocontrol y orden laboral consensado.

4.2.1 El autocontrol laboral relativo del comerciante.

Enmarcado por la complejidad que se ha expuesto hasta ahora con relación al trabajo de los tianguistas, como parte de su imaginario colectivo se representa su actividad como una ocupación libre e independiente. *Libre* por no estar sujeto, en apariencia, a la jornada, las formas de trabajo, el tipo de producto, etc., *Independiente*, debido a que no se encuentra bajo el mando de un patrón o directivo que le controle y condicione su trabajo como sucede en las relaciones de trabajo capitalistas con empleados y asalariados de las empresas formales, sino que la labor del tianguista se concibe por parte de éste como autoempleo o, en algunos casos, como una actividad *microempresarial*.

“...lo que más me agrada es la libertad, para mi cosas encerradas, o mas que otra cosa estar encerrado o tener alguien que me mande o alguien que me cuestione o que me presione, no, no va conmigo siempre ha sido así mi forma de pensar, de ser, que de algún modo aquí yo determine como trabajo, cómo le hago, qué cosa es lo que vendo, en ese sentido tengo una completa libertad para yo decidir, es parte de...la necesidad es una parte ¿no?, es la base para que vengas a trabajar pero es un área donde de algún modo a mi me deja decidir, no estoy a que nadie me mande, que nadie me diga, que nadie me cuestione lo que hago...” (Ramón, vendedor de ropa).

Y, aunque la concepción del tianguista sobre su trabajo diste en la realidad de ser completamente libre e independiente, en efecto, algunas de las características que persisten en ésta ocupación nos lleva a afirmar que, aunque no se encuentra al margen de procesos de control por parte de agentes externos, como se ha explicado, el comerciante sí posee algún grado de control o autocontrol sobre la labor que realiza, aunque éste sea más bien limitado.

Lo que denominamos como capacidad de *Autocontrol* del sujeto laboral, históricamente fue desplazada con el advenimiento de las formas modernas de producción, pues aquella era una de las principales características que, por ejemplo, mantuvieron los trabajadores artesanales de los siglos XVIII y mediados del XIX, lo cual representaba una expresión

del grado de calificación y del monopolio que tenían sobre el *saber hacer* en el trabajo que ejecutaban. Pero, este saber hacer del trabajador le fue despojado mediante un proceso de descalificación sufrido paulatinamente con el objetivo de desprenderlo finalmente de su capacidad de autonomía con respecto al capitalista y subsumirlo dentro de la estructura de relaciones sociales de producción netamente capitalistas (Braverman, 1984; Coriat, 2008).

Sin embargo, en este sentido es insoslayable dar cuenta que quienes también históricamente han poseído cierto nivel de autonomía y control sobre la ejecución de su labor son los vendedores callejeros, ambulantes o semifijos, que, por ejemplo, coexistieron en la Cd. de México conjuntamente con los trabajadores artesanos¹⁰⁵ (De Gortari, 1988; Pérez Toledo, 2002; 2011). En ambos casos hablamos, entonces, de trabajadores por cuenta propia que no dependían de un patrón al cual se subordinaran, y los cuales poseían un conjunto de habilidades y conocimientos necesarios para la ejecución de su trabajo. Por supuesto, que entre ambos existe una diferencia bastante marcada con relación al nivel de calificación entre uno y otro, propiciado entre otras cosas por la forma en que se desarrollaba el proceso de enseñanza-aprendizaje del oficio, que en el caso de los artesanos, conllevaba una formación a través de los años respetando la gradación sostenida disciplinadamente por los gremios.

Algunas de las características del trabajador artesano con relación a las condiciones de autonomía laboral que poseía, son en parte similares con respecto a los trabajadores autoempleados de la actualidad como son: la inexistencia de un patrón directo, la propiedad sobre sus medios e instrumentos de trabajo, insumos y productos, la posesión de una gama de conocimientos propios de su ocupación aunque, en este caso concreto, no se trata de un conocimiento heredado y resguardado celosamente por un gremio, como era la situación de los trabajadores artesanos, sino que más bien el *know how* del trabajador autoempleado, particularmente en nuestro caso en la comercialización callejera, es resultado de un aprendizaje cotidiano y gradual llevado a cabo dentro de su mundo del trabajo. Es decir, se trata de un sujeto laboral que al no estar inserto de forma directa a las estructuras productivas modernas del capitalismo posee un mayor grado de autocontrol con relación a la ejecución de su trabajo, aunque en un nivel macro si se

¹⁰⁵ Al respecto menciona la historiadora Sonia Pérez T.: "...en las últimas décadas del siglo XVIII la mayoría de la población urbana formó parte de los sectores o grupos populares vinculados con el mundo del trabajo. Estos grupos estaban integrados por un variado y heterogéneo conjunto de personas dedicadas a la producción artesanal y manufacturera, a la prestación de servicios personales (principalmente de tipo doméstico) o bien al comercio al menudeo realizado por hombres y mujeres en pequeños establecimientos o puestos móviles que, al igual que los talleres artesanales, se distribuían a lo largo y ancho del espacio urbano." (Pérez Toledo, 2011: 21).

encuentre articulado y forme parte de la cadena de comercialización y distribución mercantil de dicho sistema (Portes, 1995; Alarcón, 2008), por lo cual puede afirmarse que la independencia y autonomía contenidas en su imaginario colectivo se encuentran en realidad acotadas, lo cual no impide que el sujeto se conciba a sí mismo como un trabajador creativo y libre.

Dentro de los aspectos en el trabajo del tianguista en que éste posee un autocontrol relativo se encuentran, por ejemplo, la jornada laboral, las formas y medios de trabajo, la organización y división de tareas, el tipo de producto que se expende, la contratación o utilización de fuerza de trabajo adicional, la interacción social que conlleva el proceso de compra venta, los espacios y fuentes en los que se provee.

Con respecto a la Jornada laboral el comerciante posee cierto grado de control sobre su horario de trabajo pues no existe un control en este sentido por parte de la organización ni de la autoridad en términos fácticos no obstante de que, de acuerdo al Reglamento de mercados, la operación debe iniciar a las 7 de la mañana; empero, en El Salado hay comerciantes que comienzan la instalación de sus puestos fuera del horario estipulado. Por parte de la Organización, aunque ésta no sanciona a quien arribe al espacio después de la hora límite, para el momento en que los delegados hacen un primer recorrido buscando lugares vacíos para otorgarlos a los comerciantes que no cuentan con él, si el comerciante titular no se encuentra en su lugar asignado éste se le proporciona temporalmente a estos últimos. Es decir, hasta antes del primer recorrido el comerciante puede llegar a colocarse a cualquier hora, lo que puede expresar su capacidad de controlar el horario de ingreso, pero después de cierto rango de tiempo, el lugar es susceptible de ser ocupado por otra persona con la autorización del delegado. Aquí el control se encuentra, entonces, determinado temporalmente; en un periodo de tiempo le corresponde al comerciante pero hasta los límites establecidos por las normas de la Organización.

Asimismo, el horario de salida aunque también el Reglamento de mercados menciona que los puestos deben retirarse a las cinco de la tarde, la mayoría de comerciantes se comienzan a retirar entre las cuatro y seis de la tarde; hay un porcentaje menor que levanta sus puestos desde las dos de la tarde o incluso horas antes; pero también hay quienes recogen su puesto horas después de lo que estipula la norma. En ello, la Organización no establece un horario máximo para que los comerciantes permanezcan, el horario de salida es algo que establece y controla el comerciante en mayor medida que el de ingreso.

“...aquí tú te puedes ir a la hora que quieras, en eso no hay quien te diga no pues sales hasta tal hora ¿no?, o te quedas horas extras, aquí tú mismo decides hasta qué hora te vas, si ya vez que ya la hiciste con la venta pues igual te vas antes de lo que normalmente recoges, o si quieres te quedas un rato más ¿no? a ver que más se vende o a platicar con los compañeros...en esto nadie te dice qué es lo que tienes que hacer...” (Alfredo, vendedor de libros)

Por otro lado, los días de descanso y de vacaciones se encuentran sujetos a la decisión del comerciante, pues en este caso ni la organización ni la autoridad intervienen. Sin embargo, cuando un comerciante decide dejar de asistir al tianguis por una o dos semanas tiene que avisarle al delegado de su ausencia, pues de lo contrario, éste último puede suponer que el lugar se encuentra abandonado y, por ende, de que puede ser reasignado a otra persona. La limitación en ello radica, sin embargo, en que aunque la decisión de cuándo descansar la controla el tianguista, en realidad para llegar a ella está obligado a satisfacer en primer lugar diversas necesidades relacionadas con su trabajo y, sobre todo, con su propia economía; de esta forma, optar por tomarse unos días de descanso dependerá si en general ha tenido buenas ventas durante cierto periodo de tiempo, pero también si esos días no corresponden a una temporada en la que regularmente se incrementa el número de clientes como en fin de año, Semana Santa, o en las semanas previas al inicio del ciclo escolar.

“...difícilmente trabajando en el tianguis puedes agarrarte vacaciones porque lo que sale de aquí es para sobrevivir, uno va al día, y el día que por alguna razón no puedes venir al tianguis pus es un ingreso menos...entonces pensar en tomar unas vacaciones pus solamente que de plano te vaya muy bien, o que puedas encargarle tu puesto a alguien de mucha confianza ¿no?, de ahí en fuera la mayoría sólo descansa una o dos veces al año, sobre todo en año nuevo que es cuando también menos gente viene...” (Patricia, vendedora de tenis)

De esta forma, en los aspectos anteriores el comerciante, como es evidente, si tiene capacidad de control pero ésta no es absoluta sino que se encuentra *limitada* por diversos actores y situaciones que constriñen permanentemente lo que para el comerciante es significado como una práctica laboral libre; de ahí el sentido relativo del autocontrol. Aunque, por el hecho de que el sujeto lo conciba de esa forma es posible que construya un sentido positivo sobre su trabajo, por lo menos en la generalidad de los casos.

Con relación al autocontrol sobre las fuentes para proveerse, los comerciantes del Tianguis el Salado consiguen su mercancía de diversas formas y en una heterogeneidad de fuentes de abasto. En este ámbito la organización no interviene para definir o controlar dónde y con quien se provee el tianguista, aunque alguna relación puede tener con los proveedores que llegan al tianguis semanalmente con mercancía robada o de

dudosa procedencia, pues son transportes muy amplios con una gran cantidad de mercancía, la cual es rematada a los comerciantes que asisten desde las tres o cuatro de la mañana a proveerse de ella para después revenderla en la jornada normal de trabajo. Es decir, para que los responsables de proveer las mercancías cada semana no sean obstaculizados por la autoridad es porque, tanto ésta como la organización que tiene conocimiento de su presencia, permiten que dicha operación se realice libremente, aunque favoreciendo a ciertos grupos únicamente. Así, si bien la organización no interviene en el proceso para proveerse por parte del comerciante, por ejemplo, obligándole a consumir a ciertos proveedores, si interviene para que los proveedores que lleguen al tianguis sean de un grupo en particular y no de otro, es decir, más que controlar dicho proceso favorecen que se dé bajo ciertas condiciones y con una red de proveedores específica.

En general, los comerciantes por sí mismos deciden dónde proveerse dependiendo el tipo de mercancía que comercialicen, guardando como un secreto aquellos lugares donde ha logrado obtener buen precio y buena mercancía, la de moda o más demandada, para evitar que algún otro comerciante acuda al mismo lugar. Con ello, el tianguista demuestra cierta actitud de competencia e individualismo, pues al actuar de esa forma busca un interés particular en menoscabo del gremio.

“...para surtirte uno de mercancía, pus, tiene uno que ver dónde sale más barato o dónde te venden lo que está de moda, de tal forma que lo que vendes salga rápido y no se te quede... por eso tiene uno que buscarle para encontrar proveedores que te den las cosas a buen precio, y claro, si ves que te conviene pues no le platicas a nadie dónde te surtes porque, pus, es parte de la competencia ¿no? tienes que sacar ventaja de algún modo de los demás porque si no el que se chinga eres tú...” (Alfonso, vendedor de playeras)

Los espacios donde el comerciante se provee son diversos, pero el control de este proceso recae absolutamente en el comerciante para lo cual utiliza su experiencia y conocimiento de los centros de comercialización que más le benefician así como su capital social de las redes de proveedores, que le permitan obtener un costo más económico, pero también para que pueda ser sujeto de un crédito, o se pueda proveer de la mercancía novedosa. Saber donde proveerse implica, entonces, el desarrollo de la habilidad para hacerlo y la acumulación de cierto conocimiento de los lugares para surtirse y del propio producto que comercializa para poder proyectar el nivel de consumo por parte del cliente, así como el gusto genérico de su clientela por cierto tipo de productos y sus particulares necesidades de consumo. En este sentido puede afirmarse que la capacidad de controlar los insumos necesarios para realizar su trabajo,

se debe a la gama de conocimientos adquiridos en él, pues la diferencia entre un comerciante que se encuentra sujeto a una sola red de proveedores y aquél que ha logrado desarrollar la habilidad para diversificar sus fuentes de abastecimiento radica, justamente, en el mayor conocimiento y experiencia sobre el oficio de éste último. El control de los insumos, por tanto, siendo mayor que en otros aspectos depende del grado de sapiencia laboral del comerciante, desarrollado a lo largo del tiempo en la ocupación.

“...parte de lo que tienes que ir aprendiendo es cómo hacerle para conseguir la mercancía más barata porque sólo así puedes sacarle un poquito más, y es algo que nos conviene como vendedores...y de eso sólo te vas dando cuenta con el tiempo y buscándole, en uno y otro lado, preguntando y así...hasta que al fin encuentras un buen lugar dónde comprar tus cosas, pero cuando apenas empieza uno te da igual, ya después te das cuenta de que mientras más barato consigas la *merca* más ganancia te queda ¿no?...” (Arturo, vendedor de pantalones)

Por otro lado, el comerciante está en posibilidades de elegir voluntariamente el tipo de producto que desea comercializar, si acaso la organización interviene a través del delegado para ‘sugerirle’ al vendedor algún producto alternativo por la saturación en el tianguis de aquél que desea vender. Sin embargo, la elección de qué producto vender depende del comerciante en su totalidad aunque, en efecto, se encuentre restringido por diversas situaciones estructurales que escapan a su sola voluntad, como lo es: el mercado del producto (oferta y demanda de cierto tipo de productos), la capacidad económica para invertir en determinados productos y lo realmente posible de conseguir para vender, las habilidades y conocimientos en cuanto al giro comercial que se pretende establecer, el contar con redes de comercialización o de proveedores, y la propia saturación del producto en el tianguis que implicaría una mayor o menor competencia y, por ende, la posibilidad de tener buenas ventas y ganancias.

“...aquí, lo que se tiene controlado son sobre todo los giros como son las carnes, eh...por ejemplo de carne de puerco tengo derecho a dos, de carne de res a dos, de carne de pollo a dos y finalmente como son giros ...este...que se echan a perder con mucha facilidad no nos podemos exceder, entonces, por eso está controlado, en caso del queso está controlado, en caso del pescado está controlado, pero los demás todavía hay chance de que pudieran seguir vendiendo cualquier cosa...” (Víctor, auxiliar del Delgado)

Por su parte, las condiciones de trabajo son también controladas en lo general por el comerciante, sobre todo en lo que respecta a la capacidad para adecuarlas a sus propios requerimientos, que es en donde encontramos la parte flexible del proceso de trabajo. En este ámbito no interviene ni la autoridad ni la organización gremial, generándose por parte del comerciante de dos formas: el autocontrol sobre el trabajo, cuando él es el encargado directo y su familia; pero también, una forma de control laboral sobre el comerciante que se encuentra en un estatus de empleado, o *chalán*: las condiciones de

trabajo del empleado sí son controladas por el empleador. De inicio no existe un contrato de trabajo de por medio, la relación de trabajo se genera de manera verbal, prácticamente en todos los casos. Verbalmente se ‘acuerda’, o en realidad se impone, el sueldo, la jornada de trabajo, los días de trabajo, las funciones a realizar, los días de descanso. El sueldo suele establecerse de dos formas: una es estableciendo un sueldo fijo, que regularmente no rebasa los dos salarios mínimos al día, es decir, alrededor de 100 pesos por día trabajado; y otra es pagando el sueldo de acuerdo a lo obtenido el día de la venta, o sea, una suerte de pago por comisión la cual puede representar de 2 hasta 4 salarios mínimos al día, o sea, de 200 a 300 pesos. Este último caso ocurre sobre todo en los empleados de puestos de amplias dimensiones en giros comerciales específicos como alimentos, ropa usada, calzado. En éstos, dada la amplitud del puesto, la magnitud de mercancía, y la alta demanda de parte de la gente, se hace necesaria la presencia de un mayor número de trabajadores. En el caso de los puestos de alimentos los empleados cumplen con sus funciones de acuerdo con una división simple del trabajo donde a cada uno se le encargan tareas específicas que tiene que cumplir durante la jornada de trabajo, aunque generalmente, tanto en el momento de colocar el puesto como al momento de levantarlo todos los empleados intervienen por igual para ejecutar tal acción. Una situación similar se da en los empleados que laboran en puestos de ropa de segunda mano o de muebles, los cuales pueden tener una dimensión de 10 hasta 20 mts.; la actividad principal de los auxiliares, además de armar el puesto y organizar la mercancía, es gritar frenéticamente durante toda la jornada de venta para atraer la atención de la clientela y resolver sus dudas en cuanto el costo y calidad de los productos, quedando la actividad de cobrar, administrar y, en general, llevar el control sobre el trabajo al encargado del puesto.

El encargado o dueño del puesto es quien finalmente enseña e impone al empleado las actividades que tiene que realizar, quien sobre la marcha entiende y aprende la dinámica de trabajo. El método de enseñanza aprendizaje se basa en una explicación sencilla y rápida dentro del mismo espacio de venta y de acuerdo a las necesidades del propio trabajo; cuando un empleado o comerciante nuevo ha logrado adquirir experiencia y conocimiento sobre la forma de trabajo y el ambiente que le rodea, tanto en lo referente a la interacción con la clientela como en las actividades de colocación y levantamiento del puesto, así como la organización previa y posterior a la jornada normal en el tianguis, adicionalmente a ganarse el respeto de sus compañeros de trabajo, está en

posibilidades de promover y establecer su propio puesto, pues su antigüedad en el trabajo les permite optar por esta decisión.

“...primero yo trabajé con otros tianguistas, uno que vendía fruta, otro que vendía cosméticos, otro de uniformes, pus así, yo fui juntando y fui viendo que si se le ganaba y cómo trabajar aquí, cómo tratar a la gente, cómo darle el precio, dónde surtirme, y ya después puse mi puesto con el dinero que junté, puse un puesto de calcetín y gorritos...” (Margarita, vendedora de ropa interior)

A diferencia de esto último, mientras el empleado se mantenga en el proceso de aprendizaje, y asume una actitud conformista y pasiva, puede permanecer en sus funciones de forma subordinada por cierto periodo de tiempo, sin ningún interés por ‘independizarse’.

Lo anterior puede suponer un carácter contradictorio dentro de lo que hemos denominado como capacidad de autocontrol del tianguista sobre su trabajo, pues si bien éste es capaz de tener un margen de posibilidades para actuar de forma autónoma, en el caso de quienes hacen uso de fuerza de trabajo adicional pueden generarse procesos de explotación y de control autoritario por parte del comerciante cuentapropista al encontrarse al margen del mínimo espectro jurídico sobre el trabajo, conduciendo la relación laboral al margen de la legalidad y con todas las ventajas para él en detrimento del personal a quien contrata.

En esta situación, entonces, existe una ambivalencia de la ocupación, pues si bien en ésta pueden existir las condiciones para generar cierta capacidad de autonomía en el autoempleado, también se propicia un contexto en el que el trabajador con mayor desventaja, el trabajador contratado, sea sujeto de abusos por parte de quien funge como patrón, tal y como se ha señalado en otros estudios similares¹⁰⁶ (Lomnitz, 1977; Birkbeck, 1979; Portes, 1995).

4.2.2 Mecanismos de autocontrol colectivo.

Los tianguistas de El Salado como colectividad llevan a cabo diversas prácticas de control sobre aspectos que implican su actividad laboral. En primer lugar, de manera independiente a la intervención directa del Delegado de la Organización, los comerciantes de forma casi espontánea participan en la vigilancia sobre los espacios de

¹⁰⁶ Tal y como lo expone Portes: “En el Sector Informal (...) la contratación y el despido se efectúan verbalmente en base a acuerdos formulados vagamente. Los trabajadores no están protegidos por leyes laborales en cuanto a horas, salarios mínimos, accidentes, enfermedades y retiros. Las condiciones de trabajo y las obligaciones pueden cambiar, y el monto y periodo de pago de los salarios son con frecuencia impredecibles. Estas condiciones de producción son obviamente ventajosas para los patronos, ya que les permite obtener más trabajo por menos costo con relativa impunidad” (Portes, 1995: 32)

venta con el objetivo de evitar la instalación de personas ajenas o desconocidas. La forma en que esta vigilancia y control sobre los espacios se lleva a cabo es mediante la atención constante que ejercen los propios vendedores hacia los puestos de trabajo cercanos entre sí debido a que en cierta área del espacio del tianguis cada comerciante puede interactuar con otros compañeros lo que hace posible que tengan el conocimiento de quiénes son los titulares de cada puesto contiguo, siendo por ello que la presencia de alguien desconocido y no respaldado por el Delegado es notoria inmediatamente. Esta forma de vigilancia colectiva que implica una organización de índole celular, a través de pequeños grupos de comerciantes que son más afines entre sí, se repite a lo largo del tianguis de tal forma que prácticamente en todo el espacio que es ocupado por él se genera este tipo de vigilancia y control sobre los espacios de venta, y ello sin la intervención directa de la Organización.

Por otro lado, la colectividad de comerciantes también ejerce cierta forma de autocontrol en lo que respecta a la asistencia de los compañeros. Las inasistencias reiteradas de parte de algún vendedor pueden ser motivo de atención y desconfianza de parte de sus compañeros con quienes mantiene una relación social más estrecha, sobre todo porque la posible salida del tianguis de un tianguista, al cual ya se conoce, genera incertidumbre a la comunidad por el arribo de vendedores nuevos de los que se carece cualquier información. Debido a esto, la colectividad ejerce cierta presión sobre el faltista para que cuide su lugar en el tianguis, o en su caso, se le solicita que informe oportunamente si piensa abandonar su lugar para que pueda ser ocupado por un compañero o familiar con lo que se garantice que sea utilizado por alguien de confianza. En esta práctica va implícito el objetivo de resguardar y mantener con cierto margen de seguridad el espacio de trabajo, aunque no se puede soslayar que también puede implicar el intento de parte de algunos comerciantes por monopolizar espacios con el objeto de deshacerse de su posible competencia.

Otro aspecto importante es aquél que corresponde al control sobre el costo de los productos, sobre todo en comerciantes que venden el mismo tipo de mercancía, que en el caso de El Salado es algo bastante recurrente debido a la enorme saturación comercial de cierto tipo de productos. Así, aunque no es posible restringir el grado de competencia comercial, situación que le corresponde a la Organización para evitar afectar el ingreso económico de sus agremiados y posibles conflictos de carácter personal entre vendedores que comercializan el mismo producto, los comerciantes intentan ejercer un control sobre el costo mínimo de la mercancía con el fin de inhibir una competencia

desleal que consistiría en bajar el precio motivando que la clientela solamente le consuma a quien realice esta acción pero en perjuicio de sus colegas que expenden productos similares. De esta forma, se llega a establecer un consenso entre los comerciantes del mismo giro comercial, sobre todo los que se encuentran más cercanos entre sí, para definir un costo mínimo, por bajo del cual se comprometen, moralmente, a no venderlos. Dicho consenso en la mayoría de las veces se da de manera espontánea e implícita, pues difícilmente se reúnen entre sí para fijar el precio sino que esto se hace considerando un sentido de reciprocidad que, sin embargo, no inhibe las prácticas desleales de algunos de los comerciantes, aún cuando si exista una sanción también ejercida por costumbre como es el señalar al comerciante que infringió la regla y aislarlo socialmente, lo que implica que cuando aquél necesita algún tipo de favor los demás comerciantes se lo niegan.

“...todos los comerciantes que venden lo mismo saben cuánto le ganan, entonces si llega alguien y dice yo le quiero vender más entonces le voy a ganar menos entonces empieza la competencia, que tendría que ser normal ¿no?, el que de el mejor precio pues es el que se tendría que quedar con los clientes, pero, en ese círculo no es así, sino tu tienes que tener cierta ganancia o más bien tienes derecho a tener esa ganancia, si te vas pa’riba pues no vas a vender, pero si te vas pa’bajo entonces eres mala onda, o eres...no les dices desleal sino que es mala onda, porque quieres quitarle los clientes, te dicen que eres hambreado, es decir, hay un estándar en el precio...” (Miguel, vendedor de chamarras)

Las prácticas de autocontrol colectivo señaladas anteriormente se han ido construyendo con base en la experiencia en el trabajo dentro del contexto particular en el que se inserta el tianguis y dentro de un proceso de interacción cotidiana entre la comunidad laboral, siendo posible sobre todo porque la Organización difícilmente interviene en estos aspectos más particulares pero de importancia crucial para el gremio pues implica mantener el control sobre el grado de seguridad dentro del espacio laboral.

“...hay un buen de cosas que uno va aprendiendo... que se tienen o que no se tienen que hacer aquí dentro del tianguis o con los compañeros ¿no?, son como una costumbre que de algún modo tenemos que cumplir para que llevar la fiesta en paz, y no tener broncas...por ejemplo, manejar un mismo precio de la mercancía que vendemos, no subírnos ni bajárnos tanto, aquí entre los vecinos pues ayudarnos como cuando alguno necesitamos cambiar un billete, o si tenemos que ir a la baño pues le pedimos al compañero que le eche un ojo al puesto, o que deje amarrar mi lazo de su puesto, no estar tan cerrados ¿no? sino tratar de convivir o al menos de platicar de vez en cuando, eso es lo padre de aquí...” (Arturo, vendedor de pantalones)

Por ello, un aspecto en el que los comerciantes fijos del tianguis pretenden mantener un control lo más estricto posible es sobre los lugares que se desocupan o que están en venta, pues la información sobre la oferta de algún lugar solamente la posee la gente más cercana al comerciante que piensa traspasar su puesto, es decir se conforma una red

social cerrada a la que solamente personas de confianza pueden tener acceso siendo éste uno de los requisitos indispensables para insertarse en el tianguis sin generar desconfianza en los tianguistas ya instalados.

De hecho, las prácticas de control colectivo señaladas anteriormente forman parte de un código de ética laboral implícito para el gremio, por lo menos en el que se encuentra representado en el tianguis de El Salado.

4.2.3 El conjunto de reglas implícitas dentro del espacio de comercialización: costumbres y *código de ética laboral* en el quehacer laboral del tianguista.

De forma paralela a la reglamentación legalmente instituida por la autoridad y las reglas emitidas por la Organización gremial, coexisten reglas no escritas que son generadas, vertidas y aprehendidas en base a su uso cotidiano por parte de los múltiples protagonistas que interactúan en los espacios públicos ocupados como espacios sociales de trabajo. Diversos autores que han estudiado el fenómeno del comercio en las calles (Cortés, 1990; Zamorano, 2005; Bonnafé, 2005), agrupado en torno a lo que se concibe como trabajo informal, han recalcado la supuesta falta de regulaciones y normas en esta actividad, sobre todo con respecto a la utilización del espacio público, asumiendo así propuestas que tienden a generar regulaciones estrictas que más que favorecer o mejorar las condiciones de trabajo de los comerciantes en vía pública apuestan a criminalizar su ocupación como una forma de inhibir su imparable crecimiento. Lo anterior porque parten de la hipótesis de que dicha actividad laboral está sujeta, precisamente, en un caos que es disfuncional para la dinámica del territorio urbano. No obstante, esta perspectiva soslaya la existencia de toda una estructura normativa que, en efecto, existe y que orienta el quehacer laboral y las relaciones sociales que se establecen dentro del entorno de los espacios de comercialización popular como son los tianguis y que conllevan el objetivo tácito de mantener un orden al interior del espacio de trabajo. El cumplimiento y sanción del conjunto de reglas no escritas entre los sujetos que laboran en el tianguis, si bien no se encuentran respaldadas por la validación institucional, y en ese sentido sean consideradas por la propia autoridad como ilegales o extralegales, esto no impide que sean funcionales y operen recurrentemente dentro de la dinámica de trabajo de los comerciantes, ante todo si se parte del hecho de que al ser generadas, reproducidas y reconocidas por los propios sujetos, es decir consensadas, y no

provenzan en general de un acto impuesto son más fácilmente aceptadas y acatadas, representando una forma de convención social con el fin, decíamos, de mantener un orden por el bien de la colectividad de la que se forma parte. Relacionado a lo anterior North manifiesta que, "las limitaciones informales... son mucho más resistentes o impenetrables a las políticas deliberadas", es decir que las reglas no escritas son mucho más resistentes que las reglas instituidas por el orden jurídico (North, 1990).

Por ello, la falta de reconocimiento por parte de la autoridad de las reglas de uso común no implica que éstas sean ilegítimas e inoperantes, más aún cuando las únicas normas que si son sancionadas por la colectividad son justamente las que no están escritas y, contrariamente, aquellas que se deberían jurídicamente acatar simplemente son soslayadas por las propias instancias que tendrían que encargarse de vigilar y sancionar su cumplimiento, como se mostró anteriormente.

Todo lo cual implica que, aún sin reconocimiento legal, las reglas no escritas no dejan por ello de cumplir la función de toda regla, esto es, proporcionar a los sujetos una estructura normativa en y para su interacción que delimite la forma en que se tendrán que desenvolver con relación a los demás, aún cuando, en el caso de las reglas no formales, no contengan un carácter universal y se circunscriban al grupo social de donde surgen. De esta manera, las reglas que se expresan dentro de la dinámica laboral y relacional de los trabajadores de tianguis tienen la característica de ser no escritas, sino son reglas "creadas, comunicadas y reforzadas fuera de los canales públicos y usualmente fuera del ojo público" (Helmke y Levitsky, 2004: 731). Es decir, se trata de reglas que "proviene de información transmitida socialmente y son parte de la herencia que llamamos cultura" (North, 1990:55).

Dichas reglas no escritas no son equiparables a los actos hechos por costumbre o las rutinas ya que aquellas no sólo restringen conductas sino que además sancionan los actos no aprobados socialmente. Esto es, son reglas que "deben responder a una orientación definida y su violación debe generar algún tipo de sanción externa" (Helmke y Levitsky, 2004:727).

Por último, el conjunto de reglas no escritas tiene como rasgo imperativo el expresarse de manera codificada con el objetivo, hasta cierto punto no completamente racional de los sujetos, de permitir la comprensión del carácter restrictivo y sancionable de actos no aprobados colectivamente de forma inmediata.

De esta manera, las regulaciones de carácter jurídico han sido sustituidas en la práctica tanto por las reglas impuestas por la organización gremial como por el conjunto de normas no escritas que, como se ha argumentado, también representan medidas restrictivas en la actividad del tianguista, aunque asumiendo la característica más que de un reglamento de un especie de *código de ética laboral* del tianguista, es decir, más que como prohibiciones normativas se consideran principios que se deben de llevar entre el gremio de manera solidaria y recíproca para el beneficio colectivo.

En general, el comerciante desconoce la reglamentación establecida por la autoridad para la operación del tianguis debido a su falta de difusión por parte, tanto de la autoridad como de la Organización de comerciantes. La Organización formalmente está obligada a informarle a cada tianguista sobre las normas vigentes, aunque de hecho no ocurre así; de tal forma que, cuando los comerciantes acatan algunas de las reglas establecidas legalmente, lo hacen no por el conocimiento que se tenga de ellas sino porque son comunes a otros espacios de convivencia social en los cuales interactúan.

No obstante, aunque haya un desconocimiento específico del reglamento, el sentido común del comerciante le hace inferir que diversas prácticas llevadas a cabo por ellos en su dinámica laboral se encuentran al margen de la ley y son pueden ser sancionadas por ella.

“...nosotros sabemos que para trabajar en el tianguis tenemos que hacer a un lado la ley, porque de otra forma muchos ni siquiera estaríamos aquí, o no venderíamos lo que vendemos, o no estacionaríamos nuestros carros sobre la avenida ¿no?, entonces no es que no sepamos sino que nos hacemos de la vista gorda para poder trabajar, pero igual lo hace el delegado y el mismo gobierno....y no sólo aquí sino en todos lados ¿no?...” (Don Arturo, vendedor de pantalones)

Así, si bien la idea de incumplimiento e infracción de la ley existe, la costumbre arraigada de la falta de autoridad les motiva a continuar con sus mismas formas de trabajo. Por ello, en algunos comerciantes prevalece el sentir de que es inminente la intervención directa de la autoridad para hacer cumplir las normas en el tianguis, aún cuando consideran que existe una relación de connivencia entre el delegado del tianguis y la autoridad.

La configuración subjetiva construida en torno a la falta de cumplimiento de las reglas responde a la generación de *emociones* y *sentimientos* como la angustia, el temor a la confiscación de su mercancía, la incertidumbre generada por la idea de que de un

momento a otro la autoridad intervendrá, alimentado esto por un razonamiento por analogía considerando la experiencia reciente de operativos policíacos en otros espacios, el *razonamiento pragmático utilitario* de aprovechar el momento mientras sea posible, es decir, aprovechar la situación de falta de supervisión y acatamiento de las normas por parte de la autoridad para obtener un beneficio aunque sea sólo temporal e inmediato, sin considerar el largo plazo; *razonamientos de tipo moral*: por ejemplo, a quienes no cumplen se les considera deshonestos, o bien se les justifica aduciendo a que, en el caso de quienes venden piratería o mercancía robada, es la única forma de obtener un ingreso: aplicando el *razonamiento instrumental* de 'el fin justifica los medios'.

“...los que venden piratería como son las películas, los compactos pues no tienen otra fuente de trabajo y lo único que queda pues es vender esa mercancía porque es más barata no se le invierte tanto...” (Margarita, vendedora de ropa)

Lo anterior, propicia que el comerciante signifique parcialmente a su trabajo como un trabajo subsumido en un ambiente de inseguridad, violento, sin expectativas positivas para el futuro. Lo cual se cruza dentro de un proceso de significación contradictorio con las nociones sobre su trabajo de ser una actividad libre y que les dota de independencia. Es decir, dentro de la configuración subjetiva de índole negativa que bien podría limitar el proceso de identificación de los comerciantes con la ocupación, sobresale una concepción que, en realidad, la refuerza y que, aunque revestida de incertidumbre, genera expectativas favorables para continuar desarrollando su trabajo como tianguista. El observar la falta de certidumbre y la inseguridad en su trabajo como ámbitos del mismo que tienen que sobrellevarse, le permite al comerciante asumirse como dotado de una capacidad no igualada por otros para sortear dichas dificultades; entonces, asumir el riesgo y enfrentar el temor que genera un ambiente laboral violento son características fundamentales que permean la identidad de los comerciantes del tianguis el Salado, una, al otorgarle un sentido de desafío a la realización del trabajo, por lo menos en lo que respecta a este particular espacio, y otra, en los casos en que dicho desafío ha sido exitoso, el trabajador significa su práctica laboral como *chingona*, o sea, como una práctica inteligente, temeraria y capaz, en suma, que supo enfrentar el desafío de trabajar en ese espacio particular con éxito.

El incumplimiento de las normas legales al ser algo que prevalece en la generalidad de los comerciantes que asisten a vender al tianguis, no es considerado como algo excepcional sino como algo común que les convierte a todos en cómplices de sus

propias prácticas, aún de aquellos que suelen desarrollar su dinámica de trabajo de una manera ordenada y cumpliendo en lo general con los requerimientos mínimos que establece la autoridad, pues el hecho de saber que sus compañeros realizan su trabajo llevando a cabo actividades no permitidas por la autoridad y soslayarlo por considerar que de esa manera no se mantiene al margen de problemas futuros, implica compartir una misma forma de realizar su trabajo y, ante la autoridad, refuerza el sentido de pertenencia colectiva pues se propicia cierta forma de solidaridad al abstenerse de denunciar a sus compañeros, o sea, una solidaridad basada en la complicidad entre la comunidad laboral. En este caso concreto, la idea de comunidad se refuerza tomando como fundamento la contraposición de la autoridad; la autoridad representa en este caso la fuerza coercitiva, *el enemigo*, que se intentará sobreponer al conjunto de tianguistas, controlando, requisitando y sancionando al trabajador del tianguis, argumento que se construye por analogía de lo acontecido, por ejemplo, a los comerciantes del Centro Histórico; por ello, denunciar es traicionar y hacerle el juego a quien es contrario a los intereses del comerciante ‘informal’, a quien aplica la ley solamente a los ‘jodidos’, es decir, discrecionalmente; con lo cual, como se ha venido señalando, se expresa una identidad colectiva basada en un sentido de victimización. Así, el silencio y la complicidad son prácticas que tienden a concretar cierto sentido de pertenencia gremial con relación a quien asumen como contrario, en este caso, el gobierno capitalino.

“...en el centro ya ve que pusieron unas plazas en las que no se vende nada, el gobierno solo ve para él y los ricos, pa’ los jodidos puro palo, por eso a lo mejor algunos hacen aquí mal las cosas, venden cosas que no deberían, pero denunciarlos es hacerle un favor al gobierno para que nos venga a quitar ¿no?, mejor así cada quien que le haga como pueda...” (Fidelia, vendedora de bonetería)

En suma, lo que se ha pretendido exponer aquí es que la dinámica laboral del tianguista, pese a la falta de cumplimiento de la normatividad vigente, no transcurre en un ambiente de caos y desorden sin una estructura que restrinja sus prácticas, pues como ya se menciona el papel de la Organización es importante aunque en general asuma una posición permisiva con sus afiliados.

Y, paralelamente, los comerciantes ejercen mecanismos de autoregulación que son utilizados cotidianamente para otorgar cierto orden a su trabajo y sancionar, de diversas maneras, a quien desea sacar provecho de la situación existente dentro del espacio del tianguis. Así, se han generado diversas disposiciones por parte de los propios comerciantes para restringir acciones que intenten subvertir la situación dada en la que

ellos han construido temporal y espacialmente su dinámica de trabajo, entre estas se encuentran, por ejemplo: a) mantener dentro de la red social vinculada con los tianguistas información sobre los lugares que pudieran estar disponibles para que solamente alguien cercano a ellos se inserte, de tal forma que se evite, en la medida de lo posible, la incorporación de personas ajenas que puedan representar un peligro para la seguridad del tianguis; b) establecer un precio promedio en productos similares como un convenio tácito entre los comerciantes para no fomentar la competencia desleal; c) ofrecer un *precio justo* a los compañeros del tianguis cuando consumen algún producto, e incluso practicar el trueque entre ellos; d) ser solidarios con los compañeros en diversas situaciones durante la jornada de trabajo como cuando se requiere cambiar un billete por monedas, apoyar en la instalación del puesto, apoyar en la vigilancia del lugar mientras el compañero se ausenta, apoyar prestándole herramientas de trabajo cuando se requiera y sea posible.

“... si llega otra personas que no conozco, y o sea, que está vendiendo ese producto, pero no lo conozco yo, no lo dejo vender. Una, porque no sé qué calidad de producto trae, porque hasta eso debes vender ora si que calidad y buen precio, porque mira si llegas, si llega alguien, y no está la mercancía y la empieza a vender y la da un poco más cara, quema el producto, y aparte de eso, los clientes se van, y ya no te compran” (David, vendedor de gorras y mochilas).

La obligatoriedad de estos códigos no escritos es de tipo moral, pues nadie está obligado a acatarlos, más bien se ejercen por un sentimiento generalizado de solidaridad y reciprocidad.

“...es un código que no está escrito, tampoco los clientes lo saben, pero te das cuenta sobre todo de los que están cerca, digamos de aquí a una cuadra son los que todos se conocen y si venden lo mismo que tu pus te dicen ya sabes que son a 10 pesos las películas, por ejemplo, y si las vendes mas baratas pus empiezan a decirte que eres un hambreado, que eres mala onda, y te tratan de segregarse y si tienes el poder suficiente te mantienes, y sino, como dicen, pus te *abren*, te van relegando, o permaneces ahí pero no eres el *bien querido...*” (Miguel, vendedor de Chamarras)

En los casos de comerciantes en donde prevalece el individualismo, y un sentimiento de envidia, por lo cual suelen soslayar el cumplimiento de las reglas establecidas por la comunidad de vendedores, las sanciones de parte del grupo que si intenta cumplirlas conllevan un objetivo de aislamiento social de aquel que no las acata: el señalamiento, los rumores en contra del colega, la abstención del apoyo hacia el comerciante de parte de sus compañeros; restringir cualquier tipo de comunicación con él; incluso el acoso constante con el fin de hacerlo ejercer en él alguna forma de presión.

5. Sentido y práctica religiosa como referente de identidad colectiva en el vendedor de tianguis.

Un aspecto que refuerza de algún modo el sentido de solidaridad e identificación colectiva, al menos para una porción de los comerciantes de El Salado, es la persistencia de prácticas de religiosidad popular dentro del entorno de trabajo.

El espacio de trabajo es, sin duda, uno de los centros en donde está presente de forma recurrente la creencia y práctica religiosa. Tanto en espacios cerrados, como las fábricas, o abiertos, como el trabajo en el sector servicios, existe la presencia de imágenes, símbolos, rituales que hacen referencia a lo sagrado y que cumplen la función de mantener la estabilidad y la seguridad ontológica de los sujetos, así como compensar la problemática inherente a los procesos de trabajo, es decir, una forma de darle sentido a su práctica laboral ante las condiciones en las que se desenvuelve: desde el propio esfuerzo físico hasta la falta de una remuneración adecuada o los problemas personales con los compañeros de trabajo o con la jerarquía. La forma en que se expresa la religiosidad de múltiples trabajadores da cuenta finalmente del contexto social, y en este caso laboral, en el cual se encuentran. Como se ha mencionado, la práctica religiosa al asociarse con el tipo de problemática inmediata vivida por los sujetos se puede hacer más o menos intensa o recurrente. Regularmente, para la gran población trabajadora, específicamente la que desarrolla su labor en ocupaciones no clásicas como vendedores ambulantes, comerciantes de tianguis, artesanos, etc., las condiciones de vida y de trabajo son extremadamente más difíciles que para alguien que al encontrarse en un empleo establecido cuenta con prestaciones, salario estable, etc.; de tal forma que sus necesidades espirituales y religiosas también aumentan, siendo la práctica de diferentes actividades de índole sagrado una constante en su vida cotidiana como una de las formas recurrentes en las que el trabajador construye un sentido positivo sobre la actividad que realiza, ya sea porque el sentido construido desde el aspecto religioso compensa la realidad precaria experimentada, o bien, porque le proporciona expectativas favorables basadas en la creencia de lo supranatural. Asimismo porque a través de esta práctica puede estrechar los lazos sociales con la comunidad laboral que comparte sus mismas creencias, lo cual sin duda es uno de los referentes más importantes en la generación de la identidad colectiva del tianguista.

En los vendedores callejeros de tianguis, por ejemplo, las prácticas religiosas las podemos encontrar en el mismo espacio de trabajo en donde estos trabajadores utilizan diversos símbolos como la colocación de imágenes de *santos*, *Virgenes*, con el objetivo

de ser favorecidos por la divinidad en la venta del día, situación que lleva implícita una concepción religiosa –principalmente católica- del trabajo como *sacrificio*, por lo cual es necesario el auxilio de lo divino.

La gran mayoría de los tianguistas en El Salado profesan la religión católica, aunque también hay un número importante de comerciantes que practican otras religiones sobre todo protestantes, en particular de la Iglesia Mormona, evangelista, y cristiana. Hay un sector de comerciantes que han sido fuertemente influidos por la práctica de la devoción a la *Santa Muerte* y, aunque se asumen como católicos, no llevan a cabo más culto que hacia esta imagen.

Los tianguistas que se asumen como católicos manifiestan una devoción importante hacia su religión, expresado en la realización de diversas prácticas religiosas de carácter popular, es decir, no las prácticas del catolicismo como institución sino diversos actos y ritos que, aún no siendo reconocidos por la iglesia católica, quienes la profesan los interpretan como parte de la liturgia religiosa. Sin embargo, la práctica de la religión o, mejor dicho, de la *religiosidad popular* puede considerarse como,

“manifestaciones colectivas que expresan las necesidades las angustias, las esperanzas y los anhelos que no encuentran respuesta adecuada en la religión oficial” (Parker, 1993: 61)

Dentro de la religiosidad popular hay una fuerte inclinación al ritualismo, la devoción a los santos y la plegaria como formas de contacto con lo divino y cuya función principal es expresar alguna petición para resolver los problemas cotidianos de la vida mundana. Pero, esto sobre todo corresponde a formas de practicar la religiosidad propia del catolicismo popular, el cual se expresa de una manera muy recurrente dentro de espacios laborales y de interacción social como son los tianguis.

De esta manera, la religión se encuentra permeando la actividad laboral del tianguista antes, durante y posteriormente a la jornada de trabajo, pero es en la ejecución del trabajo en donde se expresa más devotamente con el objetivo de gozar de protección divina ante las dificultades que se le planteen en el desarrollo de la ocupación, debido a que la religión opera como una especie de superación simbólica de sus problemas, para lo cual la divinidad es omnipresente y todopoderosa.

Dicha devoción la ejerce el comerciante, concretamente, llevando a cabo diversas prácticas de carácter religioso y realizando distintos ritos que se enfocan a tratar de asegurar éxito en la actividad laboral durante la jornada de trabajo, en los cambios de ciclo anual, y en general durante su trabajo cotidiano. En casos específicos dicha devoción se expresa también en la utilización de diversos objetos con una supuesta

protección divina por haber sido bendecidos en actos religiosos como algún tipo de joyería o en la utilización del cuerpo para plasmar símbolos religiosos, siendo aquellos comerciantes que son devotos de la *Santa Muerte* quienes llevan dichos actos al extremo de tatuarse en distintas partes del cuerpo la imagen a la que rinden culto. Cabe señalar que en la mayoría de los casos, el tipo de práctica religiosa que se lleva a cabo dentro de los tianguistas concuerda con lo que algunos autores denominan como **religiosidad popular**, es decir,

“... la religión popular supondría una asimilación del fenómeno religioso que, con relación a la religión oficial, se situaría a una mayor o menor distancia de la ortodoxia pura, aunque sólo sea por la desviación inherente a la forma como el pueblo entiende y practica la religión” (García, 1989: 19)

Los comerciantes del tianguis que son católicos realizan diversas prácticas de índole religioso durante la jornada de trabajo que tienen la función de salvaguardar la actividad que se está llevando a cabo intentando evitar un día negativo –de escasas ventas-, impedir que sufra algún acto delictivo, o que al final de la jornada tenga un ingreso exitoso, etc. Las principales actividades que el comerciante realiza son rituales y plegarias. Entre los primeros encontramos el persignarse con el dinero de la primer venta del día pidiéndole al cliente que ‘tenga buena mano’ lo cual representa algo de vital importancia para el comerciante pues, hasta antes de que esto suceda, se encuentra a la expectativa con relación a sí tendrá un buen día o no; no obstante, el hecho de persignarse con la primer venta le produce al comerciante la creencia de que a partir de este momento comenzará a vender con éxito, es decir, le genera expectativas favorables de su quehacer laboral, por lo que infunde en el sujeto un sentimiento de ánimo para continuar realizando su actividad positivamente. Al contrario, cuando después de cierto periodo de tiempo, a partir de que ha iniciado su trabajo, el comerciante carece de clientela, las expectativas son negativas pues esto se asume como un mal augurio; generalmente cuando ocurre esto, el comerciante persiste un tiempo mayor en su espacio de trabajo para lograr vender aunque sea algo mínimo, sin embargo, diversos comerciantes optan por retirarse aunque no hayan vendido nada. Lo anterior es muestra de la importancia que asumen las creencias religiosas de los tianguistas para el desarrollo de su trabajo; el hecho de no ‘persignarse’ en los primeros minutos de la jornada laboral es fundamental para saber cómo le irá durante el resto del día y en base a esto, deciden permanecer o retirarse de su espacio de trabajo. Lo mismo ocurre cuando el trabajo concluye, pues al final de la jornada, el comerciante después de contabilizar la

cantidad de ingresos que se tuvieron durante el día se vuelve a persignar con el total de dinero reunido como una forma de agradecer por lo logrado durante el día de trabajo. El sentido de su trabajo, entonces, se encuentra infundido de forma insoslayable de sus creencias y prácticas religiosas, siendo éstas las que motivan al comerciante en su quehacer laboral cotidiano.

“...el que te pongas a rezar, te persines o le pidas a Dios o a la Virgencita que te cuide y te vaya bien en la *chamba*, pues, es una cuestión de fe... y lo haces sobre todo para que a tus hijos no les falte nada... a lo mejor es sólo una creencia, pero... si yo no la tuviera pues quién sabe como me iría ¿no?...en todos estos años que llevo en el tianguis, pues, gracias a Dios me ha ido bien...” (Arturo, vendedor de pantalones)

Lo mismo ocurre cuando se trata de solicitar un favor especial a algún santo o figura religiosa a la que el comerciante es devoto. En este caso, la petición va acompañada de una ofrenda que se concreta en una ‘promesa’ o ‘manda’ en la que la persona se compromete a cumplir con la realización de una acción específica cuando la petición sea escuchada y convertida en realidad a través de un milagro. La ‘manda’ es considerada como

“un ritual extra-eclesial que involucra una súplica y un sacrificio ritual dirigido a la Virgen, a los santos (...) y orientado a buscar un socorro en la vida concreta, de todos los males y necesidades” (Parker, 1993: 328)

La mayoría de los tianguistas católicos hacen diversas peticiones relacionadas con el trabajo, la salud, o la economía familiar, en particular que mejoren sus ventas, que el dinero les rinda, que no falte la clientela los días de venta, que los problemas que tiene en su trabajo, en fin, se resuelvan favorablemente para él y su familia; las promesas y ofrecimientos son heterogéneos pudiéndose concretar en la realización de alguna peregrinación, hacer misas especiales al santo a quien se le hace la petición, brindar alojamiento o alimento a quienes realizan peregrinaciones anuales, actos en los que participa toda la familia del comerciante, aún en los días en que tiene que trabajar en el tianguis; por otro lado, los testimonios de estas peticiones cumplidas abundan y la propagación de dichos actos, considerados como milagrosos por los devotos, son una forma de afirmar sus creencias religiosas ante los demás. Lo anterior, porque justamente las creencias religiosas y sus prácticas, dentro del entorno laboral del tianguis cumplen la función de brindar protección y dotar de sentido a la realización del trabajo tornándolo menos difícil y, sobre todo, menos incierto pues, después de todo, si algo caracteriza a la ocupación de ser tianguista es precisamente la incertidumbre en cuanto

al producto del trabajo –los ingresos- y a la actividad laboral en sí misma al ser considerada, desde diversas instancias sociales, como fuera de la legalidad.

Por ello, la práctica religiosa cumple un objetivo compensatorio sobre la realidad del trabajo y lo dota de un sentido altamente positivo, debido a que la religión,

“se caracteriza por su eficacia simbólica, lo que le permite explicar el sentido de la vida y buscar solución a los problemas y necesidades inmediatas, en este sentido las relaciones con la divinidad se caracterizan por ser más sencillas, directas y rentables”(Méndez, 1996: 11)

En algunos comerciantes que asisten con su familia a vender al tianguis, se realizan además plegarias antes del inicio de la jornada de trabajo de forma colectiva con lo cual piden tener un día con muchas ventas y sin ningún tipo de eventualidad que altere su dinámica laboral o bien, que represente un peligro para la salud o vida de alguno de sus miembros. Por lo regular, algunos puestos además de todos los insumos y las mercancías que son expandidas también cuentan con diversos objetos y símbolos religiosos como una forma de ‘proteger’ el puesto y garantizar que le vaya bien. Entre otras cosas, algunos comerciantes colocan veladoras con imágenes de santos y vírgenes, sobre todo la *Virgen de Guadalupe*, la de *Juquila* y la de *Chalma* de quien la mayoría de los comerciantes católicos son devotos¹⁰⁷. Lo anterior, igual que en el caso de la persignación, cumple la función de generar en el comerciante un sentido de certidumbre sobre el trabajo y, en particular, durante el tiempo que dure la jornada, aún cuando por el grado de fetichismo que ello implica, el catolicismo como institución no reconozca como legítimamente religiosas este tipo de prácticas sino como actos paganos. Con relación a ello, el culto a la *Santa Muerte* entre diversos comerciantes del tianguis es bastante evidente, sobre todo en aquellos que comercian con mercancía ilegal, robada o que, de hecho, se dedican a realizar actos delictivos como el robo y el tianguis les permite ‘sacar’ los objetos que fueron sustraídos en días anteriores. Entre dichos comerciantes prevalecen imágenes de la *Santa Muerte* expuestas en variadas formas¹⁰⁸. Regularmente, las personas que rinden culto a esta imagen visten la figura representativa de la Santa Muerte que es un esqueleto, con ropaje de distinto color de acuerdo a lo que se busca obtener de ella. Para el caso de quienes se dedican al

¹⁰⁷ Los altares de estas imágenes colocados dentro del puesto del tianguista son acompañados generalmente de flores y ramos ‘preparados’ con planta de sábila, listones de color rojo y monedas de distinta denominación como un especie de amuleto para atraer a los clientes.

¹⁰⁸ Las formas más comunes que se utilizan para presentar públicamente este tipo de imagen, que son evidentes a lo largo del tianguis, son por medio de tatuajes en diferentes partes del cuerpo, en alhajería, en estampados en la ropa, o en figuras que son colocadas en altares especiales.

comercio suelen vestir a la imagen con un ropaje de color dorado pues, de acuerdo a quienes profesan su culto, este color “es ideal para lograr el poder económico, el éxito en cualquier negocio y la atracción del dinero.” De esta forma, en diversos puestos del tianguis se distingue la figura esquelética de la *Santa Muerte* con un vestido dorado, veladoras, agua, y dinero esparcido a lo largo del altar ya que es la forma, aseguran los comerciantes devotos, de asegurar protección y éxito económico en el tianguis por parte de la “Santa Niña¹⁰⁹”.

La práctica religiosa orientada a lograr tener una jornada productiva de trabajo por parte de los tianguistas tiene la intención, pues, de motivar un sentido de certidumbre con respecto al trabajo inmediato y futuro, de tal forma que permite que el comerciante desarrolle su actividad laboral con buenas expectativas aun cuando nunca pierde de vista la mala situación económica de la población asistente lo cual inhibe las ventas de las que él subsiste. Así, mediante el consuelo de que, con el auxilio divino, la situación será mejor el comerciante persiste en desarrollar su trabajo diario sin tener que considerar opciones alternativas de trabajo, salvo en los casos realmente más extremos, pero aún en ellos, el espacio del tianguis ofrece la posibilidad de vender cualquier cosa por usada o de poco valor que sea, por lo que la funcionalidad laboral del tianguis permanece también en situaciones críticas de sobrevivencia. Lo anterior le permite significar al comerciante, en general, a su trabajo y al espacio en donde lo ejecuta como una ocupación generosa en la que, pese al alto grado de competencia, e incluso a las malas ventas, le permite subsistir dentro de su actividad que aún en situaciones adversas, el tianguista considera como honrada y honesta. En este sentido, la religiosidad expresada por el comerciante en torno a su trabajo hace posible que en los casos de mayor precariedad laboral y económica los tianguistas en general posean un sentido de certidumbre de su labor pues les permite contar con buenas expectativas y, sobre todo, alimenta la esperanza permanente de que la jornada de trabajo ofrecerá lo suficiente para poder continuar subsistiendo tanto él como su familia. Y esto ocurre también en los casos más exitosos de comerciantes que operan como microempresarios y en los que su trabajo otorga más que un ingreso de subsistencia y, al contrario, suele arrojar ganancias en un nivel aceptable. En estos casos, el elemento religioso aún cuando no siempre es tan evidente como en el de la generalidad que realiza una venta de subsistencia, se encuentra presente de diversas formas. Igual que en la mayoría de los

¹⁰⁹ Nombre que también se le da a la imagen de la Santa Muerte.

comerciantes, los encargados de puestos de mayor dimensión, con mayor uso de fuerza de trabajo, con un grado de capital invertido más amplio, y con un buen nivel de ganancias, también revisten a su actividad laboral con un sentido particularmente religioso a través de plegarias, ritos y una práctica religiosa más sistemática y apegada a la liturgia de la iglesia católica, en donde es el caso. Aunque esto no les exime de llevar a cabo prácticas religiosas como las realizadas por el gremio en su conjunto como peregrinaciones, misas o bendiciones de los puestos, etc., como una forma de agradecimiento del éxito otorgado.

Así, pues, si existe un elemento importante para que el comerciante otorgue un sentido positivo a su trabajo y, por ende, construya un sentido de apego hacia él, este es el de tipo religioso, pues la creencia en la divinidad todopoderosa le genera expectativas tan favorables como para motivar su permanencia en dicho trabajo, aún cuando las condiciones laborales sean sumamente o regularmente precarias, y el éxito económico recaiga únicamente en unos cuantos comerciantes y no en la generalidad del gremio. El consuelo y la esperanza otorgados por la creencia religiosa hacen, entonces, soportable y llevadero un trabajo que en la realidad concreta se encuentra lleno de incertidumbre e inseguridad, pero que en el imaginario y en la subjetividad de su sujeto protagónico, al contar con la gracia de la divinidad las posibilidades de proseguir subsistiendo de él son ilimitadas. Por tanto, el mundo de vida religioso se presenta como un referente insoslayable para la identidad del comerciante con su trabajo.

Existen, además de la devoción religiosa de tipo particular, celebraciones y prácticas religiosas que son llevadas a cabo, si no por el grueso de comerciantes, si por grupos representativos de ellos. Estos actos pueden resumirse en la realización anual de actos religiosos como misas y peregrinaciones, particularmente en las fechas del 25 de Junio, día en que los tianguistas *dan gracias* a la *Virgen de Chalma* llevando a cabo una peregrinación a su santuario ubicado en el Estado de México, el 11 de noviembre día de *San Martín Caballero* designado como el Santo de los comerciantes y el 12 de Diciembre día de la *Virgen de Guadalupe*. La Organización de comerciantes es quien promueve y realiza dichas celebraciones en las que asiste un número considerable de comerciantes de forma voluntaria, aunque sin representar un porcentaje elevado del total de tianguistas agremiados.

Es en estos espacios de interacción social laboral y religiosa donde se refuerzan los lazos de amistad y compañerismo entre los comerciantes, pues permite que se sientan identificados entre sí, ya no únicamente por asumirse como colegas sino como devotos

de una misma fe, lo cual llega a ser aún más importante para ellos que el hecho de considerarse como trabajadores de una ocupación particular como es el ser tianguista. Los actos religiosos en donde participan colectivamente diversos grupos de comerciantes abre la posibilidad de convivencia en espacios sociales diferentes al espacio laboral, en donde éstos conjuntamente con sus familiares interaccionan de diversas formas: el hecho mismo de transportarse de forma grupal permite que haya una mayor comunicación que cuando se encuentran en el tianguis, siendo los temas principales de conversación, no obstante, los relacionados con el trabajo, la economía, los problemas laborales a los que se enfrentan, e intercambiar experiencias de otros tianguis en donde también laboran. Asimismo, durante el acto de peregrinar el hecho de compartir plegarias grupalmente fomenta que el trato entre unos y otros sea de camaradería, situación que no se presenta muy frecuentemente dentro del espacio de trabajo, en donde más bien lo que prevalece es la competencia, y un tipo de relación mas inmediata y esporádica. Pero, el momento crucial de convivencia colectiva es cuando, después del acto religioso, se reúne el grupo de peregrinos para convivir y alimentarse, pues es el instante en el que los comerciantes y sus familias departen, acompañando el momento con el consumo de bebidas alcohólicas, estableciendo múltiples conversaciones ya no únicamente sobre el trabajo sino sobre cuestiones de carácter personal que les permite un mayor conocimiento mutuo que es útil para resaltar las coincidencias y experimentar estilos de vida similares en cuanto a formas de consumo, de formación, de costumbres en común que, finalmente, permite ir constituyendo una identificación grupal particular como comerciantes de tianguis.

“...las peregrinaciones que se han hecho y que he ido pues se ponen bien porque además de ir a dar gracias también estamos un rato conviviendo con los compañeros ¿no?... comemos, nos echamos una *chela*, platicamos y todos en paz, (...) los delegados también van pero ellos se van por su lado, los que nos juntamos pues somos los que ya nos conocemos o que nos hemos visto en este o en otros tianguis ¿no? y así...” (Arturo, vendedor de pantalones)

Por supuesto que lo anterior en realidad se circunscribe, como se decía al principio, a aquellos comerciantes que se asumen como practicantes del catolicismo y no para la generalidad pues, de hecho, también conviven con compañeros que no practican la misma religión y con algunos otros que definitivamente no se identifican con ninguna.

En el caso de los comerciantes que practican otras religiones sus celebraciones, aunque si existen, se dan en menor medida y no tan fuertemente expresivas como en el caso de las prácticas religiosas católicas. La diversidad religiosa dentro del gremio de tianguistas es un factor que ha inhibido de algún modo la congregación colectiva de

manera autónoma debido, sobre todo, a la actitud de intolerancia de algunos tianguistas que profesan el catolicismo pues difícilmente acepta establecer cualquier tipo de trato con algún otro compañero que se sepa que pertenece a religiones como la de los evangélicos, cristianos o mormones que son las que más sobresalen en los tianguistas, después del catolicismo.

“...en el tianguis la mayoría creo que somos católicos, pero, pus si, también hay de otras religiones, los *hermanos* como les llamamos ¿no?, o sea evangelistas, mormones, cristianos... de todas las sectas que ahorita han salido, y pus, ellos mismos luego no les gusta convivir con los demás, vienen, chambean y se van, sí nos saludamos pero nada más...” (Daniel 1, vendedor de calzado)

La participación grupal gremial en este tipo de actos religiosos en la que, además de la liturgia, se hace posible la convivencia y comunicación entre los tianguistas asistentes, permite que en la interacción fuera del espacio laboral exista un mayor conocimiento de estos trabajadores como grupo social laboral particular que, en última instancia, permite la diferenciación del resto de los trabajadores y al mismo tiempo la afirmación de una identidad colectiva como tianguistas quienes, al coincidir en una creencia religiosa que embebe y es embebida por su trabajo al mismo tiempo, se reconocen como devotos y a la vez como sujetos laborales de un espacio específico como lo es el tianguis, sin el cual la interrelación y agregación con un fin religioso en particular orientado hacia el trabajo, como es dar gracias a la divinidad por seguir logrando subsistir de su ocupación, no hubiera sido posible; así que la interconexión entre el trabajo y la práctica religiosa genera una identificación específica en este tipo de tianguistas, por lo menos en lo que a la concreción de su creencia religiosa se refiere, y no necesariamente hacia una identificación plena con el gremio de tianguistas en general.

La organización, como ya se indica, se encarga de realizar algunos actos de índole religioso con el objetivo expreso de *‘dar gracias’* por mantener el trabajo de los comerciantes, aunque de fondo existe una intencionalidad de la dirigencia por legitimarse ante la base de trabajadores. Esto es así a tal punto de que los Delegados de la Organización asisten personalmente a la celebración de dichos actos, y ocasionalmente también acude el máximo dirigente, siendo éste el momento casi exclusivo cuando los comerciantes tienen algún contacto con él. La ausencia permanente del líder dentro del espacio de trabajo ha creado una especie de mito en torno suyo, justamente por el desconocimiento que persiste de su persona; dicho mito hace referencia a su origen humilde de tianguista, y a su bondad ante los demás comerciantes, el cual es vertido por los encargados principales de la Organización. Lo

anterior hace posible que cuando llega a asistir a las celebraciones religiosas referidas, se hable de él, entre la base, como de un ‘señor buena gente’ que ha sabido ‘ayudar’ al gremio de tianguistas. Y es que, aprovechando su origen rural y humilde así como ser una persona de edad avanzada, el dirigente se asume como el jefe máximo o el *patrón* de los comerciantes. El hecho de asistir personalmente a estos actos genera una buena impresión en los tianguistas pues se le representa como un personaje con el que se comparte la misma creencia religiosa y que, por tanto, en ese momento es *igual a todos los demás* ante Dios. Es decir, el mostrar un dejo de humildad durante la práctica religiosa, sin soslayar su papel de dirigente, le permite al líder del gremio ser legitimado por los tianguistas asistentes, pues el haber convivido con ellos ese momento es un hecho valorado de forma ampliamente positiva al grado de generar un sentimiento de gratitud entre los comerciantes, aunque como se ha mencionado a dichos actos asiste sólo un grupo particular de tianguistas. Los comerciantes que llegan a acudir a estos actos logran visualizar como algo positivo el que el dirigente los lleve a cabo y que además en ellos tenga contacto directo con la base, pues de hecho es el único momento en que esto puede ser así, ante la carencia total de asambleas o reuniones colectivas con la base de tianguistas.

“...pues el que la Organización haga las peregrinaciones está bien, lo valoramos, bueno, uno como creyente pues trata de practicar su fe, y para nosotros aquí en el tianguis pues es importante porque es la forma en que podemos salir adelante con la ayuda de Dios, entonces pues ir a Chalma o a la Villa pues es una forma de dar gracias que tenemos ventas o que no nos pase nada malo para seguir manteniendo a nuestras familias ¿no?...” (Oscar, vendedor de Bonetería)

Por otro lado, lo que ocurre con aquellos tianguistas que no comulgan con la misma religión que la mayoría, es que simplemente dejan de participar en los actos promovidos por la organización concretándose de cualquier modo a legitimar también al dirigente de una manera pasiva, solamente cumpliendo con los requisitos que la organización les impone para continuar vendiendo en su espacio de trabajo. Aún cuando, sí se genera cierta molestia en ellos por el hecho de no tomar en cuenta también sus propias creencias religiosas diferentes a las de los católicos.

En suma, en este apartado hemos expuesto la forma en que impacta la religiosidad practicada por los comerciantes del tianguis en la construcción del sentido de pertenencia colectivo, situándose como un referente de identidad insoslayable. Por un lado, al otorgarle certidumbre al tianguista sobre su trabajo por la creencia en la

divinidad permite que éste mantenga la idea de que la labor que realiza, pese a la precariedad que la caracteriza, podrá solventar sus necesidades y las de su grupo familiar lo que finalmente refuerza el sentido de satisfacción y apego hacia su ocupación; por otro, las prácticas religiosas colectivas permiten la interacción social y la solidaridad entre el grupo de comerciantes que profesan la religión católica siendo un referente crucial en la definición de su identidad colectiva por el hecho de que a través de aquellas los comerciantes son capaces de compartir experiencias y costumbres en común, lo cual cumple un objetivo de acercamiento no sólo corporalmente sino en el plano subjetivo.

6. La pertenencia colectiva: Solidaridad, competencia y convivencia gremial.

6.1 Espacios y mecanismos de sociabilidad entre los tianguistas de El Salado.

Además del aspecto de la religiosidad sostenida por una parte considerable de tianguistas, otro de los ámbitos en que se construye la identidad colectiva es a partir de la interacción de convivencia que se concreta de forma recurrente durante la jornada de trabajo en el tianguis.

El comienzo de la jornada de trabajo del tianguista representa para éste la etapa de mayor esfuerzo físico, igual que lo es el momento de retiro del espacio de trabajo, debido sobre todo a que es cuando se realiza la labor de instalación y levantamiento del puesto, rutina que le lleva un periodo de tiempo amplio dependiendo de la extensión del lugar y si el comerciante ocupa a ayudantes o no; sin embargo, este trabajo es relativamente menos agotador y monótono para el tianguista debido a la interacción y convivencia que establece con sus compañeros, ya sea con aquellos que son parte del puesto o con sus vecinos. Las prácticas comunicativas como las pláticas, los chismes, los chistes y los albures son mecanismos de socialización que estrechan lazos y permiten la convivencia entre comerciantes, lo cual permite el desarrollo del trabajo de una manera confortable.

“...algo que me gusta de trabajar en el tianguis es que todo el tiempo convive uno con los compañeros, cuando llegamos, pus, nos saludamos, platicamos un rato, nos echamos el café o el tamalito, ¿no?, y pus cotorreamos mientras armamos el puesto, así es más sencillo todo...”
(Oscar, vendedor de Bonetería)

En realidad, la interacción amistosa entre los comerciantes se puede encontrar durante prácticamente toda su jornada de trabajo: al inicio, durante las horas intermedias que son las de mayor venta, y cuando recoge su puesto. Puede afirmarse, entonces, que la

convivencia y la interacción simbólica entre tianguistas representan el condimento de este tipo de trabajo, constituyéndose en un factor característico que coadyuva tanto al proceso de identificación colectiva como al sentido de libertad y sociabilidad de su ocupación. El trabajo en el tianguis se caracteriza, pues, no por ser un trabajo rígido, ampliamente disciplinado, sino flexible en cuanto al horario de trabajo y a la posibilidad del comerciante de decidir cuando intensifica su actividad y cuando puede relajarse, salvo cuando la presencia del cliente decide lo contrario. Ello debido a su carácter interactivo pues, de hecho, el contacto con clientes y con los compañeros es constante de tal forma que lo que se expresa en el desarrollo del acto laboral no es solamente la búsqueda de un ingreso económico sino además la satisfacción fundada en la convivencia social.

La interacción comercial producida en el tianguis no se delimita a una interacción exclusivamente económica sino que contiene una dimensión social profunda, puesto que además de la compra venta de mercancías se establece también un vínculo social entre vendedor y cliente, y más aún entre el vendedor y sus colegas.

Aunque, como se explicará a continuación, el ambiente de convivencia entre los comerciantes se encuentra bastante delimitado sólo hacia compañeros de ocupación específicos y no ampliado hacia toda la comunidad de tianguistas.

“...siempre andas socializando ahí, a menos que seas una gente cerrada y que quieras estar solito ahí en tu puesto, pero pus, andas socializando con los vecinos, preguntando, intercambiando, haciendo trueque casi casi...” (Jorge, vendedor de ropa usada)

Los mecanismos de sociabilización durante la jornada de trabajo en el tianguis de los comerciantes son diversos y, generalmente, operan sólo entre pequeños grupos de tianguistas, alrededor de 5 a 6, sobre todo de vecinos de los puestos contiguos de una misma área de venta. Lo anterior debido a que la amplitud del espacio de comercialización y la cantidad de personas que en él laboran hace imposible la interacción y el conocimiento de todos los demás integrantes. De la misma forma, otro elemento que influye es la delimitación espacial del comerciante pues su presencia y acción no podría abarcar un radio de distancia mayor a los puestos que rodean el suyo, es decir de alguna forma el carácter mismo de su trabajo le obliga a anclarse dentro de ciertos límites espaciales y, por ende, de interacción social con sus compañeros. No obstante, los espacios de convivencia entre los comerciantes no se circunscriben al espacio de trabajo sino que sobresalen hacia ámbitos externos de los mundos de vida

cotidianos, sobre todo en aquellos relacionados con la dinámica sociocultural del barrio (o la colonia), el aspecto religioso y el ámbito deportivo.

Por un lado, en el espacio laboral las formas de sociabilizar entre compañeros comerciantes pueden concretarse de diversos modos. Entre ellos encontramos el saludo y las conversaciones cotidianas, el juego, los ritos de alimentación, la convivencia pos jornada laboral dentro del mismo espacio de trabajo.

El saludo al comienzo de la jornada laboral es imprescindible para el comerciante como una forma de actualizar los lazos de amistad y compañerismo. Junto con él, la conversación inicial versa sobre cuestiones cotidianas de la salud o el trabajo del compañero en otros tianguis durante la semana laboral. Por otro lado, otro de los momentos en que se comparte con los compañeros de trabajo es, en algunos casos, el horario de la alimentación, pues aún cuando el comerciante no puede dejar de atender a la clientela siempre busca un espacio de tiempo para platicar o convivir con otros comerciantes allegados. Otro momento de convivencia es durante la jornada de trabajo, en los intersticios entre cliente y cliente, la práctica del juego entre vendedores, sin que sea algo generalizado, es una actividad recurrente en una buena cantidad de tianguistas sobre todo del género masculino y jóvenes. Improvisando una mesa con algún tablón, grupos de 6 a 7 comerciantes se organizan para jugar baraja o dominó y consumir alguna bebida alcohólica. Siendo ésta una de las instancias de convivencia más visibles, durante la jornada de trabajo y aún una vez concluida ésta, pues ya entrados en la actividad lúdica, diversos grupos de tianguistas permanecen un tiempo extra en el tianguis, cuando ya la mayoría ha desarmado sus puestos, para continuar la interacción amistosa. Esto representa, pues, la reproducción cotidiana de las costumbres en común entre los tianguistas.

Fuera del espacio laboral, algunas de las prácticas que reproducen y refuerzan los lazos sociales y el compañerismo entre los tianguistas están referidas por un lado, al ámbito religioso, pues es una costumbre, impulsada incluso por la propia organización gremial, el participar en actividades religiosas tales como peregrinaciones o misas, como se explica en el apartado anterior. Un momento adicional de sociabilización, más allá del espacio de trabajo, es en las actividades festivas de fines de semana que periódicamente organizan los comerciantes para celebrar distintos acontecimientos personales o familiares. Por lo regular, es en estos actos en donde el fuerte compañerismo surgido dentro de la realización de su actividad laboral se puede llegar a convertir en un lazo aún más estrecho, de compadrazgo. Y es en donde se aprovecha para la convivencia con

algunos de sus compañeros con quienes se comparten lazos más fuertes, fruto de la interacción cotidiana concretada durante varios años.

6.2 Diversas formas de competencia y disputa laboral.

Lo anterior no indica, por supuesto, la carencia de conflictos y discordancias entre los comerciantes. Si algo es tenso en la ocupación del tianguista, es el grado de competencia que puede llegar a existir entre ellos y los conflictos subsecuentes. Diversos son los motivos de choque entre comerciantes: uno de ellos, la *disputa por el espacio de venta*. Así aunque los lugares ocupados por los tianguistas, en la mayoría de los casos, se encuentran delimitados por franjas de color que dividen los lugares de venta de los comerciantes, suele ser común la invasión de éstos aún por unos cuantos centímetros, situación que origina confrontaciones verbales o físicas por parte de los tianguistas, viéndose obligados los delegados de la Organización a intervenir sancionando a quien se haya sobrepasado, aunque no de forma inmediata.

“...aquí seguido se andan agarrando a *madrazos*, por ese lado hace unas semanas se pelearon dos tiangueros porque se había pasado de su lugar un cabrón y pus, luego luego vienen las mentadas de madre y los *chingadazos* ¿no?...” (Pablo, vendedor de libros usados).

Todo ello porque la apropiación del espacio por parte de los tianguistas si bien es de tipo colectiva, de forma particular cada lugar se considera como propio para cada uno de los comerciantes que cuentan con un lugar fijo, es decir, existe una apropiación singular, siendo así que el tianguis se constituye como un espacio que se tiene que proteger y cuidar de manera permanente, primero con la asistencia semanal invariable, y segundo, con la instalación del puesto dentro del horario establecido. La *competencia por la clientela*, por otro lado, es algo que se encuentra presente toda la jornada de trabajo y que es causa de conflictos entre comerciantes, sobre todo si es el caso de aquellos que venden productos similares, que dentro del tianguis el Salado es algo muy frecuente que suceda pues no hay una norma que restrinja de manera estricta la multiplicación de giros comerciales del mismo tipo. Este tipo de competencia se ejerce desde diferentes flancos: el primero, la manera en que se le presenta la mercancía al cliente, influyendo en este caso si el puesto es grande o pequeño, si la forma en que se acomoda y muestra la mercancía es estéticamente agradable para la gente, es decir, utilizando cierto tipo de estética para el puesto acorde con la noción de la propia clientela; y, de manera importante, el grado de variedad en el producto pues la clientela tiende a inclinarse a consumir en aquellos espacios donde se ofrece una variedad mayor de productos al ampliarse con ello su margen de elección. El segundo implica la

eficiencia en la utilización de las técnicas de venta concretadas por el comerciante: el griterío frenético, los recursos visuales, como la colocación de carteles, e incluso el ofrecer muestras de los productos que se comercializan. El tercero, la interacción entre el comerciante y el cliente. Los comerciantes que suelen ser amables y mostrar actitud de servicio cuentan con una clientela cautiva, independientemente si su puesto es grande o pequeño, llegando a mantener una relación estrecha con el cliente incluso de amistad. Al contrario, quienes muestran desde un inicio un comportamiento ofensivo y de franca presión hacia la clientela su nivel de ventas es menor, sólo equilibrándose, en algunos casos, por la variedad o el menor precio en los productos que sus competidores. El segundo factor implica un tercero que es la *competencia por las ganancias*. En éste la motivación principal es el sentimiento de envidia hacia quien tiene éxito en la venta y puede llevar a generar conflictos de mayor envergadura que la simple competencia comercial, llegando a situaciones de violencia. La envidia es la expresión en este caso de otros sentimientos como la frustración, el enojo, la impotencia que tienen lugar a partir de una experiencia laboral poco satisfactoria y enmarcada por la incertidumbre inherente a este tipo de trabajos que, al tener un punto de referencia exitoso, como el caso de los comerciantes que cuentan con una mayor habilidad para adaptarse y mantener cierto margen de control sobre su trabajo así como un nivel regular de ingresos, se despierta un impulso subjetivo que orienta un tipo de pensamiento basado en el deseo del sujeto envidioso de que “nadie tenga lo que él no puede tener” (Elster, 1989: 287). Las consecuencias de esta manifestación subjetiva sobre el conjunto de creencias y sobre la acción de los sujetos pueden llegar a ser ampliamente dañinas para la persona que es el objeto de tal sentimiento, y más allá para el conjunto de la colectividad de la que forma parte puesto que, definitivamente, inhibe cualquier forma de solidaridad grupal, aún cuando la envidia pueda concebirse como un mecanismo para mantener la homogeneidad e “igualdad” dentro de una comunidad.

Lo anterior porque el origen de este sentimiento, que como decimos conduce a acciones ofensivas hacia los demás, puede ser cualquier situación que ahonde la frustración del sujeto:

“El blanco de la envidia es la fortuna de otra persona: su inteligencia, su salud, su buena apariencia, su disposición jovial, sus conocimientos, su riqueza, su esposa, su título, su trabajo, su posición social o su suerte. Hasta uno podría envidiar a otro por su función de utilidad, por su capacidad de procurarse placer de los bienes de consumo.” (Elster, 1989: 291)

Cuando, precisamente, la competencia ‘normal’ entre comerciantes da lugar a una diferenciación de las ganancias de unos sobre otros, éstos últimos intentan a toda costa revertir dicha situación, pues sienten que de ello depende la satisfacción de su sustento cotidiano.

“...hay mucho desconfianza...sobre todo cuando es alguien que empieza, los que están ahí tienen miedo de que se convierta en su competencia y que sea desleal, desleal en el sentido de que todo mundo sabe cuanto le ganas, entonces si llega alguien y dice yo quiero vender mas, pues entonces le voy a ganar menos, entonces ahí es donde empieza la competencia que tendría que ser normal ¿no?, o sea, pus el que de el mejor precio es el que se va a quedar con los clientes pero en ese circulo no es así...” (Jorge, vendedor de ropa usada)

Por ello, el conflicto puede agudizarse a tal grado de generar una situación con una alta dosis de violencia, por ejemplo, el robo de mercancía o de dinero por parte de los propios tianguistas hacia sus compañeros. La práctica recurrente en estos casos es la provocación abierta como gritar palabras obscenas, aventar el puesto del oponente, amenazarlo, ocupar su espacio, lo cual en la mayoría de los casos da resultado, concluyendo el conflicto a golpes. Una acción agresiva, producto de la envidia, es el realizar ‘trabajos’ de brujería al tianguista considerado ‘enemigo’, con el supuesto objetivo de minar su capacidad de venta¹¹⁰.

Es decir, que lo que originariamente es una situación de competencia comercial deviene, en la mayoría de los casos, en conflictos personales cuya dosis de violencia suele ser bastante alta, siendo éste uno de los rasgos característicos de las relaciones sociales de trabajo del tianguis del Salado, y en general de los tianguis de Iztapalapa.¹¹¹

“...de algún modo se enseña a ser uno muy individualista ¿no?, pero dentro de todo esto...es algo que se ha perdido como compañeros, de algún modo los que estamos aquí, dos, tres, cuatro, cinco sabemos que nos cuidamos, pero muchas veces quisieras que la demás gente también participara y que hiciéramos como una forma de grupos de apoyo para cuidarnos unos a otros, si le pasa a uno algo o al de hasta allá pus que todos respondan, pero no es así...los intereses de algún modo son bastante de envidia de una serie de cuestiones que no se puede y no se presta uno para tratar de tener una mejor convivencia sabiendo lo que mucha gente no entiende que la

¹¹⁰ La relación entre el éxito de unos y la envidia generada en otros así como el uso de la brujería para revertir tal situación es un tema tratado por diversos autores, y al respecto Jon Elster menciona: “El éxito puede atraer a los brujos: ‘si uno ha llegado a ser una persona extraordinariamente próspera, probablemente los brujos lo ataquen porque ellos siempre se sienten atraídos por la gente cuya fortuna envidian’. En relación con este hecho está la norma social de que los pobres deben ser tratados gentilmente, no sea que se conviertan en brujos.” De esta manera, los mecanismos de la envidia funcionan a favor del igualitarismo debido a que existe una evitación a la envidia por temor a ser acusados de brujería o bien, por temor a padecerla. En este sentido, “...la envidia...sirve como cola y cemento de la sociedad al reprimir inexorablemente a quienes se desvían y, más fundamentalmente, al reprimir el deseo de desviarse de lo normal.” (Elster, 1989: 297)

¹¹¹ El día 13 de enero de 2010 después de que dos comerciantes comenzaron a discutir por sobrepasarse los límites del puesto contiguo, uno de ellos hirió con un arma de fuego a su compañero. De acuerdo al Periódico Milenio del 14 de Enero de 2010: “...una discusión entre comerciantes del tianguis conocido como El Salado, ubicado en la unidad habitacional La Colmena tuvo como saldo las lesiones a Juan Miguel González Juárez de 23 años y a Giovanni Palma Castillo de 25.”

unión hace la fuerza y puedes empezar a exigir una serie de mejoramientos de tus áreas de trabajo, a la delegación, a tu delegado y muchas cosas, pero no lo entienden así; aquí es un modo bastante individualista de pensar ¿eh?, muy individualista...” (Ramón, vendedor de ropa deportiva)

Todo lo anterior nos hace referir que si bien existe cierto grado de compañerismo entre los tianguistas del Salado, aunque focalizado sobre todo en grupos de comerciantes generalmente vecinos o familiares, el nivel de competencia originalmente comercial da lugar a un fuerte sectarismo (en muchos casos familismo o grupismo¹¹²) que permite y genera diversas situaciones, como las descritas anteriormente, pero que también inhibe otras, por ejemplo el agrupamiento colectivo o la organización gremial genuina.

“...en esto, aunque uno siempre esté conviviendo con los demás, el que se *chinga* es uno, tu tienes que ver entonces por ti, por echarle ganas para que no tengas ningún *pedo* ¿no?, porque al final tu vas a ser el que le responda a tu familia y los demás, pus, valen gorro...” (Juan, vendedor de tenis)

Esta situación es importante de destacar debido a que el nivel de sectarismo en los comerciantes impacta para que se genere una fragmentación acentuada en la colectividad lo cual propicia, por un lado, que la Organización oficial del gremio pueda mantener su hegemonía bajo una conducción burocrática autoritaria, y, por otro, que la congregación autónoma y genuina de los comerciantes se encuentre aún en ciernes, por lo cual difícilmente puede darse lugar a una situación en la que los tianguistas sean capaces de enfrentar organizadamente una posible acción gubernamental en su contra, como la reubicación o el desalojo de su espacio de trabajo, más allá de reacciones esporádicas de algunos como lo ocurrido en el operativo de 2008, y menos aún se encuentran en una posición de demandar un mejoramiento en sus condiciones de trabajo en lo cual dependen inevitablemente hasta ahora de lo que el organismo de dirección esté dispuesto a hacer.

¹¹² Es decir, no referido sólo a una actitud completamente individualista de una persona, sino más bien a un aislamiento de la comunidad global por parte de familias o grupos pequeños de compañeros, amigos o en relación de compadrazgo, cuya interacción con el resto de los tianguistas, que es bastante vasto, se encuentra limitada, no sólo estructuralmente (es decir por la amplitud del tianguis, por la competencia, etc.) sino de manera voluntaria, simplemente no se desea ampliar el círculo de interacción pues no se le concibe como una necesidad práctica.

7. El espacio de posibilidades para la acción colectiva de los tianguistas de El Salado.

7.1 De la inacción a la reacción: el efímero movimiento de 2008.

La implementación del Programa de Recuperación de espacios públicos llevado a cabo por la actual administración del gobierno del D.F. ha implicado concretar un plan de reubicación, desalojo y ordenamiento sobre todo del comercio denominado informal.

Se trata, pues, de una fase de ofensiva gubernamental contra diversos actores sociales que son concebidos como disfuncionales y obstáculo para las grandes empresas que gradualmente se han ido adueñando de espacios anteriormente de uso común.

Específicamente, en torno a dicho plan se concretó el desalojo de los comerciantes ambulantes del Centro Histórico, el ordenamiento de algunos grupos de vendedores ambulantes del metro –los vagoneros-, el desalojo y reubicación de los tianguistas artesanos del Centro Histórico de Coyoacán, la ocupación de bienes inmuebles haciendo uso de la ley sobre extinción de dominio en donde se adjudica una probable responsabilidad en la realización de actividades ilegales como la producción, distribución y comercialización de mercancía ilegal, piratería o robada, como en el caso de las autopartes. En ese mismo sentido, se han concretado desde el año de 2008, diversos operativos en contra de diferentes tianguis ubicados en el D.F. con el fin de confiscar mercancía apócrifa y, en su caso, realizar un proceso de ordenamiento y reubicación de los mismos.

Es en este contexto, en el que se enmarca la acción gubernamental contra el tianguis El Salado en 2008, pues ya desde abril de 2007 se había considerado la posibilidad por parte de la autoridad de implementar un operativo policiaco en dicho tianguis. De esta forma, Joel Ortega titular en ese momento de la SSP del D.F., declaró que se estaba analizando el caso de los tianguis de San Felipe de Jesús, Santa Cruz y El Salado, para realizar operativos similares al efectuado en el predio conocido como *La Ford*¹¹³.

Aunque en el caso del Tianguis El Salado la situación fue diferente a como se había presentado para los comerciantes del Centro Histórico así como para los vendedores de

¹¹³ “Luego de que este lunes el Gobierno del Distrito Federal (GDF) iniciara formalmente la demolición del predio *La Ford*, en Iztapalapa, la Secretaría de Seguridad Pública (SSP) del Distrito Federal informó que continúan analizando el caso de los tianguis San Felipe de Jesús, Santa Cruz y El Salado, sitios en los que podrían ser aplicados *operativos* similares.” Nota publicada en La Jornada del día 17 de abril de 2007 con el título: “Analizan *operativos* en tianguis de San Felipe, Santa Cruz y El Salado” por Bertha Teresa Ramírez.

autopartes del predio *La Ford*, al oriente de la ciudad, en los cuales los objetivos de desalojo, y en algunos casos de reubicación, si se concretaron tal y como había sido planificado por el gobierno central. En el Salado, aunque la pretensión fue similar a los casos mencionados anteriormente, el operativo realizado el 7 de mayo de 2008 parece haber querido cumplir con otros objetivos más inmediatos, y la respuesta de los sujetos agraviados fue también bastante diferente, aunque muy semejante a como se ha venido dando en tales circunstancias en el Tianguis más tradicional de la Ciudad de México como es Tepito, es decir, de manera violenta por parte de los comerciantes.

Así, el día miércoles 7 de mayo de 2008, cerca de las 12 horas del día, alrededor de 1500 policías de la Secretaría de Seguridad Pública del D.F. (SSSPDF) conjuntamente con agentes de la Procuraduría General de la República y Policía Federal¹¹⁴, llevaron a cabo un operativo para decomisar mercancía de contrabando que se expende en el Tianguis el Salado cada miércoles por parte de diversos comerciantes. Este tipo de mercancía, en realidad, se ha distribuido tradicionalmente en este, y en la mayoría de tianguis que operan en la capital, durante más de veinte años sin la intervención de la autoridad para contener su comercialización; por ello el operativo causó sorpresa tanto en comerciantes, dirigentes del tianguis como en la clientela que es asidua consumidora de dicha mercancía cada ocho días. La intención aparente por parte del gobierno del D.F. había sido no solamente realizar un único operativo en esta fecha sino iniciar un proceso de ordenamiento del tianguis que contemplara, además de confiscar la mercancía ilegal, supervisar la mayor parte de los productos solicitando a los tianguistas facturas de lo comprado para revender, así como supervisar el cumplimiento estricto de las normas de operación para este tipo de concentraciones comerciales de carácter popular, en ámbitos de higiene y salubridad, protección civil, vialidad, uso de espacios públicos, comercialización, etc.;¹¹⁵ no obstante, diversos factores impidieron que ello se llevara a cabo tal y como las autoridades lo habían visualizado, y la situación del tianguis a muy corto plazo continuó de manera similar a como lo ha venido haciendo en sus más de 30 años de existencia, es decir, sin el cumplimiento de la normatividad mínima y en un orden de facto implementado por los propios comerciantes y los líderes de su organización.

¹¹⁴ La Jornada, jueves 8 de mayo de 2008: “Chocan policías y comerciantes en el tianguis de El Salado; 12 detenidos.”

¹¹⁵ De acuerdo a lo referido por la Coordinación de Mercados y Vía Pública de la Delegación Iztapalapa.

Uno de los factores que intervinieron para que el plan de ordenamiento no se concretara finalmente fue el conflicto generado entre autoridades y comerciantes desde el instante mismo en que se implementó el operativo. Y es que, con el arribo de la policía, en algunos de los comerciantes tras la sorpresa y un primer e instintivo sentimiento de temor generalizado, se generó también en la medida en que se fueron suscitando los hechos un sentimiento de agravio despertando en ellos una emoción de molestia e injusticia que se tradujo en una respuesta hacia el procedimiento policial de manera violenta, que condujo a un fuerte enfrentamiento entre ambos actores¹¹⁶. Con la consigna de *¡déjenos trabajar!* y *¡yo no robe la mercancía a mí me la vendieron!*¹¹⁷ un grupo de alrededor de 30 comerciantes hicieron retroceder a la policía tras armarse con maderas y los tubos de sus propios puestos, así como aventando piedras al contingente policiaco. Momentáneamente, las autoridades perdieron el control del operativo y tuvieron que replegarse ante la contraofensiva llevada a cabo por los comerciantes. Con la avenida Zaragoza cerrada por el enfrentamiento, éste se alargó casi por tres horas sin que se retomara el control por parte de los elementos de la SSP. Finalmente, cerca de las 16 hrs. la policía lanzó un contraataque en el que se internó hacia la parte central del tianguis así como a la Unidad Ermita Zaragoza, lugar en donde diversos comerciantes se habían ocultado para evitar ser aprehendidos. La falta de firmeza por parte de la autoridad para concluir con el enfrentamiento inmediatamente en el momento en que éste se originó fue motivada por la suposición de personal del gobierno central de que el conflicto se ampliaría con la intervención de un número mayor de tianguistas, considerando que el tianguis el Salado alberga a cerca de 12000 vendedores, lo cual propició el primer repliegue de la policía ante la ofensiva de un grupo numeroso de comerciantes. Sin embargo, la mayoría de los tianguistas lejos de lo que las autoridades suponían se mantuvieron solamente a la expectativa y sin la menor intención de intervenir para solidarizarse con sus compañeros a los que se les había confiscado ya su mercancía. De hecho, en la parte central y periférica del tianguis, contraria a donde se realizó el operativo, la mayoría de los comerciantes no se enteraron del conflicto sino hasta que éste fue informado a través de algunos medios de comunicación.

“...el día del operativo nosotros nos enteramos solo por rumores en ese momento...nos decían sin saber realmente qué estaba pasando que la policía se estaba llevando la mercancía de varios puestos de ropa que se ponen sobre la Zaragoza, pero bien, bien nos enteramos por la tele...ahí nos dimos cuenta cómo había estado ese desmadre...” (Jorge, vendedor de ropa nueva).

¹¹⁶ *Ibíd.*

¹¹⁷ Información proporcionada por Miguel, vendedor de ropa usada que intervino en el enfrentamiento con la Policía el día del operativo.

De los comerciantes que si se lograron enterar, muchos optaron por levantar su puesto y retirarse.

“...no pus, cuando empezó todo el *desmadre* mejor agarramos nuestras cosas y salimos corriendo, porque la neta a quién le va a gustar que le quiten sus cosas ¿no?, pus ni que te les hubieran regalado, al gobierno se le hace fácil, pero a nosotros todo esto nos ha costado un *chingo* de trabajo ¿no?...” (Oscar, vendedor de Bonetería)

El resultado final del operativo fue la detención de 17 personas, la confiscación de 40 Toneladas de mercancía, y diversos lesionados entre comerciantes y policías¹¹⁸.

Posterior a la fecha de realización del operativo, y tras el manejo mediático que se le dio, los comerciantes dejaron de asistir a vender a otros tianguis donde también laboraban semanalmente debido a la posibilidad de que los operativos se llevaran a cabo en otros espacios. El temor se generalizó sobre todo en aquellos vendedores de mercancía de contrabando o robada pues no existía forma de que pudieran comprobar su procedencia legal.

Las autoridades mantuvieron la ofensiva implementada y prosiguieron a dar continuidad a su plan de ordenamiento. De esta manera, en la siguiente semana después del operativo se comenzó a levantar un censo de los comerciantes del tianguis llevado a cabo por personal de la Delegación Iztapalapa, cuyo titular entonces era Héctor Martínez, actividad que estuvo resguardada por cientos de policías y granaderos de la SSP DF. Al mismo tiempo, y antes de que los comerciantes se colocaran en sus puestos habituales, se les solicitaba la documentación que acreditara la procedencia legal de su mercancía de tal forma que aquellos que no contaban con ellos, simplemente no se les permitió el ingreso al tianguis.¹¹⁹

De cualquier manera, el número de comerciantes en esta semana disminuyó significativamente, y la mayoría de quienes si habían asistido lo habían hecho sin mercancía y sin la intención de colocar su puesto, solamente para saber algún tipo de información de lo que estaba ocurriendo por parte de sus demás compañeros o de los delegados. En el caso de estos últimos en realidad no se presentaron a informar ni a platicar con los trabajadores sino que simplemente dejaron que los hechos transcurrieran

¹¹⁸ Erika Velasco, *Rumbo de México*, 18-06-2008.

¹¹⁹“La policía capitalina instaló desde la madrugada nueve puntos de revisión en las avenidas Ignacio Zaragoza y Texcoco, así como en las calles Cedros y Sentimientos de la Nación, las cuales rodean el sitio donde se instala el tianguis. En esos lugares muchos de los vendedores que "se atrevieron" a venir fueron frenados en los retenes, donde se les pidieron facturas que acreditaran la posesión legal de la mercancía que ofrecen.” Nota publicada el día 14 de mayo de 2008 por la agencia de Noticias, NOTIMEX.

sin mostrar ninguna intención de intervenir para resolver el problema que enfrentaban los comerciantes. Los rumores entre los comerciantes que se encontraban a la expectativa y ante el temor por la cantidad de elementos policíacos en la zona, eran de que el tianguis sería reubicado y de que se les impediría continuar laborando en el lugar donde tradicionalmente lo habían estado haciendo durante más de treinta años¹²⁰. Esto generó en los tianguistas diversas formas de dar sentido a lo que estaba ocurriendo resumiéndose éstas en la generación de incertidumbre, temor, coraje, hasta actitudes de conformismo y fatalismo, a tal grado de aceptar, si así era requerido, la reubicación o el desalojo definitivo del tianguis. Sólo una porción mínima expresaba una fuerte inconformidad tanto con los delegados de la Organización gremial como con las autoridades pues ellos concebían como un acto de injusticia el haberles confiscado su mercancía por la que ya habían pagado un costo, y sobre todo, porque las autoridades lejos de preocuparse por generar empleos obstaculizara su única fuente de trabajo. En pequeñas asambleas, sobre todo con los comerciantes que se vieron afectados por el operativo del 7 de mayo, al personal de auxilio de los delegados que si se habían presentado al tianguis a la siguiente semana, los tianguistas les cuestionaban, por un lado, su falta de capacidad para gestionar y negociar con la autoridad, con el fin de evitar actos como los ocurridos ocho días antes, y por otro, el no haberles comunicado si es que ya estaban enterados del operativo que éste se realizaría y tomar así las medidas pertinentes. En estos momentos fue evidente la nula representatividad de los delegados de la organización pues éstos fueron rebasados por los contingentes de comerciantes molestos por no poder realizar su trabajo como cada semana. A las demandas, que en algunos casos fueron bastante agresivas por parte de los comerciantes, los funcionarios de la Organización respondían con la promesa de que los operativos se iban a detener y que la autoridad finalmente les permitiría continuar trabajando normalmente pues para ello su máximo líder, Felipe Serralde, ya se encontraba en negociaciones con la autoridad, retórica sin fundamento que los comerciantes no creyeron en ningún momento; la realidad era de que, al menos públicamente, a dicho dirigente la autoridad aún no lograba contactar para sentarse a negociar el futuro del tianguis el salado y su

¹²⁰ Información recabada en observación directa en el tianguis El Salado durante las semanas que duró el proceso de censo de los comerciantes de mayo a junio de 2008.

personal más cercano, o sea sus hijos que fungen como encargados directos del tianguis, no se habían presentado en el tianguis.¹²¹

Sin embargo, la mayoría de los comerciantes no mostraban enojo sino, sobre todo, un gran desconcierto y pasividad, pues, aún bajo estas circunstancias, lo que era evidente era la apatía, el sectarismo y la falta de solidaridad para los tianguistas que sufrieron el operativo. Lejos de haber fomentado algún tipo de organización o solidaridad, la acción gubernamental lo que motivó fue la dispersión de los comerciantes y una mayor fragmentación pues cada quien visualizaba, personalmente, la decisión a tomar si el tianguis dejaba de funcionar pero sin generar alternativas colectivas con sus compañeros y, menos aún, con la Organización oficial la cual, como ya se indica, se encontraba momentáneamente ausente.

En las siguientes semanas la autoridad continuó con operativos para supervisar que los comerciantes solamente expendieran mercancía legal que pudieran comprobar con documentos –facturas- su procedencia. Lo anterior motivó el que el número de comerciantes disminuyera en su asistencia al tianguis, así como también una disminución significativa de la clientela.

“Estos operativos nos dieron en la torre, de por si las ventas ya estaban bastante mal pero con eso fue todavía peor, la gente dejó de asistir por miedo a que hubiera más operativos...” (Daniel 2, vendedor de ropa de segunda mano).

Aunque, a la gran mayoría de comerciantes si se le permitió trabajar aún cuando no comprobaba fielmente la legalidad de sus productos. Esto porque además del operativo la Delegación Iztapalapa implementó un censo para registrar directamente a todos los comerciantes que asistían a vender al tianguis con el fin de obtener información suficiente sobre el número real de comerciantes y así poder delinear a futuro un plan de ordenamiento más sustentado. De esta manera, la autoridad permitió que los comerciantes se instalaran y de hecho, les condicionó su lugar en el tianguis a que se registraran de forma voluntaria en el censo que se estaba llevando a cabo, pues en caso contrario el comerciante que no contara con su registro no podría seguir vendiendo¹²² en lo subsecuente.

¹²¹Excélsior, 14 de mayo de 2008: “Felipe Serralde Xolalpa, quien dirige la Federación Nacional de Comerciantes e Industriales en Pequeño de la República Mexicana, a la cual están adscritos los comerciantes de dicho tianguis, no ha sido ubicado por autoridades delegacionales”.

¹²² De acuerdo con un Boletín emitido por la Delegación Iztapalapa el 16 de mayo de 2008, los comerciantes habían mostrado disposición para ‘regularizar’ su situación y, según el Delegado Horacio Martínez, “durante el operativo se

Condición que, con el pasar de las semanas, resultó inútil pues la cantidad de comerciantes que fueron censados únicamente contempló alrededor de 5000, cuando de facto el número de comerciantes en el tianguis es al menos lo doble de dicha cifra, los cuales continúan en su labor sin ningún contratiempo por parte de la autoridad.

Paralelamente a las acciones emprendidas por la autoridad en las semanas siguientes, un contingente numeroso de comerciantes, pero nulamente representativo del número total de estos en el tianguis, realizaron diversas movilizaciones con el fin de expresar públicamente una respuesta a la ofensiva en su contra por parte de la autoridad. En la acción colectiva más visible llevada a cabo el día 21 de mayo de 2008, participó un contingente de cerca de 500 comerciantes, quienes realizaron una marcha sobre la avenida Zaragoza demandando cese a los operativos y respeto en su derecho al trabajo. Esta movilización, empero, sí fue impulsada por la Organización la cual, sin embargo, solicitó a los vendedores días antes que se sumaran pero solamente de forma voluntaria sin condicionar su asistencia a alguna sanción como había ocurrido en otros actos sobre todo de tipo electoral, por lo cual, la participación de tianguistas fue mínima. Aparentemente este hecho debió mostrar una fuerte debilidad de la organización y sus dirigentes ante la nula capacidad de convocatoria, pero más bien lo que realmente ocurrió, por un lado, fue que dicha acción se realizó con el objetivo de mostrar que la organización estaba respondiendo a las demandas de los comerciantes de exigir a la autoridad la detención de su ofensiva con la intención de ordenar al tianguis, y con ello poder seguir manteniendo su legitimidad. La evidencia de ello fue que no se propició la participación de toda la base de tianguistas en las acciones pues no era lo que finalmente se buscaba siendo que, al menos hasta ahora, la organización tiene potencialmente y de facto el poder para presionar, actuando autoritariamente, a los comerciantes para lograr su participación en cualquier movilización, debido al control que mantiene sobre el espacio de trabajo; por otro, la movilización fue útil para presionar políticamente a las autoridades locales, principalmente de la Delegación Iztapalapa, pues esta acción sucede a un año de la realización de las elecciones para elegir nuevas autoridades en cada una de las 16 demarcaciones que conforman el D.F., de hecho, de acuerdo a información proporcionada por gente cercana a los líderes de la Organización, el principal dirigente y algunos de sus allegados ya se encontraban en negociaciones con las autoridades locales para dar una salida convenida al conflicto generado el 7 de mayo, lo cual

invitó a todo comerciante instalado para que por voluntad propia acudiera a registrarse y recordó que con el poco personal de las áreas de Mercados era prácticamente imposible ingresar a la zona para iniciar el censo.”

implicaba un intercambio de capital político entre ambos actores: por un lado a el líder de la organización de tianguistas se le había solicitado su apoyo para las votaciones próximas, tomando en cuenta la cantidad de afiliados únicamente en Iztapalapa, y por otro, se le ofrecía dejar el orden de cosas en el tianguis tal y como se encontraban hasta antes del operativo, solamente haciendo pública la realización del censo como resultado final de la acción gubernamental, pero sin realizar cambios fundamentales ni intervenir en el control mantenido por la Organización. Así que, la única expresión colectiva de inconformidad realizada por algunos comerciantes, en realidad había estado orientada por la dirigencia con fines más particulares que colectivos.

Por parte de la mayoría de comerciantes, la acción de las autoridades había generado un sentir colectivo de temor e incertidumbre, y una actitud de derrota ante lo que ya se veía venir desde hacia varios años por las irregularidades existentes en el tianguis y de las que ellos mismos estaban conscientes. En general, los comerciantes se asumían como *víctimas* del gobierno capitalino pues la acción que se estaba llevando a cabo se significaba como injusta, aún cuando reconocían que en la operación del tianguis durante sus años de existencia algunos comerciantes si infringían la ley. Por ello, si algún tipo de acuerdo colectivo logró el operativo entre los tianguistas, fue el aceptar tácitamente la posible reubicación del tianguis y la intención de abandonar ese espacio de trabajo sin mostrar ningún tipo de resistencia.

El resultado inmediato de la acción gubernamental en el tianguis el salado se concretizó en algunas medidas tendientes, supuestamente, a iniciar un proceso de ordenamiento. Estas fueron: realización de un censo para actualizar los registros de los comerciantes ante el SISCOVIP; desocupar los espacios que utilizaban los comerciantes ya sea para vender o para colocar sus transportes, y que obstaculizaban el libre tránsito tanto de personas como de automóviles, principalmente sobre la avenida Amador Salazar y la parte correspondiente al edificio de la Dirección Territorial de la Delegación Iztapalapa en la zona¹²³; la promesa por parte de los líderes de solicitar a los comerciantes que expendían mercancía ilegal de cambiar de giro comercial; llevar a cabo mesas de negociación periódicas de los líderes con la autoridad con el fin de poner en marcha las

¹²³ Joel Ortega, titular en 2008 de la SSP del D.F., en Conferencia de prensa conjuntamente con el Jefe delegacional Horacio Martínez afirmaba que: “a diferencia del miércoles pasado (7 de mayo), la acción policial tuvo el objetivo de garantizar el trabajo de la delegación, que por primera vez entró al tianguis para comenzar su regularización, ante las múltiples irregularidades detectadas, como la falta de pagos, invasión de andadores, estacionamientos y vía pública, entre otros.” Nota publicada el día 14 de mayo en el Portal de internet de la Secretaría de Seguridad Pública del D.F.: <http://portal.ssp.gob.mx>.

normas mínimas de operación del tianguis. A la postre, salvo el censo que si se llevó a cabo al menos parcialmente, ninguna de las otras acciones se mantuvo más allá de un mes, regresando el tianguis a la misma situación en la que se encontraba hasta antes del conflicto generado a raíz del operativo policiaco el 7 de mayo de 2008¹²⁴. Lo anterior porque la negociación real y oculta entre líderes y autoridades tenía por objetivo dejar las cosas tal y como se encontraban en el tianguis, a cambio del respaldo político por parte de la organización de tianguistas, la más amplia numéricamente en Iztapalapa, al grupo político del Delegado saliente. Así, con el inicio del proceso electoral en el 2009 la intención de regular la operación del tianguis –y de otros tianguis semejantes en Iztapalapa- se soslayó quedando, tanto el operativo y el intento de regulación como la mediatizada movilización colectiva llevada a cabo por un grupo de comerciantes y organización, en un hecho histórico momentáneo que, sin embargo, logró vislumbrar la capacidad de fuerza y de respuesta de ambos actores, tanto comerciantes como autoridades, como un factor a tomar en cuenta en una próxima nueva intervención en el tianguis, ya sea para ahora sí cumplir la normatividad, o bien, para saber bajo qué condiciones negociar.

De esta forma, la acción colectiva llevada a cabo por una parte de los comerciantes del tianguis el Salado fue, más que una respuesta gremial de forma organizada que haya devenido en un movimiento social laboral, una acción defensiva y reactiva ante la actitud prepotente de la autoridad en el operativo policiaco para confiscar la mercancía ilegal. Es decir, fue una acción que tuvo como motivante un sentido afectivo, el cual, siguiendo a Weber, fue emitida en función de una gama de afectos y sentimientos de molestia, coraje y una concepción de injusticia, generados a partir de la intervención policiaca contra su fuente de trabajo. El por qué el resto de los comerciantes no intervino en el conflicto durante el día del operativo y sólo se mantuvo a la expectativa es posible explicarlo, en primer lugar y de inicio de forma superficial, haciendo eco de las propias versiones que algunos comerciantes tienen sobre los hechos, debido a que el operativo fue realizado hacia un tipo de mercancía en particular y a un grupo específico de comerciantes y no a la generalidad del tianguis, es decir, comerciantes cuyo giro comercial era la venta de ropa de segunda mano de contrabando que para los demás tianguistas siempre ha implicado un factor de riesgo estando por ello conscientes de la

¹²⁴ A través de las visitas realizadas al tianguis El Salado las siguientes cinco semanas posteriores al operativo del 7 de mayo de 2008, pudo constatar que una vez concluido el proceso de censo implementado por la Delegación Iztapalapa, y habiendo disminuido la presencia policiaca, el tianguis volvió a su habitual dinámica.

posibilidad de que la autoridad pudiera actuar aplicando la norma sobre comercialización en cualquier momento. La sorpresa, según lo anterior, no fue la intervención de las autoridades, lo cual ya se esperaba que ocurriera tarde o temprano, sino que en esta ocasión los comerciantes no fueron avisados por los delegados de la organización para poder recoger sus puestos previamente. Entonces, aquí interviene lo que se señala en otros apartados, a saber, que la comunidad de tianguistas está al tanto de quien o quienes infringen en mayor medida las normas tanto por el tipo de mercancía que expenden como por la forma en que se proveen de ella, por lo cual, lo que en la rutina de trabajo en el tianguis se mantiene como una situación normal, y que implica la solidaridad basada en la complicidad por omisión, dentro de un contexto de intervención de la autoridad para aplicar la ley motiva la abstención de apoyar a quienes saben que de hecho si se encuentran en una situación de transgresión legal flagrante, por un lado, y, por otro, por el hecho de que una gran cantidad de comerciantes en mayor o menor medida se encuentran dentro de esa misma circunstancia, razón por lo cual, en lo inmediato motiva acciones de repliegue con el fin de que el costo económico personal sea el menor posible.

Sin embargo, una explicación adicional tendría que venir a partir de rebuscar las motivaciones menos evidentes y soslayando momentáneamente, aún sin descartarlo del todo, el discurso autojustificadorio de los comerciantes que no intervinieron en el conflicto.

De inicio, estamos hablando de un conjunto de trabajadores que aunque si muestran rasgos de identificación ocupacional así como de una identidad colectiva gremial, sin que esto implique un sentimiento de apego hacia la organización, el tipo de actividad laboral que llevan a cabo, en la que una de sus características principales es la competencia permanente, abre las posibilidades para generar una actitud individualista y sectaria, que en este tipo de situaciones se torna manifiesta. Más aún, por el hecho de que en el imaginario colectivo las nociones de legalidad e ilegalidad con respecto a la realización de su actividad se encuentran presentes en forma latente, lo cual es una fuente de incertidumbre y llega a despertar un sentimiento colectivo de culpa, aunque también comportamientos de cinismo y utilitarismo como ya se ha indicado. Lo anterior, entonces, coadyuva a inhibir la participación voluntaria gremial de la mayoría de los comerciantes en situaciones como la acontecida en el 2008, salvo de que hubiera sido la propia organización la que de forma autoritaria presionara su participación con la

amenaza de sanciones, como ha sido el caso de acciones concretadas por parte de otros grupos de tianguistas.

En este sentido, aunque con posterioridad a la fecha del enfrentamiento violento entre personal de la policía y un grupo de comerciantes, se llevaron a cabo diversas acciones colectivas, dos de ellas en forma de manifestación pública, no puede hablarse de que se generó un movimiento social de los tianguistas debido a que no fue la expresión organizada de las demandas del grueso de los comerciantes y cuya participación fue bastante reducida. Más bien, las limitadas y espontáneas acciones emprendidas por un grupo menor de comerciantes se entienden por el hecho de que, quienes si participaron en ellas fue la gente que sufrió el operativo o familiares de aquellos a quienes habían detenido y remitido al ministerio público por lo que su demanda principal era de que se les pusiera en libertad y se detuvieran las acciones policiacas en el tianguis, sin manifestar demandas más amplias. La organización, por su parte, aprovechó tal situación para movilizar mínimamente a su gente de mayor confianza, sin que los propios dirigentes estuvieran al frente de ella. Así, las acciones colectivas posteriores fueron respaldadas por la Organización, más como resultado de una estrategia política de los dirigentes con un afán de ejercer presión sobre la autoridad para tratar de equilibrar la correlación de fuerzas al momento de la negociación, que de generar un movimiento gremial genuino que enarbolará demandas concretas, que definiera a enemigos y aliados, que se condujera como una organización con una fuerte participación y respaldo de la base, y menos aún con un proyecto político y laboral alternativo, condiciones mínimas éstas de un movimiento social real como el caso de los tianguistas artesanos del centro histórico de Coyoacán.

7.2 Expectativas y alcances para la Organización y acción gremial autónoma de los tianguistas en defensa de su espacio de trabajo.

Los obstáculos para que del conflicto del año 2008 se generara un movimiento de tianguistas genuino con una participación colectiva tienen que ver por un lado, con el tipo de organización y de dominación ejercida por los líderes del tianguis; es decir, aunque formalmente esté constituida como una asociación civil, y por tanto, la asamblea general debiera ser el máximo órgano en la toma de decisiones, en realidad encontramos que asume las características de una organización corporativa con prácticas hacia sus agremiados de tipo clientelar y con un liderazgo único y personalista, que bien puede definirse como un *cacicazgo laboral urbano*, en el que las decisiones fundamentales, las

negociaciones con la autoridad, y, sobre todo, el control sobre el tianguis y los comerciantes, recae justamente en dicho líder y en su séquito familiar, lo cual inhibe cualquier tipo de participación voluntaria de las bases, configurándose entonces dicha agrupación como una estructura vertical invariable. Luego entonces, la decisión efectiva de ejercer acciones colectivas, establecer alianzas, negociar con la autoridad se encuentra en la organización de forma monopólica, por ello, la participación de los comerciantes, de existir, difícilmente tendría cabida o se orientaría con objetivos tendientes a la búsqueda de sus propias demandas, esto claro, mientras no se de un rompimiento con la estructura organizativa actual. Por otro lado, las condiciones organizativas antes descritas al estrechar y, de facto, cerrar el espacio de posibilidades para la acción de los comerciantes dentro de la organización gremial, logró motivar en la mayoría de ellos una subordinación basada, como ya se ha reiterado, en la generación de un *consenso cómplice*, con lo cual la toma de decisiones, los asuntos de carácter administrativo y de gestión se le han relegado y *dejado hacer* completamente a los líderes, en tanto que estos, a su vez, permiten que el tianguista lleve a cabo su trabajo *libremente*, cabe decir, sin la intervención en los asuntos concretos de su trabajo por parte de la Organización. Así, la inactividad organizativa en la que han devenido los comerciantes (por apatía, decepción por experiencias previas negativas en participaciones anteriores, por individualismo y por la reproducción de una cultura de subordinación tradicional), volcándose a sus asuntos personales y laborales de forma particular, así como, en consecuencia el delegar la representación de sus intereses en el dirigente de la organización ha conducido a que, en situaciones como la del operativo del 2008, los tianguistas permanezcan pasivos y a la expectativa de lo que sus líderes pudieran hacer, pero sin que mediara ningún tipo de exigencia hacia la dirección.

Lo anterior nos habla de una cultura política del tianguista poco participativa y más bien delegatoria y pragmática. El término de cultura política si bien está referido al “conjunto de actitudes, normas y creencias, compartidas más o menos ampliamente por los miembros de una determinada unidad social y que tienen como objeto fenómenos políticos” (Bobbio, 2002), bien puede ampliarse para designar este mismo conjunto de elementos pero en un nivel micro y no referido única y exclusivamente a la esfera del poder público, considerando además el que las relaciones de poder permean todo el tejido social y no se circunscriben sólo a la relación entre el gobierno y los gobernados; en este caso se trataría de una *cultura política gremial* tratando de definir la gama de actitudes, prácticas y creencias del conjunto de trabajadores en torno a su participación

dentro de la dinámica política de su Organización. De esta forma, dentro del gremio de tianguistas de El Salado prevalecen, como decíamos, actitudes que tienden a expresar una *cultura política gremial delegatoria* basada en el pragmatismo, en la que los integrantes de la Organización de tianguistas están conscientes de la existencia de una instancia de dirección, a la cual significan de forma negativa, pero a la que reconocen finalmente como una estructura que se encuentra por encima de ellos y en la que soslayan de ante mano cualquier tipo de participación, aún cuando si acatan el control sobre el espacio de trabajo así como la gama de normas establecida por ella en tanto les sea respetado su lugar para trabajar lo cual, al final, no hace sino reproducir la misma forma de dominación y control gremial.

En síntesis, como se pretendió denotar a lo largo del texto, las fuentes que dan origen a las diversas formas de identidad en los trabajadores del Tianguis El Salado, son heterogéneas y se construyen no espontáneamente sino condicionadas por una configuración societal específica, que implica una conjugación de estructuras, interacciones y subjetividades en la situación histórica concreta.

De esta manera, la identidad de sujetos como los tianguistas, se conforma, en general, atendiendo a la experiencia vivida y significada en torno a lo que es su trabajo, aunque no exclusivamente sólo en él sino también en otros mundos de vida.

Concretamente, existe una importancia fundamental, tal y como fue expuesto en este capítulo, de la Configuración espacial en la que opera el tianguis El Salado con respecto al proceso de estructuración laboral y organizativa debido a que condiciona las prácticas y subjetividad de los actores así como la gama de interacciones sociales que se concretan en el desarrollo de la ocupación.

El espacio social ocupado periódicamente por el Tianguis se caracteriza por sus elevados niveles de precariedad, falta de servicios públicos y un grado importante de problemas sociales urbanos, principalmente la delincuencia y la desintegración familiar. Esta parte de la ciudad fue ampliamente poblada a partir de la segunda mitad del siglo XX creándose múltiples colonias y conjuntos habitacionales de carácter popular en donde tuvo cabida un amplio sector que había migrado del campo a la ciudad con fines de empleo quienes finalmente ante la carencia de éste tuvieron que concretar diversas formas de sobrevivencia, siendo la emergencia de tianguis una de ellas.

Así, los comerciantes que constituyeron el Tianguis El Salado proceden de lugares de origen diversos, una gran parte de ellos fueron migrantes de varios estados del país y no contaban con la calificación laboral necesaria como para insertarse al mercado de trabajo formal; otros, aunque ya contaban con un lugar de residencia en el D.F. y la zona conurbada sus condiciones de vida eran bastante limitadas pues habitaban en la mayoría de los casos en colonias de nueva creación ampliamente marginadas por lo que su inserción al tianguis correspondía por entero a una estrategia de sobrevivencia; una parte más del grupo de comerciantes, aunque oriundos del D.F., habitaron inicialmente en la zona centro de la ciudad en vecindades y barrios populares, en donde ya se dedicaban a la venta de diversos productos, sobre todo de segunda mano.

Con el transcurso del tiempo el tianguis se fue ampliando bajo el amparo de una Organización gremial que, desde sus inicios operó con un sentido claramente clientelar y corporativo. Por ende, el objetivo estratégico de dicha Organización ha sido el de aumentar significativamente el número de afiliados y para ello está obligado a incorporar nuevos comerciantes a los tianguis en donde posee el control.

Las tres vías para acceder al tianguis dan cuenta de lo imprescindible que es la intermediación de las redes sociales familiares o de amistad. Estas vías son: la herencia del lugar y de la ocupación de padres a hijos; la compra del lugar al vendedor titular; el solicitar un lugar al Delegado de la Organización. La mayoría de los nuevos comerciantes, cuya entrada masiva fue sobre todo a mediados de los años noventa, lograron ingresar a través de las dos primeras formas sin encontrarse ningún tipo de limitación salvo el cubrir el requisito de afiliarse previamente a la Organización de tianguistas.

Una gran mayoría de comerciantes desde la conformación de este espacio laboral han permanecido en él y en su ocupación, así como aquellos que se han integrado posteriormente pero que cuentan ya con cierta antigüedad como comerciantes. En la situación particular de los tianguistas del Salado la permanencia en la ocupación se ha debido a diferentes circunstancias. Principalmente, se destacan condiciones estructurales y subjetivas, entre ellas, la situación del mercado de trabajo urbano que impide por un lado el ingreso o reingreso de trabajadores que se han dedicado a la venta en el tianguis como único o complementario medio de ingresos, por otro, el nivel de cualificación de estos trabajadores, así como aspectos de índole sociodemográfico como la edad, el género, la situación familiar específica que representan fuertes motivantes para que el comerciante opte por permanecer en su ocupación. No obstante también, como se

explicó, la existencia de comerciantes con una tradición familiar en la ocupación les predispone de algún modo para que hagan de este trabajo su ocupación principal, la cual generalmente es aprendida desde una edad temprana. En éstos, el grado de identificación con este tipo de actividad es más complejo y no se limita a un apego de tipo instrumental sino que existen diversos elementos culturales como la tradición y la costumbre familiar de laborar en el tianguis que generan en él un sentido de orgullo hacia su trabajo llegando a denotarse como resultado de la herencia familiar y, por ende, con un valor emotivo significativo.

Un punto importante de resaltar es el grado de heterogeneidad que existe en el contingente de tianguistas. Como se indica, los comerciantes originales provenían de diferentes zonas geográficas y se insertaron al tianguis por diferentes circunstancias. A la postre, esta situación se sigue reproduciendo ya que actualmente los lugares de residencia de los comerciantes no se restringen a la zona en donde se instala el Tianguis sino que su procedencia es muy diversa; así mismo los objetivos para incorporarse a la ocupación y al espacio de trabajo también difieren entre uno y otro vendedor: la mayoría se inserta con un objetivo de sobrevivencia, pero también existe quien decide ingresar por tradición familiar y un grupo aún menor que se inserta al tianguis con el objetivo de obtener ganancias aprovechando la falta de una legislación y supervisión estrictas en esta forma de comercialización.

Con relación a esto último, en este capítulo se explicó cómo los mecanismos de control ejercidos por la autoridad son escasos, sobre todo por parte del gobierno local. El control que la estructura de gobierno lleva a cabo en este tianguis es ampliamente difuso, enfocándose a medidas de control sobre la utilización de la vía pública y de los espacios de uso común.

La ausencia de la autoridad ha generado en el comerciante una configuración subjetiva contradictoria pues paralelamente a la incertidumbre y angustia generadas por la opacidad en su futuro laboral en el tianguis, el hecho de no existir un control estricto por parte de la autoridad sobre su trabajo les permite significarlo como una actividad libre y autónoma, lo cual ha permitido la generación de un nivel importante de identidad en estos trabajadores con su ocupación aunque con un sentido pragmático.

En realidad, la operación del tianguis se concreta más que con el control de la autoridad con el que ejerce la Organización gremial.

En el Tianguis el Salado subsiste una organización corporativa con un tipo de dominación burocrática autoritaria que se expresa a través de un liderazgo unipersonal de carácter *caciquista*.

El control de la organización es vertical y sin ningún tipo de negociación o consulta con los comerciantes de base, cuya participación en la vida organizativa es nula. De tal forma que el objetivo fundamental de la organización no es asumirse como un órgano de representación de los comerciantes para la defensa de sus intereses, sino el aglutinarlos con fines políticos y económicos manteniendo una relación corporativa con el aparato burocrático local.

No obstante, aunque el control por parte de la autoridad en este tianguis es difuso, la Organización no suple tal vacío con relación al quehacer laboral propiamente dicho de los comerciantes, sino que se aboca a mantener el monopolio del control en lo que respecta al espacio ocupado y la operación global del tianguis.

Entonces, en El Salado, no existe un control de la autoridad pleno y el que se concreta, por parte de la Organización, se aboca al aspecto de la apropiación del espacio y a la administración de la población de comerciantes. El control específico sobre la forma de realizar el trabajo en el tianguis queda más bien soslayado y dejado en manos de los propios tianguistas.

Este *dejar hacer* de parte de la organización hacia sus agremiados es vital para la generación del consenso de la dirigencia de tal forma que aquí la ausencia de control específico sobre el trabajo del comerciante es una característica que permite el mantenimiento de la estructura de dirección organizativa sin demostraciones abiertas de inconformidad.

La relativa libertad laboral del tianguista se traduce en la cotidianeidad de su trabajo de dos formas: como autocontrol colectivo y como autocontrol sobre su trabajo particular.

En primer lugar, el autocontrol colectivo se expresa a través de una especie de código de ética laboral que cumple con la función de controlar las prácticas de los integrantes del gremio el cual es ejercido de parte de los comerciantes de forma casi espontánea. Las reglas implícitas que son compartidas y, en general, acatadas por el grupo de comerciantes dentro del lugar de trabajo son finalmente la expresión de una intención colectiva de mantener en orden el espacio en donde laboran, aún cuando en ciertos aspectos sea un orden que se contrapone al orden social más general. Así, al concretar su práctica laboral respetando el conjunto de normas del gremio el tianguista específicamente lo que hace es afirmar el sentido de pertenencia a la colectividad. Lo

anterior sucede considerando un sentido de reciprocidad que, sin embargo, no inhibe las prácticas desleales de algunos de los integrantes de la comunidad laboral.

En segundo término, como se ha señalado, los tianguistas poseen la capacidad para ejercer su trabajo de acuerdo al conjunto de habilidades y conocimientos adquiridos en su quehacer cotidiano de una manera autónoma.

En este sentido, un ámbito importante en el que el comerciante ejerce su restringida capacidad de autocontrol es sobre las formas de trabajo, de acuerdo a las necesidades y a su propio aprendizaje en la ocupación.

Así, son los tianguistas quienes controlan sus formas de trabajo no obstante de que al final concretan prácticas que son comunes y reiterativas porque se tiene la idea de que esa es la mejor forma de hacer las cosas, soslayando la posibilidad de innovar o crear nuevas técnicas para comercializar sus productos.

En este sentido, para estos trabajadores la capacidad de controlar lo que expenden es relevante pues, aunque en su mayoría se mantienen en un solo giro comercial, un sector de ellos modifica el tipo de mercancía periódicamente. En esta situación, aunque el comerciante lo signifique como una muestra de su capacidad de autonomía, en realidad el mercado de consumo condiciona el tipo de mercancía que el trabajador puede expender sin que ello esté completamente definido solamente por su voluntad. Paralelamente, el hecho de que pueda tener más eficiencia en la operación del control sobre su mercancía, está relacionado con un contexto inmediato que implica el establecimiento de redes de relaciones sociales con quien le provee, y en casos específicos, la posibilidad de ser sujeto de crédito por parte de los propios proveedores, ambas situaciones que, igual que la anterior, no dependen sólo del tianguista.

El margen de decisión, empero, puede ser significativo sobre todo cuando algún producto no ofrece el resultado esperado por el tianguista y existe la necesidad de cambiar de giro comercial. En ello, si bien el comerciante se encuentra condicionado por la oferta y demanda del producto que pretende expender, la capacidad de decisión de qué producto vender es mayor considerando que no existen restricciones o gestiones burocráticas que tenga que realizar para poder hacerlo, como si ocurre por ejemplo en el comercio establecido.

Relacionado con lo anterior, los comerciantes de tianguis tienen cierto espacio de autocontrol también sobre cómo y dónde se proveen, aún cuando se encuentren restringidos por necesidades tales como proveerse de mercancía económica y adecuarse al gusto y exigencias de la clientela. Por ello, el comerciante se nutre tanto de

proveedores legalmente establecidos como de la delincuencia organizada quien generalmente puede proporcionar un producto muy por debajo de su precio estándar. Así, en la elección de qué producto vender, el peso de la decisión del comerciante es amplio y en cuyo contenido pueden intervenir códigos de tipo sentimental como la satisfacción que le puede ofrecer el expender cierto tipo de mercancía, o de tipo estético en el que considere el gusto y su sentido de belleza o fealdad sobre determinados productos aunque, en efecto, se encuentre limitado por diversas situaciones estructurales como el monto de capital disponible para poder invertir en determinada mercancía.

En tercer lugar, un punto de control vital para el tianguista sobre su actividad es el referido a la Jornada de trabajo. El horario de trabajo del comerciante suele ser bastante flexible ya que es posible que labore medio tiempo, tiempo completo o incluso un periodo de tiempo superior sin que haya una sanción de por medio por disminuir o ampliar voluntariamente la Jornada de trabajo.

En suma, el autocontrol relativo sobre el trabajo directo del comerciante es significado y ejercido por éste como una afirmación de su autonomía y del conocimiento adquirido sobre su ocupación a lo largo del tiempo. De forma específica, es en su lugar concreto de trabajo en donde el autocontrol relativo, significado por el tianguista como total, se hace evidente pues aquí el vendedor organiza y divide el trabajo, estructura su puesto y la mercancía, interactúa con la clientela y con sus demás compañeros siguiendo su propia habilidad y experiencia así como la situación de flexibilidad de su ocupación, sean sus condiciones de trabajo más o menos precarias. Fuera de él, el comerciante tiene que sujetarse a constreñimientos múltiples gubernamentales, de la Organización, del gremio, de la clientela o de los vecinos, pero al interior de su puesto es donde su capacidad de decisión le otorga un sentido satisfactorio sobre su trabajo, pese a lo rutinario que pueda llegar ser y aún cuando la libertad supuesta no sea de ningún modo absoluta tal como es concebida por el trabajador.

No obstante, para este grupo de tianguistas el significado de su actividad laboral como autónoma implica también el objetivo de reproducir y perpetuar el estado de cosas vigente pues esta situación dada les permite mantener su ocupación como un medio de sobrevivencia, y el arriesgarse a innovar, dentro de su propio proceso de trabajo, constituiría más una fuente de incertidumbre que de orgullo laboral sobre todo por la falta de claridad de su futuro posible; es, en suma, una práctica de trabajo que se basa en un razonamiento que busca priorizar únicamente la satisfacción inmediata de

necesidades haciendo uso de una situación real de autonomía que es más bien, como lo he señalado, bastante relativa.

Lo anterior no implica, sin embargo la ausencia de motivantes no instrumentalistas para que el comerciante otorgue un sentido de satisfacción con su trabajo. En este grupo de trabajadores, las relaciones sociales establecidas dan lugar a un reconocimiento mutuo entre vendedor y cliente como parte de una comunidad que vive y se reproduce en condiciones de precariedad por lo cual se identifican ambos actores como necesarios uno del otro. En ello además existe un reconocimiento mutuo como parte de un mismo sector social –el de los pobres o los jodidos-opuesto a aquél otro –el de los ricos- que no necesita recurrir a estos espacios de comercialización, pues posee un espacio particular de vida y consumo ampliamente restringido y, por ello, excluyente.

Algo que es importante resaltar en este sentido es que, en un nivel más amplio, el tianguista se identifica como colectivo y como gremio también con relación a otros actores a los que percibe como cercanos por el carácter del trabajo que desarrollan. En la construcción de este nivel identitario es posible prescindir del cara a cara, de las interacciones inmediatas, puesto que el sentido de pertenencia se recrea en el imaginario social teniendo como referente el reconocimiento de la existencia de otros sujetos que comparten una misma forma de ganarse la vida, es decir, el autoemplearse prescindiendo del mercado de trabajo formal y, sobre todo, excluyendo el tipo de relaciones de subordinación que se establecen en él. En este sentido, el común denominador de este sector social laboral es, justamente, la capacidad relativa de autonomía sobre su trabajo que, sin embargo, es significada por los sujetos como una autonomía absoluta. Por tanto, la identidad colectiva más amplia de este sector de trabajadores se basa en las nociones de libertad y autonomía laboral que, como sujetos aparentemente autogestivos, poseen.

En un nivel más inmediato a lo largo del capítulo ha sido posible discernir dos formas de identidad existente en los comerciantes de El Salado. Por un lado, la identidad hacia el trabajo.

La identidad hacia el trabajo del tianguista, que vive y labora en condiciones generalmente precarias, se genera atendiendo a distintas motivaciones y asume características diferentes de acuerdo a las necesidades subjetivas y relacionales de los sujetos. Sin embargo, son esas mismas circunstancias de su realidad inmediata las que

intervienen, en parte, para que se conforme una subjetividad específica en estos tianguistas; por otro lado, es su propia experiencia y trayectoria laboral la que hace la diferencia sustancial en la construcción del sentido de pertenencia, y en la forma en que significa su propia ocupación.

Como se explicó en este capítulo, aquellos comerciantes que han permanecido en la ocupación durante un tiempo prolongado y han hecho de ésta su forma de vida, incluso desde la infancia, le han otorgado un sentido de orgullo a su ocupación. Lo anterior es posible debido a que en el ejercicio de la ocupación han obtenido, además de un ingreso económico, un cúmulo de habilidades, conocimientos, y han establecido una compleja red de relaciones sociales que les permite significar la ocupación como honesta e independiente, en la que poseen una capacidad de autocontrol sobre diversos aspectos del proceso laboral aunque de forma limitada.

No obstante, existe una porción importante de comerciantes, que en su mayoría son tianguistas incorporados más recientemente que, contrariamente, el sentido que le otorgan a su trabajo difiere en parte dadas sus propias circunstancias, y la identidad aunque estaría más referida a lo instrumental no soslaya aspectos de diversa índole como el sentido de comodidad que les proporciona realizar un trabajo que, similar al caso anterior aunque atendiendo a diferentes causas, consideran como libre e independiente, así como una parte lúdica que corresponde a la gama de interacciones sociales que en él se pueden concretar. Es decir, aún cuando lo instrumental tenga un peso específico dentro de la configuración subjetiva que da lugar a la identidad con la ocupación, no puede afirmarse que esto sea absoluto sino que en diferentes situaciones ocupan un lugar imprescindible códigos de significado relacionados con lo estético –por ejemplo, el gusto por el ambiente social generado en el desarrollo de la ocupación; lo emocional, por ser posible concretar relaciones de convivencia y así estrechar lazos sociales con los compañeros de trabajo o con la familia; lo sentimental, en lo cual intervienen de manera contradictoria la comodidad que subyace a la ocupación, pero también la incertidumbre y la inseguridad, así como el orgullo o la frustración.

La identidad hacia la ocupación, entonces, se construye en el comerciante como resultado de otorgarle un sentido pragmático instrumental –como fuente de ingresos-, un sentido emotivo resultado de la gama de interacciones sociales que en ella se concretan y por constituirse, en el caso de los tianguistas más antiguos, como una actividad con una función social; incluso puede presentarse un sentido ético (moral) de establecer como preferente en la escala de valores sociales construir y mantener

espacios populares de comercialización que son resultado de una herencia y tradición histórica como los tianguis, a espacios de comercialización de carácter transnacional que solamente benefician a una élite. Por tanto, la identidad hacia el trabajo del tianguista se da de forma diferenciada existiendo una configuración de códigos de dar sentido concreta de acuerdo a la situación específica de cada sector dentro del Tianguis.

Por otro lado, la identidad con la comunidad gremial de la que se forma parte, la identidad colectiva propiamente dicha, se construye teniendo como referente diversos elementos que sí son comunes al grueso contingente de tianguistas.

En primer término, los sujetos son capaces de representar su identidad con un sentido de oposición visualizando a otros actores ya sea como enemigos o bien como sujetos que restringen y ponen en riesgo su trabajo.

En la mayoría de los casos, el tianguista se asume como un sujeto víctima que padece situaciones de injusticia, por ejemplo, de parte del gobierno capitalino al pretender controlar lo que comercializan o establecer una reglamentación más estricta, de *agandalle* por parte de la Organización, la cual cobra una cuota que es considerada como injusta; de violencia por parte de la delincuencia; de incompreensión de parte de la clientela, la cual pretende consumir productos a un precio muy bajo que no resulta beneficioso para el comerciante. El asumirse, entonces, como víctima le permite al comerciante justificar diversas prácticas de su actividad laboral que implican obtener un beneficio personal pero a costa de otros sujetos que pueden ser el cliente, los vecinos, y la ciudadanía en general. Y ello, aunque exprese un comportamiento egoísta del comerciante es parte de lo que conforma el sentido de pertenencia como gremio: una identidad colectiva basada en su *victimización* como trabajador que motiva en éste un comportamiento que autojustifica la forma en que concreta su trabajo, esto es, adaptándose con relativa libertad a las circunstancias con el objetivo de lograr el objetivo final de su estancia en el espacio y en la ocupación: la obtención de un ingreso con el cual pueda satisfacer sus necesidades personales y familiares.

Al prevalecer un significado del trabajo en el tianguis como medio de sobrevivencia y/o ser concebido como algo temporal, pese al margen de autonomía que suponen tener, se promueve un comportamiento pragmático en el que el fin justifica los medios. Esto último permite finalmente que circunstancias tales como el grado de precariedad de sus condiciones de trabajo, el nivel elevado de competencia, la dominación ejercida por la Organización gremial, el alto nivel de delincuencia existente, la introducción comercial

de productos ilegales y apócrifos, etc., sean soslayadas por el grueso de comerciantes y éstos se dediquen a ejercer su actividad de forma rutinaria tratando de adaptarse a las condiciones prevalecientes sin tener la disposición para transformarlas de ningún modo. Esta situación que es común al contingente de tianguistas de El Salado, aún con casos excepcionales, permite la definición de su identidad colectiva construida como una *Identidad Colectiva Pragmática* en la que, sin contar con una ideología o proyecto laboral como gremio, permite el reconocimiento colectivo que refiere a un ámbito de agencia social reproductiva y adaptable pues finalmente la capacidad de decisión es inherente a estos sujetos siendo así voluntad propia el mantenerse dentro del estatus quo de su ocupación y del espacio de trabajo.

De manera particular, por último, cabe puntualizar la serie de condicionantes que establecen una correlación entre el tipo de identidad construida, que he considerado como pragmática, y la ausencia de cualquier tipo de organización gremial y acción colectiva genuinas.

Diversos factores han influido para que se configure una situación de inactividad y falta de interés para participar activamente dentro de la organización así como concretar acciones colectivas autónomas por parte de los comerciantes teniendo como fundamento el tipo de identidad arriba señalada. Estos factores son en general: a) una estructura organizativa vertical, corporativa y clientelar que ha prescindido de crear mecanismos de participación de la base por lo que el control y la toma de decisiones se encuentra centralizada en el líder y su organigrama de apoyo; b) la existencia de relaciones de poder entre una dirección gremial que ejerce un tipo de dominación burocrática autoritaria representada en la figura del máximo dirigente cuyo liderazgo corresponde a un cacicazgo urbano laboral, y los comerciantes que debido a su comportamiento pragmático posibilitan la generación de un tipo de consenso cómplice; c) una cultura patrimonialista gremial de los comerciantes de tipo delegatoria hacia la Organización y su líder; d) la presencia de una actitud de sectarismo en los tianguistas hasta cierto punto lógica por el contexto de competencia existente dentro de quienes llevan a cabo una actividad de tipo comercial.

Las condiciones en que es constituida la identidad colectiva del tianguista muestra que, salvo en una situación coyuntural que ponga en peligro su fuente de ingresos, como el caso de un posible desalojo por parte de la autoridad, el espacio de posibilidades para la acción colectiva se encuentra restringido sobre todo porque la dinámica laboral

cotidiana expresa la prioridad de los sujetos hacia la reproducción de prácticas de sobrevivencia, que motivan actitudes de soslayo y franca apatía hacia aspectos relacionados con la organización gremial auténtica, como fue ejemplificado en la acción gubernamental en su contra realizada en 2008, y les lleva a enfocar su energía y creatividad exclusivamente al desarrollo de su trabajo en una rutina permanente, mostrando una voluntad para actuar colectivamente demasiado limitada, situación de la que ha sido capaz de sacar ventaja la estructura corporativa de la Organización de tianguistas.

Capítulo VI. *Fabricando la ocupación: Construcción social de la ocupación, identidad y acción colectiva en los tianguistas artesanos del Centro Histórico de Coyoacán.*

En la Delegación Coyoacán se estima que existen cerca de seis mil comerciantes de tianguis¹²⁵, de los cuales cerca de la mitad carecen de permiso para el desarrollo de sus actividades. De aquellos que cuentan con permiso, solo alrededor del 60% paga algún tipo de cuota, aunque oficialmente no existe normatividad alguna que obligue a los comerciantes a hacer pagos de ningún tipo a las autoridades. Según datos proporcionados por el gobierno delegacional en Coyoacán operan alrededor de 122 tianguis durante toda la semana, de los cuales sólo una mínima parte se encuentra incorporado al Programa de reordenamiento del comercio en vía pública, establecido por el gobierno del D.F. desde 1997.

Cuadro 5. Número de tianguis y tianguistas por día en la Delegación Coyoacán.

Días de operación.	No de Tianguis por día	No. de Tianguistas por día
Lunes	14	1635
Martes	13	1755
Miércoles	18	2111
Jueves	13	1509
Viernes	13	1237
Sábado	26	2783
Domingo	25	5659
TOTAL	122	16689

Fuente: Elaboración propia con base en datos proporcionados por la Coordinación de Mercados y Vía Pública de la Delegación Coyoacán.

En la demarcación pueden ubicarse dos zonas específicas en donde el comercio en Vía Pública ha aumentado de manera amplia y desordenada como son la colonia Ajusco, en el Tianguis conocido como “La Bola”, y el Centro Histórico de Coyoacán, en el Tianguis de Artesanías, donde oficialmente se encontraban registrados, hasta inicios de 2008, alrededor de quinientos comerciantes y artesanos que ocupaban las plazas públicas extendiéndose hacia las calles aledañas. No obstante, en este último caso la estimación real hace suponer que operaba una cantidad mayor de comerciantes, sobre

¹²⁵ El dato sobre el número de tianguistas en Coyoacán manejado por la SEDECO es de 5861 en 109 tianguis, cifras que difieren mínimamente con las ofrecidas por el gobierno de la Delegación Coyoacán que es de 122 tianguis con más de siete mil vendedores.

todo de aquellos que fueron ‘apoyados’ por la propia autoridad en años recientes y que no formaban parte del Tianguis de Artesanías ubicado en los Jardines Hidalgo y Centenario desde hace más de veinte años, sino que se colocaban en la periferia de la Plaza Central estando aglutinados en Organizaciones vinculadas con el PRI y el PRD, a diferencia del grueso de los comerciantes artesanos. Así, se concentraban en dicho espacio cerca del doble de los comerciantes registrados, y se agrupaban en más de veinte organizaciones gremiales (Ramírez: 2003, 2005).

El caso del Centro Histórico (CH) de Coyoacán es sobresaliente debido a que, como sucede con otro tipo de espacios similares, existe en él una combinación de factores históricos, culturales, simbólicos y sociales bastante diversos y que son una parte inherente a su devenir cotidiano. En él, “se han depositado memorias y significados que forman parte de la historia social y urbana, local y de la capital del país” (Ramírez, 2006).

Y en la situación particular de los comerciantes artesanos del Zócalo de Coyoacán, sus prácticas de comercialización fueron legitimadas de forma recurrente por consumidores provenientes de distintos estratos sociales, pero principalmente de clase media, que coadyuvaron en la estructuración de hábitos y costumbres que le dieron sentido a la actividad de compra venta en el espacio público de los Jardines del Centro Histórico de Coyoacán. De esta manera, el proceso de defensa del uso del espacio se relaciona por un lado con la reivindicación del derecho al trabajo pero, por otro, lo que también entra en juego es, como lo menciona Ramírez Kuri (2005), *la reivindicación de códigos culturales, de estilos de vida y con los significados que definen los vínculos y las formas de pertenencia hacia los lugares que ocupan.*

En este sentido, es relevante la propia concepción de quienes fueron protagonistas del Tianguis de Artesanías:

“...aún con sus salvedades si era un lugar en donde encontrabas cosas diferentes...cosas que decías en ningún lado lo voy a encontrar...y por otro lado, pues la relación con la gente, no sé a mí me gusta atender a la clientela,...tu vas a Tepito y es otro ambiente, no digo si mejor o peor, pero es otra cosa, otro mundo ¿no? totalmente diferente, o vas a las plazas comerciales también...totalmente impersonal, totalmente frío, totalmente de vendedor a cliente o sea una relación nada de lo que tu puedes encontrar aquí en Coyoacán ¿no?, aquí platicas con la gente, había una relación humana y aparte del trato de compra venta había este entramado social que era particular,...como que veías una gran diversidad de gente que se daban cita aquí en Coyoacán.” (Frida, comerciante artesana)

Es, pues, justamente del Tianguis de Artesanías que se mantuvo en el Centro Histórico de Coyoacán por más de dos décadas del que se expondrá a lo largo del texto las

características laborales y las condiciones estructurales, subjetivas y de interacción social que en él se configuraron con el fin específico de explicar la forma en que sus principales protagonistas –los comerciantes artesanos- han construido su identidad y acción colectiva en torno a la actividad laboral pero también en otros mundo de vida como son la familia, la organización y el espacio de convivencia con sus compañeros del gremio.

1. La Conformación del Tianguis de Artesanías en el Centro Histórico de Coyoacán: Un proceso de resistencia, conflicto y negociación.

El Tianguis Cultural de Artesanías de Coyoacán¹²⁶ comienza su formación a inicios de los años ochenta por un grupo de jóvenes que provenían de otros espacios de venta en la Ciudad de México, sobre todo de la Alameda, Zona Rosa, y Ciudad Universitaria, quienes comienzan a vender artesanías primero de manera dispersa y posteriormente instalándose enfrente de la librería *El Parnaso* en el Jardín Centenario del Centro Histórico de Coyoacán, como lo relata una de las principales representantes de los tianguistas:

“El tianguis se inicia con el famoso ‘grupo de los veinte’, antes de que empezara el grupo de los veinte, existía el ‘grupo de los siete’ (...) siete compañeros que antes del temblor todos vendíamos en la Alameda Central, pero ellos ya empezaban a venir para acá, desde principios de los ochentas, venían un rato en las tardes, enfrente de lo que ahora es Sanborns, así empiezan, pero con el tiempo se conforma un grupo de veinte que se instala enfrente del Parnaso...” (Elvira, dirigente de la Asociación Nacional de Artesanos de Coyoacán, ANAC)

Los comerciantes artesanos iniciales eran alrededor de 20, hecho que contrasta con los cerca de 400 hacia 1995 y a los 550 comerciantes oficialmente reconocidos en 2008, quienes se agrupaban, como ya se menciona, en cerca de 20 distintas organizaciones.

Después de su primer proceso de lucha en 1985 por conservar este espacio y ante una convocatoria pública por parte de los artesanos para que otras personas se sumaran a la venta de artesanías, la cantidad de comerciantes aumentó considerablemente. Durante los primeros años los comerciantes, aunque no fueron reconocidos formalmente por la autoridad, eran tolerados por el personal de vía pública quienes a cambio recibían una cuota monetaria cada semana.

“...en ese momento fue fácil, porque era nada más la situación de llegar temprano y empezar a apartar... con constancia y así ibas logrando los espacios ahí, pero...siempre pasaban los de vía pública a pedir dinero para el refresco, lo que fuera...,nos dejaban vender pero les dábamos una

¹²⁶ Nombre dado al Tianguis por los comerciantes artesanos que ahí laboraban.

cuota y así nos la fuimos llevando como unos dos, tres años, pero después eran muy excesivos los pagos, y fue cuando dijimos ni madres ya no vamos a dar ningún dinero y de allí empezó a surgir el conflicto...” (Enrique, fundador del Tianguis e integrante de ANAC)

El 15 de mayo de 1988 los comerciantes congregados en el Jardín Centenario fueron agredidos y desalojados por parte de personal de la Delegación, lo cual generó la movilización por parte de los artesanos y una respuesta en los medios de comunicación llevado a cabo por un sector de intelectuales que asistían habitualmente al centro de Coyoacán.

“...un día dijimos ya no vamos a dejarnos, no nos quisimos levantar se dio un enfrentamiento, afortunadamente en la cafetería que hoy es Frida y que se llamaba antes el Parnaso, estaba un grupo de intelectuales, periodistas escritores, gente del medio ¿no? gracias a ellos que vieron todo el enfrentamiento que se dio ahí, entonces ellos estuvieron en contra ¿no? cómo era posible de que el gobierno estaba promocionando algo y al momento igual lo querían evitar, bueno ellos empezaron a promover una reunión con el Delegado.” (Ibíd.)

Un mes después, en junio de 1988, el entonces Delegado de Coyoacán Juan José Martínez Elizondo, se comprometió verbalmente a resolver el conflicto con los comerciantes artesanos permitiéndoles continuar vendiendo en los Jardines del Centro Histórico, después de un plantón de protesta llevado a cabo por éstos últimos.¹²⁷ El conflicto generado entre comerciantes y autoridad dio pie a que, a partir de este momento, se llevaran a cabo mesas de diálogo con el fin de arribar a acuerdos entre ambos actores.

Una de los primeros acuerdos concretados fue la realización de un Padrón en 1989 de los artesanos que expendían sus productos en el Jardín Centenario, el cual constó de 68 personas que entonces se denominó como *Grupo Artesanal Centenario Coyoacán* el cual, sin embargo, tuvo que tomar el nombre de una asociación legalmente constituida para que los acuerdos fueran validados ante la autoridad, por lo que los comerciantes decidieron albergarse bajo las siglas de una asociación ya conformada desde 1987¹²⁸ y que reunía a artesanos de diferentes puntos de la ciudad, denominada “Asociación Nacional de Artesanos Urbanos de la República Mexicana, A.C.” (ANAURMAC)¹²⁹

Como resultado de una supuesta violación a los primeros acuerdos con la autoridad y entre los mismos comerciantes, la congregación de artesanos se divide, conformando un grupo de alrededor de 13 personas una nueva asociación denominada Unión Nacional

¹²⁷ Carta de Denuncia dirigida a Gonzalo Rojas, Presidente de la Comisión de Abasto de la Asamblea de Representantes del D.F., el 15 de agosto de 1995.

¹²⁸ Ibid.

¹²⁹ Información tomada de “El Urbano”, órgano de difusión de la ANAURMAC, Diciembre de 1990, año 2 núm. 3.

de Artesanos Independientes (UNAI) quienes, no obstante, continuaron participando en las mesas de negociación con la autoridad conjuntamente con la ANAURMAC.

Durante los años de 1990-91 los comerciantes continuaron llevando a cabo acuerdos con las autoridades entre los que se encontraban: limitación del número de comerciantes, reforestación del Jardín Centenario llevado a cabo por los propios artesanos, determinación de los días de venta (sábado, domingo y días festivos). Para 1992 se renueva el Padrón de comerciantes y se demanda a la autoridad cumplir con los acuerdos a los que se comprometió la administración anterior, entre otros: no permitir el crecimiento de vendedores, credencializar a los artesanos registrados en el Padrón, no permitir el consumo de bebidas embriagantes, iluminar el área de exposición y venta de artesanías.

Para 1994 el sobrepoblamiento de comerciantes era ya evidente sin que la autoridad interviniera para impedirlo, aún cuando la insistencia de las asociaciones fundadores del tianguis artesanal, siempre había sido la de limitar su número de integrantes.

“Parte de la sobrepoblación que se empezó a dar en ese momento fue por la situación que se empezó a vivir en zona rosa y en Filosofía y Letras, y en el mismo Copilco, que empezaron a desalojar a todos los compañeros artesanos también, entonces toda la población empezó a caerle aquí a Coyoacán, fue uno de los motivos que esto creciera también y algunos líderes que buscaban a base de cuotas que llamaban, el crecimiento...” (Enrique, fundador del tianguis)

En el año siguiente, 1995, los comerciantes denuncian la conformación de una supuesta “Confederación de Vendedores Ambulantes de Coyoacán”, liderada por Ramón Llanos ex encargado de Vía Pública, que tenía por objetivo tomar los jardines del Centro Histórico y desplazar a los artesanos que venían trabajando en ellos. Según el encargado de crear dicha Confederación, este organismo estaba conformado por “un grupo plural de representantes entre los que se encuentran líderes de concentraciones simpatizantes con los partidos Revolucionario Institucional y de la Revolución Democrática...”¹³⁰, cuando en realidad la totalidad de los artesanos organizados en asociaciones gremiales no tenía vinculación alguna con partidos políticos.

Este último hecho propició que los comerciantes artesanos, a través de sus organizaciones, insistieran ante la autoridad para que revisara y actualizara el Padrón de vendedores de los Jardines, con el fin de ubicar a aquellos comerciantes que no se

¹³⁰ Periódico *Tribuna*, martes 16 de mayo de 1995, Sección Distrito Federal, Pág. 4M.

encontraban registrados y que formaban parte de la confederación dirigida por Ramón Llanos.

“...hacíamos la denuncia que los inspectores venían aumentando el padrón de los jardines; siempre esa era una de las tareas que teníamos como grupo, y entonces eran esas denuncias, era solicitar botes de basura, alumbrado, tener las mejores condiciones...” (Ibíd.)

En 1998 los comerciantes decidieron, de manera consensada, firmar un convenio con la administración delegacional en el que se les reconocía su derecho a permanecer en las plazas ocupadas a cambio de pagar una cuota y colaborar en la elaboración de un padrón de comerciantes; en este mismo convenio, firmado ante notario público, se otorgaba el permiso para que el tianguis pudiera permanecer en un horario de 8 de la mañana hasta las 12 de la noche.¹³¹ En este mismo acuerdo la autoridad establece una fecha límite para que todos los comerciantes artesanos se registraran ante el Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, recientemente publicado por el Gobierno Central del D.F. o, en caso contrario, sufrir el desalojo de sus puestos de venta.¹³²

Para entonces el padrón de comerciantes actualizado arrojaba una cantidad de 420 vendedores en los Jardines Hidalgo (124) y Centenario (296) pertenecientes a 18 distintas organizaciones gremiales entre las que se encontraban: UNAI 18 de agosto, Expositores de Artesanías, ANAC, Manos que Hablan, Unión de Comerciantes del Centro Histórico, ANAURMAC, Organización Coyiztla, UNAI 15 de mayo, Alianza de Organizaciones Sociales, y comerciantes independientes, que sólo eran 4 personas.¹³³

Para el año 2001 la administración delegacional, encabezada por María Rojo, firma un nuevo convenio con los comerciantes artesanos del C.H. con el fin de llevar a cabo una regulación más puntual sobre diversos aspectos de operación del tianguis de Artesanías, así como para definir la jornada de trabajo permanente y la que tendrían derecho de realizar los vendedores en días festivos. En dicho documento se establece que:

“La Delegación reconoce la importancia que tiene el trabajo artesanal en el ámbito de su quehacer artístico y cultural, distinguiéndolo de cualquier otra actividad de índole meramente

¹³¹ Información tomada de la Revista Rebeldía, año 5, número 60, 2008.

¹³² Concentrado de los acuerdos tomados en las reuniones sostenidas entre las autoridades de la Subdelegación Jurídica y de Gobierno y los representantes de las Organizaciones de comerciantes de los jardines Hidalgo y Centenario, Agosto de 1998.

¹³³ Dictamen de la Primera Fase del Programa de Reordenamiento de los Jardines Hidalgo y Centenario del Centro Histórico de Coyoacán.

comercial, considerando a los productores directos de artesanías mexicanas como tales y no como simples comerciantes...”¹³⁴

Sin embargo, aunque establecido dicho convenio la autoridad inició un proyecto para reubicar a los comerciantes artesanos hacia un espacio cerrado, aunque ubicado dentro del mismo lugar donde vendían semanalmente. Solamente el rumor de este hecho, propiciado por una afirmación en ese sentido realizada por María Rojo a la prensa¹³⁵, provocó la movilización inmediata de los tianguistas, quienes demandaron el cumplimiento del convenio establecido en el 2001.

“En febrero nos enteramos a través de la prensa de las intenciones de las autoridades de desalojarnos del jardín y reubicarnos en una casa. Queremos dar a conocer que en ningún momento se nos consultó; la delegada María Rojo hasta el momento no se ha presentado a explicarnos su proyecto de reubicación. De llevarse a cabo, pondría en peligro la sobrevivencia de 400 familias, por lo anterior, no estamos dispuestos a dejar el parque. Creemos que esta medida es errónea y se enmarca dentro de la serie de actos conservadora de algunas autoridades perredistas.”¹³⁶

Finalmente, la Delegación tuvo que echar para atrás el Proyecto de reubicación debido a las fuertes protestas de los artesanos quienes, incluso, le solicitaron directamente al Jefe de Gobierno de la capital, Andrés Manuel López Obrador su intervención.¹³⁷

“María (Rojo) no era política, fue la disposición nuestra; a nosotros cuando se nos avisó, el proyecto ya estaba avanzado, entonces no entendían el tipo de gente que había aquí, nos consideraban comerciantes ambulantes y hasta allí era su análisis y esa parte ellos no lograron analizarla bien, entonces además de que el ser humano es imprescindible, aquí habían grupos y organizaciones que siempre estaban activas, y esto fue lo que les falló en el proyecto.” (Tiburcio Luna, comerciante artesano)

Posterior a estos hechos y con el término del mandato de María Rojo, los comerciantes mantuvieron acuerdos con el nuevo Delegado, asegurándoles éste el no desalojo de los jardines y el respeto a su trabajo. No obstante, en este periodo nuevamente se incrementó el número de comerciantes, aparentemente propiciado por la autoridad de la Delegación.

¹³⁴ Convenio complementario al dictamen de la primera fase del Programa de Reordenamiento de los Jardines Hidalgo y Centenario del Centro Histórico de Coyoacán, 2001.

¹³⁵ Nota aparecida en La Jornada el 09 de febrero de 2002: “Anunció que en breve se iniciará el acondicionamiento de la casa ubicada en la calle Centenario 16 para reubicar ahí a los 500 artesanos que ocupan el Jardín Hidalgo, en el centro de Coyoacán.”

¹³⁶ Carta de los comerciantes del Tianguis de Artesanías de Coyoacán publicada en La Jornada el 24 de junio de 2002.

¹³⁷ Comunicado de prensa de los comerciantes del tianguis de artesanías el 18 de junio de 2002.

“Bortolini, de acuerdo a los contactos que teníamos (...) nos dijeron ‘nosotros tenemos la idea de que van a quedarse allí, pero que nos den chance de meter gente porque tenemos compromiso con organizaciones para darles espacio, entonces el proyecto nuestro es luchar para las elecciones, jalar organizaciones, porque seguimos teniendo un compromiso con ellas, entonces cumplirles el compromiso pero jalar más, para eso necesitamos meter gente aquí...” (Ibíd.)

Un nuevo convenio de operación se firma en 2006 estando como Jefe delegacional Heberto Castillo en él, además de definir los días de trabajo y el calendario de días festivos que podrían utilizar para vender los artesanos, se estableció una normatividad para el Tianguis que incluía un estricto reglamento de sanciones para el incumplimiento de las disposiciones contenidas en el acuerdo, principalmente orientadas a la suspensión para poder laborar y la reubicación total del comerciante que no acatara las normas. En dicho documento además se presenta una actualización del padrón de comerciantes, el cual constaba a esa fecha de 559, 227 para el Jardín Hidalgo y 332 para el Jardín Centenario.¹³⁸ Empero, dicho convenio se cumplió aunque de manera parcial, pues, a fines de 2007 y comienzos del 2008, era un hecho ya el proyecto para reubicar a los comerciantes ahora sí definitivamente¹³⁹.

Es decir, en los años de existencia del Tianguis de Artesanías hubo un crecimiento importante del número de tianguistas quienes ocuparon prácticamente todo el primer cuadro del Centro Histórico coyoacanense, hecho que fue tolerado y, en el caso de algunas agrupaciones gremiales afines al PRD, fomentado por las mismas administraciones de la Delegación a lo largo del tiempo.

En todo ese periodo también, como se describe más arriba, las organizaciones gremiales llevaron a cabo diversos acuerdos con la autoridad en turno con el fin de mantener cierto orden en su operación tratando de evitar un posible desalojo, cumpliendo con las normas mínimas establecidas en el Programa de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública (PRCVP). No obstante, paradójicamente, en Marzo de 2008 la autoridad de la Delegación Coyoacán, encabezada por Heberto Castillo, decidió desalojarlos de su espacio de trabajo dando origen a un proceso de acción colectiva por parte de la mayoría de los comerciantes la cual se prolongó hasta fines del año 2009, momento en que alrededor de 250 comerciantes fueron reubicados en el Bazar Artesanal Mexicano,

¹³⁸ Acuerdo de coordinación y operación, 2006.

¹³⁹ En el mes de febrero de 2008 los artesanos de Coyoacán llevaron a cabo su primera movilización en contra del inminente desalojo del que serían objeto y del que tenían ya noticia por comentarios hechos por las autoridades de la Delegación. Información publicada en el periódico La Jornada el 22 de febrero de 2008 con el título: “Protestan artesanos por la posible salida del Jardín Centenario”.

una fracción más, principalmente de artesanos, fue instalado en la Casa del Artesano y otro grupo de comerciantes optó por continuar en resistencia hasta que lograron que fuera cedido por parte de la autoridad un espacio dentro del edificio delegacional.

Es en este contexto bajo el cual se lograron constituir toda una gama heterogénea de relaciones sociales, tanto de cooperación como de poder y conflicto, las cuales fueron erigidas de manera alternativa a los canales institucionales formalizados, pero también en torno a las propias instancias de gobierno e incluso a organismos políticos.

Esto, al mismo tiempo, representa una expresión de la exclusión generada en el ámbito de la ciudadanía, lo cual influye para la construcción de respuestas de oposición y resistencia ante medidas institucionales que tienden a limitar y restringir la utilización del espacio público para el desarrollo de la actividad laboral de este tipo de trabajadores no clásicos como son los comerciantes de tianguis.

En este sentido, los elementos delineados representan de algún modo las condiciones bajo las cuales los tianguistas artesanos han construido su identidad colectiva como sujetos laborales, y en las que estos han logrado concretar un accionar como gremio por la defensa y conservación de su espacio de trabajo, hayan o no conseguido a la postre dicho objetivo.

2. Apropiación y Disputa por el espacio público: el espacio social urbano como campo laboral en disputa y de identificación colectiva.

La *Configuración del espacio urbano* del Centro histórico de Coyoacán se fue constituyendo mediante un proceso histórico de transición de un ambiente todavía con características rurales a principios de siglo XX, hasta arribar a un crecimiento poblacional de carácter urbano, propio de la modernidad capitalista, y a las expresiones socioculturales que existen hoy en día. La estructura territorial urbana del Centro histórico coyoacanense se encuentra apoyada en una concepción sobre el espacio, por sus habitantes y autoridades, basada en el sentido estético de lo que representa lo tradicional e histórico, definiéndose así como patrimonio cultural de la nación al contener en la amplitud de su superficie central una diversidad de construcciones

arquitectónicas de origen colonial.¹⁴⁰ Lo anterior ha motivado que la actividad turística constituya una fuente importante de ingresos para la Delegación, pues la zona centro de Coyoacán es visitada cada fin de semana por alrededor de 50 mil personas¹⁴¹ entre turistas de origen europeo y norteamericano, así como población nacional proveniente de otros estados de la República, hecho que resulta ser una fuente importante de atracción para diversas empresas locales y trasnacionales.¹⁴²

Es en este marco socioespacial en el que se inserta la conformación del Tianguis de Artesanías. Y es debido en parte, pero no únicamente como se expondrá más adelante, al carácter histórico, cultural y a la composición socioeconómica de clase media de una parte de su población que los fundadores del Tianguis de Artesanías decidieron colocarse dentro del corazón de la Delegación, proyectando intuitivamente el éxito de su actividad tomando en cuenta el tipo de visitante que asistía a recorrer esta zona y que era previsible su intención de consumir suvenires de tipo artesanal.

“...nosotros sabíamos que al venir a vender aquí íbamos a tener éxito, como en su momento lo tuvimos en la zona Rosa, sabíamos que aquí venía mucho turista, mucha gente que se inclinaba por lo tradicional, por lo artesanal y por eso es que nos decidimos a aventarnos y echarle ganas para que diera resultado ¿no?...” (Ricardo, fundador del tianguis)

La forma en que los artesanos se apropiaron del espacio para la actividad comercial del tianguis en su origen constituyó un acto autónomo que expresó una actitud emprendedora de parte de los fundadores con el objetivo de crearse un nicho laboral hasta antes no concebido como tal, pero apoyado en el establecimiento de relaciones sociales indispensables con diversos actores para poder concretarlo, principalmente con los comerciantes establecidos y con los agentes públicos que facilitaron, gracias a prácticas de corrupción, la puesta en marcha de ese lugar de venta de artesanías. Con ello, la apropiación conllevó una modificación del entorno espacial y generó las posibilidades para que fuera legitimada socialmente dicha ocupación. Ello porque la *apropiación de un territorio* remite no sólo a los dominios decisorios y organizacionales, sino también a la fuerza de las representaciones sociales, por lo cual,

¹⁴⁰ Por decreto, el 16 de diciembre de 1899 Coyoacán pasa a formar parte del territorio del Distrito Federal. En los años veinte del siglo anterior, Coyoacán se convirtió en zona de quintas y casas de fin de semana para las clases acomodadas de la Ciudad de México. El Centro Histórico ha dado lugar a diversas concentraciones importantes tales como el asiento de la sede delegacional, museos, iglesias, comercio, centros de espectáculos, servicios diversos y oficinas, adaptados en edificaciones patrimoniales de valor histórico y arquitectónico, así como un alto valor de imagen urbana que hacen de esta zona un centro de nivel metropolitano reconocido. *Coyoacán: tradicional y cosmopolita*. Monografía 2009. Delegación Coyoacán, Gobierno del D.F.

¹⁴¹ Estimación hecha en marzo de 2008 por el entonces Delegado Heberto Castillo en entrevista con el periódico El Universal, 25 de Marzo de 2008, sección capital.

¹⁴² Firmas como Burguer King, Sanborns, Seven eleven, se han instalado en el Centro de Coyoacán en el lapso de una década aún con la oposición de sus habitantes y paseantes.

se ha considerado a la apropiación como la transformación de un espacio natural con el objeto de satisfacer las necesidades y las posibilidades de un grupo (Lefebvre, 1974).

Con el transcurso del tiempo, la permanencia laboral de los comerciantes en el espacio público apropiado dependió de los mecanismos de legitimación del Tianguis conformado como tal. Algunos de ellos han sido: caracterizar a su trabajo con una denotación distinta a la de *comercio ambulante* resaltando su matiz cultural por el hecho de no únicamente vender las artesanías sino también crearlas y fabricarlas así como exponerlas ante el público visitante; disponer de cierto ordenamiento en la distribución del Tianguis, para lo cual, en principio, delimitaron el ingreso de nuevos comerciantes impidiendo durante varios años su crecimiento desmedido; establecer una relación de cooperación con el comercio establecido del lugar en diversos asuntos, sobre todo en la realización de actividades lúdicas o culturales; asumir como lineamiento del gremio una actitud de negociación y conciliación con las distintas autoridades delegacionales; pero, sobre todo, el uso del espacio para la operación del Tianguis se legitimó porque la actividad laboral de los comerciantes fue consistente y disciplinada de manera permanente: invariablemente asistían cada fin de semana a vender con una jornada de trabajo fija, por lo cual, generaron certeza en la clientela que se fue constituyendo, y se mantuvieron permanentemente bajo resguardo y en defensa del espacio ante el intento de desalojo de la autoridad o la pretensión para ocuparlo por parte de otros comerciantes.

Dicho proceso de legitimación estuvo relacionado, entonces, no necesariamente con la legalización del espacio como lugar de trabajo, sino con el reconocimiento social del tianguis y con la disposición de los comerciantes a luchar y negociar con las autoridades su permanencia en los Jardines; así como con la construcción del conjunto de reglas subsecuentes no reconocidas jurídicamente pero que permitieron la organización en tal espacio (Silva, 2006).

Así, la operación del Tianguis de Artesanías a través de los años generó cierto ‘derecho’ consuetudinario en los comerciantes para laborar en las plazas. Un aspecto primordial para la legitimación del espacio de venta, lo constituyó el pago de cuotas a la autoridad y su registro ante el Programa de Reordenamiento que finalmente representó, por un lado, el pago de ‘derecho de piso’ y, por otro, el reconocimiento de parte de la autoridad a la personalidad ocupacional y jurídica, aunque en términos muy ambiguos, del comerciante artesano como “permisionario”. Con el pago de cuotas el tianguista amparó su permanencia en el lugar de trabajo ante las autoridades e incluso, ante los líderes de

la organización. Es decir, la cuota semanal del comerciante ha fungido como un mecanismo de *anclaje* al espacio utilizado (Tuan, 1977).

“...el hecho de que actualizáramos cada año el padrón de comerciantes e insistiéramos a los compañeros de la necesidad de registrarse al SISCOVIP, lo hacíamos con el fin de que, cuando se presentara la ocasión, nosotros tuviéramos con que comprobar que nuestra permanencia aquí era legal, pues la propia autoridad nos reconocía y nos cobraba por ello, entonces por eso si nos apegamos al Programa de Reordenamiento...” (J. Luis, comerciante artesano)

Esta apropiación física y simbólica que se hace del espacio para concretar la actividad de vender, no obstante, ha estado enmarcada dentro de relaciones sociales contradictorias entre diversos actores, principalmente autoridades, vecinos y otras organizaciones de comerciantes, y los comerciantes artesanos.

En este sentido, los actores sociales que predominan en el C.H. de Coyoacán pueden ser divididos en cuatro diferentes grupos: 1) los residentes de clase media y media alta no propiamente originarios del lugar; 2) las personas que asisten a Coyoacán para el desarrollo de actividades económicas, y que poseen cierto peso en la organización social del espacio; 3) los trabajadores que desarrollan actividades de tipo informal “que ocupan de forma irregular el espacio público de este Centro Histórico para actividades comerciales”¹⁴³; 4) Un cuarto grupo son los usuarios y consumidores que utilizan tanto el espacio público como los negocios de carácter privado (Ramírez, 2006).

La heterogeneidad de actores, finalmente con significados e intereses diversos en torno a la utilización del espacio, ha dado lugar a disputas que fueron constantes a lo largo de la historia del Tianguis de artesanías y de la presencia de los comerciantes artesanos en el Centro Histórico de Coyoacán. De esta manera, las relaciones de poder existentes entre éstos y las autoridades han implicado una lucha franca con mecanismos de coerción y con acciones concretas de resistencia colectiva, pero además, han representado conflictos de carácter simbólico en los que se enfrentan diferentes y contradictorias concepciones y significados sobre lo que implica usufructuar el espacio público. Por un lado, la autoridad con el establecimiento de medidas y con los argumentos vertidos a través de sus prácticas discursivas, da cuenta de una concepción excluyente y con una orientación de clase claramente definida, con base en la cual se

¹⁴³ En el caso del tercer grupo descrito por Ramírez Kuri, habría que precisar que la afirmación de ‘ocupación irregular del espacio’ podría matizarse, debido a que, finalmente, en su mayoría los trabajadores en vía pública, asociados a lo informal han sido tolerados y regulados por parte de la autoridad delegacional desde fines de los años ochenta, como veremos en el desarrollo del presente documento.

asume como la única instancia legal para decidir sobre la forma de hacer uso de los lugares de carácter público, sobre todo de aquellos que son utilizados cotidianamente y de forma personal y colectiva por una multiplicidad de actores sociales. De otra parte, los vendedores que se apropian del espacio para trabajar, significan el espacio como el medio sin el que su actividad no puede desarrollarse y como fuente de sociabilidad y de memoria histórica compartida colectivamente (Lindón, 2006). Con ello se genera una identidad con el lugar gracias al reconocimiento que los sujetos tienen de él que los lleva a experimentar resguardo, seguridad, y cierto sentimiento de orgullo por su significado histórico, que a su vez refuerza la identidad con la actividad laboral ahí concretada y con quienes se comparte su construcción como *espacio social de trabajo*.

3. Los tianguistas del Centro Histórico de Coyoacán: ¿Artesanos, hippies o comerciantes ambulantes?: Los diferentes significados sobre el comerciante artesano de Coyoacán.

La memoria histórica y la identidad colectiva de los comerciantes artesanos forjada a través de su estancia en el espacio público del CH de Coyoacán por un cúmulo de tiempo, sin embargo, no se ha construido de manera lineal y homogénea sino que en dicho proceso se han enfrentado diversas y contradictorias concepciones sobre lo que representan los vendedores artesanos tanto para la diversidad de actores que intervienen directa o indirectamente en su labor como para los propios sujetos protagónicos.

En esta definición identitaria y en lo que se rescata como memoria por parte de la colectividad tiene un peso importante la fuente que da origen el movimiento laboral y cultural de la artesanía urbana en la Ciudad de México, y de forma particular en el CH de Coyoacán hace más de treinta años.

A fines de los años setenta comienza en las zonas urbanas de México un movimiento sociocultural que buscaba promover la exposición y comercialización de productos artesanales que se fabricaban en distintas regiones del país como Chiapas, Oaxaca, San Luis Potosí, Veracruz, etc. Ello después del auge a lo autóctono a raíz del movimiento hippie a fines de los años sesenta. Una diversidad de artesanías de origen étnico heterogéneo se esparce en distintos lugares a lo largo del país. En el D.F. las zonas por excelencia en donde se promovía este tipo de artesanías eran la Zona Rosa, la Alameda Central, Copilco y la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. A medida que el proceso de comercialización artesanal se desarrolla va tomando una connotación distinta en su contacto con la urbe. Las artesanías, inicialmente solo producidas por grupos

étnicos en sus zonas de origen, se comienzan a elaborar también en la ciudad ante la atención que comienza a tener de parte de ciertos sectores sociales urbanos, principalmente sectores de clase media: intelectuales y estudiantes universitarios. No obstante, paralelamente a la producción tradicional de artesanías, algunos habitantes del D.F., principalmente jóvenes estudiantes, deciden incorporarse a su elaboración, aunque no propiamente tal y como lo hacían los indígenas que habían emigrado a la ciudad, o que producían desde sus lugares de origen, sino que el tipo de artesanía producida por esos jóvenes era más sencilla y pretendía ir acorde a las preferencias estéticas de los jóvenes de la época *pos hippie*. Gradualmente, el crecimiento del número de jóvenes dedicados al trabajo artesanal, dio lugar a que se gestara un movimiento de índole cultural y laboral de artesanos ciudadanos, urbanos, desde mediados de los años setenta. Lo que a su vez propició el término de *artesanía urbana* para denominar al tipo de productos que estos sujetos llevaban a cabo.

Es en Coyoacán donde finalmente confluían una cantidad relevante de artesanos urbanos, a principios de los años ochenta, constituyendo el núcleo de lo que fue posteriormente el primer tianguis de artesanía urbana del país.

No obstante, en los cerca de treinta años de existencia del Tianguis el comerciante artesano expresa ahora una gran heterogeneidad basada en el conjunto de habilidades y conocimientos desarrollados por los integrantes del espacio de venta de forma desigual y que ha conducido a una división ocupacional entre los comerciantes fabricantes y los comerciantes revendedores, lo cual representa el principal punto de referencia mediante el cual se conciben ambos como *artesanos*.

Empero, en ambos casos, existen matices que es necesario señalar pues en la realidad concreta la autodefinición de los sujetos como artesanos no expresa completamente la exactitud de las cosas debido a que el vendedor fabricante no se encuentra en todo momento derrochando creatividad ni haciendo piezas artesanales genuinas sino que, en general, ha ido adecuando su trabajo de fabricación a un proceso de elaboración rápida, hasta cierto punto estandarizada sin constituir piezas únicas (característica principal de las obras artesanales) y que no requiere del empleo de técnicas complejas sino sólo de cierta habilidad manual.

En este sentido, cabe una revisión general de las características que definen a un artesano urbano tradicional.

El artesano urbano de la época contemporánea es cualitativamente diferente, en diversos aspectos, de lo que se concebía como artesano en el siglo XIX.¹⁴⁴ Los artesanos urbanos se definían por los siguientes aspectos: poseer un oficio, una calificación (cultura propia y un saber especial *know how*), y por organizarse dentro de gremios (lo cual supone un proceso de aprendizaje y el sometimiento del trabajo a una regulación y ordenamiento que lo diferencia del trabajo común y lo eleva a un nivel superior); por ser dueños de los medios de producción y de los conocimientos técnicos; por el control interno del proceso productivo con una simple división del trabajo; por desarrollar su trabajo dentro de pequeñas unidades productivas con número reducido de trabajadores; por su independencia formal frente al comercio. No dependían del capital mercantil para poner en marcha sus talleres o comprar sus medios de producción, sin embargo: tenían poco control sobre el mercado de sus productos (los que ellos elaboraban) o los precios de materias primas o alimentos, los cuales si eran controlados por el comercio. (Pérez Toledo, 1996: 53). Es decir, lo que definió a los artesanos de antaño fue su capacidad de autonomía y haber podido mantenerse al margen de las relaciones de producción capitalistas que implicaban subordinación y explotación de la fuerza de trabajo.

Así, los autodenominados artesanos urbanos del D.F. de fines de los años setenta del siglo XX, poseen ciertas características similares a sus antecesores aunque no de forma absoluta. Los propiamente artesanos, es decir quienes fabrican los objetos que venden, comparten algunos elementos como: poseer el conocimiento de técnicas de elaboración de artesanías, las cuales fueron aprendidas tanto de manera personal en la interacción y experiencia cotidiana con quien ya poseía el conocimiento como en Escuelas de creación artística y artesanal¹⁴⁵; son dueños de los medios de trabajo; en sus pequeños talleres poseen el control del proceso productivo; producen no para la industria comercial sino para la venta al menudeo por lo que dependen únicamente de la demanda y satisfacción del cliente directo que acude a consumir sus artesanías.

Con lo anterior, aunque el artesano urbano de Coyoacán, y en general de otras regiones, no posea los mismos elementos del artesano tradicional como la congregación en gremios cerrados y la existencia de gradaciones jerárquicas concernientes al grado de

¹⁴⁴ De acuerdo con Sonia Pérez Toledo, la fuente de la identidad de los artesanos estaba basada en aspectos tales como que: se constituían como trabajadores calificados; poseían un oficio o arte mecánica; se organizaban en torno a corporaciones gremiales (aunque no todos pues existían artesanos independientes) (Pérez Toledo, 1996)

¹⁴⁵ Como es el caso de la Escuela de Artesanías del INBA, en la cual diversos comerciantes artesanos se capacitaron como Técnicos Artesanales en áreas como cerámica, esmaltes, estampado, ebanistería, joyería y orfebrería, metales, textiles y vitrales.

conocimientos aprendidos que lo colocaban en niveles de maestro, oficial o aprendiz, si mantiene otros, como los descritos arriba, que dan lugar a un sentido de orgullo profesional y apego hacia su actividad al sentirse estar realizando una actividad *noble* fundamentada en sus habilidades manuales y creativas al mismo tiempo, aun cuando la producción de artesanías no corresponda, en general, a la realización de piezas únicas sino de objetos similares que se producen en serie porque son altamente demandados por la clientela.

Pero además, el artesano que fabrica sus productos, amén de poseer cierto grado de calificación para elaborarlos, también tiene que poseer habilidades para exponer, promover y vender sus artesanías, y en general, otras habilidades propias del comerciante como saber administrar, conseguir los mejores proveedores, mantenerse actualizado en cuanto al mercado del producto, etc. Por esta razón, el trabajador del Tianguis de Coyoacán, que además de vender fabrica sus productos puede denominársele *artesano urbano-comerciante* expresando así el carácter diverso de la actividad que realiza.

Por otro lado, en el caso del revendedor, además de recurrir a la misma técnica de venta que el fabricante, de presentar una artesanía como genuina cuando de hecho no siempre lo es, en general también dedica parte de su jornada de trabajo a elaborar algunas artesanías sencillas que no requieren de parte del trabajador contar con una certificación como artesano, lo cual no implica que diversos comerciantes que actualmente no realizan artesanías carezcan de técnicas de fabricación o de conocimientos referidos al uso de diversos materiales que tienen que ver con la producción artesanal. Por lo anterior, más que artesanos propiamente dichos se constituyen como *comerciantes de artesanías*, en donde en todo caso, cabría la manera en que ellos mismos se autodenominan como *promotores culturales y artesanales*.

No obstante, lo que es un común denominador de estos comerciantes artesanos, y que en general es compartido con el conjunto de trabajadores autoempleados, es el contar con cierta *capacidad de autonomía* sobre su trabajo al encontrarse no en una relación social de trabajo de tipo capitalista –de subordinación y dependencia- sino en todo caso en un conjunto de relaciones sociales heterogéneas que, aunque si bien condicionan de múltiples formas su quehacer laboral, no lo determinan ni subordinan de forma tajante, por lo menos en lo que se refiere a su proceso de trabajo. Este hecho es el que, de forma estratégica, alimenta de forma recurrente la noción de este trabajo no clásico de

autoempleo de ser una actividad *libre e independiente*, además del carácter creativo que los propios sujetos le otorgan al proceso de elaboración artesanal.

Entonces, pese al deslinde mutuo que existe entre el comerciante productor y el comerciante revendedor, ambos poseen rasgos que los hacen coincidir pues ni el fabricante lo es de manera absoluta ni el revendedor soslaya completamente la elaboración de algunas artesanías por simples que éstas sean; por tal motivo, la autodefinición de artesanos como gremio, para ambos tipos de comerciantes, no lo da de manera necesaria el que se dediquen o no a la producción de artesanías en un sentido estricto sino el que, tanto uno como otro, venden objetos que son definidos como artesanías, con menor o mayor intervención de su parte en el proceso de elaboración y que ese proceso se define por el margen de autocontrol que posee el trabajador tanto sobre sus medios de producción como por la dinámica de trabajo en su conjunto. Se conciben como vendedores artesanos justamente porque se dedican a la *venta de artesanías* y porque poseen un grado relativo de libertad e independencia laboral. Siendo ello un elemento imprescindible tanto para la identificación que tienen hacia su trabajo como para la construcción del sentido de pertenencia hacia el gremio.

Pero, a la par de las diferencias descritas anteriormente entre estos trabajadores, existe dentro de su actividad comercial un grado importante de competencia. En la cotidianeidad de su desempeño laboral la competencia por la venta se presenta de manera recurrente, siendo ésta la que propicia buena parte de la actitud del comerciante por dotar de algo de creatividad e innovación a las mercancías que ofrece, así como el tipo de relación que establece con el cliente. Aunado a ello, la competencia también se genera por los lugares de venta, ante el aumento del número de comerciantes y la limitación del espacio. De hecho, lo que propició que el comerciante obtuviera cierto ‘derecho de piso’ fue la persistencia y disciplina de permanecer en su lugar de trabajo semanalmente, trabajando jornadas bastante prolongadas; fue así como los comerciantes se fueron legitimando en el lugar de venta hasta que regularizaron su situación como comerciantes ingresando al Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública, en 1998.

Adicionalmente a la diferenciación sociocultural y política y a las divergencias específicas en cuanto a la autodefinición que tienen como comerciantes –productor o revendedor-, así como al alto grado de competencia comercial inherente a su actividad laboral, se encuentran las luchas por el poder entre organizaciones, por un lado, y las disputas personales por la representación interna de cada organización por otro.

Por lo anterior, los comerciantes artesanos de Coyoacán distan mucho de constituirse como un gremio sólido, homogéneo y con expresiones francas y permanentes de solidaridad al interior. Pero, aún con la situación de heterogeneidad y competencia de la que hemos dado cuenta, los comerciantes artesanos, de acuerdo a la investigación llevada a cabo, poseen una fuerte identidad colectiva con referencia a tres cuestiones: hacia su trabajo, como artesanos y/o comerciantes de artesanías; hacia el gremio, sobre todo en situaciones de peligro de su espacio de trabajo; y hacia sus organizaciones, aunque en éstas con diversos matices. Lo anterior puede indicar que la identidad colectiva que expresan, no es algo dado en sí mismo ni inmutable sino que se concreta en y *para* situaciones específicas, pues, particularmente dicho proceso de identificación se condensó y actualizó a través de las acciones colectivas generadas en el movimiento de resistencia de los tianguistas artesanos contra su desalojo del Centro Histórico de Coyoacán, lo cual implicó no necesariamente un fortalecimiento de la misma sino una decantación durante el proceso de lucha vivido, como se verá más adelante.

Lo anterior nos lleva a afirmar que la identidad colectiva no puede ser concebida a priori, como esencia, (De la Garza, et. al. 2010) sino que ésta se construye cotidianamente en los diferentes mundos de vida, además del estrictamente laboral, en los que interaccionan socialmente y otorgan sentido a sus prácticas concretas estos sujetos laborales¹⁴⁶, sin que permanezca siempre en las mismas circunstancias y sin cambio alguno.

Como se menciona en el apartado anterior, el comerciante artesano de Coyoacán de alguna manera es heredero del movimiento surgido a fines de los años sesenta y principios de los setenta denominado como Contracultura¹⁴⁷. Este término tiene su origen de la traducción literal del inglés counter-culture, y su podría expresar como *cultura en oposición*.¹⁴⁸

¹⁴⁶ Menciona Enrique de la Garza: “la Identidad no es una esencia –aunque se le conciba cambiante- que caracteriza a los seres humanos sino una forma de dar significados a relaciones sociales, a hechos, a sujetos o a otros significados.” (De la Garza, et.al., 2010: 37)

¹⁴⁷ La contracultura en México tiene como punto de origen el movimiento beatnick. Los beats eran sobrios, claustrofóbicos, consumidores de alucinógenos naturales, a diferencia de los hippies, que eran ampliamente expresivos, sicodélicos, cuya estética en la indumentaria denotaba una cantidad diversa de colores, adornos, etc., los cuales tuvieron una fuerte influencia de la cultura y la religión oriental: el yoga, los gurús, las túnicas y el uso del incienso.

¹⁴⁸ De Villena le da la traducción de “movimiento cultural enfrentado con el sistema establecido y con los valores sociales dominantes en ese mundo; en una palabra con la norma entendida como incuestionable o inamovible.” (Savater y de Villena, 1989: 90)

En general, el movimiento de la contracultura tuvo como máximos exponentes a intelectuales, artistas y músicos que enarbolaban el *hippismo* como forma de vida, y que en México se concreta en un híbrido entre la psicodelia cultural y el apego a lo mexicano como referencia de identidad autóctona expresada en el arte, el consumo de drogas *nacionales* como los hongos alucinógenos y la mariguana, la utilización de indumentaria y artesanías de origen indígena, que en su conjunto dio lugar al *hippiteca* o *jipiteca*¹⁴⁹.

Una buena parte de quienes se dedicaron a vender artesanías en el centro histórico de Coyoacán compartían muchas de las características de los jipitecas de principios de los años setenta por lo que se les ha representado socialmente con una serie de significados que refieren a dicho movimiento y que, por ende, ha motivado que se le considere al tianguis de artesanías como uno de los últimos reductos del movimiento hippie local.

De las características propias de aquél movimiento contracultural, en efecto, pueden encontrarse algunos rasgos que son retomados o continuados por diversos miembros del tianguis de artesanías de Coyoacán, entre ellos: la visión crítica sobre la sociedad consumista que hace del hedonismo su estilo de vida y el uso de la violencia; el desapego de cualquier acción o relación con Partidos políticos y el gobierno; la preferencia hacia el tipo de producto que venden: la artesanía urbana; la forma de vestir de algunos comerciantes artesanos; el lenguaje utilizado en el que se sigue haciendo referencia a *la onda*, o a lo que es *chido*; el tipo de música difundida dentro del espacio de trabajo. Sin embargo, los vendedores, aunque son reconocidos y designados socialmente como *los hippies de Coyoacán*, no se autodefinen propiamente con ese término, ya que, aunque si parten de un reconocimiento e identificación con relación a la contracultura, indican que el título de *hippies* para referirse a ellos es parte del imaginario colectivo de un sector de quienes les consumen, pero que no expresa en su totalidad la realidad concreta de lo que son socioculturalmente estos trabajadores.

De hecho, la definición de *hippies* por actores externos al Tianguis de Artesanías también conlleva un significado negativo de la personalidad del comerciante artesano por considerársele, desde la concepción estética de la clase media conservadora que

¹⁴⁹ El escritor José Agustín, proveniente de la literatura de la Onda menciona al respecto: “Enrique Marroquín, sacerdote y antropólogo, autor de *La Contracultura como protesta*, planteó que estos jipis mexicanos debían ser llamados “jipitecas” (jipis aztecas, jipis toltecas), para diferenciarlos de los jipis de Estados Unidos. (...) Los jipitecas no establecieron una relación muy estrecha con los indígenas, pero jamás los vieron por encima ni trataron de manipularlos, sino que en buena medida se vistieron como ellos, pues les gustaba los huipiles, rebozos, faldones, huaraches. Camisas y pantalones de manta, los jorongos, sarapes, collares y brazaletes. Admiraron sus artesanías y después las aprovecharon como punto de partida para crear un estilo especial, inconfundible, de artesanía jipiteca.” José Agustín (1996) *La contracultura en México*, pp. 76-77.

habita una buena parte del Valle de Coyoacán, como el tipo de personas que afean *sus Jardines*, por lo que hacen referencia de los comerciantes con los términos de *mugrosos*, *fachosos*, *mariguanos*, lo cual convierte en indeseable su presencia en un espacio público histórico tan atrayente al turismo europeo y norteamericano, que le infunde un espíritu cosmopolita¹⁵⁰. Pero, a este significado hegemónico sobre los comerciantes, que implica objetivos de exclusión y estigmatización, se le opone una concepción del tianguis y sus integrantes como movimiento contracultural, alternativo, autogestivo, pacifista y con raíces en la expresión artística tradicional del México indígena, una concepción estética diferente y contrapuesta de la sostenida por sus detractores. Se trata, pues, de una lucha simbólica por la definición de la personalidad social del comerciante de artesanías, entre el significado de *hippie holgazán* y el de *artesano* promotor de un arte y cultura alternativos, pero basados en la tradición. En este sentido, el espacio urbano de Coyoacán se constituye como un espacio de

“confrontación cultural entre lo moderno y lo tradicional, de presión por imponer procesos de eficacia racional a pesar o en contra de la identidad colectiva, y la forma de incorporación y lucha por la autonomía de las masas urbanas...” (Nivón, 1998:48)

Pero además, los comerciantes artesanos cargan con otra representación proveniente de ‘afuera’ y difundida sistemáticamente a través de los medios de comunicación masiva, y que, por lo tanto se encuentra más anclada en el imaginario colectivo, y en las estructuras sociales de significación, como lo es el de *comerciante informal*, el cual implica una connotación de *ilegal*, *pirata*, *contrabandista*, *generador de basura* y *de ruido*, *estorbo de la vía pública*. Dicho título le ha sido impuesto sobre todo por la autoridad gubernamental, las grandes corporaciones comerciales a través de sus portavoces en las Cámaras de Comercio, como la CONCANACO, y una parte de los sectores de clase media.

El significado de *comerciante informal* implica la negación de respetar el derecho del sujeto a trabajar, a ocupar el espacio público como espacio de trabajo, y a reclamar mejores condiciones laborales. Lo confina, pues, a una situación de marginación legal y a la imposibilidad de defensa jurídica de sus intereses. Más, como en el caso del adjetivo anterior, los comerciantes artesanos le oponen una concepción distinta de sí mismos. Para ellos, su actividad dista mucho de representar al comercio informal

¹⁵⁰ Al respecto menciona el ex Delegado Heberto Castillo: “El Centro Histórico para mí y como coyoacanense que tengo más de cuarenta años viviendo en Coyoacán, el Centro Histórico, es un centro de primer mundo que requiere que se le rescate...” Palacio Legislativo de San Lázaro, 1 de Octubre de 2007 reunión de trabajo de Heberto Castillo con la Comisión del Distrito Federal de la Cámara de Diputados.

tradicional pues se encuentran, por un lado, ligados completamente con la producción ‘formal’ de artesanías, siendo el último eslabón de la cadena de comercialización de este tipo de mercancías; y, por otro, su actividad ha sido validada legalmente por la autoridad, a través de diversos acuerdos para la operación del tianguis, lo que les ha llevado a tener obligaciones pero también derechos, entre ellos, el derecho a una personalidad jurídica como *permisionarios* del espacio ocupado para vender.

La lucha simbólica generada con la constitución de ambos significados hacia los comerciantes artesanos, a través del discurso y del manejo de imágenes con un definido sentido de lo estético orientado por un contenido de clase, ha devenido en diversos momentos en un conflicto directo de contacto físico, o por lo menos de carácter verbal, por parte de vecinos y autoridades en contra de los tianguistas.

“(los vecinos) vienen aquí y la expresión de ellos es ¡mira que bonito quedó, lástima que no se lo merezcan estos perros! (...) o luego vienen otras vecinas se paran en las escaleras y empiezan a decir cosas muy, muy feas ¿no? de todos los compañeros, entonces tu dices, pues, con ellos nunca va a haber ningún arreglo, nunca vamos a llegar a nada, y siempre va haber una diferencia (...) yo creo que tiene razón un compañero que ahorita está muy enfermo (...) él decía: es que para ellos sólo somos indios *patarrajada* que no tenemos derecho a nada...” (Elvira)

Empero, en esta situación de disputa por la supremacía de significados entre los que excluyen y denigran a los sujetos sobre otros que intentan partir de una definición identitaria propia, se encuentra un tercer actor que tiene su propia concepción de lo que representa el tianguista artesano de Coyoacán, como es el cliente que lo visita semana a semana.

Para el cliente, aunque permea en su subjetividad aquella estructura de significación generada históricamente por los detractores de los comerciantes, que lleva a concebirlos como *hippies drogadictos* e *informales*, el sentido que le otorga a los sujetos resulta distinto a como el emisor original pretendió que fuera orientado. En la gran masa de clientes que asisten al tianguis aunque si existe la concepción de que son una expresión tardía del *hippismo*, el significado que le otorgan al comerciante de artesanías no implica una connotación negativa como sujeto indeseable, sino más bien lo representa como un portador y, sobre todo, como un promotor de un tipo de mercancía no consumida de manera masiva ni por los canales ‘formales’ de comercialización¹⁵¹.

¹⁵¹ Refiriéndonos a las grandes Plazas comerciales donde el consumo masivo es una actividad recurrente prácticamente todos los días de la semana.

“...en el tianguis de artesanías encontramos muchas cosas que en otros lugares no se venden: pulseras, collares, platería, lámparas artesanales, artículos de piel, o por lo menos no como aquí lo hacen ¿no?, es muy padre venir aquí porque es otro ambiente...y siempre hay algo nuevo que comprar...” (Lucero, visitante del tianguis)

Es decir, para el visitante los comerciantes, aunque concebidos como hippies, no los concibe como personas fuera de la ley, o como sujetos que obstaculicen los Jardines, sino como trabajadores y comerciantes necesarios cuya personalidad estafalaria de algunos, suele ser atractiva más que repelente.

“...yo vengo al tianguis desde hace rato, me gusta, me gusta venir aquí porque está chido, el olor a incienso, las esencias, las rastas, la música...además puede uno hablar chido con todos, si les preguntas algo a los que venden, no te mandan a la goma como en otros lados ¿no?...” (Miguel, visitante)

Algo similar ocurre con el término de comerciante informal. Aunque la clientela si relaciona a los vendedores del CH de Coyoacán con el significado común de *comerciantes ambulantes o informales*, tiene mayor peso en la definición social de su ocupación el carácter de *artesano*, un término que los propios comerciantes utilizan para autodefinirse, sean realmente fabricantes o solamente revendedores de artesanías, pues el artesano, a diferencia del comerciante informal, constituye una ocupación legitimada socialmente, tradicional, y que no se le relaciona con las nociones de *ilegalidad* y *piratería* características que, en efecto, si forman parte de ciertos comerciantes de la vía pública. Al artesano se le relaciona más bien con las nociones de *tradicción* y *folclore* cuya actividad se encuentra revestida de un halo de nobleza y sencillez, propias de las comunidades rurales, lo cual se encuentra justo de lado contrario de lo que es la connotación negativa de *comerciante informal*. Siendo ello un significado que el comerciante usufructúa y reproduce en el proceso de construcción social de su ocupación.

4. Construcción social de la ocupación del Comerciante Artesano de Coyoacán. Condiciones sociales y motivaciones subjetivas en la construcción de la decisión para elegir la ocupación de tianguista.

La autodefinición de los comerciantes del CH de Coyoacán como artesanos expresa la intención colectiva por forjarse una identidad como trabajadores la cual se basa en un reconocimiento mutuo como gremio, aún con la existencia de actitudes de competencia entre quien dice ser “realmente” artesano y quienes se dedican a la reventa, y en un rechazo, aquí si homogéneo, a ser considerados como *comerciantes informales*. No

obstante, como gremio los comerciantes artesanos se encuentran estructurados al interior de forma compleja, respondiendo al carácter diverso de su origen en la ocupación y a la forma en que se incorporaron en el espacio de trabajo.

Actualmente, de la generalidad de comerciantes que se dedican a la venta y fabricación de artesanías de lo que fuera el Tianguis artesanal un 65% se encuentra entre una edad de 35 a 45 años; un 20% son jóvenes entre 17 y 25 años; y alrededor del 15% se ubica dentro de la tercera edad (más de 50 años). Con respecto al perfil por género, la mayoría de los comerciantes son del sexo femenino (60%), por un 40% de hombres. Del total, un 80% de los tianguistas son oriundos de la capital y el 20% restante proviene de diversas partes de la República, de comunidades indígenas, principalmente: de origen mazahua, huichol, nahuatl, etc. El 20% dice no pertenecer a ninguna agrupación mientras que el 80% se encuentra organizado en las distintas asociaciones existentes. Alrededor de un 25% se mantiene como productor artesanal y comercializador de sus propios productos, en tanto que el resto, un 75%, se dedica actualmente a la reventa de artesanías, las cuales consumen tanto en el Centro histórico del D.F., como en algunos estados de la República, aún cuando dentro de este mismo porcentaje, cerca de un 30%, si poseen conocimientos y técnicas para la elaboración de artesanías.¹⁵²

Pero, además de las diferencias de carácter sociodemográfico y aquellas que hacen referencia al tipo de trabajo que ejercen, esto es, si son productores o sólo distribuidores de artesanías, las características fundamentales en la composición del sujeto laboral de lo que fue el Tianguis lo dan: los mecanismos sociales y económicos necesarios que tuvieron que concretar para poder insertarse a la ocupación y al espacio de trabajo; el conjunto de motivaciones en los sujetos que dieron lugar a la construcción de la decisión para elegir ser comerciante artesano; la gama de habilidades y conocimientos en torno a su trabajo que tuvieron que adquirir para poder mantenerse en él.

4.1 Los mecanismos de ingreso a la ocupación y al espacio de trabajo: Las redes sociales como mediación para la inserción laboral.

Los artesanos del tianguis de Coyoacán, en su mayoría, se iniciaron en la actividad comercial en vía pública como resultado del contacto que, desde muy jóvenes, tuvieron con personas que ya se dedicaban al comercio; si bien, una buena parte de ellos manifiestan que se incorporan a la venta de artesanías para solventar gastos mientras

¹⁵² Información obtenida de la encuesta realizada a los comerciantes artesanos de noviembre de 2009 a marzo de 2010, como parte del Proyecto de Investigación de mi Tesis de Doctorado.

estudiaban, lo hicieron conociendo la forma en que se elaboraban las artesanías, ya sea porque la profesión en la que se formaban se relacionara con ello, o porque al estar en contacto con familiares o amigos que ya se dedicaban a la venta de artesanías fueron aprendiendo el oficio.

Para quienes se agregaron posteriormente, fue imprescindible contar con una red social familiar y amistosa construida en torno al tianguis. La vía de acceso al tianguis se estructuró teniendo como base las relaciones interpersonales entre los comerciantes ya instalados y quienes aspiraban a ingresar, pero teniendo como instancia mediadora a las organizaciones gremiales. Así, los comerciantes que con posterioridad lograron obtener un espacio propio para vender se iniciaron como fuerza de trabajo auxiliar de algunos de sus familiares, hecho que les permitió tanto ir aprendiendo la manera de trabajar en el Tianguis como sociabilizar con los diversos actores de dicho espacio: los otros comerciantes, la autoridad y la clientela, de tal forma que cuando deciden emprender su propio negocio estaban completamente infundidos en el ambiente laboral y social de lo que era el Tianguis.

La red social, por tanto, fue imprescindible para el acceso a la ocupación de comerciantes del Tianguis de artesanías. Aunque, en este caso hablamos de distintos tipos de redes sociales. En principio, se encuentra la Red gremial que se conformaba como una red a nivel local y nacional de artesanos urbanos surgida en los años setenta a raíz del movimiento contracultural del hippismo en México, organizada en torno a la Asociación Nacional de Artesanos Urbanos de la República Mexicana, AC (ANAURMAC), la cual tenía presencia en varios estados de la República y cuya intención fue aglutinar, defender y promover la actividad de fabricación y venta de artesanías denominadas *urbanas* diferenciadas de la artesanía tradicional de origen indígena o rural. Quienes integraban dicha asociación laboraban en distintas partes del D.F., entre ellos una parte del primer grupo de alrededor de 20 artesanos que abren el mercado de la venta de artesanías en Coyoacán a mediados de los ochenta, bajo el amparo de dicha Asociación.

Pero también, paralelamente, fue imprescindible la constitución y permanencia de una red familiar y de amistad.

Una vez instalados en el CH de Coyoacán, los artesanos, después del primer conflicto con las autoridades ante el intento por desalojarlos, deciden abrir el espacio a un mayor número de comerciantes. En muchos de los casos los nuevos integrantes formaban parte

de redes familiares y de amigos del entorno académico o de otros espacios laborales de los vendedores ya instalados, por lo que su ingreso pasó por la recomendación y enseñanza al ambiente laboral de éstos últimos.

De manera específica, la unidad doméstica ha sido fundamental tanto en la constitución de la ocupación como en la reproducción de la actividad del tianguista artesano. Y en este proceso ha existido una intervención e influencia directa del grupo familiar de origen del comerciante como también de la familia constituida por éste en una etapa ulterior. Pero simultáneamente el entorno familiar tradicional, en cuanto a las prácticas y expectativas laborales, fue modificado en la medida en que se vio imbuido en el ambiente ocupacional de la venta y fabricación de artesanías.

La mayoría de los comerciantes artesanos de Coyoacán se iniciaron en la venta de artesanías cuando aún se encontraban en un proceso de formación académica, unos en educación media superior y otros en educación universitaria, por lo que el rango de edad oscilaba entre los 17 y los 25 años. Es decir, formaban parte de la unidad doméstica como hijos de familia y, por ello, se encontraban en una relación de dependencia familiar tanto en lo económico como en relación a la toma de decisiones, sobre todo las de carácter vocacional.

Los comerciantes que conformaron el tianguis de artesanías, provenían sobre todo de familias de clase media baja que habitaban en la zona periférica de la Ciudad de México, una parte de ellas, después de un antecedente de migración de sus lugares de origen de otros estados de la República hacia la ciudad. Este tipo de familias conformadas dentro del sector urbano popular, entre los años 60 y 70 del siglo XX, tenían la característica de ser extensas, como lo ha señalado Lomnitz:

“En el principio de su vida matrimonial suelen participar en una unidad domestica extensa de techo común; al correr el tiempo, terminan consolidándose en una unidad doméstica de tipo compuesto, pasando por etapas temporales de tipo nuclear.” (Lomnitz, 1975)

La estructura familiar predominante estaba basada en una división del trabajo tradicional: el padre proveedor, ‘jefe de familia’ y la mujer dedicada al ámbito de la reproducción (González de la Rocha, 2006). En este tipo de unidades domésticas prevalecía una estructura jerárquica vertical, patriarcalista la mayoría de las veces en donde las relaciones de género se caracterizan por una marcada desigualdad.

En una proporción importante, las familias de los comerciantes eran de tipo tradicionalista en las que la estructura de mando se encontraba muy bien definida: el padre o ‘jefe’ de familia era el que tomaba las decisiones al interior y el que proveía del

sustento a los demás miembros. Era, por tanto, el único integrante que laboraba, en tanto la madre, se dedicaba a las labores domésticas y a la crianza y cuidado de los hijos. Es decir, era un tipo de familia patriarcal que fue posible que se diera debido al contexto económico que entonces existía.

Por tanto, la cultura familiar en torno al trabajo se basaba en el esquema vertical del 'jefe de familia', que implicaba que el padre era el único responsable de trabajar en un empleo remunerado y solventar las necesidades económicas del grupo familiar, en tanto la madre, asumía el rol de 'ama de casa'. Este tipo de familias de origen de los comerciantes, por ende, tenían una concepción y significado sobre el trabajo muy acorde a su constitución como familia tradicional y con una clara influencia del catolicismo: el trabajo como un medio para la consecución de la subsistencia, cuya principal característica es la disciplina, la sumisión y el sacrificio (o cómo los propios vendedores lo expresan: *la chinga*).

Cabe señalar que prácticamente la mayoría de los comerciantes no cuentan con antecedentes familiares relacionados con la venta en vía pública. Por ello, el trabajo proyectado por el padre de familia para sus hijos era aquél que se relacionaba con el trabajo dentro del ámbito industrial o del aparato burocrático, en alguna empresa pública o privada, en el que existía la posibilidad de gozar de buenas condiciones de trabajo, un sueldo estable y de prestaciones como la seguridad social y la vivienda, concepción alimentada por el contexto histórico que se experimentaba en esa etapa del Estado Social Autoritario. Sin embargo, en este caso, la predisposición laboral hacia los hijos por parte del padre fue negada en los hechos pues, en el común de los comerciantes, no se consideraron sus propios intereses y expectativas laborales y profesionales dentro de la unidad doméstica entrando en una clara contradicción la relación padres-hijos. Ello porque,

“quien se define como 'jefe de la casa' supuestamente es el que toma las decisiones, aunque es obvio que cada familia, ya sea pobre o de medianos recursos, constituye un campo de negociaciones en el cual los intereses de todos los miembros son discutidos, algunas veces con bastante rigor. (No obstante), los intereses de todos los miembros de la familia no son iguales. Hay diferenciación entre hombres o mujeres, entre los de mayor y los de menor edad, y entre hermanos se da una competencia implícita por recursos limitados.” (Selby, et.al.,1994: 119)

Lo anterior es indicativo de que sólo en casos excepcionales los comerciantes artesanos de Coyoacán son resultado de un oficio heredado, y más bien, su actividad como vendedores en tianguis resultó oponerse, en primer término, a la intención familiar para que se emplearan en una ocupación remunerada o concretaran una carrera profesional, y

en segundo lugar, a la concepción de sus familias de lo que era un trabajo estable y seguro que les garantizara a sus hijos cierta solvencia económica. Por ello, cuando los jóvenes estudiantes optan por dedicarse a vender artesanías a principios de los años ochenta, gracias en parte al contexto que rodeaba su vivencia cotidiana como estudiantes, apegada a lo considerado como alternativo y lo contracultural, el conflicto con sus familias en una cantidad importante de los vendedores fue inminente, según ellos mismos refieren.

“...cuando yo empiezo a vender artesanías, a la vez que continuaba estudiando en la facultad, mis jefes se molestaron conmigo porque decían que iba a descuidar mis estudios, y que solamente andaba de vago...les molestaba que yo vendiera en la calle decían que sólo era perder el tiempo, que haciendo esto que me podía yo ganar ¿no?...ya después se alivianaron, pero al principio así fue...” (Roberto, comerciante artesano)

Para los comerciantes, en cambio, su actividad laboral comenzó a ser una fuente de ingresos imprescindible que les permitió continuar estudiando y fortalecer la convivencia social, e incluso familiar. Además, su trabajo les confirió cierta independencia económica de sus familias que, a su vez, se tradujo en capacidad de decisión por cuenta propia. Estos dos hechos generados en el transcurso de su ocupación como vendedores artesanos: el ingreso económico y la capacidad para decidir sobre sus asuntos personales, que los comerciantes significan como actos de *independencia y libertad* -de inicio con respecto a sus propias familias-, fueron la base sobre la cual se construyó la preferencia para dedicarse y sostenerse en la venta de artesanías en la vía pública y soslayar la intención original de sus padres de que, necesariamente, ingresaran a laborar dentro del Mercado laboral formalizado.

Empero, en la elección para dedicarse a este trabajo los artesanos, pese a la falta de consenso con sus familias de origen, a corto plazo tuvieron finalmente su apoyo.

“Cuando vivía con mis padres, aunque no les gustaba del todo, les parecía atrayente y curioso verme trabajar y les gustaba; posteriormente cuando empezamos a vender más, a inicios de los noventa, mi familia se integra a ayudarme a elaborar diversas artesanías, porque me vi en la necesidad de producir en mayor cantidad porque vendía bastante. Y era cuando mi mamá y alguno de mis hermanos me ayudaba tanto a la producción como a la venta.” (Xochitl, comerciante artesana)

Aquella primera respuesta de desacuerdo con la decisión de los hijos de dedicarse a la venta en la vía pública, que en algunos casos se tornó en conflictos familiares agudos y en otros dio lugar a que se considerase como una actividad “temporal”, propia de la etapa juvenil en la que se encontraban y que finalmente terminaría por ser superada, con el transcurso del tiempo y en la medida en que los vendedores empezaron a tener éxito

económico, los familiares que se oponían comprobaron la importancia económica que representaba el vender artesanías en el centro de Coyoacán, por lo que la aceptación hacia la ocupación de los jóvenes finalmente se dio, a tal grado de que diversos integrantes se incorporan al proceso de trabajo del comerciante artesano; de un lado, en los pequeños talleres familiares que se formaron para la realización de las artesanías los cuales llegaron a albergar a familias enteras que se dedicaban a las diferentes labores necesarias para la producción de los objetos que se expendían en el tianguis los fines de semana. De otra parte, miembros de la familia de distinto parentesco también se incorporaron a la actividad de vender en el tianguis, primero, como fuerza de trabajo auxiliar del comerciante titular y, después, independizándose trabajando por su propia cuenta. Fue de esta manera en que, lo que inicialmente fue una actividad dispersa y un tanto individual, se fue convirtiendo en una actividad de índole familiar, y los pequeños puestos que no utilizaban más infraestructura que una pequeña manta tendida sobre el suelo, se convirtieron en lugares con una estructura de metal que alojaba una gran cantidad de mercancía colocada con cierto orden y que no constituía más que el momento culminante de todo un proceso de producción de artesanías en los pequeños talleres familiares que operaban en algunos periodos de manera intensiva durante el resto de la semana.

Este hecho de incorporación de las familias al trabajo del comerciante artesano en el momento de mayor auge del tianguis de artesanías, tuvo un efecto positivo sobre la valorización y el gusto del vendedor por su trabajo. Por un lado, porque vender artesanías no sólo era una fuente de ingresos para él en lo individual sino porque gradualmente se fue constituyendo en una concreta *alternativa laboral para la subsistencia familiar*. Es decir, aún cuando no fue generada por la unidad doméstica sino sólo por uno de sus miembros, y ante cuya decisión de hacerlo, incluso se expresó una oposición inicial, ésta actividad laboral no representó propiamente una *estrategia de sobrevivencia* debido a que, en la experiencia particular del comerciante de artesanías, la decisión de elegir su actividad laboral no fue el resultado de una decisión de *racionalidad colectiva* (De la Peña, 1990) en el que todos los integrantes participaron ‘racionalmente’ para elegirla. En primer lugar, porque la propia estructura jerárquica familiar lo impedía debido a que las decisiones importantes siempre las tomaba el ‘jefe de familia’, en segundo término, y relacionado con lo anterior, porque la actividad de vender fue una decisión personal –aunque tomada de manera colectiva por el conjunto de comerciantes que iniciaron el tianguis- y contrapuesta a lo dispuesto dentro de la

unidad doméstica. Mejor dicho, la ocupación se construyó como una fuente alternativa de trabajo generada por los comerciantes en lo personal y como gremio, a la cual una vez legitimándose socialmente y estructurándose en una dinámica recurrente de producción-distribución-consumo, tuvieron la opción y la necesidad de agregarse otros miembros de la familia, sin que ese fuera el objetivo preestablecido. Por ello se afirma que en esta situación concreta el concepto de *estrategia de sobrevivencia* no es aplicable a la realidad laboral de los comerciantes artesanos y de sus familias, sino que puede hablarse mejor de la generación de una *alternativa laboral para la subsistencia personal y familiar* que se fue dando en la medida en que el primer núcleo de artesanos permaneció y luchó para defender y consolidar el espacio de venta. Lo anterior, entonces, no fue resultado de un proceso racional, y ni siquiera de consenso entre los integrantes de la unidad doméstica, sino de un proceso de decisiones familiares contradictorias, de conflictos intrafamiliares que son expresión de intereses no solamente de carácter instrumental sino generados sobre códigos subjetivos de tipo emocional, moral y estético, y que finalmente dan lugar, en la medida en que la actividad laboral del comerciante se construye y legitima socialmente con el paso del tiempo, lo que implicó cierto nivel de éxito económico y personal, a la creación no sólo de una fuente de ingresos, sino en algunos casos, de proyectos laborales y económicos familiares.

Por otro lado, porque al incorporarse diversos integrantes de la unidad doméstica al trabajo, los cuales tuvieron que aprender el oficio y desarrollar diversas habilidades para la hechura de artesanías y el manejo de materiales y de técnicas de fabricación y de venta, éstos le dieron un sentido diferente a lo que inicialmente fue una actividad parcial y sin otro objetivo que el de obtener un ingreso secundario, pues se convirtió en una actividad laboral con cierto orden, planificada, de tiempo completo, que proporcionó fuentes de empleo y, sobre todo, que al estar basado en la fuerza de trabajo familiar estrechó los vínculos del comerciante con la familia que, en general, en principio desaprobaba su actividad. Lo anterior permitió que el comerciante artesano reafirmara su preferencia ocupacional hacia la venta y fabricación de artesanías, incluso por encima de sus actividades de índole académico, pues de hecho quienes provenían de la Universidad o de la educación media superior tuvieron que suspender sus estudios ante la fuerte demanda que se empezó a dar en el tianguis de artesanías que les exigía dedicación exclusiva hacia su ocupación. De esta manera, el trabajo del comerciante artesano adquiere un significado especial, distinto al que originalmente tenía como

actividad temporal, pues se le empieza a concebir como un *trabajo digno, libre*, y como un *proyecto laboral* que se basa en el esfuerzo propio para un beneficio colectivo, no sólo para los comerciantes sino también para sus familias. Así mismo, el espacio de trabajo se convierte en parte del patrimonio familiar, en el que todos los miembros participan en su mantenimiento y éxito.

De hecho, con el transcurso del tiempo los jóvenes que impulsaron el Tianguis de artesanías, al constituir sus propios grupos familiares, optaron por incorporarlos al ambiente social laboral tanto del tianguis como del proceso de fabricación de artesanías. Se genera, en este sentido, un proceso de transmisión generacional de la ocupación en la cual los hijos, en la mayoría de los casos, al desarrollarse desde una edad temprana en el espacio de trabajo de sus padres tanto dentro de los jardines del Centro Histórico de Coyoacan, en interacción con la multiplicidad de gente que se congregaba en él, así como en el pequeño taller familiar, fueron adquiriendo conocimientos sobre la forma de realizar el trabajo en el tianguis. Así, paralelamente a su educación escolar, el comerciante artesano se ha preocupado por instruir a sus hijos en las técnicas de elaboración de artesanías y en el trabajo específico de venta en el tianguis con el objetivo de incorporarlos, directa o indirectamente, a su entorno laboral. Esto, por supuesto concuerda con la importancia que reviste para él su trabajo y el sentido que le otorga como una ocupación honesta y fuente de orgullo, la cual representa, por tanto, una opción laboral viable para sus hijos.

“En mi familia nos hemos organizado bien para lo que es el trabajo. Yo me dedico a comprar el material, llevo las cosas y...le voy mostrando a mis hijos lo básico y ellos lo van haciendo lo que yo les voy pidiendo ¿no?. Y en el caso de otros tipos de trabajo que hacemos entre mi chava y yo...ella sabe lo que tiene que hacer y yo se lo que hago y ya nada más, pues, juntamos el trabajo y ya lo damos terminado.” (Flavio, comerciante artesano)

En algunos casos, los hijos asisten cotidianamente al tianguis y aprenden lo que es la vendimia, sin que necesariamente dejen de llevar a cabo sus actividades propias de la edad.

“El hecho de que mis hijos vengan aquí, se comprometen y se van metiendo a esta onda del trabajo, y también se van a jugar y también se van a dar su rol, o sea que, yo no les detengo aquí de que hay quédate a vender aquí, no, digo ayúdame y me ayudan ¿no? Me dicen voy para allá, pues órale, esa es la manera en que saben que participan y saben que hay dinero y oportunidades para todos gracias a eso.”(ibíd.)

Por ello, para este tipo de comerciantes no se considera como algo negativo el que sus hijos puedan dedicarse a este trabajo, pues, según ellos, ha sido la base y el sustento por

medio del cual han podido salir adelante, además de que les ofrece la posibilidad de explotar su creatividad.

“Para la mayoría de los compañeros la familia es muy importante, porque esto no lo hace una sola persona. A lo mejor puede estar un titular pero detrás de ti hay todo un trabajo de familia...hasta los hijos ¿no? también te apoyan. Mi hijo es pequeño pero de pronto también viene aquí a ayudarme. Yo me doy cuenta, por ejemplo, en familias más grandes, entonces tu ves dos, tres personas que son familiares y que están aquí ¿no?, de hecho la mayoría se maneja como talleres familiares...” (Diana, comerciante artesana)

No obstante, el que la actividad del comerciante artesano se haya conformado como un trabajo de carácter familiar, y por lo cual algunos vendedores lo denominan con el estatus de *microempresa* que permite que haya una identificación con la actividad laboral basada en este caso concreto en que es un trabajo colectivo, ha implicado hasta cierto punto un repliegue de parte de la mayoría de ellos hacia el ámbito justamente familiar con menoscabo de la convivencia social con los compañeros del gremio. No significa lo anterior, empero, la ausencia de cualquier tipo de interacción y contacto entre los vendedores, sino que esto se concreta de manera específica a la interacción necesaria y obligatoria de las reuniones de la organización de la que se forma parte o, bien, a la interacción inmediata y cotidiana en el ambiente de trabajo, soslayando en la mayoría de los casos la convivencia propiamente dicha en un ambiente extralaboral. Por lo general, de acuerdo a la investigación realizada, la prioridad en cuanto a esparcimiento y convivencia lúdica se refiere es hacia la familia. Para los comerciantes, al ocupar los fines de semana para vender, siendo el único momento en que podrían convivir con sus hijos como la generalidad de las familias, el tiempo disponible que tienen entre semana prefieren dedicárselo al grupo familiar, y muy ocasionalmente a convivir con sus compañeros de trabajo. Lo anterior, aunque en apariencia podría indicar que los comerciantes al optar por la convivencia familiar no se preocupan por construir y reproducir la red de sociabilidad con sus compañeros del gremio, lo cual sería una limitante para que pudiera hablarse de la conformación de una identidad colectiva (Laraña y Gusfield, 1994), en realidad el efecto negativo con relación a ésta última es menor considerando que dicha red se actualiza cotidianamente dentro del espacio de trabajo y, más aún, fuera de él a través de la utilización de diversos medios electrónicos de telecomunicación, como el Internet, por lo cual el comerciante, hablando en términos generales porque no en todos los casos ocurre así, puede interactuar con sus compañeros de trabajo en ciertos momentos fuera del espacio de trabajo, desde su propio entorno familiar. Es decir, la interacción no necesariamente pasa por el contacto

cara a cara para conseguir estrechar los lazos de sociabilidad y construir el sentido de pertenencia (De la Garza, 2005).

De cualquier modo, la interacción social entre vendedores y la constitución de los lazos de apego, condiciones de la identidad colectiva, se da, como ya se indica, dentro del ambiente semanal de trabajo, pero sobre todo se ha construido en dos espacios imprescindibles que han definido su ocupación: la organización y la acción colectiva.

De la misma manera, para el más reciente proceso de lucha acontecido en 2008, el apoyo de la red familiar fue fundamental para resistir las medidas impuestas por la autoridad, constituyéndose tanto en base social, como económica y moral.

Según una de las comerciantes entrevistadas:

“Yo diría que ha sido crucial el apoyo de la familia. Es decir, si no tienes una base de apoyo familiar uno no estaría aquí. En mi caso particular...para mí si mi familia no estuviera yo no hubiera estado en el proceso de lucha. El apoyo de la familia ha sido decisivo, y no lo digo nada más en mi caso sino en muchos casos, yo diría en un 90% de los compañeros.” (Frida, comerciante artesana)

4.2 La construcción de la decisión del comerciante artesano para elegir su ocupación.

Otro de los elementos importantes en la incorporación de los comerciantes artesanos a su ocupación tiene que ver con el significado que le dan a su trabajo y que difiere, de algún modo, al otorgado por una vasta red de trabajadores sobre todo en el ámbito industrial, pues aquellos asumen una actitud de oposición, resistencia o al menos de crítica ante el empleo asalariado, cuestionando las condiciones de trabajo que subyacen en él sobre todo en lo referente a la situación de dependencia y control a la que se tienen que someter los trabajadores asalariados en empresas públicas o privadas, irremediablemente. Contrario a ello, al trabajo de vender por cuenta propia en el Tianguis el comerciante lo significa como una alternativa para la obtención de ingresos, cuyo valor más importante radica en la aparente carencia de controles coercitivos y el rendimiento de cuantas a un patrón.

De acuerdo con el testimonio de una comerciante,

“Comienzo a vender artesanías cuando todavía me encontraba en la Universidad estudiando, y lo hice porque no quería estar sujeta a un empleo fijo, a un horario, no me interesa un trabajo de oficina con un sueldo de miseria (...) y entonces me lanzo a la artesanía pensando que fuera sólo mientras terminaba mi carrera, me gustaba porque veía que era un trabajo cómodo porque yo era mi propia patrona, mi propia trabajadora, de alguna manera iba de acuerdo a mi manera de vivir como estudiante ¿no?” (Blanca, dirigente de UNAI)

Por ello, el proceso de decisión sobre la actividad laboral a ejercer por parte del vendedor estuvo mediado por una configuración subjetiva que no sólo expresó un razonamiento de tipo instrumental sino también otros códigos subjetivos de carácter emocional y sentimental como el hecho de *sentirse independiente* al gozar de cierta autonomía en su quehacer laboral: el *sentirse libre y cómodo* por no tener un ‘patrón’ y no estar supeditado a una jornada estricta de trabajo, circunstancias que de ante mano permitieron soslayar el estrés subsecuente a dicha presión laboral; el *gusto* por desarrollar su actividad en un espacio abierto y no enclaustrado, estéticamente satisfactorio; la sensación de *empoderamiento y autonomía* al tener un mayor control sobre sus ingresos y los medios para obtenerlos, así como en la toma de sus decisiones; el *sentimiento de satisfacción* por la posibilidad que tuvieron los trabajadores de contar con un tiempo de ocio mayor al de un empleo asalariado que le ha permitido realizar otro tipo de actividades personales y sociales.

Pero, a la construcción de la decisión para dedicarse al comercio ‘independiente’ en vía pública, en este caso en un Tianguis, se suma la construcción de la decisión para elegir el tipo de mercancía a comercializar. En este sentido, la motivación principal de los tianguistas del Centro Histórico de Coyoacán para decidirse a vender artesanías es que no son solamente intermediarios o revendedores sino al mismo tiempo son, aunque en una proporción cada vez menor, también fabricantes de ellas. Así, el tianguista no sólo comercia con productos que le son ajenos, fabricados por un sujeto desconocido y utilizándolos como un medio para la obtención de ingresos, sino con sus propias creaciones, que son en diversos casos producciones colectivas, y a través de las cuales existe la posibilidad de expresar sus habilidades, siendo por ello que le otorga a sus productos no sólo un valor de cambio sino también un valor de uso basado en su connotación estética y creativa.

“Este es un trabajo muy noble (...) estoy aquí porque me gusta, es un trabajo bonito, es un trabajo en donde pones a trabajar tu creatividad, elaboras tus propios diseños, como que plasmas parte de lo que eres...como que tienes la capacidad de hacer lo que tu quieras; si quieres puedes hacer las piezas que quieras, a lo mejor para otra gente no le es... no se identifica, no puede identificar esta pieza como parte de su personalidad, pero en este caso para mi el crear es algo importante, es algo bonito, o sea, me gusta este tipo de trabajo, cuando hay que poner la creatividad en algún lugar...” (Eduardo, comerciante artesano)

A lo anterior se suma cierto conocimiento, basado en la experiencia y en la interacción con el gremio de otros lugares, sobre el mercado del producto que decidieron expender. La venta de artesanías se focalizaba en la ciudad de México solamente en algunos

espacios, por lo que, más que haber una saturación del producto comenzaba a crearse una necesidad social de consumo sin que existieran los espacios suficientes para hacerlo. Constituía, pues, un mercado todavía en ciernes por lo que decidir vender artesanías contenía una visión de posibilidad de éxito, pues la competencia en la comercialización de este tipo de producto era aún escasa y la demanda gradualmente iba en aumento.

En suma, en el caso de los comerciantes artesanos de Coyoacán, entonces, no existen de antemano aquellas motivaciones que se establecen para el grueso de los trabajadores de lo que se ha denominado como economía informal que propician su inserción en ésta, esto es, las orientadas por un afán de sobrevivencia ante un contexto de precariedad social y laboral, por un lado, y por otro, las de conseguir ganancias extraordinarias que sólo es posible lograr, para quien no cuenta con un capital de inversión abundante, en un entorno fuera de las regulaciones estatales (Cortés, 1990; Tokman, 1978; Lomnitz, 1977; Portes, 1995). Contrariamente, los jóvenes que deciden impulsar el Tianguis de Artesanías contaban, en su mayoría, con educación media y superior teniendo la opción, debido a su nivel de formación, de ingresar a empleos medianamente bien remunerados. Además, la mayoría de sus estructuras familiares correspondían a un sector de clase media baja por lo que, como ya se explica, las necesidades familiares no se encontraban en un situación de precariedad que obligara a hacer uso de la fuerza de trabajo familiar para aumentar el nivel de ingresos. Por tanto, la decisión de los comerciantes artesanos por elegir esta ocupación no se da atendiendo a una racionalidad puramente instrumental sino, sobre todo, al hecho de adherirse a una cultura e ideología que predominaba el consumo y la producción de lo artesanal como una forma de expresión de una visión del mundo alternativa a la modernidad capitalista, lo cual empató en la mayoría de los casos con la vocación contenida de parte de ellos para la producción de bienes culturales y artísticos¹⁵³. Por otro lado, se encuentra presente en el conjunto de motivaciones para elegir la ocupación de comerciante artesano el rechazo a las relaciones sociales de subordinación y explotación que caracterizan al trabajo industrial. Por tanto, el optar por construir una ocupación de forma autónoma representó para los artesanos una muestra de su propia capacidad para autoemplearse de manera creativa y mantenerse al margen de un entorno laboral al que significan como alienante y dependiente. Ante ello, la actividad del comerciante artesano fue concebida por él desde

¹⁵³ Como es el caso de diversos comerciantes que antes de incorporarse al Tianguis de artesanías, o a otros espacios similares, cursaron carreras afines en la elaboración de artes plásticas.

un inicio, siendo algo que aún prevalece, más como un *logro* que como la última opción –como una actividad *refugio*- ante un contexto de desempleo y precariedad laboral. Lo anterior, aún bajo las condiciones de trabajo en las que subsisten los comerciantes y que distan mucho de ser las que realmente definan a un *microempresario*.

5. Situación laboral y Permanencia en la ocupación.

5.1 El proceso de trabajo de fabricación y venta de artesanías en la vía pública.

En tanto que el Tianguis de artesanías operó durante veinticinco años en el espacio público de los Jardines Centenario e Hidalgo, el orden y la distribución de los puestos se fue estructurando gradualmente en la medida en que la cantidad de comerciantes aumentó y con ello también la necesidad de organizarse. Inicialmente, el lugar para expender tenía que ‘ganarse’ por el vendedor debido que no existían lugares establecidos sino que cada quien ocupaba un espacio libremente conforme arribaba y se mantenía en él de manera recurrente cada semana, ganándose con su trabajo constante el derecho a ocuparlo. Esta práctica se mantuvo hasta que el número de vendedores ascendió y se vieron obligados a poner cierto orden y establecer normas mínimas para que pudieran desarrollar su trabajo sin tener problemas por el uso del espacio. Esta primera experiencia de venta en el espacio abierto del centro de Coyoacán, sin contar aún con ningún permiso de la autoridad, la denominan los comerciantes como ‘sembrarse’, utilizando esta analogía por el hecho de instalarse en un lugar de la vía pública para vender de forma espontánea pero haciéndolo reiteradamente hasta lograr generar una clientela y teniendo que negociar con el personal de la Delegación el pago de una cuota para que su trabajo le fuera permitido o, al menos, tolerado.

Una vez concretándose las primeras negociaciones con la autoridad y bajo el auspicio verbal del Delegado en turno, en el periodo de 1988-89 se lleva a cabo el ordenamiento inicial de los puestos en el Jardín Centenario, aunque todavía la cantidad de comerciantes era menor. Al incrementarse el tianguis con nuevos vendedores y al ampliarse las asociaciones gremiales éstas acuerdan distribuir los espacios respetando los lugares ya ocupados y legitimados ante la clientela. Con ello la estructuración del Tianguis se estableció de acuerdo a los lugares que ocuparon cada una de las organizaciones y los comerciantes independientes. Así, más que una distribución por tipo de producto, como en el caso de otros tianguis como el de El Salado en Iztapalapa

en donde el espacio total del tianguis se divide por tipo de producto, en Coyoacán se concretó por cuotas de acuerdo a la magnitud del contingente de cada organización.

Así estructurado el espacio ocupado por los tianguistas, éstos laboraban en el tianguis los días sábados, domingos y días festivos, en una jornada de trabajo de 9 de la mañana a 10 de la noche. La cantidad de comerciantes que llegó a haber dentro del Jardín Centenario, primero, y después también dentro de la Plaza Hidalgo alrededor del Kiosco, hacia el año 2008 fue de 559, de acuerdo con el último Padrón actualizado de comerciantes del año 2006.¹⁵⁴ Dicha dinámica de trabajo de los comerciantes no ha variado en lo fundamental a partir de su reubicación en septiembre del 2009, tanto en el Bazar Artesanal Mexicano y en la Casa del Artesano como en el patio del edificio delegacional.

Anterior al desalojo de los Jardines, los tianguistas concretaban de forma metódica y disciplinada su proceso de trabajo: durante los días de la semana en que no vendían en el Tianguis dedicaban su tiempo a proveerse en unos casos, y en otros, los fabricantes, lo utilizaban justamente en la elaboración de artesanías en sus pequeños talleres familiares, tarea que les ocupaba una jornada de trabajo de alrededor de 9 a 10 horas dependiendo de la demanda de producto que tuvieran.

Aunque, si bien en la actualidad es menor el porcentaje de los que se dedican a la fabricación de artesanías de aquellos que solamente las revenden, en el periodo de formación y consolidación del tianguis abundaban los comerciantes que elaboraban sus propios productos, tarea que llevaban a cabo atendiendo a diversas formas de producción: desde los talleres familiares, en donde participaba además del encargado una fuerza de trabajo adicional tanto familiar como empleada, hasta la elaboración manual individual por parte del artesano. Por tanto resulta pertinente para este trabajo mencionar a grandes rasgos en qué consiste el proceso de producción artesanal, así como también exponer cómo se genera el proceso de trabajo de venta en el espacio de comercialización del Tianguis.

Las unidades de producción artesanal son por lo general pequeños talleres individuales en donde el proceso de producción es realizado predominantemente por el grupo

¹⁵⁴ Según el Documento emitido por el Gobierno Delegacional en el 2006, donde se publica el Acuerdo firmado entre autoridades y comerciantes, después de una revisión y actualización del número de oferentes en los Jardines Hidalgo y Centenario del Centro Histórico de Coyoacán, la cantidad de integrantes era el siguiente: 1. Comerciantes con permiso 502, 2. Comerciantes con antecedentes pendientes de regular 17, 3. Comerciantes sin permiso 40, Total: 559.

familiar. Estos talleres por lo regular se ubican dentro del propio espacio doméstico del artesano.

El objeto producido, la artesanía, implica una serie de características, entre ellas: la intervención manual directa por medio de herramientas de mano; la división técnica del trabajo artesanal está integrada por el conjunto de tareas que debe realizar el artesano mismo y que los establecimientos o talleres ocupan; el capital de inversión no es elevado sino el suficiente para la compra de los medios de producción, las materias primas y, en su caso, el pago de salarios a los trabajadores empleados.

Las habilidades y los conocimientos técnicos en la elaboración artesanal son aprendidas por herencia o transmisión directa sin la incorporación de innovaciones tecnológicas. Este tipo de producción representa un proceso elemental de organización vertical orientado al desarrollo de la cadena productiva concretada para la fabricación del producto artesanal: el artesano interviene de forma directa en todas las etapas o subetapas por las que pasa cada producto para llegar al consumidor final, incluyendo el proceso de compra venta en el espacio de comercialización.

En suma, el proceso de producción de artesanías implica distintas formas de producción así como una fuerza de trabajo con conocimientos mínimos en la elaboración artesanal ya sea de una parte o de la totalidad de dicho proceso; asimismo existe en las pequeñas unidades de producción un uso intensivo de los medios e instrumentos de trabajo, los cuales dependiendo el tipo de artesanía que se elabore variará en cuanto a su volumen y tipo; por último, existe además una organización y división del trabajo simple que es flexible de acuerdo al tamaño de producción que se tiene que concretar y en las que es posible encontrar formas de cooperación diversas (Novelo, 1981).

De acuerdo con esto, las unidades de producción pueden caracterizarse de la siguiente forma: a) Talleres de producción doméstica: 1. Individual, 2. Con uso de fuerza de trabajo familiar; b) Talleres de producción independiente: 1. Individual, 2. Con uso de fuerza de trabajo asalariada (Rotman 1992). Lo común de estas formas de producción artesanal es que el factor predominante en ambas es la técnica manual sobre los instrumentos mecánicos que, aunque no se prescinde de ellos completamente, quedan subordinados a la habilidad e intensidad manual del artesano. Esto hace posible que el artesano sea quien controle por completo el proceso de elaboración, y sea el que defina las tareas y enseñe la forma de realizarlas. Un aspecto clave en la elaboración, que de hecho orienta el proceso, es la intención de innovar cada producto creado en cuanto al diseño, las técnicas utilizadas así como el material con el que se trabaja. De esta forma,

las piezas artesanales elaboradas pueden definirse por ser únicas en las que, en cada una de ellas, el trabajador expresa sus cualidades estéticas y creativas. No obstante, la etapa propiamente de comercialización a través del tianguis de artesanías, que implica una competencia aguda entre la comunidad gremial pero también con el comercio establecido con un nivel de inversión mayor, conlleva el hecho de que el artesano decida también producir piezas ya no únicas sino orientadas a la estandarización, en las que la innovación y creatividad descritas arriba se soslaye, así como la calidad de los materiales, con el objeto de reducir los costos y poder competir comercialmente. La mayor o menor capacidad de competencia está condicionada, en parte, por el tamaño y carácter de la unidad de producción: Los talleres absolutamente familiares, que realizan una producción a pequeña escala, son los que más recienten la situación de competencia debido a que el nivel de ingresos corresponde al tamaño de su producción, de tal forma que difícilmente pueden obtener ganancias elevadas con las que sean capaces de resistir en el mercado la comercialización limitada de sus productos.

Pero, lo que es general tanto para los talleres individuales o familiares como aquellos que utilizan fuerza de trabajo asalariada, es el carácter manual del proceso de fabricación lo cual refiere al grado de calificación del trabajador artesano y a su intención creativa y estética, solamente variable de acuerdo a la simplicidad o complejidad de las piezas fabricadas.

En general, en la fabricación de artesanías los tipos de objetos producidos y comercializados expresan el uso de diferentes técnicas, materiales e intensidad en el uso de la fuerza de trabajo individual o colectiva.

No obstante, además de esta gama de artesanos cuyas elaboraciones son más complejas también existe una variedad de comerciantes cuyas piezas son bastante simples y sencillas cuya elaboración puede ser dentro del mismo espacio de comercialización puesto que no implica el establecimiento de un taller especializado o de fuerza de trabajo adicional sino la sola habilidad del artesano en lo que ellos mismos denominan como “torcer alambre”, esto es, elaborar artesanías simples de tela o de diversos materiales para la elaboración de pulseras, aretes, collares, etc.

Ese mismo proceso de trabajo en los talleres familiares así como el de comercialización en el tianguis se sigue manteniendo actualmente. La situación a partir de la reubicación de los tianguistas a tres espacios cerrados y diferentes modificó sólo parcialmente sus condiciones de trabajo, sobre todo en lo referido a las desventajas de trabajar en un

espacio abierto: las inclemencias del tiempo y el esfuerzo de colocar y dismantelar el puesto. Pero, aspectos como la jornada de trabajo, las formas de producir en los talleres familiares, las condiciones esenciales de trabajo caracterizadas por la inexistencia de seguridad social o de prestaciones y, sobre todo, la incertidumbre legal con respecto al espacio que ocupan siguen estando vigentes.

De cualquier forma, aún ahora dentro de los lugares en que han sido reubicados¹⁵⁵ los comerciantes artesanos no descansan de la visita de una gran cantidad de personas los fines de semana, constituyéndose como un espacio público de convivencia social bastante heterogéneo. Por ello, algunos tianguistas afirman que

“...antes se hablaba que la lucha era por la defensa del espacio de trabajo y entonces peleamos por defender el tianguis, pero después nos dimos cuenta que el tianguis no nada más es nuestro trabajo, que nosotros estamos aquí sólo vendiendo mercancías, sino que tenemos una interacción social con miles de personas que cada fin de semana vienen a ver lo que estamos haciendo. Entonces nos dimos cuenta que, en primer término, es por la defensa de nuestro espacio de trabajo, pero también es por la defensa de un espacio de convivencia social, que no hay en el D.F.”¹⁵⁶

5.2 La intersección entre ocio y trabajo durante el proceso laboral de comercialización del tianguista artesano.

La cantidad de tiempo disponible para desarrollar otras actividades, tanto personales como de convivencia social, que le brinda el dedicarse a vender artesanías en el tianguis es uno de los factores con los que el vendedor justifica la elección y permanencia en su ocupación.

“Yo creo que éste es un trabajo que te puede dejar entre semana hacer un montón de cosas ¿no?; desde seguir creando, ¿no?, hacer tu trabajo, como dedicarte a otra cosa ¿no?, digo, el trabajo de mamá es toda una profesión ¿no?, puedes estar al pendiente de los hijos...no sé...yo siento que si hay mucho tiempo para hacer otras cosas, y eso es lo bonito de este trabajo.” (Tiburcio Luna, comerciante artesano)

Y con respecto a la convivencia durante el tiempo de ocio,

“aquí se da una buena convivencia con los compañeros, sobre todo con los que tienes a lado. Lo típico ¿no? de me cuidas el espacio de venta un rato y mi mercancía y ya sabes los precios, porque voy a tal lado y me voy a demorar, hasta compartir el desayuno o la comida, yo creo que serían esas dos las formas en que convivimos y nos apoyamos mutuamente durante el tiempo que tenemos libre.” (Sergio, comerciante artesano)

¹⁵⁵ Aún cuando los comerciantes se encuentran en el espacio cerrado del Bazar, ellos siguen denominando a ese espacio de venta como Tianguis de Artesanías, pues como afirma un vendedor: “el ambiente de tianguis lo hace la gente, lo hacen los comerciantes y lo hace la gente que asiste a comprar”, Flavio 24-10-09

¹⁵⁶ Entrevista realizada a comerciantes del Tianguis de Coyoacán, publicada en la Revista Rebeldía, año 5, núm. 60, 2008.

Por tanto, en esta actividad los trabajadores poseen una cantidad importante de tiempo libre de ocio gracias a las características de la venta en vía pública, dicho espacio de tiempo es utilizado de diversas maneras: en actividades personales de descanso, formativas o de convivencia familiar o con los compañeros de trabajo, lo cual permite la interacción y el conocimiento mutuos, es decir, las actividades concretadas implican utilizar el tiempo libre como tiempo de ocio¹⁵⁷. Tradicionalmente se ha concebido al ocio como un acto realizado fuera y en oposición al tiempo de trabajo (Veblen, 1995; Lanfant, 1978; Dumazedier, 1971), sin embargo, en la ocupación del vendedor de tianguis, tiempo de trabajo y tiempo de ocio se presentan de forma empalmada tanto dentro de su jornada de trabajo como durante el tiempo disponible fuera del espacio de venta.

El ocio constituye una parte inherente a este tipo de ocupación debido a los intersticios de tiempo que tiene el comerciante, pues la clientela no se encuentra de manera permanente en su puesto de venta de tal forma que el comerciante no está obligado a conducir su labor bajo un ritmo de trabajo establecido, como si fuera una cadena de montaje bajo el modelo taylorista, sino que los periodos entre un cliente y otro, sobre todo atendiendo a los ciclos de asistencia durante el día y en fechas específicas, lo cual suele ser en ocasiones bastante contingente. Esto le permite al vendedor dedicarse a realizar actividades adicionales, no estrictamente relacionadas con su ocupación, dependiendo la voluntad y el interés generado en cada caso concreto. Por lo general, por ejemplo, las vendedoras mujeres que son madres de familia se encargan de realizar actividades de reproducción como atender a sus hijos, alimentarlos e interactuar con ellos; en el caso de los vendedores fabricantes, el periodo de tiempo que transcurre entre un cliente y otro no representa tiempo de ocio disponible sino la continuación de su jornada de trabajo al dedicarse a elaborar diversas artesanías, lo cual incluso sirve como un factor de atracción para aumentar la clientela. Algunos comerciantes utilizan el tiempo 'libre' para realizar actividades de consumo cultural como leer algún libro, revista o periódico, o para actualizar los lazos sociales con sus compañeros de trabajo a través de la convivencia¹⁵⁸.

¹⁵⁷ De acuerdo con la definición de Ocio elaborada por R. Sue (1980). "el ocio sería, ante todo, el tiempo libre, independientemente de las actividades en las que se emplee ese tiempo disponible. (...) Pero el tiempo de ocio no es lo mismo (...) que el tiempo fuera del trabajo."

¹⁵⁸ Información obtenida por medio de Observación participante durante de los meses de Diciembre del 2008 a Marzo del 2009.

De acuerdo con lo anterior, entonces, el tiempo de no venta o de no interacción con el cliente no implica necesariamente interrupción de la jornada de trabajo para realizar actividades de ocio sino, en algunos casos importantes, este trabajo implica tanto a la actividad de vender, la actividad de fabricar, como el propio tiempo de espera, por lo que una y otra se traslapan durante toda la jornada de trabajo. Aunque, en la mayoría de los comerciantes ciertamente el tiempo de trabajo se combina con el tiempo de ocio en el cual la interacción entre pares se pone en funcionamiento y se aprovecha debido a que es el único espacio, de tiempo y físico, en que se reproduce y actualiza la relación con los compañeros de trabajo, pues fuera de la jornada de trabajo el tiempo de ocio disponible es ocupado para actividades personales o familiares casi por completo.

Por otro lado, dentro del espacio doméstico, utilizado preferentemente para actividades de reproducción, las actividades de esparcimiento, de descanso o formativas también se entremezclan con actividades relacionadas con la ocupación como lo es el proveerse de las mercancías, fabricar artesanías, realizar actividades formativas de actualización sobre la elaboración artesanal, etc. de tal manera que, nuevamente, tiempo de trabajo y tiempo de ocio se alternan sin que, para poder realizar una de ellas, se abandone por completo el otro tipo de actividades: el tiempo de trabajo es parte del tiempo de ocio y el tiempo de ocio es parte del tiempo de trabajo. Es decir, el trabajo del vendedor de artesanías puede contener dos dimensiones: por un lado, la del trabajo como tal dividido en el acto de venta, concretamente el momento de interacción con el cliente, las prácticas laborales de implementación de la infraestructura del lugar de trabajo, y el aspecto productivo que se expresa con la fabricación de las artesanías; y, por otro, la del tiempo de espera dentro de la jornada de trabajo que de acuerdo a la voluntad y disposición de cada sujeto es posible que sea utilizado como un tiempo de ocio, haciendo énfasis en que, el tiempo de espera, que se constituye como un tiempo libre, no implica por necesidad la conformación como tiempo de ocio.

Por tanto, la realidad de la ocupación del vendedor en cuanto a la disposición del tiempo de trabajo y del tiempo de ocio expresan no una oposición entre ambos sino una conjugación que es posible alternar debido al carácter del propio trabajo, el cual no se concibe únicamente como un acto de sacrificio, alienante y desagradable sino sobre todo como un trabajo *lúdico, creativo y satisfactorio*. La conjugación de ambas actividades, laborales y de ocio, es posible aquí, entonces, porque se supera de algún modo la noción de tiempo de trabajo como tiempo de estrés y de desgaste físico, y la noción del ocio como tiempo de alivio y opuesto a dicho malestar (Sue, 1980).

Para el comerciante artesano el contar con ese tiempo de ocio, que puede consistir en esparcimiento o en actividades formativas, le da un sentido positivo a su trabajo debido a que en éste queda excluido cualquier rasgo de alienación pues representa, contrariamente, la sensación de no encontrarse *esclavizado* a una tarea monótona y fija durante una cantidad de tiempo establecido de forma permanente (8 o 10 horas al día) como en el trabajo industrial. De forma opuesta, el trabajo en el tianguis le permite al sujeto, durante la misma jornada de trabajo, realizar otras actividades además de la estrictamente laboral, lo cual permite conferir a su ocupación de un sentimiento de gratitud: no únicamente por ser una fuente de ingresos económicos sino porque *gracias* a ella el comerciante puede disponer de tiempo para realizar otras actividades que en otro trabajo –por ejemplo, en una empresa- no podría realizar. Disponer, entonces, de ese tiempo de ocio propicia también la generación de un fuerte *sentido de apego* y *satisfacción* hacia el trabajo, al mismo tiempo que al utilizarlo para interactuar con sus compañeros se fomenta y estrechan los lazos de sociabilidad.

5.3 La eficacia laboral como condición de permanencia en la ocupación.

El disponer de un tiempo de ocio es un factor importante para la permanencia del comerciante en su ocupación, como se ha hecho evidente más arriba, pero a la par de esto se encuentran otros elementos que permiten la generación de un sentido de comodidad y satisfacción en el trabajo, lo que finalmente les lleva a optar por permanecer en él. De hecho la mayor parte de los comerciantes artesanos que fundaron el tianguis ha permanecido vendiendo en él hasta la actualidad. Los comerciantes refieren que su permanencia se explica debido al éxito que han tenido con la venta de este tipo de productos. Gracias a esta actividad, según afirman algunos artesanos, han podido mejorar sus condiciones de vida obteniendo ingresos que no tendrían en un trabajo formal. Es decir, en primer lugar su permanencia se explica porque, además de la vocación contenida en cada uno de los trabajadores, fue posible que cumplieran con un objetivo de tipo instrumental. Pero, adicionalmente a esto, la permanencia del comerciante artesano también puede explicarse por el abanico de posibilidades que le ofrece su actividad, debido a diferentes situaciones favorables. Sobre todo, el gozar con un tiempo de ocio, como se explica en el apartado anterior, que le permite impulsar otro tipo de actividades de carácter personal o profesional. Aunado a lo anterior, un factor importante en esto lo constituye el hecho de que el comerciante encuentra agradable su

trabajo debido a que representa a su espacio laboral como un lugar de múltiples interacciones sociales que lo convierten en un espacio de encuentro y convivencia social permanente. Además, a su trabajo lo dota de un sentido de libertad y autonomía en el que tiene la posibilidad de que, al crear sus propias artesanías, despierta también su creatividad y la plasma en el producto que elabora.

Sin embargo, paralelamente de las cuestiones personales de satisfacción con su trabajo la permanencia en la ocupación ha dependido en gran medida del entorno estructural que asume la situación del mercado del producto, pues existe una demanda recurrente del tipo de artesanía que se comercializa por parte de una clientela cautiva y nuevos clientes sobre todo turistas nacionales y extranjeros, quienes asisten al tianguis a consumir suvenires. No obstante, continúa existiendo un mercado limitado en cuanto a la venta de artesanías urbanas, los espacios de comercialización de artesanías están focalizados en diferentes partes del D.F. y en general su venta está muy dispersa. Por ello, lejos de disminuir la clientela en el espacio de venta de Coyoacán ésta se mantiene. Pero, para poder mantenerse en la ocupación el comerciante artesano ha tenido que atraer y mantener a la clientela que consume sus productos de manera recurrente; a la par ha sido fundamental para la permanencia del comerciante artesano en su trabajo el que haya construido en torno a su actividad un sentido positivo en cuanto a representarlo como una fuente de realización personal es decir que, en el periodo de tiempo que llevan en la venta de artesanías, los comerciantes han logrado percibir y significar su labor como una actividad necesaria y útil socialmente al constituir la como una forma de promover la tradición cultural y artesanal del país que conlleva prácticas de consumo alternativas al consumismo capitalista. Lo anterior de forma paralela también al sentido de vocación que tiene el trabajador sobre su actividad de fabricar y vender artesanías, pues es a través de ésta que el sujeto protagonista es capaz de ser creativo e innovar en cada una de las piezas elaboradas. De tal forma que existe un sentido de satisfacción con el trabajo y de orgullo profesional amparado en que el comerciante artesano es un trabajador con un grado de calificación elevado, en comparación con otros tipos de comerciantes de tianguis.

Particularmente, la gama de artesanías urbanas al no ser bienes de consumo básico no son consumidas masivamente, sino que se circunscriben a una clientela muy específica. Lo anterior no permite que cualquier espacio de la ciudad pueda albergar centros de comercialización de artesanías, sino exclusivamente aquellos lugares que son turísticos, como zonas arqueológicas o en donde subsisten construcciones coloniales, o espacios

como los centros de educación superior y medio superior; es decir, en los espacios a los cuales recurren el tipo de población arriba mencionada. Por ello, quienes fundan el tianguis de artesanías, basaron su decisión en la experiencia que tenían como comerciantes para pronosticar un posible éxito en Coyoacán; es decir, fue una decisión más basada en la esperanza de tener éxito que en la certeza de efectivamente lograrlo.

“A mediados de los ochenta, que es cuando se instaura el Tianguis de artesanías, no era tan común todavía ver que se vendieran artesanías en cualquier lugar. La gente que estaba interesada en este tipo de artesanías, que se determina como artesanía urbana, eran estudiantes, en particular a nivel universidad... mucha gente dentro del ámbito intelectual y artístico eran nuestros principales compradores. En sus inicios, nos importaba además de vender que la gente observara nuestras artesanías, por lo cual requeríamos de un espacio abierto como la plaza o la calle, pues nos daba la sensación de libertad no sólo económica sino también en cuanto a la creación, por lo que la venta se tornaba a la vez una especie de exposición de obras de arte, y esto no en cualquier lugar se iba a poder hacer, sino sólo aquí en Coyoacán donde lo mismo venían Juan María Alponente, María Rojo, Ofelia Medina que chavos universitarios.” (Lourdes, comerciante artesana).

Con relación a lo anterior puede afirmarse que el vendedor no sólo ha buscado satisfacer las necesidades de consumo de la clientela sino que, al mismo tiempo, trata de hacer atractiva la mercancía que él elabora tratando de plasmar su creatividad en ella con un sentido de lo estético bien definido.

Un factor adicional en el éxito de muchos de los comerciantes también ha sido la innovación en la fabricación de artesanías así como la venta de objetos artesanales con una amplia demanda en otros espacios de consumo. Esto último soslaya el carácter creativo de la fabricación de artesanías y lo convierte en una especie de trabajo a la medida, es decir, lo que el cliente requiera sean o no piezas únicas, sino artesanías con cierto grado de estandarización que se pueden consumir masivamente, ante lo cual el artesano no necesita ya elaborarlas sino solamente acudir a donde pueda proveerse de ellas.

La permanente asistencia de la clientela al espacio de venta de artesanías se ha dado, igualmente, gracias a la utilización de parte de los comerciantes de algunas técnicas específicas de venta y de mercadotecnia. Las principales técnicas de venta han sido, en primer lugar, otorgarle al lugar una imagen agradable para el cliente, ordenando las mercancías con el fin de que atraigan la atención, saturando el puesto con mercancía para crear en el cliente un sentido de abundancia y no de austeridad, ya que así el cliente tiene más opciones de productos que consumir; otra ha consistido en el voceo constante para llamar la atención de la clientela así como poner música y colocar propaganda en distintos lugares del lugar en donde se encuentra la venta de artesanías. En síntesis, el

comerciante artesano de forma simultanea a lo que ha significado personalmente su trabajo, tanto en términos materiales como subjetivos, se ha sostenido en su empleo gracias a que ha logrado desarrollar una habilidad y ha aprendido con su experiencia y la de sus compañeros de trabajo, a conducirse bajo la presión latente de estructuras que han condicionado su quehacer laboral, particularmente, la política gubernamental sobre el uso del espacio así como la dinámica del mercado del producto que decidieron comercializar.

Otro ámbito dentro del proceso laboral del comerciante artesano que le ha permitido desarrollar su trabajo y así poder mantenerse en él, es la manera en que se proveen tanto de los productos ya elaborados como de la materia prima que les permite realizar por su cuenta las artesanías.

Los proveedores son de dos tipos: por un lado aquellos que proveen de los productos ya elaborados: estos se encuentran en centros de comercialización de artesanías en el D.F. sobre todo en el Centro Histórico. Igualmente, los comerciantes se proveen en zonas de venta de artesanías tradicionales en distintas regiones del país, incluso del extranjero. Dentro del país las zonas más visitadas para surtirse de artesanías son: Chiapas, Oaxaca, Guerrero, San Luis Potosí, Michoacán, y el Estado de México. En estos lugares, por lo general, los encargados de proveerse de mercancía tienen contacto directo con los productores de tal forma que el costo de cada artesanía es muy bajo.

Una proporción menor lo constituyen los proveedores que asisten personalmente al tianguis de artesanías a ofrecer sus productos a los comerciantes, quienes, generalmente compran dichos productos a un bajo costo.

Por otro lado, otra forma de proveerse es con materias primas, sobre todo, en aquellos casos de comerciantes que son también artesanos fabricantes. Las materias primas para la elaboración de artesanías son por lo general adquiridas en espacios regionales específicos y a través de una red social comercial ya construida y mantenida desde hace varios años. Luego entonces, puede hablarse de toda una cadena de comercialización que va desde el productor directo, tanto de materias primas como de artesanías ya elaboradas, hasta la fabricación y venta de las artesanías en el espacio urbano del tianguis por parte de los comerciantes. La cadena de comercialización es pues, altamente funcional, aunque en general las relaciones que se establecen son de carácter desigual ya sea por parte del proveedor que vende más caro o del comerciante que le consume a un costo muy barato.

En suma, los rasgos que han influido en el comerciante de artesanías para sostenerse en su trabajo descritos arriba, además de las de tipo estructural que condicionan el espacio de posibilidades de los vendedores, convergen en su subjetividad para dotar de un sentido de apego e identificación tanto hacia el producto que comercializa como hacia la actividad misma de vender en un espacio público abierto. De esta manera, las habilidades y conocimientos que el comerciante posee para realizar eficazmente su trabajo, así como las condiciones positivas que lo hacen diferente respecto a otro tipo de actividades laborales, clásicas o no, le dotan de un sentimiento de orgullo profesional y le generan una valoración importante de la labor que realiza lo que se traduce, finalmente, en la identificación hacia su trabajo como vendedor de artesanías.

6. Formas de Control sobre el trabajo del comerciante artesano.

6.1 Control sobre el trabajo y control sobre el espacio.

El control sobre el trabajo observado desde su noción clásica¹⁵⁹ ha sido fundamental para garantizar el sostenimiento de la producción en la empresa capitalista. Dicho control se concreta con el objetivo de garantizar en el *workplace* la intensificación permanente y planificada de la producción paralelamente a la subordinación de la fuerza de trabajo al capital, es decir, el control se concibe tanto desde el punto de vista técnico, como acatamiento por parte del trabajador de los procedimientos y regulaciones para el cumplimiento racional del proceso productivo, como desde el punto de vista político, como dominación y subordinación del poseedor de la fuerza de trabajo al capitalista.

De acuerdo con los lineamientos teóricos mencionados en apartados anteriores, la forma en que se utiliza aquí el concepto de control sobre el trabajo para nuestro caso de estudio en particular, es considerando los rasgos específicos que se encuentran en la ocupación del tianguista, entre ellos estar basado en la interacción social a través de la apropiación y utilización de los espacios públicos, y ser un trabajo por cuenta propia.

En nuestro caso, es posible visualizar una dinámica de control sobre la actividad laboral de los tianguistas aunque no focalizada a una relación social de carácter dual, como en el caso de la relación obrero-patronal, sino heterogénea en donde interviene más de un actor en la implementación del control, y sin que el objetivo de ello sea necesariamente la obtención de una plusvalía a través de la intensificación del proceso productivo, sino la obtención de otra serie de ganancias y beneficios para quien pretende controlar el

¹⁵⁹ Es decir, aquella generada y sostenida por la Sociología del Trabajo clásica.

trabajo del comerciante, y de manera importante el espacio público en el cual desarrolla su ocupación.

Con respecto a éste último punto cabe señalar que, justamente, el espacio público representa el factor *sine qua non* para el control laboral de los comerciantes de vía pública, por tanto, a la apropiación social del espacio se contraponen la expropiación legal e institucional del mismo por parte del aparato burocrático gubernamental. En este sentido, la privatización del espacio público urbano se ha convertido en un aspecto recurrente de diversas ciudades del mundo donde el gobierno y las elites urbanas colaboran en el desarrollo de espacios públicos comerciales en los que las actividades e interacciones cotidianas están cuidadosamente planeadas para permitir que las actividades empresariales y de consumo se lleven a cabo con libertad y seguridad (MacLeod, 2001). Muchos especialistas argumentan que los espacios públicos urbanos están siendo controlados (Fyfe 1998; Norris y Armstrong, 1999), privatizados (Christopherson, 1994; Mitchell, 1995; 1996; 2001; Zukin, 1995) y depurados por medio de la implementación de políticas fundamentalmente de exclusión. Según McCann (1999), por ejemplo, la producción de estos espacios “semi-públicos” se hacen con el objetivo de prohibir la libre expresión de la heterogeneidad urbana. Desde esta perspectiva, los espacios públicos urbanos no son únicamente espacios físicos como calles, plazas y parques, sino también espacios sociales. Es decir, el espacio público constituye y es constituido por prácticas e interacciones sociales y, como se ha señalado, es sujeto de la lucha por el control entre grupos sociales que hacen de él su medio de trabajo, como los artesanos de Coyoacán, y los gobiernos locales comprometidos con las élites empresariales quienes buscan usufructuar dichos espacios. Por tanto, el control del espacio público es estratégico para la consecución de los objetivos económicos que supone otorgar su usufructo a manos privadas, aunque para ello sea imprescindible el control primero y la exclusión, después, de aquellos grupos que se lo han apropiado como espacio de trabajo, como es el caso de los tianguistas y los comerciantes de la vía pública en general.¹⁶⁰

De las relaciones sociales que el tianguista entabla, particularmente con la autoridad, la clientela y las estructuras organizativas los cuales intervienen directamente en su quehacer laboral, se expresan diversas formas de control que lo condicionan así como

¹⁶⁰ Una muestra de ello es la implementación en Mayo de 2010 de parte del gobernante capitalino, Marcelo Ebrard, de no permitir la venta “ambulante” en las inmediaciones del Centro Histórico del D.F. consignando ante la autoridad a quien soslaye dicha medida.

influyen en la forma de utilizar el espacio público. Igualmente, es posible inferir varias formas de auto control¹⁶¹ del trabajo realizado por los tianguistas: el autocontrol socialmente instituido por la comunidad de tianguistas o gremial (de forma independiente a la organización y que constituye una forma de autocontrol colectivo), el control ejercido por el tianguista propietario o titular sobre el tianguista empleado o auxiliar¹⁶², y el autocontrol propiamente dicho del tianguista sobre su trabajo.

6.2 Relaciones sociales de trabajo: entre el conflicto y la negociación.

6.2.1 La estrategia de control del aparato burocrático gubernamental sobre el Tianguis de Artesanías.

El tipo de relación establecida entre autoridades y comerciantes artesanos generalmente ha estado caracterizada por ser una relación de poder que, de acuerdo a la correlación de fuerzas existente, ha oscilado entre la negociación y el conflicto abierto¹⁶³. Por un lado la autoridad, desde el personal operativo hasta los altos funcionarios, previamente a la llegada de Marcelo Ebrard como Jefe de Gobierno Capitalino y de Heberto Castillo como Delegado de Coyoacán, toleraban el comercio en los Jardines a cambio del pago de una cuota y del cumplimiento de ciertas normas de control sobre su trabajo que, en la mayoría de los casos, fueron resultado de negociaciones entre ambos actores.

En este caso podemos considerar este tipo de control como un control *burocrático* que, según Edwards, se distingue por el establecimiento de normas de carácter institucional, aunque en este caso particular no se trate de un control burocrático de tipo empresarial, sino un *control burocrático gubernamental*, y no enfocado a la operación técnica del trabajo sino al espacio laboral, el cual es de carácter público, al registro institucional de los trabajadores, y al ordenamiento en la operación del centro de trabajo. Este tipo de control se ejerce a través de normas instituidas que sancionan la acción de los trabajadores dentro de su espacio de trabajo.

Debido a que en términos generales el primer contacto entre los tianguistas y las autoridades gubernamentales se establece una vez ya instalado el tianguis por los

¹⁶¹ Aquí más que de control externo y coercitivo se trata de una voluntad y capacidad de gestionar y operar por cuenta propia, independiente, el trabajo del tianguista, como gremio o comunidad laboral, o de manera personal autónoma. Por ello, para diferenciar la gestión impositiva y con intención de someter, denominada control, en este caso puede hablarse también de *gestión gremial*, y *autogestión* laboral del tianguista.

¹⁶² Se distingue entre el vendedor que es empleado y al cual se le paga un sueldo, y el vendedor que auxilia al dueño del puesto sin que tenga una relación laboral estricta, sino más bien de índole familiar y que, por lo tanto, carece de un salario.

¹⁶³ Tal y como se describe en la primera parte del presente capítulo.

primeros, y no de manera previa ni simultánea, los comerciantes son colocados por la autoridad en una situación de ilegalidad por transgredir la normatividad sobre el uso del espacio público al instalar el tianguis sin su consentimiento ni apeándose a las disposiciones oficiales sobre el comercio en vía pública. Esto conlleva, en un segundo momento, a que las gestiones por parte de los representantes del tianguis con la autoridad para lograr que sea tolerada su operación cada semana impliquen un condicionamiento normativo casi absoluto hacia los tianguistas desde el lado gubernamental. Y sólo bajo el compromiso de su cumplimiento es permitida la operación del tianguis so pena de utilizar la fuerza pública para su desalojo.

Con ello la autoridad pretende ejercer un control sobre los tianguis y sus trabajadores en diferentes aspectos concernientes a su operación, aunque en la mayoría de los casos no exista una relación completamente formal entre tianguistas y gobierno, sino una relación política de tipo clientelar para lo cual a la autoridad le basta con el conocimiento del grueso del contingente de comerciantes que cada organización aglutina, concibiendo a los actores como capital político, más allá de si se está cumpliendo o no con la normatividad existente para la venta en la vía pública.

Aún así, desde el lado institucional la autoridad tiene el derecho y la obligación de llevar a cabo un control detallado de todo lo concerniente con la puesta en marcha de los tianguis y quienes los integran, situación amparada por diversos documentos oficiales de carácter normativo creadas por el Gobierno Federal para tal fin, específicamente el Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública elaborado en 1998, y el Reglamento de Operación de Mercados para el D.F.¹⁶⁴.

Los ámbitos de control más específicos que el Programa de Reordenamiento establece con respecto al comercio en vía pública, incluidos los tianguis son: a) Registro necesario ante la autoridad, tanto del tianguis en su conjunto como de cada uno de los comerciantes; b) Permisos para poder laborar; c) Temporalidad de los permisos: los permisos son temporales, revocables, personales e intransferibles, con una duración de tres meses, teniendo el comerciante que solicitar una prórroga o renovación del permiso.

165

Estos puntos centrales del programa de reordenamiento buscan controlar, en primer lugar, a la *población trabajadora* de los tianguis registrándola, emitiendo permisos

¹⁶⁴ El Reglamento de Mercados no ha sufrido modificación alguna desde su elaboración en 1951, por lo que muchas de sus disposiciones han quedado rebasadas por la realidad actual, simplemente el comercio en vía pública no tenía en esa época las dimensiones que ha llegado a tener en los años recientes.

¹⁶⁵ Gaceta Oficial del Distrito Federal, 16 de febrero de 1998, pag. 3.

institucionales temporales, y delimitando el número de comerciantes por tianguis estableciendo mecanismos para acceder a él y normas que sancionan al tianguista con la cancelación del permiso en caso de que no acate la normatividad en general.

En segundo término otro ámbito de control gubernamental es con respecto al uso del espacio público. Para ello, restringe el área de operación de los tianguis así como las zonas que deben quedar completamente libres de puestos, sobre todo aquellas que son de uso común como banquetas, plazas, parques y avenidas. Además, la autoridad también busca controlar el espacio público en donde los tianguis operan con el fin de mejorar la imagen del espacio urbano para lo cual, en el caso del Centro Histórico de Coyoacán, intentó ordenar y homogeneizar los puestos en donde los comerciantes expendían sus productos con un objetivo de índole estético como lo es el de mostrar una imagen ‘agradable’ y en correspondencia con la estructura arquitectónica colonial del lugar.

No obstante, la implementación de estos mecanismos de control y ordenamiento se ha cumplido discrecionalmente y, dada la fuerza social y política que ha logrado constituir el gremio de tianguistas en la ciudad de México, su aplicación ha estado sujeta en la mayoría de los casos a una previa negociación con las organizaciones gremiales.

En el caso específico de los tianguistas-artesanos de Coyoacán, la relación entre éstos y la autoridad ha estado marcada desde un inicio por la lucha por el uso del espacio y la definición de diversos acuerdos que han implicado la permisión de normas de control hacia el trabajo del comerciante artesano, es decir, lo que ha privado es un proceso de relaciones de poder basadas en conflictos diversos entre ambos actores pero también en subsecuentes negociaciones.

A partir de 1997, después de un primer intento gubernamental por desalojar a los tianguistas de los jardines del centro histórico de Coyoacán y tras una serie de acciones colectivas llevadas a cabo por éstos, se establecen diversas disposiciones de manera consensada entre representantes del tianguis con la autoridad para que, a cambio de otorgarle a los comerciantes la personalidad de permisionarios de sus espacios de venta éstos acaten una serie de normas cuyo objetivo es que la autoridad mantenga un control sobre la operación del tianguis.

“(…) cuando sale este Programa de Reordenamiento le cogemos el guante a la autoridad y nos ingresamos a este Programa...” “Entonces ya todos teníamos un espacio, ya nadie agarraba, aunque hubiera, lo que quisiera, ya cada quien agarraba lo que le tocaba porque se pusieron los límites, se delimitaron las dimensiones de cada permiso, se delimitaron los horarios y los días, se delimitaron los giros, se delimitó el comportamiento en relación a la basura, a la seguridad,

al compromiso que tiene el comerciante-artesano de frente a las autoridades y a los deberes que la autoridad tiene.” (Tiburcio, comerciante artesano)

Es decir, que en primera instancia la mayoría de los comerciantes del tianguis de Coyoacán consideraron benéfica la decisión de regular y controlar aspectos importantes de ese espacio por parte de la autoridad, pues concebían como un peligro para su propia permanencia el crecimiento desordenado del tianguis ante la nula intervención de la autoridad previo a la puesta en marcha del Programa de Reordenamiento en la Delegación. El significado que le otorgaron los comerciantes al control por parte de la autoridad fue que éste generaba más beneficios que costos puesto que la existencia de un orden mínimo dentro del espacio de trabajo proporcionaría mejores condiciones para laborar, lo cual también impactaría sobre la imagen del tianguis hacia la clientela. Por ende, la aceptación de los mecanismos de control gubernamental fue mayoritaria.

En general, los aspectos en que la autoridad gubernamental ejerció algún tipo de control fueron: la delimitación máxima de los espacios de venta; el tamaño de cada uno de los puestos; la cantidad máxima de integrantes del tianguis; el tipo de producto comercializable; la duración de la jornada de venta y los días de operación del tianguis, principalmente.¹⁶⁶

Gradualmente el proceso de control sobre el trabajo de los tianguistas se amplía y en el año 2000 se intenta, por parte de la Delegación encabezada por María Rojo, reubicar el tianguis en una casa remodelada para tal fin, hecho que suscitó la movilización de los vendedores obligando a la autoridad a ceder en su objetivo de reubicación.

“María Rojo pretendía reubicar al tianguis en una casona que está en el Jardín Centenario donde...compró la casa como propiedad de gobierno y a su vez mandó a modificar la propiedad de a lado, para que se adecuara, para que entraran puestos, ¿sí? (...) en el cambio de uso de suelo hubo algo anómalo y bueno, en esa fecha pretendían meter ahí a cuatrocientas y tantas personas, y decías ¿pero en dónde van a caber, no?; y más allá de que cupieran los artesanos, los visitantes ¿por dónde pasarían?” (Lourdes, comerciante artesana)

No obstante, los mecanismos de control sobre la operación del tianguis se continuaron implementando y en 2001 se establece, como parte de un acuerdo llevado a cabo después de diversas mesas de trabajo entre autoridades y organizaciones gremiales, la disposición de los días en que el tianguis podría instalarse:

¹⁶⁶ “Todos los comerciantes y artesanos se comprometen a modificar sus puestos en cuanto a dimensiones, estructuras y lonas. Los comerciantes y artesanos de Jardín Hidalgo aceptan la reorganización de algunos puestos para liberar los pasillos. Vía pública reforzará la vigilancia en Parque Centenario para impedir la instalación de vendedores a partir de las 8:00 p.m. Se acuerda un horario de operación de 09:00 a.m. a 10:30 p.m. máximo. (Concentrado de acuerdos entre autoridades y comerciantes durante los meses de noviembre y diciembre de 1998).

“Todos los artesanos y oferentes que se encuentren reconocidos en los padrones oficiales de la Delegación podrán exponer y vender todos los Sábados y Domingos del año y el Calendario Autorizado para laborar días festivos será el que a continuación se detalla...” “En caso de que los oferentes y/o artesanos no retiren la estructura metálica de sus puestos, de un día para otro, la Delegación procederá al retiro inmediato de los mismos, y se les sancionará conforme a lo establecido en los ordenamientos aplicables.”¹⁶⁷

Dándole continuidad al proceso de implementación del PRCVP en el 2006 la autoridad delegacional, dirigida por Heberto Castillo, establece normas adicionales sobre la imagen y ordenamiento del tianguis después de un acuerdo con los representantes del gremio: se homogeniza el material y color de los puestos, se regulariza el consumo de energía eléctrica, se ordena la colocación de los puestos ampliando los espacios para el paso peatonal.

“...el proyecto era reordenar y reubicar aquí para que no nos colgáramos de la luz y la cuestión de la imagen; eran los puntos centrales y llegar a un convenio, dentro de este cúmulo de puntos a tratar que era la recolección de basura, los horarios, los giros, el comportamiento ordenado al interior, las mesas de trabajo, cómo se decidía lo que era para la plaza (...) pero los dos puntos centrales eran la imagen y formalizar el contacto de la energía eléctrica...” (Blanca, dirigente de UNAI)

De esta manera, en septiembre de 2006 se crea un Acuerdo de Coordinación y Operación para el tianguis artesanal del Centro Histórico de Coyoacán, siendo resultado de acuerdos previos con las organizaciones gremiales y tomando como base, particularmente, el establecido en 1998. En este documento se fija un Reglamento de Operación para el tianguis cuyos puntos expresan un aumento del control sobre diversos ámbitos de la actividad de los tianguistas artesanos, entre ellos: la ocupación de áreas verdes o de uso común, el uso ilegal de energía eléctrica, la instalación de comerciantes sin autorización, las dimensiones de los lugares y los puestos, la limitación de la jornada de venta, la limitación de los giros comerciales.¹⁶⁸

Las normas establecidas en el acuerdo delimitan una completa injerencia de la autoridad en la operación del Tianguis de artesanías soslayando medidas en donde ambos actores, autoridades y comerciantes, se vieran beneficiados puesto que, para que eso ocurriera, se hubieran tenido que establecer obligaciones y derechos recíprocos, cuestión que de ninguna manera se concretó. Por tanto, aunque se definen diversos ámbitos que restringen y controlan el trabajo del tianguista artesano, en ninguna parte del documento se fija algún punto que esté referido al mejoramiento en las condiciones de trabajo del

¹⁶⁷ Minuta de la reunión celebrada en mesas de trabajo con las organizaciones de artesanos y oferentes del Jardín Hidalgo y Plaza Centenario en fecha 06 de marzo de 2001.

¹⁶⁸ Acuerdo de Coordinación y Operación. Padrón de Comerciantes de la Plaza Hidalgo y Jardín Centenario, 2006.

comerciante. De hecho, los “compromisos” que la autoridad establece con los representantes, no son otra cosa que más medidas de coerción:

“Realizar supervisiones y recorridos conjuntos; exhortar a los comerciantes dar cumplimiento cabal del Reglamento de Operación; Evitar la proliferación de aquellos comerciantes conocidos como toreros; No permitir el crecimiento del número de comerciantes; Sancionar aquellos comerciantes que no cumplan con la norma mínima, o que ocasionen conflictos y desorden, hasta con la reubicación o revocación definitiva del permiso.”¹⁶⁹

Con ello, la intromisión de la autoridad en la operación de los comerciantes artesanos de Coyoacán llegó a ser muy amplia en comparación con otro tipo de tianguis de la ciudad de México, y en general con relación a todo el comercio en vía pública debido, por un lado, a la disposición para negociar por parte de los representantes del tianguis.

“la parte radical no admitía negociación alguna, era la plaza o la muerte ¿no?, nosotros decimos, hay que estar negociando siempre con el gobierno, en las circunstancias que sean hay que estar negociando, a ver que se puede negociar...” (Tiburcio, comerciante artesano)

Y, por otro, a las particulares condiciones sociales del espacio en donde operaba el tianguis: el Centro Histórico de Coyoacán, lo cual ha definido en gran parte la manera en que tanto autoridad como tianguistas se han conducido uno con respecto al otro. Las normas de control del documento arriba mencionado fueron las que se implementaron hasta el momento del desalojo del tianguis de los jardines Centenario e Hidalgo en el 2008 con lo cual se denota que, aun cediendo los comerciantes a través de sus representantes para que se implementara un ordenamiento y control muy amplio sobre el tianguis, la autoridad finalmente al no encontrar una oposición que limitara sus medidas dio el siguiente paso para obtener el control total sobre el espacio público ocupado por los vendedores, que fue la reubicación definitiva del tianguis de artesanías. Control sobre el espacio que, enmarcado en un contexto de lucha política y social por su apropiación, tuvo la intención final de cumplir con objetivos de carácter económico otorgando el usufructo del Centro Histórico de Coyoacán a diversas empresas privadas: restaurantes, antros, transporte turístico, empresas de televisión.

Hasta aquí puede hablarse de que el control que ejerció la autoridad fue, como se decía, muy amplio pero con la situación particular de que fue un control hasta cierto punto acordado con los propios comerciantes. Es decir, se puede considerar como un *control consensado* sobre el trabajo de los tianguistas artesanos y no absolutamente impuesto desde el aparato gubernamental. Situación que al modificarse, en 2008, debido a la acción autoritaria de parte del entonces Jefe delegacional, quien impuso con el uso de la

¹⁶⁹ Ibid.

fuerza pública la reubicación del espacio de comercialización de los artesanos, provocó una tensión y pérdida del equilibrio político que hasta entonces se mantenía y que dio lugar a un movimiento de resistencia por parte de los comerciantes¹⁷⁰.

Actualmente, después de que la autoridad finalmente lograra llevar a cabo la reubicación espacial de los comerciantes, el control sobre éstos es más definido a tal punto de mantener una vigilancia constante del espacio actual de venta por parte de la delegación.

Pero, hablar de *control consensado* no implica hacer referencia a que haya existido un acatamiento absoluto por parte de todos los tianguistas a las medidas impuestas por la autoridad sino, más bien, dicho consenso se da entre funcionarios gubernamentales y dirigentes gremiales quienes, posterior a la negociación entre ambos, vertían la información y las disposiciones que se tenían que cumplir, lo que no se traducía directamente en una aceptación implícita por parte de los comerciantes sino que, contrariamente, en diversos momentos se generaron prácticas de rechazo o resistencia a las medidas de control impuestas, aunque éstas fueran más de carácter simbólico como el expresarse con mofa o molestia hacia el representante en las pláticas cotidianas entre comerciantes, hacer caso omiso de las indicaciones a cumplir como ampliar su puesto algunos centímetros, asistir con desgano a las asambleas de la organización, o de plano no hacerlo, o asumir una actitud crítica o de franca apatía.

Estas formas de rechazo a las dirigencias lo que en realidad mostraba era una actitud de resistencia ante las medidas que la autoridad establecía y que se asumían como potencialmente contrarias a la utilización autónoma sobre el espacio. Así, el comerciante de base, aunque en lo general aceptaba la intención de control y orden por parte de la autoridad por considerarla benéfica para su propio desempeño laboral, ésta tendría que limitarse a sancionar la forma de utilizar el espacio, más no estar orientada a cuestionar su uso mismo por parte de los comerciantes.

La forma en que, finalmente, el gobierno local impuso el control sobre el espacio con el desalojo de los comerciantes, en donde se soslaya el consenso y se ejerce el poder de forma autoritaria, les dio la razón a aquellos artesanos que visualizaban ya previamente la posible salida del espacio tradicionalmente ocupado por ellos ante el aumento de medidas sobre la operación del tianguis que los dirigentes de las Organizaciones gremiales aceptaron en su momento.

¹⁷⁰ Josefina Quintero: "Protestan artesanos de Coyoacán por posible salida del Jardín Centenario", La Jornada, viernes 22 de febrero de 2008.

6.2.2 La Clientela y sus formas de condicionamiento hacia el trabajo del comerciante.

Un segundo tipo de relación social que el tianguista establece en su espacio de trabajo, como parte *fundamental* de su ocupación, es la relación con el cliente. La interacción entre ambos actores representa la piedra angular que caracteriza este tipo de trabajo y, por ende, es la que se concreta constantemente y se recrea durante cada jornada de trabajo.

En la interrelación recurrente el cliente pretende ejercer cierto control sobre el trabajo del comerciante con el objetivo de satisfacer sus necesidades de consumo, pero también ciertas necesidades afectivas y estéticas. Dicha relación, al definirse como una *relación social contradictoria*, en la que puede generarse reciprocidad pero también oposición de intereses, negociación pero también disputas, no existe un control absoluto y único de parte del cliente sino que es un control compartido y negociado en el que en ciertos momentos y en ciertas prácticas el cliente posee dicho control, pero en otros es el vendedor quien lo ejerce. Así, lo que nos interesa por ahora es explicar en qué momento y de qué forma controla el cliente el trabajo del tianguista.

A diferencia de los mecanismos de control directos ejercidos sobre el comerciante, ya sea sobre su espacio o sobre la actividad laboral en sí y tanto por parte de la autoridad como por los organismos gremiales, el control por parte del cliente es más bien indirecto y en una buena parte de tipo simbólico. La relación cliente-tianguista se caracteriza por contar con cierto equilibrio de fuerzas debido a la imprescindible necesidad que existe entre ambos actores. Esto motiva que ninguno de los dos pueda ser completamente tajante en su pretensión de controlar tanto la dinámica de trabajo, por un lado, como el proceso de intercambio, por otro. Más bien, las formas para controlar son más sutiles e implícitas, lo cual conlleva la utilización de un lenguaje simbólico aunque sin descartar en ciertos casos un tipo de comunicación más directo.

Tal como se indica, la motivación principal del cliente por la cual intenta controlar ciertos aspectos del trabajo del comerciante es poder sentirse satisfecho, tanto en la mercancía que consume como en la forma en que lo hace, lo que implica no sólo consumir un producto con cierta calidad, más o menos económico y que responda a su interés, sino igualmente sentirse en un ambiente agradable por la manera en que es tratado por el vendedor.

“(…) venir aquí es otra onda ¿no?, es como entrar a un museo, en donde cualquier duda que tienes sobre las artesanías te la responden amablemente los artesanos, siempre hay un buen trato de su parte, te da gusto venir aquí…” (Mario, visitante)

Lo anterior podría afirmarse que es aplicable de manera general a la dinámica relacional llevada a cabo en los tianguis por sus actores fundamentales, no obstante en casos particulares las formas de concretarse el control sobre la actividad del comerciante por parte del cliente pueden ser diversas debido a las condiciones sociales específicas, sobre todo por el perfil histórico y socioeconómico del espacio público utilizado, el sector social que asiste a consumir, la formación académica y laboral del comerciante, el tipo de organización gremial existente, así como el papel de la autoridad en el cumplimiento de las normas institucionales.

Así, en el tianguis de artesanías de Coyoacán el control del cliente hacia el comerciante artesano se concreta en diversos aspectos. En primer lugar, el cliente marca la pauta del tipo de producto que desea consumir. Básicamente, por caracterizarse como un “tianguis de artesanías”, la población que asiste a este centro de comercialización lo hace con el fin, precisamente, de consumir productos artesanales. De hecho, la decisión de los primeros comerciantes de vender exclusivamente artesanías estuvo condicionada por los intereses de consumo de la clientela potencial del tianguis, y no determinada voluntaristamente por el vendedor, cuestión que a la fecha prevalece.

“(…) la opinión del cliente es muy importante, siempre que nos hace alguna sugerencia o nos solicita alguna artesanía, algún modelo en particular, tratamos de cumplirle, o sea que…aquí si aplicamos eso de ‘al cliente lo que pida’ ¿no?, gracias a él podemos tener un ingreso para nuestras familias…” (José Luis, comerciante artesano)

Actualmente, el tipo de población que asiste a consumir en los espacios de venta de artesanías está conformado sobre todo por familias, jóvenes –estudiantes y pertenecientes a diversas ‘tribus’ urbanas-, la mayoría de clase media, turistas nacionales y extranjeros, e intelectuales, es decir, una clientela con una capacidad de consumo importante. Esta circunstancia provoca dos cuestiones: la primera que, en efecto, el cliente posea un control importante sobre el tipo de producto que desea consumir, a tal grado de motivar que el comerciante introduzca mercancía muy diversa y adecue su producción de artesanías a las necesidades de los clientes, en muchos de los casos, en periodos de tiempo muy cortos¹⁷¹.

¹⁷¹ Esto es, el cliente puede requerir de una semana a otra un tipo de artesanía, con características específicas de acuerdo a su interés, que implique una modificación parcial o un cambio total del producto original en ese periodo de tiempo, obligando al comerciante a trabajar en marchas forzadas, ya sea, para producir él mismo el producto o mandarlo hacer con algún otro artesano.

“...ellos me piden colores como éste (...) entonces a eso me voy apegando más o menos y veo los colores que ellos me van pidiendo ¿no?, la gente me va pidiendo, les gusta mucho el turquesa... cosas así que ellos me van diciendo...yo les pregunto ¡cómo qué colores más o menos te gusta? Negro con rojo o morado, y así lo voy haciendo...” (Yolanda, comerciante artesana)

Y, la segunda cuestión es que considerando el tipo de clientela y el grado de exigencia y control sobre su trabajo, el comerciante cancela la posibilidad de bajar el precio a sus productos en lo que se denomina como “regateo”. Es decir, el comerciante asume la presión y el control del cliente sobre el producto que comercia abriendo la posibilidad de adecuarlo a sus necesidades siempre y cuando pague el valor preestablecido por él.

Este mismo perfil social de la clientela del tianguis de artesanías, posibilita un control adicional con respecto al trabajo del comerciante: el control sobre el trato recibido. El vendedor de artesanías, en general, logra establecer un trato amable con su clientela, la cual a su vez reconoce dicho trato favoreciéndolos con su asistencia asidua, pero también fue manifiesto dicho reconocimiento con el amplio apoyo otorgado a los artesanos en su más reciente proceso de lucha (más de 250 mil firmas de apoyo al movimiento de comerciantes artesanos). El considerar a cada visitante como un potencial comprador, y estando conscientes de que sólo en raras excepciones asisten personas provenientes de zonas populares que conlleva un consumo a bajo precio y sujeto al regateo, práctica muy recurrente que si se lleva a cabo en los demás tianguis de las zonas populares de la Ciudad de México, el comerciante artesano de Coyoacan se preocupa por dar una buena imagen en el trato que le da a quienes se acercan a preguntar por sus productos aún cuando, en ocasiones, el cliente decida no consumir, pues justamente lo que éste busca es que se le atienda y sirva tal y como es costumbre en otros espacios a los que frecuenta, sea un restaurante o un centro comercial, hecho que es reconocido y aceptado por el vendedor pues, en última instancia, al momento en que se concreta la compra venta del producto éste contiene ya el valor global, no sólo del valor de uso del objeto como tal sino también el costo del buen trato y atención hacia el cliente. Es decir, cada actor, reconociendo el valor de su objeto de intercambio (el dinero en un caso y el producto en el otro) impone ciertas condiciones. De un lado, el cliente implementa un control sobre la forma en que debe ser tratado por el comerciante, de manera simbólica por medio de su lenguaje verbal (tono de voz, tipo de palabras con las que se comunica con el vendedor), por medio de su lenguaje corporal (la manera en que se para frente al vendedor, los ademanes que hace, la expresión

manual de lo que dice), y también por medio de la forma en que viste (ropa de paseo, que exprese su rol de turista, ropa de moda utilizada por jóvenes con tendencia hacia el consumo del folclore tradicional: vestidos y blusas de manta, playeras estampadas, collares, calzado tradicional, etc.). Pero también de manera directa llamándole la atención al vendedor en el caso de que esté recibiendo un trato no deseado o simplemente marchándose de su lugar de venta sin consumir. Estos aspectos que implican en el cliente una expresión simbólica que conlleva la intención de ser tratado de manera específica por parte del vendedor son, en general, reconocidos por éste último, propiciando la aceptación del control para generar un buen servicio y un buen trato hacia el cliente. Lo anterior no implica suponer que la relación cliente-vendedor esté basada únicamente en un objetivo instrumental sino que dicha interacción puede constituir una relación social genuina, en el que se rebase sólo el intercambio comercial y se pongan en marcha códigos subjetivos que expresen emociones, sentimientos, sentido de lo estético, y aspectos morales que dotan de un contenido específico a la interacción social y que de lugar al establecimiento de relaciones sociales amistosas.

Es decir, la interacción vendedor-cliente va más allá del intercambio exclusivamente mercantil, definiéndose como una interacción simbólica en donde los actores protagonistas se encuentran en una situación permanente de intersubjetividad (Schutz, 1973). Y sólo si esta lógica interactiva, basada en la reciprocidad pero también orientada en ocasiones por una afán de imponer las condiciones de uno sobre el otro, es consistente cada quien puede concretar su objetivo inmediato pues, en caso contrario ni uno ni otro actor lograría obtener lo que busca. Es decir, en este caso particular se estaría hablando de un tipo de *control negociado*, basado en la interacción social, la cual no está ya determinada sino que se actualiza en la cotidianeidad y, por lo tanto, se recrea al momento del intercambio comercial que es en sí un intercambio simbólico y sujeto no sólo a un comportamiento recíproco sino también a una relación de oposición como ya se indica.

Otro de los aspectos importantes en donde está presente la intención del cliente por controlar la forma de trabajo del comerciante es el relacionado con la estética del puesto en donde expende sus productos.

“...ve cómo ¿no?, por ejemplo, ese guante ya lo voy a quitar de ahí porque va pasando la temporada y ya no se vende, entonces hay que meter cosas que se venden más ahí; es de acuerdo a la temporada (...) porque me he dado también que la gente luego muchas veces no vemos hacia arriba ¿no? no buscamos, entonces hay que poner las cosas que más se venden, más a la vista, más cerca y así igual todo lo de collar que me piden...” (Yolanda)

Generalmente, una de las cuestiones tomadas en cuenta por el comprador es la percepción de abundancia y variedad de productos, por lo cual, el vendedor reconociendo esta necesidad del cliente busca satisfacerla actuando de acuerdo a lo dispuesto por él.

“(…) digamos que, si no sabes cómo acomodar tu mercancía, entonces no has aprendido el oficio, ¿no?... hay que saberle, tu mismo vas aprendiendo a colocar las cosas de acuerdo a como le gusta a la gente, lo más vistoso adelante, lo más grande y que puede tapar otras cosas hasta atrás; el chiste es que quien se pare en el puesto observe en todas las direcciones cosas que le pueden interesar, aunque generalmente la mayoría que se acerca concentra su mirada hacia abajo que es donde se pone aquello que se puede consumir más fácil...” (Mario, comerciante artesano)

En este aspecto, entonces, el comerciante no puede darse el lujo de colocar sus productos como él desea o piensa que es correcto, de una manera “libre”, sino acatando las exigencias de su clientela para lo cual prácticamente satura todo los espacios disponibles de su puesto con las artesanías llegando incluso a tener una imagen del puesto con características barrocas, hablando en términos artísticos, es decir, en donde lo que predomina es el exceso, lo rebuscado, una estructuración estética que niega cualquier imagen de austeridad.

Adicionalmente, otro ámbito que el cliente condiciona es la pulcritud e imagen del puesto. En lo que fuera el Tianguis de Coyoacan y lo que actualmente son los tres diferentes espacios de venta, esta cuestión se centra sobre todo en el material en donde se colocan las artesanías así como en la forma en que se organiza el puesto, aspecto muy cuidado por los comerciantes. Así mismo, es escasa la propaganda dentro del lugar de venta, a diferencia de otro tipo de espacios de comercialización popular. Más bien, lo que aquí prevalece es la interacción basada, además del intercambio económico y social, en el intercambio de conocimientos con relación al tipo de producto que se expende, sobre todo: el lugar de origen, el material con el que se elaboran, las técnicas de producción, cómo se utilizan, etc.

Pero, dicha situación, como ya se menciona, sólo es posible en un contexto como en el que se inserta el tianguis de artesanías de Coyoacán, en el que tanto vendedor como cliente se conocen y reconocen su valor mutuamente, y en el caso particular del primero este es uno de los factores que motivan una fuerte identificación con su ocupación; entonces, si bien el cliente tiene el control sobre diversos aspectos del trabajo del comerciante, no es un control vertical e impositivo sino un control sujeto a ser negociado y por el que, quien lo ejerce, ofrece también no sólo un pago monetario sino también una gama de símbolos que pueden implicar agrado, amistad, reconocimiento, y

respeto, es decir, en este caso el control no implica sumisión ni dominación de un actor sobre el otro necesariamente, como si ocurre más frecuentemente en otros tipos de relaciones de trabajo.

6.2.3 El papel de las organizaciones gremiales en la defensa y el control sobre el espacio de trabajo.

Como ya se ha comentado, la organización gremial ocupa un papel importante en la estructuración del trabajo del tianguista constituyéndose en la instancia inmediata de gestión y control laboral del comerciante, que en la mayoría de los espacios de venta callejeros que aglutinan a grandes contingentes de vendedores representa también el mecanismo de dominación política por parte de liderazgos perpetuos y personales. De tal forma que control y dominación política van de la mano en este tipo de organizaciones gremiales, aunque asumiendo características particulares de acuerdo al espacio de comercialización y al tipo de organización específica que se trate. De hecho, el control operado por las organizaciones sobre el espacio y el trabajo de sus agremiados tiene como fundamento la forma en que se ejerce la dominación por parte de los dirigentes, que no implica una gestión basada de forma absoluta en la coerción y el uso de la fuerza como medio para mantener la dirección de las organizaciones y el control sobre diversos aspectos del trabajo del comerciante sino en la generación de un consenso con la base representada, lo cual se detallará más adelante.

El *control corporativo burocrático* ejercido por las organizaciones hacia la dinámica laboral de los comerciantes artesanos se encuentra bastante definido y formalizado. Cada organización cuenta con estatutos y un reglamento interno en los que se expone, en diversos puntos, las normas de control que el vendedor tiene que acatar para poder desarrollar su trabajo sin hacerse acreedor de alguna sanción. El control que las organizaciones han mantenido en el tianguis dio lugar, en principio, a que éste tuviera un perfil particular con respecto al producto que se expendía y a la forma en que se ofrecía al público visitante. De esta manera, las organizaciones (en su momento más de 20) se concentraban en ejercer un control sobre el tamaño de los espacios de venta: ningún comerciante podía sobrepasar las dimensiones establecidas; la forma de incorporación de nuevos comerciantes: la organización en asamblea decidía, después de poner a prueba al aspirante, si éste podía ingresar o no; el tipo de producto que se podía expender: prácticamente todas las organizaciones originales únicamente permitían la

venta de artesanías, urbanas o tradicionales, ya sea que fueran elaboradas por el propio comerciante o las comprara para revender; pero, en general, las organizaciones se encargaban de operacionalizar y de vigilar que se cumplieran las normas de control sancionadas por la autoridad, una vez que ambas instancias llegaban a un acuerdo. Así, medidas de control delineadas por la autoridad como la delimitación de los espacios, la jornada y los días de venta, el tipo de giro comercial permisible, la cantidad de comerciantes, entre otras, cada organización se encargaba de darlas a conocer, vigilar y sancionar directamente, pues de ello dependía el respeto de los acuerdos establecidos con el gobierno local en turno.

No obstante, la forma de control que las organizaciones han concretado se ha basado en la compartimentación entre cada una de ellas y teniendo como punto medular de acuerdo el que cada una sería responsable del acatamiento de las normas al interior de su agrupamiento, lo cual hizo posible la fragmentación del tianguis en su conjunto pues, si bien, cada organismo se concentró en el control hacia dentro, se soslayó un control integral sobre todo el tianguis abriendo la posibilidad para que, aprovechando la descoordinación general y el ensimismamiento de cada una de las organizaciones, la autoridad en contubernio con asociaciones de comerciantes ambulantes vinculados a partidos políticos, comenzaran a incorporar nuevos vendedores haciendo aumentar su número de 300 hasta 550 para el año 2007, sin que los nuevos integrantes se apegaran al carácter del tianguis de expender solamente artesanías introduciendo productos comerciales de otra índole. En resumen, las organizaciones gremiales de comerciantes artesanos han ejercido un control importante sobre la dinámica laboral de sus miembros, pero la diversidad y fragmentación existente entre ellas dio lugar a una falta de control global sobre el tianguis a través de una coordinación entre las diferentes organizaciones, lo cual, a la postre creó las condiciones para arribar a la situación desfavorable que ahora experimentan.

Actualmente, después de que las diversas organizaciones en lucha aceptaran finalmente la propuesta de reubicación hecha por el gobierno de Heberto Castillo en el espacio denominado *Bazar del artesano mexicano*, de las 20 organizaciones que fueron hasta 2008, permanecen en dicho lugar únicamente 6 asociaciones las cuales siguen manteniendo el control tanto sobre el espacio de trabajo como de la dinámica laboral en general, más aún cuando las limitaciones espaciales del Bazar son bastantes. En la Casa del Artesano operan alrededor de cinco organizaciones y en el Patio delegacional un total de tres, aunque después del movimiento de resistencia quedaron diluidas diversas

organizaciones que anteriormente funcionaban dentro del Tianguis. Lo que se ha modificado es la relación que mantienen las organizaciones con la autoridad, pues aunque ésta última ha intentado mantener las medidas de control que ya anteriormente ejercía en el tianguis, gracias a la colaboración de las mismas organizaciones, los representantes de los comerciantes se aprestan a asumir el control sobre el espacio, en un conflicto que aún se está dando, argumentando que, en el caso del Bazar, éste ya no constituye un espacio público abierto por lo que las normas de control anteriormente establecidas, que en su mayoría se relacionaban con el uso de la vía pública, no pueden seguir operando en un espacio cerrado por lo que el control sobre el Bazar tendría que quedar en manos de la representación gremial.

Los comerciantes, al ceder en ciertos aspectos a las intenciones de control de la autoridad han podido mantener cierto margen de maniobra sobre su trabajo en donde la autoridad no ha podido tener injerencia, principalmente referido al contenido del trabajo del comerciante y a la forma en que lo ejerce. Es decir que el control de la autoridad ha estado enfocado más al uso del espacio que a la dinámica de trabajo en sí de los comerciantes. Ante lo cual, estos últimos a través de sus organizaciones han cedido finalmente sin antes oponerse para lograr una negociación más ventajosa.

Con ello, el control ejercido por la autoridad y por la organización, al no penetrar propiamente hasta el proceso de trabajo sustancial del comerciante, permite la afirmación del sentido de autonomía laboral de éste último al inferir que las medidas de la autoridad por restringir el uso del espacio no implican una pérdida de su capacidad ni como artesano ni como vendedor, no por la falta de intención de la autoridad, sino por la actitud de resistencia por parte del gremio; lo cual implica tanto una confirmación de su identidad laboral al continuar dándole un sentido positivo a su ocupación, de libertad y autonomía pese a las restricciones gubernamentales, como colectiva con sus compañeros de trabajo con quienes comparte un enemigo común porque finalmente la identidad colectiva no solamente se basa en la afirmación de lo que son como trabajadores sino en la negación de lo que no son, así como en la oposición a otros actores que pueden ser visualizados como enemigos o como competidores.

6.3 Elementos de Autocontrol laboral en el tianguis de artesanías.

6.3.1 Autocontrol colectivo.

Otra forma de acotamiento que el comerciante artesano experimenta en su trabajo es el ejercido por la propia comunidad laboral dentro del espacio de venta. Esta forma de control que podría considerársele más que como un control impositivo con una intencionalidad de sometimiento como un tipo de gestión colectiva sobre el comportamiento social y laboral del tianguista, se caracteriza justamente por restringir y ordenar algunas de las prácticas laborales al interior y en la cotidianeidad del espacio de comercialización. Esta manera de control, o autocontrol colectivo, es importante porque denota el carácter gremial del trabajo y reafirma, como ya se indica anteriormente, las concepciones de libertad y autonomía laboral que expresan tanto discursivamente como en la práctica cotidiana de trabajo los comerciantes artesanos. Pero a la vez también es expresión de una noción patrimonialista del espacio del trabajo: los lugares donde se vende así como el espacio general, como resultado que son de la lucha y el esfuerzo cotidiano durante dos décadas, son asumidos como una propiedad colectiva, más que de índole personal.

Así, el tipo de control que se lleva a cabo en este caso es sobre ciertas dinámicas del trabajo con un objetivo estético: de orden –limpieza, organización de puestos y mercancía- y de salvaguardar la imagen tanto de la figura del vendedor artesano como del lugar de trabajo. Restringiendo los actos arbitrarios de algunos comerciantes se busca mantener una estética del espacio acorde a las necesidades y al imaginario de la clientela que los visita. Pero, la estructura normativa que se encarga de sancionar no se encuentra escrita completamente sino que existe una variedad de códigos de control contruidos con base en el uso y la costumbre. Entre éstos se encuentran: mantener orden en el lugar de trabajo; no consumir bebidas alcohólicas, mantener limpio el espacio, no agredir a otros compañeros o a los clientes, abstenerse de ocupar espacios que no son los propios, no rentar o traspasar los lugares, etc. y cuya trasgresión implican diversas sanciones no necesariamente establecidas formalmente sino ejercidas de acuerdo al momento, de manera espontanea y con un alto contenido simbólico; es decir, no siempre implica una sanción específica sino una respuesta social de parte de sus compañeros que puede expresarse de múltiples maneras como soslayarlo y no tener comunicación con él, llevar a cabo burlas y ridiculizaciones, generar rumores en su contra, o simplemente aislarlo de cualquier actividad social, como charlar, convivir,

etc., lo cual puede representar sanciones francamente molestas para quienes llevaron a cabo tal o cual acto no aceptado por sus demás compañeros.

De esta manera, se ejerce un autocontrol colectivo dentro de la dinámica laboral durante la jornada de trabajo. Más allá del control por parte de la autoridad, cuya orientación es hacia el control sobre el espacio público ocupado por los comerciantes; y apeándose a las reglamentaciones de la organización gremial, aunque actuando con flexibilidad y espontaneidad de acuerdo a la situación concreta del momento, los comerciantes actúan de acuerdo a códigos que han ido construyendo por medio de un proceso de creación, reproducción y aprendizaje colectivo sobre lo que resulta ser beneficioso para todos e ir de acorde al sentido que se le ha pretendido dar a su espacio de trabajo, pues, aunque pareciera paradójico los comerciantes artesanos de Coyoacán tratan de manera recurrente de diferenciarse de otros espacios de venta y de sus protagonistas, asumiéndose como un tianguis *cultural* en donde además de vender y, en algunos casos, fabricar sus propias artesanías en el mismo espacio de venta, afirman que su actividad se basa sobre todo en la exposición artesanal.

Con relación a los códigos que funcionan durante la jornada de trabajo, y aún fuera de ella, éstos cumplen el papel de restringir y controlar la acción de los comerciantes y se enmarcan en un proceso de reciprocidad, el cual ha permitido soslayar disputas personales o laborales durante el tiempo de operación de lo que fue el tianguis. Ahora bien, aunque puede hablarse de normas no escritas generales para los comerciantes, en realidad los códigos utilizados son puestos en función de manera grupal, únicamente entre pequeños grupos de comerciantes, regularmente vecinos que comparten una misma porción del espacio total, o entre los miembros de cada organización, que por lo general se encuentran reunidos en torno a una misma área de venta. En general, puede hablarse de que el contenido de dichos códigos se basa en ciertos valores y normas que el comerciante tiene que cumplir y vigilar que se cumplan para que todo permanezca en orden. Principalmente se destacan: el *respeto* hacia el lugar de trabajo y hacia los demás compañeros, la *solidaridad* con el colega que se puede expresar desde la ayuda para colocar algún implemento del puesto, hasta proporcionar el cambio o estar al tanto del puesto mientras el compañero sale de su lugar momentáneamente, la *limpieza*, la *actitud servicial* hacia el cliente, el mantener *un mínimo en el costo* de la mercancía de moda que se vende en más de un puesto para evitar la competencia desleal, la *vigilancia* y *protección* de los lugares de venta para evitar que se haga un mal uso de ellos, como venderlos o rentarlos a gente ajena al tianguis, el vigilar también que los productos que

se expenden sean los que corresponden al carácter del tianguis, es decir, artesanías. La existencia de estos códigos de control colectivo sobre la labor de los comerciantes, ejercidos por ellos mismos, no ha implicado que algunos de los vendedores omitan la medida y lleven a cabo diversos actos que violan la normatividad implícita en el gremio, sin embargo, la sanción, aunque no se lleve a cabo de manera directa, representa un alto costo para el que infringe las reglas pues es sujeto, de entrada, a un escrutinio y señalamiento de los compañeros que lo presionan hasta que finalmente acata o se resiste, generando problemas de índole personal con sus compañeros. Estas formas de controlar colectivamente el desempeño del trabajo en el espacio de venta, aún cuando no son completamente visibles para el visitante ni tampoco están escritas en algún contrato o reglamento, condicionan el comportamiento laboral del vendedor y le orientan para el desarrollo de su actividad a tal grado que puede afirmarse que existe en la mayoría de ellos una internalización de dichos códigos normativos. Lo anterior se comprueba cuando, aún en los grupos de comerciantes que quedaron fuera del espacio de venta que albergó a la mayoría de los que trabajaban en el Tianguis, tanto en la Casa del artesano como en el patio del edificio delegacional, se continúan ejerciendo las medidas de autocontrol colectivo descritas anteriormente, lo cual implica que en realidad se trata de una especie de *código de ética laboral* para el gremio de artesanos comerciantes, por lo menos para los que participaron en el Tianguis de Artesanías, que, como ya se afirma, coadyuva a controlar y orientar el desempeño de los comerciantes en el lugar de trabajo e incluso fuera de él.

6.3.2 Autocontrol relativo sobre el proceso de trabajo.

No obstante de que existen diferentes aspectos del trabajo que son controlados tanto por la autoridad como por las diferentes organizaciones y que se han mencionado anteriormente, el comerciante artesano posee el control sobre una gran parte de su dinámica laboral, tanto en lo que se refiere a la venta como, en casos específicos, el proceso de fabricación de artesanías.

En la primera de las actividades, el trabajo de vender, el comerciante tiene la capacidad de disponer sobre diversos ámbitos sin que exista una intervención directa de parte de otros actores, en todo caso, sí llega a generarse cierta influencia sobre la forma de ejecutar algunas tareas por parte sobre todo del cliente pues, finalmente, hacia él es a quien orienta su trabajo integral.

De esta manera, el comerciante artesano puede decidir sobre el periodo de su jornada laboral pues, aunque la autoridad establece un horario fijo de operación para vender, al final son los comerciantes quienes establecen su horario de trabajo considerando a sus propias necesidades de asistir a trabajar, a su disciplina para hacerlo así como a su prioridad de ser consistente en el espacio de venta; asimismo el comerciante puede decidir cuándo no trabajar, siempre y cuando no sobrepase los límites de tiempo resueltos por la comunidad laboral que puede conducir a que su ausencia se interprete como un acto de abandono hacia su lugar, es decir aún cuando queda a decisión del vendedor el asistir a vender o no, de cualquier manera está obligado a comunicar este hecho a la organización de la que forma parte, sobre todo cuando las inasistencias son reiteradas. En ésta última situación la organización, o los compañeros, se encargan de resguardar el lugar hasta el regreso al trabajo del comerciante ausente, vigilando que nadie más lo ocupe.

Un aspecto importante de autocontrol por parte del comerciante es el referido al tipo de mercancía que se expende. En este caso, los vendedores y artesanos eligen el tipo de artesanía para vender, siempre y cuando sean productos artesanales. No obstante, la variedad de artesanías que se venden dan muestra de la libre elección del comerciante para decidir los objetos que va a producir o a consumir para su reventa. En la opción de qué tipo de artesanía comercializar se encuentra la intuición, sensibilidad y experiencia del sujeto para captar las necesidades de su clientela y para innovar en las artesanías así como demostrar su capacidad para ser creativo, lo cual es generalmente reconocido por sus consumidores, pero ello sin que exista una disposición coercitiva que le imponga lo que tiene que producir o revender, pues en última instancia, la decisión de qué tipo de artesanía vender es producto de las múltiples negociaciones que el comerciante tiene con sus clientes pero que no implica una sujeción total de su parte, aún en los artículos hechos sobre pedido, pues incluso en estos casos el fabricante o el revendedor tiene la libertad para considerar la técnica de elaboración que él considere más conveniente para fabricar tal o cual artesanía.

Por otro lado, el comerciante también posee el control sobre la opción en dónde proveerse, ya sea de materias primas para fabricar, en el caso de los artesanos, o de las artesanías ya elaboradas, en el caso de los artesanos revendedores. Esta actividad la realiza el comerciante artesano a voluntad considerando diversos aspectos relacionados con el comprar a un bajo costo así como a la calidad de los insumos, sin que la organización, por ejemplo, intervenga en ello. El control personal sobre dónde

proveerse suele ser, en algunos casos, tan estricto que incluso entre los propios vendedores se mantiene oculta la información sobre los mejores proveedores, es decir, los que venden los productos a bajo costo o a crédito, situación que le otorga ventajas al comerciante sobre sus competidores.

Los comerciantes que son a la vez artesanos poseen, por su parte, el control sobre el proceso de fabricación, lo cual es posible gracias a que la producción es a pequeña escala y a que las técnicas de producción son adoptadas de manera compartimentada por el propio artesano, lo cual implica mantener en secreto dichas técnicas; de esta manera durante el proceso de fabricación el artesano controla sus medios de trabajo, la jornada de producción, la materia prima de la que se provee, la división del trabajo que establece con sus ayudantes que suelen ser familiares y el ritmo de trabajo, aunque este aspecto es relativo porque si bien el artesano dispone el tiempo que ocupa para producir, está también sujeto a la necesidad del cliente que le ha solicitado algún producto en particular.

Otro aspecto en donde el comerciante ejerce su capacidad de autogestión es sobre las técnicas de venta, de acuerdo a las necesidades y a su propio aprendizaje en la ocupación, sobre todo en cuanto a la organización de la mercancía, la interacción con la clientela, y la forma de armar el escenario del puesto.

La actividad de actualización de sus conocimientos sobre las técnicas de elaboración de mercancías, y sobre lo que está de moda en otros espacios similares nacional e internacionalmente, es otro de los aspectos en que el comerciante artesano tiene la capacidad de elegir cuándo, cómo y dónde realizarla. Una gran cantidad de comerciantes artesanos han asistido a diversos cursos sobre técnicas de elaboración de artesanías con el objetivo de estar al tanto de las novedades con respecto al producto que expenden de forma especializada. En todo este proceso, la decisión última de optar por actualizarse o aprender nuevas técnicas le pertenece únicamente al comerciante sin la intervención de otros actores.

En el caso de los comerciantes que ocupan ayudantes, el comerciante propietario posee el control sobre la jornada de trabajo, las funciones a realizar, las técnicas de trabajo, el sueldo, el grado de enseñanza y gestiona además directamente la supervisión sobre el trabajo.

Por último, el control sobre cuándo dejar de trabajar, soslayando los casos en que la autoridad ha intervenido para restringir la venta en la vía pública, en cuyo caso el abandono al trabajo es impuesto, también es decisión del comerciante y, en tanto que se

mantenga con la capacidad para llevar a cabo su trabajo y éste le continúe remunerando ingresos importantes, el comerciante permanece en él aún cuando se trate de personas con una edad avanzada. No obstante, en situaciones de crisis, como la generada a partir del desalojo de su espacio tradicional de trabajo, algunos comerciantes optaron por salirse de la ocupación y dedicarse a otra actividad, siendo finalmente una decisión tomada de manera personal aunque en cierta forma condicionada por las circunstancias. La capacidad de autogestión del comerciante artesano sobre su trabajo, de esta manera, coadyuva a la generación de un sentimiento de apego irrestricto hacia la actividad y refuerza, con ello, el proceso de identidad con su ocupación debido a que no representa para él sólo un medio para solventar sus necesidades económicas sino a la vez un fin de realización personal al confluir en él todo su esfuerzo y creatividad, que finalmente no le son ajenos pues logra obtener directamente el producto de su labor, lo cual permite construir un sentido de orgullo profesional y satisfacción con el trabajo realizado aún con la incertidumbre y las condiciones laborales padecidas.

“...yo pienso que lo que le da sentido a mi trabajo es la posibilidad que tengo de plasmar mi creatividad en cada pieza que elaboro; no sólo soy vendedor sino que, al fabricar mis propios productos la gente que me compra se lleva algo de mí, no solamente mi buen trato hacia ella, sino... algo más, para mí por eso este trabajo, es un trabajo muy creativo y, por lo tanto, muy satisfactorio no sólo en lo económico...” (Silvia, comerciante artesana)

La capacidad de autocontrol sobre el trabajo, aunque relativa por el conjunto de estructuras e interacciones sociales que de algún modo condicionan y restringen el acto laboral de los comerciantes artesanos que ellos suponen libre y autónomo, permite al trabajador significar su trabajo como una forma de realización en el que, pese a la precariedad de sus condiciones, es posible expresar su personal sentido de lo estético el cual es reconocido por otros en la medida en que sus productos elaborados son consumidos. Lo anterior tiene un impacto importante sobre la construcción de la identidad hacia la ocupación, pues en ella se configuran diversos códigos subjetivos que denotan, como se menciona, la existencia de un *orgullo profesional* y sentimientos de agrado y satisfacción, elementos que sólo podrían surgir a partir de significar al trabajo, no como la última opción para obtener un ingreso de sobrevivencia, sino como una actividad que requiere de aquellos que la han elegido de un mínimo de vocación y calificación tanto en lo referido a la fabricación de artesanías como a la forma en que éstas se comercializan al público. Siendo, justamente, esto último lo que además de motivar el sentido de apego hacia el trabajo, genera también un sentido de pertenencia entre la comunidad gremial de artesanos urbanos al concebirse como actores laborales

únicos y al mismo tiempo *diferentes* a otros que igual que ellos utilizan el espacio público para laborar.

7. Organización gremial y formas de dominación política laboral.

7.1 Tipos de organización y liderazgos.

Como ya se menciona en un apartado anterior, las estructuras organizativas en el Tianguis de artesanías que se gestaron históricamente tienen, en general, como punto de partida dos diferentes asociaciones: una de carácter gremial y autónoma pero sin registro legal, el *Grupo Artesanal Centenario Coyoacán* y otra ya constituida previamente a la instalación de los primeros artesanos en el CH de Coyoacán, y que albergaba a este tipo de trabajadores de distintas partes del D.F. y de otras regiones del país: la ANAURMAC, la cual sí contaba con registro legal como asociación civil. Fue, justamente, bajo esta segunda organización en la cual se congregaron los comerciantes artesanos después de un primer intento de la autoridad por desalojarlos en 1989, debido a que fue necesario para concretar los acuerdos con la Delegación que los comerciantes estuvieran representados y constituidos legalmente como asociación gremial, y la única organización que se encontraba registrada era precisamente la ANAURMAC.

Bajo las siglas de esta organización la totalidad de los tianguistas artesanos se mantuvieron varios meses, hasta que la intervención de la estructura de dirección de la asociación en la regencia del espacio de venta del Jardín Centenario motivó el que se escindiera un grupo de comerciantes que no estuvo de acuerdo con dicha injerencia de parte de la ANAURMAC, y que se autodenominó como UNAI (Unión Nacional de Artesanos Independientes,). De aquí en adelante se irían desprendiendo otros grupos de la ANAURMAC, los cuales dieron origen a distintas organizaciones, entre ellas la Asociación Nacional de Artesanos de Coyoacán (ANAC), Expositores de Artesanías y Alimentos Tradicionales de Coyoacán, Artesanos Independientes “Movimiento Manos que hablan”, UNAI 15 de mayo, etc.

Paralelamente a este proceso de atomización organizativa y a la conformación de nuevos grupos a partir de la primera de las Asociaciones que representó a los comerciantes artesanos, sobre todo del Jardín Centenario, se generó una expansión del tianguis más allá de sus límites originales hasta invadir la explanada delegacional conocida como Jardín Hidalgo. La integración no controlada de nuevos comerciantes motivó la inserción en el espacio de venta de personas que no se dedicaban ni a la venta

y mucho menos a la producción de artesanías pero tampoco formaban parte de las asociaciones existentes sino que fueron albergados en nuevas asociaciones y, una buena parte, aglutinados en organizaciones de carácter local que poseían integrantes de otros tipos de espacios de comercialización, tanto de tianguis como de concentraciones en vía pública las cuales además, a diferencia de las asociaciones surgidas en el Jardín Centenario, si mostraban una orientación política definida y estaban ligadas a partidos políticos, sobre todo al PRD y al PRI. Es el caso de la Organización “Grupo Político Coyiztla”, la Confederación de Comerciantes y Organizaciones Populares (CCOP) y la Alianza de Organizaciones Sociales Sección Coyoacán (AOS). En ellas la estructura organizativa difiere notablemente en comparación a las asociaciones originales de artesanos comerciantes que fundaron el Tianguis de Artesanías, como se verá a continuación.

La mayoría de las organizaciones de comerciantes artesanos están conformadas y registradas como Asociaciones Civiles, por lo cual su estructura de dirección se apega, precisamente, a ese modelo organizativo: un Presidente, un Secretario, y tres vocales. De esta manera, cuando cada organización, o en conjunto, atienden asuntos relacionados con sus integrantes y tiene un carácter legal, la representación formal es como asociación civil, fungiendo el Presidente como representante único; no obstante, paralelamente a esta estructura formal y legal, cada organización ha desarrollado una estructura organizativa cuya característica es su similitud en mayor medida a una organización social popular que a una asociación civil o, incluso, a una corporación gremial o sindical, sobre todo porque la conformación de este tipo de organizaciones se da de manera espontánea con la libre voluntad de sus integrantes, y, regularmente, bajo el liderazgo de una persona o una élite, sin que su operación esté sancionada o reglamentada legalmente, lo cual no implica la inexistencia de una estructura y un orden establecido colectivamente y traducido en una normatividad que oriente las prácticas dentro del grupo. Se trata entonces de Organizaciones gremiales *ambivalentes* pues al mismo tiempo son Asociaciones Civiles que Organizaciones Político Gremiales, enfatizándose una más que otra de acuerdo a los requerimientos y circunstancias concretas.

De esta manera, la estructura organizativa paralela de las asociaciones se basa en el principio de la democracia representativa, en la cual los representantes tienen que ser electos por los demás integrantes por votación universal, no obstante en cada organización este principio varía y es aplicado de manera particular.

La primera organización, de la cual se desprenden la mayoría de las demás organizaciones de comerciantes artesanos de Coyoacán, la ANAURMAC, se estructuraba y orientaba de acuerdo a los siguientes principios:

1. “Se pretende construir una organización de corte democrático, entendiéndose por esto que sus objetivos y logros son por y para sus integrantes en su perspectiva colectiva, y de ninguna manera para beneficio de unos cuantos.”
2. “Las finanzas, cualquiera que sea su volumen, nunca serán manejadas a espaldas de los que las aporten.”
3. “Aparte de conducirse por la línea democrática y no lucrativa, será siempre independiente. Su objetivo es social, y por lo tanto no puede incorporarse a partido político alguno.” “Ninguna organización política o social podrá romper con su autonomía.”¹⁷²

En la etapa actual, la forma de agruparse de los comerciantes artesanos no ha variado significativamente ni tampoco los principios y objetivos arriba mencionados de tal manera que su fundamento organizativo sigue siendo el heredado de la Organización ‘madre’ aunque con diversas modificaciones según el momento y caso concreto.

En general, puede afirmarse que existen varias formas de organización y liderazgo dentro del gremio de comerciantes artesanos, que bien pueden sintetizarse en dos tipos: organizaciones verticales con liderazgos personalistas basados en una dominación de tipo carismático de carácter tradicional y organizaciones horizontales con liderazgos cuasi democráticos basados en una dominación burocrática y con un carácter aparentemente progresista. La dominación carismática es aquella que “descansa en la entrega extracotidiana a la santidad, heroísmo o ejemplaridad de una persona y a las ordenaciones por ella creadas o reveladas...” (Weber: 172, 2004) y la de tipo burocrática legal: “descansa en la creencia en la legalidad de ordenaciones estatuidas y de los derechos de mando de los llamados por esas ordenaciones a ejercer la autoridad (autoridad legal)” (Ibíd.) Por supuesto que en la realidad concreta estas dos formas puras de dominación poseen matices que son alimentados tanto por la cultura como por la subjetividad de los sujetos, lo cual define en gran medida el carácter de las relaciones de dominación/subordinación en las estructuras organizativas. En un contexto como el mexicano, y dentro del espacio urbano, lo tradicional se mezcla con elementos de lo

¹⁷² Boletín de ANAURMAC: El Urbano Número 3, 1990, p.4

burocrático y viceversa teniendo más énfasis uno que otro de acuerdo a la situación concreta.

Aún así, en el primero de los casos, que es el que predomina, diversas organizaciones son dirigidas por una sola persona desde su formación, delegándose en ella la capacidad para decidir y disponer amparada en una legitimidad real o supuesta.

“(…) en la organización siempre lo hemos apoyado, él ha sido quien dice qué hacer y cómo hacerlo; le tenemos confianza porque fue quien nos empezó a organizar (…) es una persona muy inteligente y, pues, sabe hablar como la mayoría de nosotros no lo hacemos...por eso...” (Entrevistada anónima)

Las organizaciones de tipo vertical, poseen empero, una aparente estructura democrática, a saber: la asamblea general como órgano rector en donde se toman las decisiones; la comisión política cuya representación es precisamente electa en la asamblea y las demás comisiones que se desprenden de ésta. No obstante detrás de esta estructura se encuentra orientando y dirigiendo, incluso a la asamblea, el líder histórico y carismático.

“...hubo ocasiones que discutíamos por que yo no estaba de acuerdo en como se estaban manejando las cosas ¿no?, yo veía que otras organizaciones tenían mejores condiciones y nosotros siempre estábamos mal, sin luz, sin información, así que externaba mi opinión pero inmediatamente nuestro representante empezaba a hablar y me daba argumentos que yo no entendía porque simplemente no tenía la información con la que él si contaba, así que todos los demás me empezaban a criticar...y echar grilla ¿no?...no tenía caso.” (Claudia, comerciante artesana)

La forma de conducirse en las asambleas es un rasgo distintivo de la contradicción existente entre el discurso hegemónico de las asociaciones y sus prácticas político gremiales. Por un lado, se asumen como completamente democráticas y representativas pero, por otro, son sistemáticas sus prácticas discrecionales, ya que, todos los designios de los dirigentes son efectuados y legitimados en dichos actos utilizando el grado y tipo de consenso que poseen.

Lo mismo ocurre en las negociaciones con la autoridad. Para considerar quien es el encargado de asistir a las reuniones pocas veces se pide la opinión de los integrantes, pues de facto, el líder es quien se encarga de esa tarea de forma unipersonal o apoyado en su selecto grupo de representantes.

“...es inevitable que sobresalga alguien, siempre hay el que habla más, el que grita más fuerte o el más alto o el menos chiviado ¿no?, de lo que se tratará aquí, o al menos lo hemos intentado es que ese que quiera chambear, o el más arrojado, intente llevar la voz colectiva, es decir, que rinda cuentas, un poco retomando, primitivamente pues, el mandar obedeciendo ¿no?, decir órale tu quieres ser nuestro representante, eres nuestro representante...este...pero si te vamos a

pedir cuentas...pero lo otro es inevitable, creo que en México existe una cultura caudillista históricamente...” (Antonio, dirigente de UNAI)¹⁷³

En el segundo de los casos, las organizaciones que intentan conducirse de forma democrática, se encuentran algunas diferencias. De igual manera, la personalidad que mantienen, jurídicamente, es la de una Asociación civil, pero de facto su estructura organizativa es otra: la Asamblea General, la comisión política central y las subcomisiones, a las cuales están obligados a participar todos los miembros de la organización.

En este caso, si existe elección por voto directo de los representantes, los cuales tienen que elegirse cada año, no pudiendo reelegirse para el periodo posterior inmediato, salvo que la asamblea excepcionalmente así lo determine. Al término del mandato de un representante, la asamblea está obligada a elegir un nuevo integrante de la Comisión Política, y de las demás comisiones.

Se considera un liderazgo burocrático, siguiendo la definición weberiana, porque se basa en la creencia colectiva de la legalidad, o en su caso legitimidad, de las ordenaciones dispuestas en los estatutos de la organización, los cuales se intentan llevar a cabo al pie de la letra.

“como asociación siempre hemos tenido estatutos, reglamentos, algo que nos regule y cuando la gente no cumplía eran expulsados de la asociación, lo cual era igual a dejar el espacio de trabajo ahí...” (Enrique, comerciante artesano)

Con el objeto de detallar el análisis de las organizaciones de comerciantes artesanos consideramos tres de las más importantes agrupaciones hasta el momento, tanto por la cantidad de sus miembros como por el grado de protagonismo en el proceso de lucha y negociación con la autoridad llevado a cabo por los tianguistas en 2008-2009, para explicar la forma en que se estructuran, el tipo de liderazgos existentes, los mecanismos de dominación, las relaciones de poder establecidas, sus estrategias y el grado de influencia que ello ha tenido para la constitución o no de la identidad de sus miembros con la organización. Estas tres organizaciones son ANAC, UNAI 18 de Agosto, y Artesanos Independientes ‘Manos que hablan’.

1. La ANAC surge como un desprendimiento de la ANAURMAC, como ya se hace referencia, a mediados de los años noventa. La forma en que se estructura es a través de Comisiones: la comisión política, de finanzas, de propaganda, de cultura, siendo la Asamblea general la instancia superior de dirección y de toma de decisiones. En los

¹⁷³Fundador y representante de la UNAI 18 de Agosto, (QEPD).

estatutos de la asociación se establece que la elección de los representantes deberá de ser anual y se llevará a cabo por elecciones directas, una vez elegidos los candidatos en asamblea general. Como principio organizativo todos los integrantes de la Asociación están obligados a participar en las comisiones así como asistir de manera puntual a las reuniones y asambleas que la organización a través de la comisión política establezca. El acceso de nuevos integrantes a la organización está restringido y sujeto a la aprobación de cada uno de los miembros, además de condicionar su aprobación demostrando tener conocimientos de técnicas sobre la fabricación de artesanías aún cuando no sea algo obligatorio el que se venda exclusivamente artesanías elaboradas sino que pueden ser de reventa. Esta asociación ha modificado sus formas de organizarse de acuerdo a la situación que establecen las condiciones de su trabajo, o la coyuntura política específica sobre todo en lo concerniente a la relación con la autoridad. En algunos casos la elección de los representantes se ha llevado a cabo tal y como se establece en sus estatutos: cada año, sin embargo, en situaciones particulares, como lo fue el proceso de lucha vivido desde 2008 hasta fines de 2009, se ha prolongado el tiempo del actual representante debido a la necesidades de mantenerse de manera permanente en negociación con las autoridades y en coordinación con las demás organizaciones, por lo que se le ha otorgado por más tiempo la representación. En esta asociación la participación de sus integrantes ha sido fundamental para mantener una estructura horizontal en cuanto a la toma de decisiones. Ello debido, en parte, a que lejos de propiciar el crecimiento en cuanto al número de integrantes ha priorizado la consolidación del colectivo en cuanto a ser un organismo unido, cohesionado y lo suficientemente informado para generar alternativas de manera grupal, inhibiendo el surgimiento de liderazgos autoritarios que monopolicen la gestión o el manejo de información relevante. Aunado a ello, existen mecanismos de enseñanza aprendizaje sobre los asuntos relacionados tanto con la gestión y la manera de negociar con la autoridad o con las otras organizaciones como en cuestiones de índole operativo, hacia los integrantes que en un momento dado son susceptibles de incorporarse a la dirección de la asociación, llevados a cabo por quienes son titulares en el momento previo a la nueva elección. Debido entonces al seguimiento de la reglamentación estatutaria de la asociación, al grado elevado de participación de los integrantes, a la rotación de los representantes que como principio organizativo se plantean, al establecimiento de mecanismos para la rendición de cuentas e información, al establecimiento del consenso como forma de tomar decisiones y no únicamente a través

de votación, puede afirmarse que el tipo de liderazgo que existe de manera regular en esta asociación es de carácter burocrático legal, pues se basa en la creencia en la legalidad, expresado en el respeto a los estatutos y principios de la organización, así como en una dirección impersonal. El representante, entonces, logra mantener el consenso de la base de comerciantes siempre y cuando cumpla con las exigencias y requerimientos del colectivo y apegándose a sus normas fundamentales. En la medida en que, contrariamente a lo anterior, el representante se aparta de los principios de la organización, con prácticas no apoyadas por la colectividad, éste es susceptible de ser revocado. Es decir, en este organismo la dominación política del dirigente descansa sobre una forma de *consenso condicionado*: se genera sólo en la medida en que el representante cumple con las necesidades y principios del conjunto de los integrantes de la asociación, llegando a conformarse en un respaldo casi total, solamente matizado por la permanencia de una práctica arraigada en esta asociación como lo es la vigilancia colectiva hacia los representantes. Todo ello posee una implicación importante con respecto a la identificación que los miembros tienen hacia la organización. A ésta se le concibe como una ‘familia’, a la cual se tiene que proteger, desarrollar y vigilar constantemente; la organización no es algo ajeno sino parte importante del mismo mundo de vida laboral y social; es además el instrumento por el cual se garantiza el sostenimiento del espacio de trabajo y su defensa, por ende, participar en ella es una obligación no sólo normativa o sancionada, sino una *obligación moral*. De esta forma, la identidad colectiva con relación a la organización, en este caso concreto, se ha construido debido a la participación de todo el conjunto de integrantes en la toma de decisiones así como en la conducción del organismo, prácticas que han reforzado el sentimiento de pertenencia, pues lejos de concebirse como un ente externo y subordinante, se le significa como un recurso para el logro de las metas establecidas colectivamente las cuales son acordadas e impulsadas de forma conjunta. Lo anterior no implica un seguimiento inconsciente hacia los líderes pues, justamente por la capacidad participativa de sus miembros, éstos se encuentran en un espacio de posibilidades para actuar de manera crítica ante una posible conducta autoritaria de los dirigentes utilizando la instancia de dirección máxima como lo es la asamblea, la cual asume la connotación de un *parlamento gremial*, más que de un estrado de legitimación de liderazgos autárquicos.

2. La Unión Nacional de Artesanos Independientes 18 de Agosto (UNAI) no es directamente un desprendimiento de la ANAURMAC sino de la primera UNAI (“15 de

mayo”) que si surge a partir de un rompimiento con aquella asociación. El núcleo principal de la organización es un grupo de antiguos estudiantes del CCH y la UNAM cuya relación surge a partir del Movimiento Estudiantil del C.U., por ello el grado de politización en este grupo es mayor que en otro tipo de organizaciones. Su orientación aunque es asumida como de izquierda no supone una relación directa con partidos políticos como el PRD, de hecho mantienen una posición bastante crítica de los gobiernos surgidos de ese partido. Aunque, igual que en el caso de la ANAC, su estructura organizativa se basa en la horizontalidad en la toma de decisiones y en la facultad omnipotente de la Asamblea general, la elección de los representantes no es necesariamente rotativa, sino que un mismo representante puede continuar en el cargo bajo la condición de que la militancia esté de acuerdo y haya evaluado favorablemente su función. Desde su formación, atendiendo a esta posibilidad de reelección, la UNAI mantuvo un dirigente principal y únicamente ha habido rotación de cargos de representación secundarios, como el de las comisiones. En el caso de esta organización se llevan a cabo reuniones y asambleas periódicas aunque en su mayoría son de carácter informativo, pues las decisiones fundamentales son tomadas por la dirigencia previamente y sólo se proponen y validan en las asambleas al conjunto de los integrantes quienes, en la mayoría de las veces, están de acuerdo con ellas pues el peso del dirigente único ha sido definitorio. La conducción es vertical a tal grado que, integrantes que han criticado esa forma de actuar han sido expulsados de la asociación. Los comerciantes de base de la organización se refieren al dirigente como una persona altamente *capaz, inteligente y combativa* otorgándole su respaldo plenamente y negando que exista alguien con capacidades similares para suplirlo. Al tipo de dominación que sobresale en este caso puede atribuírsele el carácter personalista pues lo ejerce una sola persona aún cuando se apoye en un grupo de élite para llevar a cabo el control. Siendo, en este caso, un liderazgo fundamentalmente de tipo carismático, es decir, un liderazgo investido de “fuerzas o propiedades extraordinarias”(Weber, 2004), pero a la vez revestido con un carácter patrimonialista debido a que la organización es representada por quien la dirige y por los integrantes más cercanos a él como de su propiedad debido a que fueron “los fundadores”, y por lo cual el líder es el único capaz de orientar la acción de los demás integrantes quienes, en cambio, aceptan la conducción en tanto la gestión y seguridad de su actividad laboral permanezca intacta o por lo menos con el menor costo posible. De esta manera, puede afirmarse que el consenso generado está basado justamente en la creencia colectiva de que el dirigente

histórico es el único capaz de conducir en buenos términos, con eficacia, la organización y nadie más podría llevarlo a cabo, es decir, se trata de un *consenso delegatorio*, el dirigente posee el consenso de sus representados debido a que él es el único capaz de dirigir la organización, su voz y su decisión es la voz y decisión de la colectividad, se tome en cuenta o no a ésta; la base *delega* entonces la capacidad de decisión y de gestión al dirigente carismático. Sin embargo, atrás del discurso de enaltecimiento hacia quien dirige por parte de los subalternos se esconden actitudes personales de tipo individualista, conformistas y de franca apatía de los asuntos relacionados con la organización, concentrándose únicamente en sus actividades estrictamente laborales, soslayando el quehacer organizativo al dirigente único y a su grupo de allegados perpetuado en la representación. Aquí, más que hablar de identificación con la organización se expresa una identificación con el dirigente; a la organización se le concibe solamente de una manera utilitaria y pragmática, lo cual fue sintomático durante el proceso de lucha de los comerciantes en el 2008, pues el grado de participación de la mayoría de los integrantes de esta organización no fue consistente. En general, como ya se indica, se asume una actitud de apatía con relación a los asuntos relacionados con la organización, por parte de la mayoría de sus integrantes.

3. La Organización Artesanos Independientes ‘Manos que hablan’, surge de la división de la Asociación de Artesanos Xiutecutli, desprendimiento a su vez, al igual que las asociaciones anteriores, de la ANAURMAC. Su característica es que únicamente aglutina a comerciantes que son artesanos. Uno de sus principios es, precisamente, que quienes integran la asociación tienen que ser fabricantes y manejar técnicas de elaboración de artesanías. Esta organización plantea una crítica incesante a los revendedores de artesanías a quienes se les considera como personas que desvirtúan la esencia del Tianguis. Otra de sus características es que está conformada en un 40% por artesanos originarios de diferentes regiones y etnias del país, principalmente huicholes, otomíes y mazahuas. Su estructura organizativa, aunque similar a las dos anteriores, es decir, la Asamblea general como órgano rector y la división de la representación en comisiones, de facto, es únicamente una persona quien dirige y controla la organización, siendo tomadas por él todas las decisiones relacionadas con el espacio de trabajo, llevando a las reuniones con la base la información sobre las decisiones tomadas pero sin realizar una consulta previa. El dirigente posee educación universitaria y se asume como heredero de la contracultura de los años setenta. Éste es

ampliamente reconocido como el líder de la asociación por los demás integrantes y su liderazgo no tiene aparentemente oposición sino que su representación goza del consenso total de los integrantes. La dirección asume una actitud paternalista hacia sus representados, por lo cual tiene la potestad de otorgar favores y resolver los problemas de quienes acuden a él. Por poseer ciertas habilidades para negociar y contar con algún grado de carisma sus representados se subordinan de manera casi absoluta a lo que él dispone, sobre todo reforzado esto último a partir de que se separan de la primera organización. El tipo de dominación que aquí se encuentra es igualmente de carácter personalista, es decir, basado en una representación única, y el tipo de liderazgo que se asume es una combinación entre el tipo tradicional y el carismático, pues no sólo se le atribuyen capacidades extraordinarias, imposibles de que alguien más las tenga, sino también se le reconoce como el líder moral e histórico, el patriarca del grupo, sin necesidad de esforzarse por consensar de manera recurrente la legitimidad de su representación con la base. De esta forma se genera un tipo de consenso basado en la aceptación y subordinación tácita hacia quien dirige, pues se le concibe como el único realmente capaz para realizar las tareas de gestión. Así, el tipo de identificación que los miembros tienen con la organización se relaciona directamente con el tipo de consenso existente, y aunque se asuman como parte de la asociación ésta se relaciona más como un producto de quien la dirige que como una construcción colectiva. Con ello, la subordinación hacia el dirigente ha conllevado cierto grado de lealtad e identificación con la asociación debido a que, mostrando sentido de pertenencia al organismo, se expresa al mismo tiempo lealtad hacia el líder. Por ello, podría afirmarse que el tipo de consenso en que se basa la legitimidad del dirigente es, igual que en el caso anterior un *consenso delegatorio*.

7.2 Coordinación política gremial y relaciones de poder entre las Organizaciones de tianguistas artesanos en el Centro Histórico de Coyoacán.

Como ya se refiere, los comerciantes artesanos desde su etapa inicial en el Centro Histórico de Coyoacán desarrollaron estructuras organizativas para defender sus intereses y promover la actividad de venta y fabricación de artesanías de diversas formas. No obstante, el proceso de organización no ha sido homogéneo y sin contradicciones sino que estos actores han protagonizado diversos momentos de ruptura y conflictividad interna, que han dado lugar a la conformación de una heterogeneidad de organizaciones con lineamientos y estrategias diferentes que, sin embargo, en momentos

coyunturales no ha sido impedimento para establecer una coordinación general entre ellas, por lo menos con la participación de la mayoría, lo cual puede expresar cierto grado de identificación colectiva de tipo gremialista que se ha ido construyendo para fines muy concretos y respondiendo a problemáticas o eventos específicos.

Durante la etapa de venta en los Jardines, en los periodos no conflictivos con la autoridad, algunas de las organizaciones de comerciantes lograban coordinarse para realizar actividades de difusión del Tianguis y de los productos que en él se expendían. Es decir, la coordinación en este caso tenía el objetivo de legitimar públicamente el espacio de venta cuestión que beneficiaba, por supuesto, a todos los integrantes del Tianguis fueran de cualquier organización. Por ello, con regularidad los colectivos se reunían y coordinaban para realizar diversas actividades culturales y lúdicas que lograba atraer un número mayor de visitantes, aunque en el aspecto fundamental del cuidado del espacio, por ejemplo, para limitar el número de personas que se integraban a vender, no lograron establecer un acuerdo común que permitiera un control colectivo sobre este asunto.

No obstante, ha sido en situaciones coyunturales específicas cuando el grado de coordinación de las diferentes organizaciones ha sido mayor. Sobre todo, lo anterior se ha dado en periodos de conflicto con la Delegación en los que las agrupaciones han concretado reuniones plenarias para establecer las estrategias de respuesta a la autoridad como gremio. En este sentido, en el más reciente proceso de lucha las organizaciones se coordinaron a través de dos instancias, una, que fue la que dirigió y mantuvo el movimiento de resistencia ejecutando diversas acciones colectivas, en la que participaron la mayoría de las organizaciones existentes, y otra que fue la que asumió desde un inicio una posición conciliadora y negociadora con la autoridad aceptando tácitamente la reubicación de sus espacios de venta, en ésta confluyeron sólo algunas organizaciones sobre todo de los autodenominados como ‘artesanos puros’. El por qué optar por la división como gremio, en lugar de enfrentar el conflicto de manera unida y cohesionada, lo explica de algún modo la posición que había mantenido el último grupo históricamente de presentarse ante el público y ante la autoridad, haciendo manifiesta la disputa con sus demás compañeros del Tianguis, como los *verdaderos artesanos* de Coyoacan. Es decir, dieron muestra de una *ruptura identitaria* que ya existía previamente con respecto a los otros comerciantes, aunque hubieran compartido el mismo espacio durante 25 años, y aunque, en otros momentos, hubieran establecido alguna coordinación con ellos. De esta manera, éste último grupo aceptó desde un inicio

la propuesta de parte de la autoridad de trasladar el espacio de venta a la Alameda Sur, y, posteriormente negoció con la autoridad la ocupación de la Casa del Artesano, recinto que se remodeló para albergar, en el año 2001 a los comerciantes del Tianguis de Artesanías en lo que fue el primer intento de desalojo y reubicación de la autoridad delegacional, en este caso, encabezada por María Rojo.

De parte de la otra Coordinadora de Organizaciones por la Defensa del Tianguis de Artesanías de Coyoacán, como se autodenominó, se concretaron formas de trabajo conjuntas para enfrentar el conflicto, aunque sin perder cada una de las asociaciones su propia identidad como grupo, sobre todo en la etapa inicial del proceso de lucha. No obstante, dicho proceso vino a poner a prueba el grado de consolidación de las organizaciones y el carácter supuestamente democrático de las mismas. Y una de las formas en que se reflejó lo anterior fue en el nivel de participación en la acción colectiva de parte de sus integrantes. De hecho, una gran parte de las organizaciones reunidas en torno a esta coordinadora se fragmentaron apenas iniciado el conflicto. Por un lado, algunos de sus miembros decidieron no enfrentar a la autoridad y comenzar a buscar espacios alternativos para poder continuar desarrollando su trabajo de venta, por otro, diversos comerciantes pertenecientes a algunas organizaciones, en la medida en que se desarrolló el proceso de lucha, pasaron a formar parte, o por lo menos a coordinarse de manera personal, con las asociaciones que hasta entonces habían mostrado mayor capacidad estratégica, mayor grado de participación de sus integrantes así como una coherencia más amplia entre sus prácticas y el discurso que manejaban, principalmente la ANAC, la UNAI 18 de Agosto y la Asociación “Manos que hablan”. Estas organizaciones, junto con otras de menor tamaño, se mantuvieron unidas hasta la culminación del movimiento de resistencia, y posteriormente definieron en conjunto la reubicación de los agremiados en el nuevo espacio denominado Bazar Artesanal Mexicano, el cual albergó a la mayoría de los comerciantes del Tianguis de Artesanías en el primer piso, y en la planta baja a los artesanos comerciantes que ya de por sí ocupaban dicho espacio anteriormente.

Empero, aunque se hable de una coordinación entre las distintas organizaciones a través de sus representantes, no se puede omitir la existencia de diferentes disputas internas por la representación del movimiento en contra del desalojo llevado a cabo por los diferentes líderes de cada organización. De esta manera, la forma en que se expresó la tendencia al protagonismo por parte de los líderes fue en las negociaciones con la autoridad y en el ocupar a los diversos medios de comunicación que estuvieron

cubriendo el conflicto. Las diferencias en cuanto a las tácticas a recurrir y una manifiesta incapacidad para consensar entre los diferentes liderazgos dieron lugar, sobre todo después de un año de iniciado el conflicto, a que las acciones emprendidas como movimiento por la defensa del espacio de trabajo, fueran bastante débiles no sólo en cuanto al número de comerciantes que participaron en ellas sino también en cuanto a su efectividad por el nulo alcance político y mediático de las movilizaciones. A esta falta de capacidad de las organizaciones para concretar una coordinación efectiva, que implicaba soslayar actitudes voluntaristas y personalistas, se aunó la existencia de un principio normativo esencial dentro de la mayoría de las organizaciones de comerciantes artesanos de Coyoacán y el cual han albergado desde su conformación hasta la fecha: la regla de excluir cualquier tipo de intervención por parte de organizaciones, grupos o partidos políticos ajenos al gremio de artesanos urbanos, aún cuando fuera para solidarizarse con el movimiento que estaban emprendiendo. Con ello, a diversas agrupaciones sociales de izquierda, principalmente, se les relegó el apoyo que ofrecieron en distintos momentos del proceso de lucha, no sólo numéricamente, por ejemplo en las movilizaciones, sino incluso en cuestiones de logística y recursos para llevar a cabo actividades de propaganda. Lo anterior fue justificado por parte de los líderes mencionando que otras fuerzas políticas podían utilizar el movimiento para conseguir objetivos particulares y diferentes a los que realmente se buscaban. Así pues, la coordinación de las agrupaciones de comerciantes terminó en una situación bastante endeble y con una clara tendencia a la ruptura total en la última etapa del movimiento, justo meses antes de que optaran por ceder y aceptar la reubicación de su espacio de venta.

De hecho, la situación actual de las organizaciones que ocupan el recinto del Bazar Artesanal Mexicano, es de una carencia explícita de consenso y, nuevamente, una incapacidad para coordinarse y plantear una demanda colectiva a la autoridad en cuanto a las condiciones de trabajo que experimentan. Finalmente, lo que expresa la imposibilidad, hasta el momento, de constituirse en un frente común es el carácter mismo de las organizaciones, las cuales han sido orientadas por liderazgos personalistas y patrimonialistas, como ya se indica anteriormente, que impiden que la decisión en cuanto a organizarse como gremio, más que como grupos con lazos familiares o amistosos, sea tomada no de manera unipersonal o grupal sino colectivamente por parte de todos los sujetos que integran el espacio de trabajo.

Empero, la falta de coordinación eficaz y la unidad gremial para la acción colectiva que se ha demostrado por parte de los comerciantes artesanos no indica, necesariamente, una falta de identificación colectiva como gremio. En todo caso, lo que expresa es el peso que tienen los líderes en la toma de decisiones y la limitación democrática de sus acciones, pues la disputa por el poder de la representación gremial, que ha devenido en conflictos incluso de carácter personal, obstaculizan un proceso de organización y unidad como gremio que prescindiera de la atomización que ha existido y que, en la situación actual, se manifiesta de forma más definida, al grado de que espacialmente se encuentran fragmentados en distintos lugares de trabajo. Lo anterior no deja de ser contradictorio con el sentimiento de pertenencia que como grupo de comerciantes artesanos mantienen la mayoría de ellos, aun estando en diferentes organizaciones y aún vendiendo en diferentes espacios.

8. La acción colectiva de los comerciantes artesanos por la defensa de su espacio de trabajo.

Si bien la acción colectiva, como se demuestra en diferentes estudios, no se circunscribe necesariamente a la acción pública en las calles y a manifestaciones masivas, sino que también implica las acciones más inmediatas de los sujetos que no necesariamente refieran a amplias movilizaciones sociales, como las acciones de resistencia dentro del entorno laboral cotidiano de los sujetos cuya muestra son el tortuguismo, el boicot, etc., en el caso concreto de los comerciantes artesanos de Coyoacán, quienes generaron un movimiento social de resistencia por la defensa de su espacio de trabajo, sí es posible hablar de una acción colectiva ‘tradicional’, es decir, pública y expresamente manifiesta del sentir colectivo, así como una acción de lucha gremial contra un enemigo común, el gobierno delegacional de Coyoacán y el gobierno central encabezado por Marcelo Ebrard.

Durante los 25 años de existencia del Tianguis de Artesanías de Coyoacán, como se ha mencionado a lo largo del texto, los comerciantes artesanos a través de sus organizaciones lograron contener los primeros intentos de desalojo por parte de la autoridad, primero resistiendo y movilizándose y enseguida dando pie a la negociación con las autoridades en turno. Con el fin de poder mantenerse en su espacio de trabajo las organizaciones optaron por dialogar con el gobierno, tanto en el nivel delegacional como con el gobierno central de la capital, a fin de garantizar la operación del tianguis,

aún cuando se vieron obligados a ceder en aspectos importantes el control sobre el espacio de trabajo hacia la misma autoridad.

Lo que ha caracterizado la historia de los comerciantes artesanos en el espacio público de Coyoacán ha sido justamente la tendencia a negociar y aceptar las regulaciones gubernamentales sobre la operación del tianguis. Hecho que pudieron seguir llevando a cabo hasta el año 2008 con Heberto Castillo. Con este personaje como Delegado los comerciantes firmaron al menos un convenio, que se basaba en los concretados por sus antecesores, para acordar las normas mínimas que se tenían que cumplir con objeto de que el tianguis pudiera seguir operando sin ningún problema. No obstante, justo cuando los comerciantes se disponían a cumplir con dichos requerimientos, la autoridad decidió soslayar el acuerdo y desalojar a los tianguistas el 24 de marzo de 2008, aduciendo un cierre temporal de los jardines Centenario e Hidalgo para el mejoramiento de su imagen. Empero, el acto que fue determinante para que los comerciantes iniciaran un movimiento de resistencia, no fue propiamente el cierre de los jardines pues, previamente, los representantes de los comerciantes intentaron negociar con la autoridad la colocación del tianguis en las calles adyacentes en tanto se terminaban las obras de restauración en el CH de Coyoacán, sino sobre todo la actitud autoritaria de Heberto Castillo expresada en la colocación a lo largo de las plazas de cientos de granaderos y en su negativa de dialogar con los vendedores. Este singular hecho fue el *punto de ignición* que causó diversas reacciones en los comerciantes, pues, no es totalmente posible hablar de la generación de un sentimiento colectivo de agravio, sino que se configuraron diversos elementos de carácter subjetivo como sentimientos de miedo, impotencia, confusión, y razonamientos basados en un pensamiento fatalista y de desesperación y, en algunos casos, actitudes de obediencia y subordinación a las disposiciones de la autoridad por más impositivas que éstas hayan sido. Esta configuración subjetiva contradictoria generada en torno al desalojo influyó, en buena medida, a la disposición para la acción colectiva por parte de los integrantes del tianguis. En la mayoría, el sentimiento de agravio se fue construyendo colectivamente en la medida en que el gobierno se mantuvo en su posición autoritaria, teniendo que soslayar el miedo y la confusión iniciales originando a su vez, una regia voluntad a actuar para defender su espacio de trabajo. Pero, en casos específicos de algunas organizaciones de artesanos no fue así, sino que prevaleció en ellos un pensamiento de aceptación a su situación de pérdida definitiva del espacio de trabajo y de obediencia a fin de mostrar disposición hacia la autoridad y así poder conseguir algunas otras

prerrogativas, entre ellas, la de poder vender en otro espacio y organizar exposiciones en algunas otras plazas de la capital, sin ninguna intención de participar en la lucha iniciada por sus compañeros.

Así pues, la voluntad para actuar por parte de la mayoría de los comerciantes fue un recurso que los representantes con mayor claridad política administraron para orientar al movimiento a ejercer una fuerte presión hacia la autoridad.

Aunque es importante señalar que, al menos dentro de cada organización que participó activamente, siempre se mantuvieron en funcionamiento los códigos normativos relacionados con el tipo de acciones que se tenían que realizar; es decir, acciones colectivas firmes pero pacíficas, rechazando la violencia tanto la propia como la de la fuerza pública, y la demanda permanente de diálogo antes que el enfrentamiento. De hecho, puede afirmarse que ambos códigos de ética para la acción: el pacifismo y la negociación, fueron los que orientaron la estrategia del movimiento de resistencia de los comerciantes artesanos, y que fue evidente hasta el último momento de dicho proceso. Esas orientaciones fueron las que impidieron que se desbordara el coraje sentido de muchos de los tianguistas en diversos momentos en que la fuerza pública amenazaba con reprimirlos abiertamente.

En la noche del domingo 23 de marzo de 2008, una vez que los comerciantes artesanos se habían retirado de su espacio de trabajo en los Jardines centenario e Hidalgo del CH de Coyoacán, decenas de granaderos se apostaron sobre las inmediaciones de la Plaza central de la Delegación y, alrededor de los Jardines, personal de obras públicas colocó malla ciclónica para impedir el paso. Con esta acción, la autoridad encabezada por Heberto Castillo da inicio a su decisión de acabar de una vez por todas y de una forma unilateral con el Tianguis de artesanías que se instalaba en el CH desde hacía más de veinticinco años.¹⁷⁴

Pero, a la par, también comenzó la **primera etapa** del movimiento de comerciantes artesanos por la defensa de su espacio tradicional de trabajo. De hecho, de manera inmediata, ante una acción por parte de la autoridad que los comerciantes a través de sus representantes ya veían venir desde semanas antes, un grupo representativo de

¹⁷⁴ En el periódico La Jornada del día 26 de Marzo se comentaba en relación al desalojo: “Para asombro de los paseantes, el ingreso a los jardines del centro histórico de Coyoacán quedó cerrado. Con taladros, las losas de cemento fueron levantadas y sobre la malla metálica que se levantó, un sinnúmero de carteles de protesta fueron colocados por artesanos y comerciantes del Tianguis Cultural de Coyoacán, en los cuales demandan a las autoridades de la ciudad y delegacional ser reubicados.” Nota de Josefina Quintero, La Jornada 26 de marzo de 2008, sección Capital.

tianguistas se reúne el día 24 con el titular de Programas Delegacionales, Hector Serrano, para tratar la problemática generada tras el cierre de su espacio de trabajo¹⁷⁵. Meses antes, los comerciantes se habían reunido en diversas ocasiones con funcionarios del gobierno delegacional con el fin de llegar a un acuerdo con respecto a su salida temporal de los jardines ante el proyecto de restauración de los mismos que la autoridad ya había declarado como inminente, sin llegar a ningún arreglo. Un año antes, a fines de 2007, la representación gremial de los tianguistas había elaborado conjuntamente con la autoridad un proyecto de ordenamiento del Tianguis en donde se planteaban diversas acciones para regularizar el número de comerciantes y mejorar la imagen urbana de dicho centro de comercialización de artesanías. Este acuerdo llevó a que los vendedores comenzaran a modificar la imagen de los puestos, con el fin de mostrar más orden y homogeneidad, con una imagen distinta a la que comúnmente tienen los tianguis de otras partes de la ciudad¹⁷⁶; empero las acciones de mejoramiento del Tianguis, ya emprendidas por los tianguistas, sirvieron de muy poco para inhibir la intención de Castillo por desalojar completamente los jardines del comercio de artesanías, aún con el desacuerdo no solo de los trabajadores sino también del público consumidor.

Desde el primer día, posterior al inicio de la ofensiva de las autoridades delegacionales contra el Tianguis de Artesanías, los comerciantes comenzaron un plantón permanente dentro de la Plaza con el objetivo tanto de informar sobre lo sucedido a los visitantes como de presionar a la autoridad para dialogar¹⁷⁷. Esta primera etapa de ofensiva gubernamental y repliegue táctico defensivo con el objetivo de organizarse por parte del gremio de comerciantes artesanos, abarcó las primeras semanas del conflicto, en las cuales, la autoridad mantuvo cerrada cualquier posibilidad de llegar a un acuerdo con los tianguistas y su discurso giraba en torno a la pertinencia y legalidad de sus acciones pues se trataba, según afirmaban públicamente, de un hecho de gobierno que beneficiaría tanto a habitantes como a visitantes de la Plaza central de Coyoacán, por lo cual se justificaba el desplazamiento de los vendedores aunque no pudieran ejercer su trabajo y, por lo tanto, percibir los ingresos que cada semana con su actividad lograban obtener. Por su parte, los comerciantes, a través de las organizaciones gremiales,

¹⁷⁵ La Jornada, 25 de marzo de 2008.

¹⁷⁶ El acuerdo fue firmado entre la representación de comerciantes y la Subdelegada Jurídica y de Gobierno Lic. Rosario Tapía Medina.

¹⁷⁷ “Sin un acuerdo para la reubicación de cerca de 500 artesanos y comerciantes que instalan los fines de semana el tianguis cultural en el centro de Coyoacán, se iniciaron las obras de rehabilitación en los jardines Hidalgo y Centenario, lo que motivó protestas de los afectados, quienes desde ayer instalaron un plantón que mantendrán hasta no contar con una respuesta de las autoridades capitalinas.” La Jornada, 25 de marzo de 2008, nota de Rocío González Aguilar, Sección Capital.

además de las acciones de resistencia concretadas en el Plantón permanente, iniciaron la solicitud de múltiples amparos contra la acción gubernamental que como permisionarios del espacio de venta tenían derecho por haber sido reconocidos y validados oficialmente por la Delegación durante, por lo menos, diez años así como una queja ante la Comisión de Derechos Humanos del D.F. (CDHDF)¹⁷⁸.

Como respuesta a las acciones de los comerciantes el gobierno propone reubicar a los tianguistas en la Alameda Sur, propuesta que es aceptada sólo por una parte minúscula de las asociaciones de artesanos, sin embargo, la mayoría se mantiene en el Plantón en el centro de Coyoacán como rechazo a la reubicación argumentando que la clientela que usualmente los visitaba difícilmente lo haría en otro espacio diferente.

El logro que obtuvieron los comerciantes por los amparos interpuestos¹⁷⁹ provocó el cambio de estrategia por parte del gobierno, pues su acción de desalojo se vio obstaculizada por un proceso legal entablado por los artesanos que definitivamente no esperaba. Así mismo, lejos de que los comerciantes respondieran a la disposición de una mayor cantidad de granaderos en sus espacios de trabajo de una manera violenta, aquellos mantuvieron la organización y acciones pacíficas que se concretaron en una campaña permanente de propaganda de su movimiento de resistencia y en la realización de diversas actividades político culturales, así como la recolección de firmas de toda la gente que seguía visitando la Plaza en busca del Tianguis de Artesanías.

El apoyo masivo de visitantes y clientela cautiva hacia el Tianguis de Artesanías fue un hecho que el gobierno había soslayado en su proyecto inicial de desalojo de los comerciantes artesanos, pues su análisis estuvo basado en los argumentos vertidos por un grupo de vecinos contrarios al Tianguis, los cuales afirmaban que el espacio de venta de artesanías en el Centro Histórico inhibía el turismo, pues afeaba la imagen del “patrimonio arquitectónico colonial”¹⁸⁰. Sin embargo, lejos del pronóstico tanto de Heberto Castillo como de aquél grupo vecinal, la gran mayoría de visitantes, turistas nacionales y extranjeros, volcaron su apoyo hacia los comerciantes, a los cuales se sumó

¹⁷⁸ La queja ante la CDHDF fue por “violación a las garantías individuales”, así como por coartar su “libertad de expresión”, en contra del Delegado Heberto Castillo.

¹⁷⁹ Para el domingo 30 de marzo la Suprema Corte de Justicia Federal había concedido seis amparos a comerciantes para que pudieran seguir laborando en sus espacios de trabajo, considerando que su actividad se encontraba dentro de la ley al haber cumplido con todos los requisitos que la autoridad les había solicitado para poder vender en la vía pública, entre ellos el pago de derecho por el uso de suelo, el pago de energía eléctrica, el registro ante el Programa de reordenamiento como permisionarios.

¹⁸⁰ El desalojo del Tianguis fue promovido y apoyado por el Patronato “Amigos de Coyoacán”, encabezado por Alejandro Martí, dueño de las tiendas deportivas Martí, y conformado por 14 empresarios, intelectuales, artistas y vecinos como Carmen Aguilar Zinser, descendiente de Miguel Ángel de Quevedo. El Patronato fue creado justamente para impulsar el “rescate del centro histórico de Coyoacán”: Periódico Reforma, 13 de abril de 2008, Sección Ciudad.

una cantidad importante de organizaciones sociales y políticas de izquierda, sobre todo afines al zapatismo. Así, pues, lo que para el gobierno, haciendo eco de lo acontecido en el Centro Histórico de la capital con los vendedores ambulantes, pretendía que fuese un desalojo sin problemas y sin una respuesta contundente por parte de los tianguistas, ocurrió exactamente lo contrario. Ello debido, en parte, a la existencia en el Tianguis de una estructura organizativa mas o menos consistente y cuyo logro mayor había sido, hasta ese momento, soslayar su incorporación al aparato corporativo partidista o gubernamental que hubiera podido encauzar el movimiento de resistencia hacia una situación más favorable al gobierno delegacional. Aunado a ello, el soporte básico de los comerciantes que decidieron emprender el movimiento de resistencia antes que sólo obedecer y conformarse con la propuesta inicial de reubicación del gobierno, fue la red familiar y social. En una cantidad importante de comerciantes, sus familias constituyeron una fuente de reserva estratégica, moral y económica, que hizo posible la disposición prolongada del accionar colectivo.

De esta manera, a la ofensiva inicial del gobierno los comerciantes opusieron una ampliación y difusión de su movimiento con lo cual lograron equilibrar la correlación de fuerzas, obligando al gobierno delegacional a dialogar debido a la presencia inmediata en los medios de comunicación del conflicto por el desalojo del Tianguis.

Producto de esta aceptación al diálogo, con lo cual se inicia la **segunda etapa** del conflicto en Diciembre de 2008, ambas partes acuerdan la extensión de permisos temporales para vender en la zona no ocupada por la policía y el personal de obras públicas, es decir alrededor de los jardines.

Este hecho, aunque no supuso en ninguna forma la victoria del movimiento, representó en ese momento un respiro para los comerciantes, pues habían permanecido más de medio año sin ningún tipo de ingreso por la imposibilidad de vender en sus espacios de trabajo¹⁸¹. Es en este periodo también cuando los autodenominados como “artesanos puros”, quienes habían aceptado la oferta gubernamental de trasladarse a la Alameda Sur, deciden una parte de ellos, regresar al Centro de Coyoacán en lo que la mayoría de los comerciantes que si persistieron en este lugar desde un inicio calificaron como “acción oportunista”. Aunado a la emisión de permisos se comenzaron a llevar a cabo

¹⁸¹ “Con la resistencia (9 meses de plantón, varias marchas y diversos eventos culturales de protesta) llegamos a una tregua con el gobierno y actualmente hemos reinstalado el tianguis, pero aún persiste la amenaza de las autoridades de desaparecer el tianguis artesanal y cultural de Coyoacan. Por esta razón solicitamos tu apoyo para expresar el rechazo de esta decisión arbitraria que atenta contra la cultura y tradiciones de los mexicanos.” Volante difundido en Diciembre de 2008.

Mesas de negociación permanentes con el fin de buscar una solución al conflicto que, para este momento, había ya rebasado la capacidad política de Heberto Castillo y su gobierno. Sin embargo, dichas Mesas de negociación lo que realmente produjeron fue un alargamiento del conflicto más que su solución, debido a que la actitud de las autoridades no varió de su posición inicial. Los portavoces de la Delegación en las diversas mesas que se realizaban semanalmente lo único que pretendían negociar con los comerciantes era el lugar de la reubicación del Tianguis no, como lo demandaban los representantes del gremio, las condiciones para el regreso a su espacio de trabajo en los Jardines Centenario e Hidalgo. Lo anterior, si bien no ofrecía ningún resultado concreto, al menos la situación de interlocución entre autoridades y vendedores hacía posible que éstos últimos pudieran seguir comercializando sus artesanías aún dentro del Plantón que realizaban como una forma de protesta ‘pacífica’, según los propios comerciantes.

Paralelamente a las negociaciones, empero, ambos actores intentaban presionarse mutuamente de diversas maneras. El gobierno, por un lado, proseguía los trabajos de ‘mejoramiento’ de los Jardines, aunque alargando su culminación hasta el punto de mantener la maquinaria estacionada sin que se realizara ninguna labor durante semanas enteras, además de manera sistemática se acosaba persistentemente a quienes se mantenían en el Plantón, impidiéndoles colocarse o confiscando el material que utilizaban para difundir su movimiento, esto como una acción adicional al sostenimiento de la Policía a lo largo de los Jardines. Por otro lado, las organizaciones de comerciantes continuaban realizando diversas acciones colectivas, además del Plantón permanente, sobre todo para buscar el apoyo de la población, entre ellas: enviar cartas de denuncia a los periódicos, emitir comunicados a diversos medios fijando la posición de quienes encabezaban el movimiento, difundir un boletín elaborado expresamente para el proceso de lucha¹⁸², informar del proceso a través de la web en un blog que se había creado para tal fin, realizar diversos foros y actos culturales. Dichas acciones, aunque eran realizadas por la mayoría de las organizaciones, algunas de ellas llevaban a cabo otras actividades por su cuenta sin la intención de coordinarse con las demás si no para lo más esencial, hecho que a la larga fue totalmente perjudicial para el movimiento en su conjunto. Lo que se comenzaba ya a expresar en este momento era cierto debilitamiento de la voluntad de actuar por parte de una cantidad importante de

¹⁸² El boletín tenía el título de *Artesanas por la defensa del espacio público*.

comerciantes, quienes, al poder seguir vendiendo gracias a los permisos temporales emitidos por el gobierno privó en ellos una actitud individualista y de pasividad con respecto a las actividades de quienes pretendían mantener con vida el proceso de lucha. En Enero de 2009 Heberto Castillo emite una nueva propuesta al contingente de comerciantes artesanos en lucha, la cual consistió en ofrecerles la reubicación del tianguis a un espacio cerrado dentro del mismo Centro Histórico de Coyoacán, dejando atrás su primer planteamiento de reubicarlo hacia otro lugar. Este espacio sería el antiguo estacionamiento de la Delegación que otro grupo de artesanos ya ocupaba desde hacía veinte años, motivo por el cual estuvieron en principio en contra de la medida proyectada por Castillo argumentando que quienes deberían decidir el futuro de dicho lugar eran ellos dada su antigüedad en él. Sin embargo, la propuesta fue inmediatamente rechazada por los tianguistas.¹⁸³

Para el mes de Marzo, un año después del desalojo, los comerciantes artesanos realizan una movilización hacia la Oficina Central del Jefe de Gobierno Marcelo Ebrard partiendo del edificio de Programas Delegacionales, con el fin de demandar el respeto a su derecho al trabajo, así como al Convenio establecido con Heberto Castillo meses antes de que iniciaran los trabajos de remodelación de los Jardines.¹⁸⁴ Sin embargo, el Delegado de Coyoacán mantiene su postura de reubicar al Tianguis de artesanías con el objetivo de que las áreas que ocupaba quedaran libres de cualquier acto de venta ambulante.

La situación entonces se encontraba en un *impasse* aún cuando la coyuntura electoral para elegir al nuevo Delegado estaba a punto de alcanzar su punto más álgido en el mes de Julio. Lo anterior, representaba una medida de presión adicional para el gobierno de H. Castillo quien pretendió culminar el conflicto con los vendedores meses antes de iniciar las campañas políticas de los aspirantes a Delegados.

La correlación de fuerzas para este momento llegó a una situación ampliamente favorable para los artesanos, dado el contexto político electoral, pues el objetivo del gobierno central del D.F. era que el próximo delegado arribara sin la problemática del Tianguis a cuestas. El alargamiento del conflicto lo que provocó en la esfera gubernamental fue la pérdida de legitimidad de H. Castillo tanto por parte de un amplio

¹⁸³ El Universal, 27 de enero de 2009: “Rechazan artesanos de Coyoacan ser reubicados. El punto conflictivo es que solo podrán ingresar 250 de 500 comerciantes que se instalaban cada fin de semana en ambas plazas.

¹⁸⁴ En general el Pliego petitorio de los comerciantes era: a) reinstalación del tianguis; b) reconocer los convenios anteriores; c) rechazo total al proyecto del Bazar artesanal; d) reconocimiento de todos los permisionarios del programa; e) instalación de mesas de trabajo con la delegación.

número de habitantes del Valle de Coyoacán, como del gobierno central y el sector hegemónico en la capital del PRD. Sin embargo, aún con el debilitamiento político evidente de H. Castillo, los comerciantes artesanos no tuvieron la capacidad para realizar un movimiento más contundente y con la fuerza suficiente para aprovechar la oportunidad que le brindaba el contexto político coyuntural en el que se encontraban inmersos y ello entre otras cosas debido a que, para entonces, los comerciantes se encontraban ya bastante desgastados económica y moralmente, y en el plano organizativo estaban en un proceso de división profunda debido a la falta de acuerdos sobre la orientación que debería de tomar el movimiento de resistencia y la clara actitud autoritaria de diversos representantes de las organizaciones participantes, es decir, comenzó a decantarse la identidad colectiva que en principio se había configurado en función de la acción colectiva para defender su espacio de trabajo. Ello aunado a cierta actitud de conformismo de la base de comerciantes quienes, ante la falta de claridad de la situación real del espacio de posibilidades para que su movimiento triunfara, actuaban más en función de su situación emocional que de un análisis concreto sobre el espacio de posibilidades. Así, la configuración subjetiva de la base osciló entre el fatalismo y el conformismo hasta el coraje y la desesperación que llevaban a idear acciones más radicales que, sin embargo, no tuvieron eco en el conjunto del movimiento. Un factor adicional que impidió acciones colectivas determinantes a favor del movimiento fue la negativa sistemática, concebida como principio organizativo, de prescindir de la ayuda moral, económica y política de cualquier otro tipo de organizaciones externas al Tianguis, con el objetivo, afirmaban, de no “contaminar” el proceso emprendido por ellos.

La situación de ambos actores impide que cualquiera de ellos actúe de manera ofensiva trasladando el conflicto a las mesas de negociación en donde el debate se encuentra ahora más abierto por ambas partes.

De esta manera, en mayo, en vísperas de la culminación del proceso electoral, el gobierno de H. Castillo decide replantear la propuesta de reinstalación de los comerciantes artesanos en el Bazar Artesanal Mexicano, una vez habiendo negociado el gobierno delegacional con el grupo de comerciantes inconformes que tradicionalmente habían ocupado dicho espacio.

Sin embargo, quienes si se continuaron oponiendo fueron los comerciantes del Tianguis de Artesanías, argumentando que su espacio natural era, justamente, el que tenían en los jardines. Así, con el permiso temporal para vender otorgado por la Delegación a punto

de llegar a la fecha de vencimiento, los comerciantes comienzan a visualizar como una opción real el aceptar la reubicación en el Bazar, aunque la mayoría de las organizaciones continuaban demandando la reinstalación en los jardines una vez que terminaran las obras de remodelación.

Las elecciones llevadas a cabo en el mes de Julio, en las cuales triunfa el candidato del PRD, Raúl Flores, ex funcionario de la Delegación bajo la administración de María Rojo y por ello conocedor de la problemática del Tianguis de artesanías, le otorgan al gobierno saliente de Castillo una nueva posibilidad para concluir con el conflicto en los términos en los que lo había proyectado inicialmente, es decir, sacando al Tianguis de Artesanías de la Plaza central de manera definitiva. Para los artesanos, la llegada de Raúl Flores abría la posibilidad de negociar en mejores términos, debido sobre todo a que en diversos encuentros que habían sostenido con él cuando se encontraba en campaña les había asegurado resolver favorablemente para ellos el conflicto.

La situación del momento representa, entonces, la **tercera etapa** del movimiento en la que aún con el desgaste de más de un año de resistencia los comerciantes se aprestan a un nuevo periodo de movilizaciones y, al mismo tiempo, de diálogo con el gobierno de Castillo, con el objetivo, más que de llegar a un acuerdo definitivo, de alargar el conflicto hasta la toma de posesión de la nueva administración.

Empero, en las semanas subsecuentes los hechos ocurridos modificaron por completo la tendencia aparente de prolongación del conflicto hasta el arribo del nuevo delegado electo. En Agosto de 2009, las mesas de negociación continuaban pero con una actitud autoritaria renovada de parte de los funcionarios gubernamentales hacia los tianguistas a tal grado de amenazar veladamente a distintos representantes de solicitar ordenes de aprehensión en su contra por ‘invasión’ del espacio público. Con los permisos temporales para vender vencidos desde meses atrás, los comerciantes de base se encontraban bastante diezmados en lo económico y desgastados física y emocionalmente para mantener el Plantón en el zócalo de Coyoacán y mucho menos para concretar nuevas acciones colectivas, lo cual se expresó en una disminución importante de su presencia en las actividades de propaganda que llevaban a cabo desde que inició el conflicto en marzo de 2008. Y es que, así como inicialmente los comerciantes contaron con el apoyo irrestricto de sus familias, con la prolongación del conflicto y el subsecuente desgaste económico, la subjetividad de los grupos familiares mostraba contradicciones que repercutieron desfavorablemente para la acción de los sujetos. En efecto, entre la emoción manifiesta de coraje por la injusticia cometida por

el gobierno en contra de los vendedores y sus familias, se generaban ya sentimientos de impotencia y desesperanza por la falta de resultados que alentaran la creencia en una solución favorable, que a su vez hiciera valer el *sacrificio* experimentado hasta entonces. Debido a ello, una cantidad importante de vendedores dejó de asistir a las actividades de protesta y comenzó a buscar formas alternativas para obtener algún ingreso económico. Sólo en una cantidad menor de vendedores el problema económico lo tuvieron parcialmente resuelto gracias a que contaban con un empleo o actividad adicional del cual pudieron sostenerse en el movimiento todo el tiempo en que éste se extendió.

De esta forma, para entonces, de los 350 comerciantes que originalmente participaron en el movimiento de resistencia, solamente continuaban actuando de forma persistente menos de 100, y de ellos, la gran parte pertenecían a la ANAC, asociación que logró obtener la hegemonía política sobre las demás agrupaciones debido a la fuerte voluntad para la acción dispuesta por los integrantes de dicha organización.

Por su parte, el gobierno de H. Castillo emprendió una nueva y última ofensiva, a unas cuantas semanas para dejar el mando, que consistió en otorgar un ultimátum a los vendedores para presentar la documentación que los acreditara como permisionarios cuyo incumplimiento motivaría que el gobierno delegacional ofreciera los espacios de venta del Bazar a concurso para quien si cumpliera con los requisitos.¹⁸⁵ Lo anterior, con el objetivo de lograr finalmente lo que su gobierno se había planteado desde 2007: desalojar al Tianguis de artesanías de los Jardines del Centro de Coyoacán, tal y como el gobernante capitalino Marcelo Ebrard, lo hizo en el Centro Histórico del D.F. con los vendedores ambulantes. Aunque definitivamente, como se ha expuesto, las condiciones en Coyoacán fueron totalmente distintas, entre otros factores, por la especificidad en el tipo de organizaciones gremiales conformadas por los comerciantes artesanos y la existencia de una fuerte identidad colectiva construida en base a la experiencia en común de trabajo, convivencia y de lucha durante más de veinticinco años en el Tianguis, cuyo sentido se alimentó justamente por la memoria histórica de sus integrantes expresada tanto discursivamente como en los símbolos utilizados recurrentemente en sus espacios de venta.

Sin embargo, en la última semana de agosto comienza la **cuarta y última etapa** del conflicto iniciado, manifiestamente, en marzo de 2008. El gobierno delegacional utiliza

¹⁸⁵ La Jornada, 21 de agosto de 2009: “Artesanos de Coyoacán rechazan llamado de la delegación a acreditar su actividad. No existe acuerdo para ser reubicados al nuevo Bazar, aseguran.”

sus últimos recursos para provocar el debilitamiento del movimiento de comerciantes: el recrudecimiento de la represión a través del uso de la fuerza pública y la negociación selectiva con los representantes más protagonistas. El 27 de agosto decenas de granaderos fueron apostados alrededor de los jardines Hidalgo y Centenario, todavía en remodelación, ante el anuncio de parte del Delegado de que para el día 29 las Plazas deberían estar libres de vendedores ambulantes, aún sin haber llegado a un acuerdo con los comerciantes para que estos fueran reinstalados en el Bazar Artesanal.¹⁸⁶ El domingo 30 de agosto, ante las plazas repletas de granaderos, los comerciantes artesanos en resistencia deciden llevar a cabo una manifestación “pacífica” sobre la calle de Carrillo Puerto como respuesta a la decisión de las autoridades de dar por terminado el diálogo y desalojar al Tianguis de artesanías de manera permanente. Los siguientes días aunque los comerciantes continuaron con diversos actos de protesta, éstos se mostraban ya bastante disminuidos tanto moralmente como en el número de participantes.

De esta manera, días antes del 15 de septiembre, en vísperas de la conmemoración del grito de independencia en cuyo acto el Delegado saliente se mostraría públicamente por última ocasión, la fuerza pública desalojó el Plantón permanente que los comerciantes habían sostenido durante más de un año y medio sin que éstos opusieran resistencia alguna. El temor a la franca represión, física y jurídica, contra los comerciantes provocó que éstos se replegaran y terminaran por ceder en el ofrecimiento gubernamental de reubicación de su lugar de trabajo, aceptando con ello, días después, entrar al Bazar Artesanal que se había inaugurado un mes antes. Con ello, el gobierno da por terminado el conflicto con los tianguistas artesanos, y éstos, a través de sus dirigentes, anuncian el hecho como una *victoria* del movimiento pues, finalmente, según ellos, habían logrado mantenerse en el corazón del Centro Histórico de Coyoacán, aunque ya no en el espacio público de los Jardines sino en un lugar enclaustrado y sin contar con las mínimas condiciones para laborar.

La situación posterior implicó un hecho no previsto por algunos comerciantes que fue la limitada cantidad de lugares en donde instalar sus puestos dentro del Bazar artesanal, de tal forma que aunque la mayoría de los comerciantes lograron ingresar a dicho espacio una cantidad importante de ellos quedaron fuera de él, en particular el grupo de comerciantes de “artesanos puros”, cuyo parte del contingente había aceptado en

¹⁸⁶ La Jornada, 29 de agosto de 2009.

primera instancia trasladarse a la Alameda Sur; y por otro lado, un grupo de comerciantes que no aceptaron la reubicación y se mantuvieron en resistencia el cual representaba una mínima parte del total de comerciantes artesanos.

Al final, el primer grupo, el de “artesanos puros” lograron negociar con la autoridad la cesión del inmueble que originalmente se utilizaría en el primer intento de reubicación: la Casa del artesano, al cual ingresaron diversas organizaciones gremiales de artesanos comprometiéndose con la autoridad para que, además de comercializar sus productos, concretaran diversas actividades culturales para el público asistente; en el caso del grupo que se mantuvo en resistencia éste mantuvo un plantón en el Jardín Hidalgo durante varias semanas después de la reubicación de la mayoría de comerciantes al Bazar, y realizando diversas actividades de protesta hasta que lograron negociar con las nuevas autoridades electas de la Delegación un lugar para colocarse dentro del edificio sede del gobierno local al cual ingresaron tras no tener ya opción alguna para poder mantenerse en el espacio de los Jardines del CH de Coyoacán.

Cabe por último destacar que en los tres casos señalados, a diferencia del estatus de permisionarios que lograron conseguir cuando se encontraban dentro del espacio público como Tianguis de Artesanías, la reubicación de 2009 no trajo consigo el respeto a dicha personalidad como comerciantes sino que actualmente los tres grupos ocupan los respectivos lugares sin ningún sustento jurídico ni tampoco un reconocimiento explícito de la autoridad, de tal forma que la certeza de poder continuar en dichos espacios en un futuro es francamente nula y más bien la permanencia de los comerciantes artesanos en el Centro Histórico de Coyoacán se encuentra sujeta a su capacidad de organización y acción colectiva como gremio que pueda abrir la posibilidad para establecer una situación favorable para ellos en la correlación de fuerzas con respecto al gobierno delegacional.

Como se pudo explicar a lo largo del texto, los comerciantes artesanos dentro de sus muy específicas condiciones laborales y socioculturales, lograron constituir diversas formas de identificación y organización colectiva, pese a la tendencia común de prácticas de competencia existente entre aquellos sujetos que se dedican a la actividad comercial. La competencia comercial por sí misma no es una limitante para la construcción de la identidad colectiva si bien establece las condiciones para fortalecer cierta actitud de individualismo y sectarismo del trabajador con la comunidad laboral de la que forma parte. No obstante, como desde un principio se establece, la concepción de identidad utilizada para explicar dicho fenómeno en el sujeto laboral comerciante artesano, no corresponde a aquella que la define como esencia o con una connotación de carácter psicologista, existente *per se* en el sujeto, dadas ciertas condiciones estructurales, y que por lo tanto, modificándose éstas el sentido de identidad tiende a diluirse o fragmentarse, como lo afirman autores como Z. Bauman o R. Sennet, sino que la identidad se concibe como un proceso de construcción social y generada siempre con relación a un objetivo específico de la colectividad dentro de ciertos límites estructurales, tanto materiales como subjetivos, en un tiempo y espacio concretos. Así, el comerciante artesano, amén de poseer una personalidad ocupacional dual, como artesano y como vendedor de la vía pública, construye el sentido de pertenencia en tres diferentes ámbitos relacionados con la ocupación, con la comunidad laboral de comerciantes artesanos urbanos, y con la organización gremial.

La Identidad con la ocupación se basa en la existencia de un sentido de orgullo del trabajo de vender artesanías debido a la connotación de creatividad, tradición y autogestión laboral que ésta conlleva, lo cual se complementa con la adopción mediante el desarrollo de la actividad de una ideología y formas de consumo cultural que se consideran como alternativas a las prácticas de consumo de la sociedad moderna. Esto asume una relevancia crucial para el ejercicio de la ocupación por parte de los comerciantes artesanos debido a que las motivaciones de su inserción a ella no se reducen al aspecto estrictamente instrumental significando su trabajo como un medio de sobrevivencia sino que a la par de concebirla como fuente de ingresos se le considera como una actividad cultural y artística que, por el carácter autónomo que asume, evoca al gremio de artesanos urbanos tradicionales.

Lo anterior se engarza con el sentido de pertenencia hacia el espacio de trabajo debido a las características socioculturales e históricas contenidas en el espacio público de Coyoacán. Igualmente se entrelaza con una identificación con el objeto de

comercialización: la artesanía, cuya creación y promoción comercial representa para el comerciante salvaguardar y reproducir una tradición y un estilo de vida alternativo, por lo cual dicha actividad se encuentra revestida, por los comerciantes artesanos, con los códigos de dignidad, resistencia e independencia.

Estos referentes de la identidad del comerciante artesano impactan directamente en el proceso de construcción social de su ocupación, particularmente en lo que se refiere al ingreso y permanencia en ella.

En Coyoacán, con la consolidación del lugar de trabajo que implicó el reconocimiento y legitimación del mismo por parte de una clientela recurrente, los comerciantes que no se habían proyectado hacer de esta actividad su ocupación principal, optaron en su mayor parte soslayar temporal o de forma definitiva su formación académica ante la necesidad de dedicarse a la venta y fabricación de artesanías de tiempo completo, lo cual también trajo consigo la posibilidad de integrar a grupos familiares completos tanto en el espacio de venta como en los talleres familiares de artesanías; lo anterior en definitiva ancló a los comerciantes a la ocupación y al lugar de trabajo, pues pese a que las condiciones de trabajo continuaron siendo bastante limitadas, sus ingresos aumentaron considerablemente mejorando sus condiciones de vida familiar de forma significativa. El conjunto de aprendizajes tanto en la venta como en la producción de artesanías motivó además que el comerciante significara su actividad como un medio de realización, más allá de ser la fuente principal de ingresos. Lo anterior reforzado por el significado de autocontrol que el comerciante tiene sobre su trabajo en sus aspectos fundamentales –como las formas de trabajo, la jornada, las técnicas y el proceso de fabricación de artesanías en su conjunto–, aunque en la realidad dicho autocontrol se encuentre restringido por diversas situaciones estructurales.

Pero aún, el control ejercido tanto por la estructura de gobierno como por las propias Organizaciones gremiales, los cuales en general se han concretado de forma consensada con los comerciantes, no había sido considerada completamente ofensiva por éstos sino que era planteada como una situación benéfica para la comunidad de artesanos al propiciar y resguardar el orden dentro del espacio laboral por lo que se reconocía como una de las garantías para su preservación. Empero, el autoritarismo del gobierno de Heberto Castillo en 2008, por su objetivo de establecer un control impositivo sobre los comerciantes, echó por tierra la concepción mantenida por éstos despertando así un fuerte sentido de oposición al aparato burocrático gubernamental.

Con respecto al control mantenido por las Organizaciones gremiales, éste es concebido por sus integrantes como una parte fundamental de sus tareas y su ejercicio permanente significa que la representación se conduce de forma correcta; es decir, aquí el control estricto sobre el espacio de trabajo funciona como una fuente de legitimidad de la dirigencia.

De tal manera que los códigos subjetivos contenidos y expresados en la construcción del sentido de pertenencia hacia la ocupación manifiestan además del sentimiento de dignidad y orgullo, así como la creencia de ser una actividad con un margen significativo de libertad e independencia, una conjugación de emociones tales como agrado y la complacencia en la realización del trabajo tanto por el proceso productivo y de comercialización como por la posibilidad de interacción social que conlleva la actividad de vender dando lugar a formas diversas de convivencia social, lo cual permite que paralelamente al intercambio comercial exista también un intercambio simbólico importante entre los actores que dota de un sentido emotivo al acto de trabajo y no sólo de un sentido instrumental. Empero estos códigos señalados anteriormente se conjuntan con una configuración subjetiva más amplia que contiene códigos de tipo moral expresados en la existencia de una ética laboral del tianguista artesano basada en el respeto, la solidaridad, la convivencia, el compañerismo que dan lugar a su vez al surgimiento de un sentido de pertenencia comunitaria. Un código adicional, pero no menos importante, es aquél referido a lo estético que se encuentra enmarcando la actividad laboral sobre todo porque se le denota a esta con un carácter de tipo cultural, por ser no sólo una actividad productiva sino también de expresión artesanal que se concreta dentro de un ambiente ordenado debido al control tanto de las Organizaciones gremiales como de cada comerciante en particular. Por ello, el sentido del gusto, la creatividad, la belleza y complejidad que se le atribuyen a la artesanía creada, el propio carácter artesanal que convierte al objeto en algo único y diferente, sea esto real o solo parte del imaginario de los comerciantes, dan cuenta de un sentido de lo estético muy particular que es expresado no solamente a través de los objetos que se comercializan sino también a través de la forma de vestir y comunicarse por parte de los tianguistas artesanos, un sentido de lo estético apegado a lo contracultural. Entonces, los códigos subjetivos de lo moral y de lo estético son la base sobre los cuales los demás códigos de carácter emocional, sentimental, y de tipo racional instrumental, se manifiestan y que dan pie al surgimiento de un sentido de apego con su ocupación por parte del

comerciante artesano, fundamentada en dicha configuración subjetiva. Pero a la vez coexisten dentro de ésta, sentimientos contradictorios de coraje e incertidumbre por la intervención de la autoridad en su espacio de trabajo con la intención de excluirlos del Centro Histórico de Coyoacán de forma definitiva, lo cual si bien no afecta significativamente la identidad ocupacional, si coadyuva a la generación de una situación de inseguridad y carencia de expectativas favorables para el desarrollo de su trabajo. Es decir, para el comerciante artesano la falta de certidumbre sobre el espacio de trabajo, con quien detenta el poder de decisión sobre su uso, es decir, con la autoridad local, representa el estrechamiento del espacio de posibilidades para sostenerse en su trabajo en el futuro inmediato.

Resumiendo, el comerciante artesano aún cuando posee una fuerte identidad con su ocupación, que conlleva en este caso una situación de apego hacia el producto por el hecho específico de que de algún modo aún es fabricada por los mismos vendedores y, de manera importante, hacia el espacio público concreto en donde labora, subsiste en su trabajo en un ambiente de incertidumbre por la intención gubernamental de excluirlos completamente de su espacio tradicional de trabajo aún cuando parcialmente lo logró al extinguir el Tianguis de Artesanías e imponiendo su reubicación en diferentes espacios cerrados, situación que solo sería posible resarcir fortaleciendo la identificación gremial y logrando constituir una estructura organizativa general incluyente y con capacidad auténtica de dirección, con el fin de poder negociar en mejores términos con la autoridad su permanencia en el espacio tradicional del Tianguis.

En segundo término, sistemáticamente, los comerciantes artesanos se fueron constituyendo como un grupo homogéneo, aún con las diferencias existentes en ellos sobre todo de índole político gremial, que se caracteriza por ser un grupo cerrado al cual el ingreso de nuevos comerciantes siempre se ha encontrado ampliamente limitado por los propios integrantes; de hecho aquellos que formaban parte del Tianguis y optaron por ausentarse de él difícilmente lograron nuevamente reingresar. Así mismo este contingente de vendedores artesanos se concibe a sí mismo como único y por encima del vendedor de tianguis común por el hecho de contar con un elevado nivel escolar, poseer una cualificación para la fabricación de las artesanías que comercializa así como una cultura e ideología considerados como alternativos. Esta autoconcepción ensimismada como grupo les ha llevado incluso a mantener como principio dentro de la comunidad laboral la exclusión del apoyo material otorgado por otros tipos de

comerciantes u organizaciones que han decidido mostrarles su solidaridad, lo cual ha sido evidente en los diferentes procesos de lucha que han tenido.

Lo anterior ha condicionado la conformación de la identidad del comerciante artesano como una *Identidad Colectiva Comunitaria* que se basa justamente en su orientación a mantenerse como grupo cerrado y excluyente con el fin de defender lo que sus integrantes suponen como una ocupación única dentro del gremio integral de tianguistas de la Cd. de México cuya autodefinición es la de ser artesano urbano o comerciante artesano.

Por otro lado, durante el conflicto más reciente de los comerciantes con el gobierno delegacional, como se explicó anteriormente, la adhesión a la acción colectiva se fue construyendo por parte de los primeros, en la medida en que la voluntad de acción se generó debido sobre todo a la actitud autoritaria del Delegado Heberto Castillo concebida por los comerciantes como una traición a los acuerdos tomados entre las dos partes. La falta de cumplimiento y la forma en que se utilizó la fuerza pública en contra del comerciante artesano motivo que éste, en general, se sintiera *burlado* y defraudado por la autoridad quien semanas antes había accedido a que el tianguis prosiguiera en operación cumpliendo con los requisitos que se habían propuesto como necesarios para un mejoramiento y mayor orden en el espacio de venta. Como se señala más arriba, la autoconcepción que los comerciantes fueron construyendo como trabajadores artesanos se fue dando a partir de expresar una diferencia crucial con el resto de los comerciantes de la vía pública, sobre todo por el hecho de que su actividad laboral la definen no sólo por ser un proceso de compra venta sino porque el intercambio asume un carácter simbólico cultural cuyo valor no solamente es de tipo monetario sino también expresa un importante valor estético. Es decir, los vendedores del Tianguis de Artesanías se conciben como creadores y promotores culturales y no como comerciantes ambulantes o informales debido al tipo de producto que venden, a sus objetivos como gremio y a la forma en que ocupan el espacio público, lo cual les ha permitido construirse un sentido de *comunidad*. Por ello, el uso de la fuerza pública para desalojarlos provocó una fuerte contradicción con aquella autoconcepción como vendedores artesanos, respetados y demandados por el turismo nacional e internacional, pues en el imaginario del gremio se concebía que el tianguis también representaba para la autoridad una parte imprescindible de los símbolos característicos del folclore de la Plaza central de esta Delegación, y por ello, que era su obligación no sólo tolerar sino incluso apoyar

promocionando su espacio de venta. De esta manera, al visualizar que ello carecía de sustento real, provocó una fuerte tensión subjetiva que se tradujo en un sentimiento de agravio por la forma en que habían sido tratados por parte de la estructura de gobierno, lo cual fue fundamental para actualizar y poner en funcionamiento los códigos subjetivos que alentaron el sentimiento de pertenencia colectiva y para que fuera posible el fortalecimiento de la voluntad de actuar. Fue un hecho que diluyó, o al menos soslayó las diferencias existentes entre comerciantes y entre organizaciones gremiales, o sea, se hizo *abstracción de las diferencias* para priorizar los factores que los hacían similares y que coadyuvaron al fortalecimiento de la identidad colectiva y a la unidad y disposición para la acción en contra del enemigo en común: la delegación y el gobierno central de Marcelo Ebrard.

No obstante, a la configuración subjetiva inicial le sucedió un nuevo ordenamiento de códigos para dar sentido a la situación que comenzó a prevalecer de desgaste y desesperanza con relación al posible triunfo del movimiento de defensa del espacio ocupado por el Tianguis de Artesanías. Así, dadas las condiciones objetivas o materiales del proceso de lucha contra el desalojo en las que la correlación de fuerzas se inclinó parcialmente de lado de la autoridad debido sobre todo a la fragmentación de la estructura coordinadora del movimiento, y al desgaste económico, físico y emocional de los comerciantes, éstos le dieron sentido a sus acciones a partir de lo dispuesto discursivamente por el gremio que les permitió ocultar códigos emocionales y de sentimientos como el temor a la represión, el miedo y la incertidumbre de perder definitivamente el espacio de trabajo, conjuntamente con un pensamiento pragmático instrumental ante las fuertes necesidades económicas que muchos de ellos y sus familias tenían, lo cual hizo empatar dicha subjetividad con las orientaciones normativas del gremio sobre todo en aspectos tales como otorgarle prioridad al diálogo y la negociación, y a criticar el uso de la violencia propia y por parte de la autoridad. Con ello se quiere dar cuenta de que, aunque lo que sobresale discursivamente son los códigos de tipo moral contruidos colectivamente por el gremio a través de las diferentes organizaciones existentes, en realidad lo que le dio sentido a su pertinencia y sujeción por parte del movimiento de comerciantes, que de algún modo impidió que se desbordase hacia una situación de acciones colectivas violentas, fue la propia subjetividad de los comerciantes basada en el *temor* a una represión más franca por parte de la autoridad y a la generalización de un sentimiento de *desesperanza* con relación a la victoria posible del movimiento, entre otros factores por el alargamiento

del conflicto y la falta de respuestas satisfactorias por parte, tanto del gobierno central como del delegacional, hecho que alimentó el proceso de debilitamiento de la identidad colectiva que impulsó la voluntad para concretar las acciones colectivas.

Dicha situación propició que un sector de la dirigencia de los comerciantes negociaran la culminación del movimiento de resistencia cediendo al ofrecimiento gubernamental de reubicación, decisión que, por lo explicado anteriormente, fue finalmente apoyada por la mayoría de los trabajadores pues se concebía como la única opción para evitar un mayor desgaste y una actitud todavía más autoritaria del gobernante delegacional. Al final, entonces, el conformismo, construido en base al temor y el desgaste, y la falta de una voluntad mayor para actuar colectivamente por parte de los comerciantes, que se expresó en una dispersión acentuada, permitió una negociación de los representantes con la autoridad sumamente ventajosa para ésta última y, pretendidamente, también para los primeros a costa del abandono definitivo del espacio tradicional de venta de artesanías y del recrudecimiento en las condiciones de trabajo de los comerciantes artesanos.

Dadas estas condiciones, las expectativas laborales de estos sujetos son bastante limitadas debido a la intención gubernamental de extremar el control de este tipo de prácticas laborales en el espacio público y a la existencia de un afán protagonista así como una conducción de tipo personalista por parte de los dirigentes; no obstante, la capacidad de agencia de los comerciantes artesanos ha sido demostrada históricamente, pues, en diversos momentos lograron finalmente hacer prevalecer su sentido de identificación gremial y de acción autónoma por encima, o paralelamente, a las estructuras organizativas, las cuales, por el momento, no han demostrado tener la capacidad ni la voluntad para atender satisfactoriamente las necesidades de sus agremiados.

CONCLUSIONES.

Lo similar y lo diferente en el trabajo, la construcción de la identidad y la generación de acciones colectivas de los tianguistas artesanos de Coyoacán y los tianguistas del Salado en Iztapalapa.

A lo largo del texto, en el que se expusieron las condiciones que dan lugar al proceso en el que el trabajador de tianguis construye su identidad y acción colectiva teniendo como referente fundamental el mundo de vida laboral pero de forma simultánea también otros mundos de vida como la Familia, el Territorio y el Espacio urbano, la Religión, la Organización gremial, el Ocio, se destacaron, por un lado, las características de la dinámica de trabajo y su relación con el conjunto de campos sociales en los que el tianguista interactúa y le otorga sentido a la realización de su ocupación; y, por otro, la heterogeneidad que asume la construcción identitaria de acuerdo a las especificidades, a la memoria como grupo laboral en un espacio concreto, y a la coyuntura experimentada por los sujetos en su situación actual, aunque con un sentido de proyección hacia el futuro posible, con base en lo cual concretan cotidianamente sus prácticas laborales y sociales.

En este sentido es importante, finalmente, hacer énfasis en las similitudes y diferencias que existen en cada uno de los sujetos estudiados, toda vez que asumen rasgos que nos hablan de construcciones diferenciadas en torno a la identidad pero también de espacios de posibilidades para la acción viable específicos para cada sujeto. Lo anterior se expresó claramente en los dos procesos de acción colectiva que llevaron a cabo los dos grupos de trabajadores. Uno con mayor capacidad de operación y de organización así como una voluntad manifiesta de acción de sus participantes y, en otro, en el que se puso de manifiesto el grado de fragmentación organizativa y el sentido latente en estos trabajadores de un comportamiento pragmático y sectario que impidió una respuesta organizada similar a la del primer caso.

La pregunta necesaria para el problema de estudio que ha regido el presente trabajo es ¿Qué condiciona a los sujetos estudiados para que hayan desarrollado y construido de forma diferenciada su identidad y acción colectiva, considerando que ambos se encuentran insertos dentro de una misma ocupación, con una antigüedad en el trabajo más o menos análoga, con rasgos en la construcción de su ocupación y condiciones de trabajo también similares?

En primer lugar señalaré lo que, de acuerdo a lo analizado a lo largo del presente documento, se expone como una situación coincidente entre ambos grupos de trabajadores.

Por un lado, como se indica, ambos contingentes de comerciantes de tianguis comparten, de inicio, la misma forma de comercialización a través de un proceso de apropiación del espacio público urbano, el cual se constituye como un medio estratégico para concretar su ocupación.

La manera en que inician a laborar en la ocupación apropiándose de espacios con características específicas expresa una práctica común en ambos actores: primeramente, se inserta en el espacio un grupo compacto de personas a vender sin contar con una infraestructura compleja para hacerlo sino que ésta es más bien precaria y rudimentaria. Inicialmente, estos comerciantes logran desarrollar su trabajo sin ninguna intervención de la autoridad en la medida en que el contingente de vendedores es mínimo; no obstante, con el transcurso del tiempo y la recurrencia en la instalación de los primeros puestos que potencialmente se constituyen como tianguis, lo que implica el reconocimiento y asistencia por parte de un conjunto de consumidores que hace posible que el espacio se construya como un nicho laboral y comercial atractivo para una cantidad mayor de vendedores, la autoridad se interpone, primero de forma inmediata para el cobro del 'derecho de piso' con un carácter informal a través de prácticas de corrupción y, posteriormente, se pretende establecer una relación institucional con el afán de regularizar la operación del tianguis y de los comerciantes que instalan sus puestos en él. Este proceso, entonces, se da de forma similar en ambos casos y es como, de hecho, inicia el desarrollo y crecimiento paulatino de los dos tianguis.

Los métodos y las técnicas del trabajo de venta son análogos en ambos sujetos aún cuando exista una diferencia crucial en cuanto al producto que se comercializa, de un lado artesanías de manera casi exclusiva, y de otra una variedad ilimitada de productos que se expende de forma indiscriminada. Es decir, el aspecto estrictamente del trabajo que desarrolla el vendedor es algo que comparten ambos sujetos. El proceso de trabajo necesario para la venta en el tianguis conlleva una dinámica que es similar al conjunto de tianguistas: el carácter móvil de los instrumentos de trabajo y la mercancía, la instalación del puesto y organización de los productos de forma estéticamente atractiva para la clientela, el proceso de intercambio comercial, y más ampliamente, la interacción social entre cliente y comerciante. En esto, tanto los comerciantes de Coyoacán como los del Salado en Iztapalapa concretan el trabajo de forma semejante y,

en general, es algo que se comparte con el conjunto del gremio de tianguistas, e incluso con otros tipos de comerciantes de la Vía pública.

Pero un ámbito estratégico del tianguista que es común a todo el gremio es, como se expuso a lo largo del texto, aquel referido al autocontrol relativo que posee sobre una parte de su trabajo.

La capacidad de autocontrol es la expresión, en un nivel más amplio, de una práctica laboral que se da de forma paralela a las relaciones laborales de tipo capitalista caracterizadas por ser relaciones de subordinación y dependencia. En el caso de los tianguistas, su capacidad de autocontrolar algunos aspectos de su trabajo les confiere una imagen de sí mismos como trabajadores independientes en un entorno laboral concebido como libre y autónomo. No obstante, como se explica a lo largo del análisis sobre los dos tipos de tianguistas investigados, de forma objetiva dicho autocontrol se encuentra limitado por diferentes estructuras de tal forma que lo que para el trabajador es significado como una amplia autonomía laboral, que finalmente impacta directamente sobre la forma en que construyen su identidad colectiva, en la realidad concreta existen diversos condicionamientos de los que el sujeto no es plenamente consciente que se encuentran restringiendo su actividad laboral. Esto no impide que, en su mayoría, los tianguistas representen su trabajo como una actividad *microempresarial*, siendo aquello que lo caracteriza el ser significado como un logro más que como una última opción a la que se encuentran obligados por las circunstancias a refugiarse. El caso de los comerciantes artesanos de Coyoacán es una muestra palpable de ello.

El tianguista mantiene un autocontrol sobre su trabajo en un proceso dual: de manera colectiva a través de la gestión y la implementación de medidas restrictivas de carácter social y moral, que se resumen en una serie de prácticas y normas concretadas en base a la costumbre entre la comunidad de vendedores dentro del espacio de trabajo, y de forma personal o familiar como autocontrol del tianguista sobre su trabajo concreto.

En primer lugar, la forma en que es expresada la capacidad de autocontrol colectivo es a través de la existencia de un código de ética laboral del tianguista que de algún modo condiciona moralmente su práctica laboral.

Las prácticas de autocontrol colectivo concretadas por los tianguistas se han ido construyendo con base en la experiencia en el trabajo dentro del contexto particular en el que se insertan ambos tianguis así como en la interacción cotidiana entre la comunidad laboral, constituyéndose en una parte imprescindible de la dinámica de

trabajo del vendedor sobre todo porque las Organizaciones gremiales, en ambos casos, no intervienen en los aspectos más inmediatos de los tianguistas en sus lugares de trabajo y de cuyo control colectivo depende el orden y el resguardo permanente del espacio laboral.

En segundo término, en ambos espacios, aunque en el espacio de venta de artesanías tanto la autoridad como las Organizaciones gremiales tengan una mayor injerencia en diversos aspectos de la actividad laboral a diferencia de la situación prevaleciente en el Salado, son diversos los ámbitos de autocontrol del comerciante.

En primer lugar, el comerciante tiene un control importante sobre la infraestructura y los medios de trabajo que utiliza para desarrollar su labor, los cuales son bastante simples y usualmente fácilmente manejables. Igualmente, el control sobre su trabajo implica las diversas técnicas de venta utilizadas así como la organización interna de cada puesto, los cuales se concretan tomando en cuenta las necesidades del comerciante y su nivel de aprendizaje en la ocupación.

Como se ha enfatizado, son los propios tianguistas quienes controlan sus formas de trabajo no obstante de que existen diferencias en los dos casos investigados: por un lado, por el tipo de condicionamientos que restringen dicho autocontrol los cuales son variables en uno y otro caso, y por otro, por la forma en que el propio trabajador significa dicho autocontrol y genera comportamientos específicos sobre sus prácticas de trabajo. Con relación a esto último, en el caso de los comerciantes artesanos, el autocontrol relativo que poseen les permite ejercer una mayor dosis de creatividad dado el propio carácter del producto que comercializan, a diferencia de los tianguistas del salado quienes, en su mayoría, se sujetan a prácticas rutinarias y formas de comercialización estandarizadas o al menos reiterativas. Un aspecto importante es el autocontrol sobre el producto que cada comerciante expende. Siendo la decisión del comerciante qué tipo de producto vender, ello le otorga un fuerte sentido de autonomía al suponer que la mercancía que expende no le es impuesta sino que está sujeta a sus propios gustos, necesidades, recursos y habilidades para comercializarla de la forma que él crea conveniente; en ello el tianguista prescinde, por no representar algo que sea vital para su mundo de vida, de estructuras tales como el mercado de consumo de los productos que comercializa así como el interés de las empresas fabricantes por innovar, cambiar o mantener en el mercado determinada mercancía lo que finalmente influye

para que el comerciante se provea de un objeto en específico sin que sea completamente 'libre' esa capacidad de decisión.

Relacionado con lo anterior, los comerciantes de tianguis poseen cierto control también sobre la forma y los lugares donde se proveen de su mercancía. La gama de centros de comercialización, legales e ilegales, así como una estructurada red de distribución instituida en el transcurso del tiempo proveen cotidianamente a los tianguistas tanto fuera como dentro de su propio espacio de trabajo.

No obstante, el autocontrol relativo sobre el producto que los comerciantes venden y sobre los otros aspectos de su trabajo señalados anteriormente se encuentra restringido por diversas situaciones estructurales que escapan a su sola voluntad como lo son: el mercado del producto (oferta y demanda de los productos) así como el mercado de consumo, la capacidad económica para invertir en infraestructura y mercancía, el grado de aprendizaje sobre la ocupación, el vínculo con redes de comercialización o de proveedores para conseguir los productos, la saturación del producto en el tianguis que implicaría una mayor o menor competencia, y la estructura de necesidades económicas. Lo cual en su conjunto representa una situación compartida por los dos casos aquí expuestos.

Empero, el autocontrol relativo del comerciante sobre su trabajo es significado por éste como si en efecto fuera absoluto y, por ende, es ejercido como una afirmación de su autonomía y del conocimiento adquirido sobre su ocupación a lo largo del tiempo. En realidad dicho autocontrol se restringe a su lugar concreto de trabajo en donde el vendedor gestiona su labor, interactúa libremente con la clientela y con sus demás compañeros, y en donde da muestra de la capacidad creativa y flexible de su ocupación, sean sus condiciones de trabajo más o menos precarias. Fuera de él, el comerciante tiene que sujetarse a constreñimientos múltiples de diversos actores y estructuras dadas pero al interior de su puesto es donde su capacidad de decidir libremente y expresar una imaginación creadora le otorga un sentido satisfactorio sobre su trabajo, no obstante lo rutinario y riesgoso que pueda llegar a ser.

El poseer esta capacidad de autocontrol laboral, al menos en el imaginario colectivo, le dota al comerciante de tianguis de un sentido de orgullo sobre su ocupación siendo una parte fundamental en la construcción de su identidad. Para los artesanos de Coyoacán este autocontrol les permite, a su vez, ejercer sus habilidades y creatividad en los productos artesanales que ellos realizan así como en los que expenden; en los de El Salado el margen de control que poseen sobre su trabajo les ha permitido valorar su

desempeño como trabajadores por cuenta propia de tal manera que su objetivo es mantener ese estado de cosas sin tener la disposición para innovar o realizar su trabajo de manera diferente, asumiendo incluso una actitud conformista y pragmática.

En un caso, entonces, la capacidad de control sobre el propio trabajo permite significar la ocupación como forma de realización al conllevar cierto grado de carácter creativo además de lo estrictamente instrumental; en el otro esta misma capacidad es utilizada para preservar dentro de cierto margen de seguridad el desarrollo de la ocupación, en la cual aunque no se implique un contenido innovador amplio, representa para los sujetos el único medio de sobrevivencia.

Por otro lado, una situación importante prevaleciente en el trabajo de los tianguistas es la intersección durante su jornada de trabajo de dos fenómenos trascendentales en este tipo de actividad laboral: la participación familiar y el ámbito de la reproducción social en el lugar específico de trabajo, por un lado, y la existencia de tiempos de espera que suelen ser utilizados como tiempo de ocio por parte del comerciante, por otro, en donde los límites entre ocio y tiempo de trabajo no se encuentran claramente definidos como podría ser en otro tipo de actividades sino que uno se encuentra embebido del otro de forma simultánea y recurrente.

En el primero de los puntos, la participación familiar en el trabajo del tianguista, tanto el de Coyoacán como el del Salado, es importante y crucial para el desarrollo del mismo. En ambos espacios la familia, además de constituirse como la fuerza de trabajo adicional más importante para el comerciante en comparación a la fuerza de trabajo contratada, suele ser un soporte tanto de parte del núcleo familiar inmediato como de la familia extensa, y tanto en las cuestiones referidas al trabajo como en aquellas relacionadas con el ámbito de la reproducción social. Al constituirse la ocupación como el medio principal de subsistencia familiar este adquiere un estatus y un significado que originalmente no tenía y al que colectivamente se le dota de un sentido ampliamente positivo, significándolo como un trabajo autónomo de índole familiar y en el que es posible justamente la incorporación de otros integrantes en el nicho laboral, pese a las condiciones de trabajo en la que se desenvuelve y pese a que genere un sentimiento de incertidumbre por no tener la certeza del futuro posible de su ocupación así como del espacio utilizado para trabajar.

Con relación al segundo punto, el ocio dentro del tiempo y espacio de trabajo en el tianguis, éste asume una peculiaridad que no tienen otro tipo de ocupaciones: la

posibilidad de ocupar una parte del tiempo de trabajo en actividades de ocio, como el esparcimiento, la convivencia familiar o con los compañeros de trabajo, así como la formación y el entretenimiento de los comerciantes, sin descontar también las actividades de reproducción que se ejecutan dentro del mismo espacio laboral de manera sistemática y permanente. La ocupación de venta en el tianguis permite justamente que esta situación pueda reproducirse sin afectar el ritmo del proceso de trabajo, pues de hecho éste consiste en intercalar periodos de atención a la clientela y otro tipo de actividades necesarias para concretar el trabajo de venta –acomodar la mercancía, proveerse de insumos, etc.- con periodos de espera que son utilizados como tiempo de ocio. Esta situación es importante para la definición de la identidad del tianguista pues algo que es sumamente valorado por los comerciantes es precisamente la posibilidad que tienen en su actividad laboral de contar con algunos tiempos de espera que pueden aprovechar para realizar otro tipo de actividades personales o sociales, y que difícilmente encuentran en otro tipo de ocupaciones. Es decir, existe en el comerciante una inclinación a permanecer en la situación de comodidad que le proporciona su actividad en el tianguis en la que no utiliza de manera intensiva su fuerza de trabajo, en comparación con otro tipo de ocupaciones. Por ello, el ‘ser su propio patrón’ conlleva que él establezca los ritmos de trabajo y decida cuándo ocupar su tiempo para realizar otras actividades, sin que ello comprometa su labor de atención a la clientela, y, al final, logre de cualquier modo obtener el producto del uso de su fuerza de trabajo.

Una situación igual de importante que se presenta en los dos casos estudiados es el grado de interacción social que implica la realización de la ocupación de venta en el tianguis. Además de la posibilidad de autocontrol que tiene el comerciante sobre su trabajo, el poder intercalar las actividades productivas con las reproductivas así como las que implican un beneficio más personal, como el descanso, la formación, o el entretenimiento, otro de los elementos cruciales en el trabajo del tianguista es el aspecto de la interacción y ocupa un lugar predominante en la constitución de la identidad, tanto hacia el trabajo como colectiva con la comunidad laboral y el gremio en su conjunto. La interacción social que se manifiesta en esta ocupación implica la intervención de una multiplicidad de actores, de tal forma que se constituye como una actividad laboral esencialmente basada en la interacción pues a través de ésta es como se concreta el trabajo del comerciante, y a través de ésta se estructuran las distintas formas de organización para el trabajo así como para la defensa del mismo. Así pues, la situación

de interacción social es sobrevalorada por el comerciante, sea el artesano de Coyoacán o el comerciante de el Salado; si hay algo que resarce las condiciones precarias de trabajo así como la parte tediosa y monótona de la rutina laboral, son justamente los instantes de interacción en los cuales el comerciante puede concretar no sólo el intercambio comercial, que es el aspecto sine qua non de su trabajo, sino también una interacción comunicativa y estrechar lazos sociales tanto con su clientela como con sus compañeros de trabajo, siendo de esta forma que las mayores ventajas que el comerciante de tianguis define con relación a su trabajo son, además de las estrictamente económicas, el entablar múltiples relaciones sociales que se valoran como un verdadero capital social. De esta manera, adicionalmente a los demás aspectos del trabajo del tianguista señalados, la interacción social concretada en estos espacios es una parte fundamental que da sentido a la realización y construcción de la ocupación, y al significado que el comerciante tiene sobre su trabajo, con lo cual equilibra de algún modo las carencias que subyacen y que mantienen en incertidumbre su actividad.

Pero, igualmente, un aspecto relevante en la definición de la identidad colectiva de los tianguistas es la representación que tienen actores externos sobre el conjunto del gremio. Algo que es compartido por ambos grupos de tianguistas es la concepción que prevalece hacia el conjunto de comerciantes de parte tanto de la población consumidora como de aquella que funge como detractora o se encuentra en una situación de oposición hacia la actividad laboral de índole comercial desarrollada por los tianguistas. Dicha concepción sitúa a este tipo de trabajadores dentro de la informalidad y, como parte del sentido común construido con base al discurso vertido mediáticamente por la industria del comercio establecido, como una actividad ilegal al ser el medio de distribución de mercancía apócrifa o de contrabando, por lo que el tianguista pasa a convertirse en un agente delincuenciales más que laboral. Es sobre todo, para la Industria del comercio y sus diferentes organismos, en donde se expresa un significado del tianguis y los comerciantes que en él laboran como una actividad enmarcada por la impunidad, el desorden, la ilegalidad y la competencia desleal al no estar sujetos a algún esquema tributario. Por ello, para este sector, tanto los comerciantes de Coyoacán como los del Salado, constituyen sujetos específicos de un mismo problema social, pues, más que ser considerados como actores laborales representan un contingente social que se encuentra permanentemente en delito flagrante a quienes la autoridad tiene que aplicar la ley.

Para el aparato gubernamental ambos sujetos, aún con sus especificidades, son incorporados de la misma forma al Programa de Ordenamiento de la Vía pública, y son considerados como comerciantes de tianguis en cuyo caso están obligados a apearse a la normatividad mínima que se establece justamente para su *modus operandi*.

De esta manera, la autoridad ha considerado la misma normatividad vigente para todos los centros de comercialización de este tipo, aún cuando su aplicación ha sido discrecional en cada grupo de tianguistas de acuerdo a las condiciones de su capacidad organizativa y de movilización.

Por último, una situación que también se comparte tanto por los comerciantes artesanos como por los tianguistas de El Salado es su autopercepción e identidad de lo que son como trabajadores, la cual es reforzada por la posibilidad de autocontrol sobre algunos aspectos de su trabajo como un rasgo que es común para la generalidad de los comerciantes de tianguis. En los dos casos el significado que le otorgan los sujetos a su actividad y lo que representa para ellos es la de ser, por un lado, una actividad en la que han demostrado su capacidad para autoemplearse o para generar por sí mismos una ocupación que les ha sido negada por parte del mercado de trabajo formal establecido, tanto por su falta de acceso a empleos remunerados como por la elevada precariedad de los mismos. Esta actividad, a pesar del discurso vertido por quienes se asumen como opositores, es considerada por sus protagonistas como honesta –en oposición a la representación de ilegalidad que es impuesta por los emporios comerciales- y la cual se apega al marco constitucional con relación al Derecho al trabajo que poseen todos los ciudadanos. Por otro lado, el carácter de su actividad laboral les lleva a desarrollar un sentido de autonomía y libertad que de igual forma es constante, por lo menos en los casos estudiados, siendo el principal argumento que fundamenta la motivación del por qué elegir y permanecer en este trabajo. Es decir, la noción de “ser su mismo patrón” implica para los sujetos una doble negación: la de un control inmediato impositivo sobre su actividad laboral así como la alienación sobre su trabajo, expresado esto último en el hecho de que el producto de la utilización de su fuerza de trabajo les pertenece a sí mismos como trabajadores, lo cual da fundamento a su identidad colectiva como gremio. De tal forma que para los tianguistas, tanto de un espacio como de otro, su ocupación es la expresión, en general, de una respuesta construida como agentes sociales a una condición social desfavorable, de amplia precariedad social y laboral en los comerciantes del Salado, y como oposición a una cultura consumista predominante por parte de los artesanos de Coyoacán, por lo cual decidieron, en el momento en que se

incorporan a la ocupación y deciden en la medida en que la reproducen, asumir un comportamiento proactivo y autónomo en la definición de su quehacer laboral, lo cual es reconocido por los sujetos, independientemente de la amplitud o estrechez del espacio de posibilidades para la acción viable para cada uno de los contingentes de comerciantes que se han abordado. Todo ello conlleva un sentimiento de orgullo ocupacional del comerciante de tianguis por la experiencia vivida de tener la capacidad para autoemplearse y construir y mantener un nicho laboral anteriormente no existente. La construcción de un sentido sobre su trabajo como honesto, autónomo, libre e interactivo que representa una fuente de orgullo y de afirmación de un sujeto que se imagina como no subordinado a una estructura de control laboral, es la configuración subjetiva en la que se constituye la identidad colectiva del tianguista, es decir, una identidad basada en la capacidad de autonomía laboral la cual, empero, se expresa y desarrolla de manera diferenciada en los casos concretos, y bajo determinadas y específicas condiciones estructurales y subjetivas.

Como se ha destacado, la convergencia en cuanto a los puntos arriba señalados por parte de ambos actores nos permite afirmar, en un nivel de abstracción más general, que la identidad colectiva de los tianguistas se ha constituido, y se constituye, como resultado de la experiencia del sujeto en su mundo de vida laboral y a lo directa o indirectamente vinculado a él. En ello, resulta relevante las interacciones sociales que establece, las estructuras bajo las cuales enmarca su acción y sus prácticas, y la configuración subjetiva que da lugar a la construcción de un sentido sobre su trabajo que le dota de seguridad y certidumbre en un ambiente que se caracteriza justamente por lo contrario: la incertidumbre, la inseguridad –en su sentido amplio- y por la contingencia en la reproducción de su actividad ocupacional. En particular, puede hablarse de una identidad colectiva gremial fundada en una representación y significado de su trabajo como una actividad no alienante, esto es, el carecer de un constreñimiento hacia su trabajo personificado en la figura de un patrón, al menos en el imaginario de los comerciantes, les permite definir su trabajo como una actividad autónoma, libre e independiente a pesar de encontrarse en una condición de subordinación política por parte de las estructuras organizativas del gremio y sus dirigentes, en las que paradójicamente los propios trabajadores ocupan un papel vital en su reproducción.

De esta manera, en este nivel, existe en los comerciantes que fueron sujetos de estudio, un proceso de identidad colectiva gremial basada en algunas características de su trabajo

que son similares y compartidas por todos aquellos trabajadores que se dedican a la misma ocupación: el apropiarse colectiva y personalmente del espacio público urbano como asentamiento laboral; el emplear una infraestructura simple y precaria de trabajo; el carácter flexible de su proceso de trabajo que le permiten adecuar su práctica laboral a sus propias necesidades personales, familiares o colectivas; el carácter del trabajo de ser esencialmente una labor basada en la interacción social permanente; la existencia de estructuras organizativas gremiales que ejercen una dominación política sobre los comerciantes y mantienen una relación corporativa con el aparato gubernamental; el constituirse también como un trabajo de índole familiar en el que la participación de los integrantes de la unidad doméstica, cuando es el caso, es importante para el desarrollo del trabajo dentro y fuera del espacio laboral; el tener un interlocutor, y más aún, un enemigo en común como lo es en ciertas coyunturas el aparato gubernamental, y de forma permanente, las cadenas nacionales y transnacionales de autoservicio. Pero, un aspecto crucial que integra los anteriores es la capacidad de autocontrol por parte del comerciante hacia diversos aspectos de su trabajo que le permiten significarlo como una actividad laboral autónoma y libre y por tanto, no alienante, que les permite concebirse a sí mismos como “sus propios patrones”. Todos estos rasgos presentes en la actividad del tianguista permiten un reconocimiento amplio como gremio, exista o no un nivel importante de interacción y organización entre todos quienes lo conforman, pues, como se ha sostenido en este trabajo, la construcción de la identidad no pasa necesariamente por el cara a cara sino que ésta puede construirse en un plano de segundo orden y estar fundamentada en la imaginación del otro generalizado, siguiendo a Mead. Por ello, podemos afirmar que, en efecto, la identidad del tianguista se construye y se expresa como una configuración subjetiva en la que pueden manifestarse una diversidad de códigos, algunos complementarios y otros contradictorios, que dan lugar en un espacio y momento concretos a una forma específica de identidad. En los sujetos estudiados es a través de su práctica cotidiana como expresan su afirmación como trabajadores de una ocupación específica y diferente a todas las demás: como un trabajador de tianguis, o simplemente como *tianguista*. En un nivel más amplio es posible, incluso, percibir en el discurso del tianguista una identidad proyectada hacia el conjunto de lo que para el sentido común se expresa como comerciante informal, así como de otros tipos de trabajadores autoempleados, pues finalmente, logran comprender la serie de elementos que son compartidos comúnmente como sector social y del cual el tianguista como tal forma sólo una parte: un contingente cada vez mayor de trabajadores que se encuentran

al margen del mercado formal de trabajo, o al menos de forma paralela a él aunque en ciertos momentos interconectados, pero cuya característica básica es que son trabajadores por cuenta propia, autónomos, son constructores de la propia ocupación que desarrollan, lo cual puede expresar una capacidad de agencia de estos actores bastante relevante. De esta forma, lo anterior expresa el conjunto de elementos que constituyen la Configuración subjetiva para la identidad colectiva del trabajador por cuenta propia, en este caso del tianguista: una *Configuración Identitaria de Autonomía Laboral*.

No obstante este conjunto de rasgos compartidos entre ambos sujetos y que nos ha llevado a definir los fundamentos de una identidad colectiva del gremio de tianguistas, de comerciantes informales así como, en un nivel de abstracción mayor, como trabajadores por cuenta propia, en un plano más concreto en cada caso existen características únicas en los sujetos, estructurales, de interacción social, y subjetivas, que marcan una diferenciación crucial tanto en la dinámica de su trabajo como en el espacio de posibilidades para su acción tanto laboral y social como política.

Primero, en cuanto al escenario de acción de nuestros actores, o sea, el espacio en el que concretan su actividad laboral.

La configuración espacial en cada caso condiciona los procesos de construcción de la ocupación así como la gama de interacciones sociales implicadas en éstos, desde la interacción entre actores colectivos o institucionales, como la establecida entre el gremio organizado con el aparato de gobierno, hasta las interacciones cotidianas cara a cara entre la clientela y el comerciante en su lugar de trabajo. La diferenciación resultante de ello establece el margen de posibilidades para que cada sujeto, de acuerdo al contexto experimentado, genere formas igualmente diferentes de identidad colectiva aunque, como se ha comentado, en un nivel más general se exprese una identidad colectiva común entre la vastedad del gremio.

Un punto relacionado con lo anterior es el espacio de origen del que provenían los comerciantes que impulsaron ambos tianguis aquí abordados.

El origen espacial y social de los sujetos que conformaron los tianguis de artesanías y el del salado, difieren sustancialmente. De un lado, jóvenes de clase media baja cuya principal motivación para dedicarse a la ocupación de vender y fabricar artesanías fue la de solventar sus gastos personales pero sobre todo formar parte de un sector influido por

la contracultura en México que se encargaba de promover el arte y la cultura tradicionales. Es decir, para estos comerciantes su actividad fue meramente un trabajo temporal elegido de forma voluntaria y, en muchos de los casos, teniendo ante sí la franca oposición de sus familias de origen. Por otro lado, los tianguistas del Salado en Iztapalapa, en la mayoría de los casos sí optaron a la venta en tianguis como un medio de sobrevivencia económica, pues como ya se indica, el contexto en el que se desenvolvían era completamente de precariedad económica y social.

La forma en que en los comerciantes de ambos espacios concretaron la construcción social de la ocupación, entonces, estuvo condicionada por el espacio en donde optaron instalar sus respectivos lugares de trabajo a través del tianguis, así como por el origen social de donde provenían, lo cual permitió que unos concibieran la ocupación como opcional o paralela a otras actividades de índole académico, y los otros, no pudieran representarla más que como un medio de sobrevivencia, por lo general, el principal del que se podía echar mano para solventar las necesidades familiares.

En la medida en que los dos tianguis se consolidan y aumentan en el número de integrantes, la inserción de éstos se comenzó a dar atendiendo a diversas formas, aunque en la mayoría de ellas ha sido importante la estructuración de redes sociales de las que ha dependido la posibilidad real de ingreso.

En ambos casos, la demanda para integrarse a esos espacios ha sido muy amplia por parte de un grueso contingente de vendedores, básicamente por el prestigio obtenido en los dos espacios dentro del mismo gremio como centros de venta fuertemente demandados, es decir, como tianguis en los que la asistencia de la clientela es masiva así como el consumo de los productos que se expenden. Sin embargo, en el caso de Coyoacán existió la previsión de parte de los propios comerciantes de limitar el ingreso como una forma de salvaguardar su actividad de un aumento de la competencia interna y excluir a quienes no coincidían con la venta de productos artesanales. En El Salado, contrariamente, los objetivos de la Organización gremial y de su dirigencia por incrementar su capital político y con ello su poder de negociación e intercambio con la autoridad, implicó la necesidad de aumentar el número de afiliados y esto sólo lo podía lograr aumentando la cantidad de comerciantes en el tianguis, aunque para ello saturara el espacio comercial y diera lugar al grado crítico de competencia que actualmente existe y, como consecuencia, la disminución de las ventas para cada comerciante.

Por otro lado, la permanencia de los comerciantes en su ocupación así como en el lugar de trabajo sólo ha sido posible por la conjugación de diversos elementos que han

permitido que esta actividad siga siendo una opción viable para cada trabajador. Concretamente nos referimos a que, en el proceso de construcción social de la ocupación los tianguistas fueron capaces de consolidar el espacio del que inicialmente se apropiaron para trabajar como un nicho laboral que contiene toda una complejidad en cuanto al desarrollo de formas de trabajo, infraestructura y medios de trabajo propios, así como una gama de interacciones y redes sociales que se han estructurado con el fin justamente de preservar el orden común ahí constituido durante tres décadas en ambos casos. Esto ha hecho posible que, aún bajo condiciones en general precarias tanto en uno como en otro grupo de comerciantes, aquellos sujetos que fueron capaces de adaptarse, de generar habilidades, no sólo estrictamente laborales sino también para interactuar socialmente, de intercalar su ocupación con otras actividades personales, sociales y familiares lograron significar su trabajo como una actividad libre e independiente que incluso les proporciona ingresos más elevados que en el Mercado de trabajo formal.

De forma particular, en los artesanos el carácter de su trabajo como fuente de ingresos se conjuga a su vez con un sentido cultural de su actividad que se asume como alternativa al consumismo hedonista propio del capitalismo moderno.

Lo anterior nos permite de algún modo entender por qué, en este caso, la actividad se denota no solamente con un contenido instrumental sino también como proyecto de vida y afirmación de una visión del mundo que pretende ser opuesta a la cosmovisión hegemónica, conformando con esto una forma de identidad colectiva basada en un sentido de pertenencia con quienes se comparte justamente esta misma visión, un estilo de vida similar, y, sobre todo, el objetivo común de marcar una diferencia a través de su actividad de venta artesanal con lo que comúnmente se comercializa en la amplitud de centros comerciales formales e informales. De otra parte, los comerciantes del Salado, dadas las condiciones de vida en la que subsisten, y que lejos de superarse se han agudizado en las últimas décadas, su actividad de vender en el tianguis aunque tenga un sentido prioritariamente instrumental, también se encuentran otros elementos de carácter cultural y social al ser considerada por sus protagonistas como una actividad de índole familiar y en la que se posee cierto margen de autocontrol sobre el trabajo, lo cual lleva a significar la ocupación como un logro en comparación con el trabajo enmarcado por relaciones sociales de subordinación capitalista, siendo otras motivaciones que alimentan esta concepción la comodidad subyacente a la ocupación así como la existencia de cierto prestigio social resultado de la persistencia en la ocupación y en el

espacio de trabajo. Bajo esta situación, la identidad colectiva construida se funda en el sentir grupal de la coparticipación de una experiencia laboral y social común, en el hecho de que la comunidad laboral se encuentra en ese espacio y en esa ocupación atendiendo a una necesidad imperiosa de subsistencia pero en la que se producen y reproducen toda una configuración de códigos subjetivos que le otorgan un sentido complejo a la actividad laboral más allá de lo puramente instrumental. Aunque, si bien, como se detalló más arriba, no se le considere al trabajo en el tianguis como alienante sino contrariamente como una forma de afirmación de su autonomía y libertad, tampoco alcanza a ser significado por los sujetos como un medio de realización, el cual más bien encuentra en otros ámbitos como el familiar o el religioso en los que es posible también la generación de una identidad colectiva entre una parte del conjunto de tianguistas, por ejemplo, a partir de la identificación que resulta de la realización de prácticas y de compartir creencias religiosas comunes.

Por otro lado, con referencia al Trabajo del tianguista como tal, a lo largo del texto se especificaron las formas que asume éste en cada caso, de lo cual partimos solamente para indicar las diferencias subyacentes así como puntualizar las implicaciones para la construcción identitaria de los sujetos.

El trabajo del tianguista es en general similar en todos los casos, sin embargo, existen algunas diferencias entre los comerciantes artesanos y los tianguistas de El Salado, a saber: por un lado, una diferencia crucial es, en los primeros, la existencia de una división interna que no es común en el resto de los tianguis de la Cd. de México: una división entre comerciantes productores y comerciantes revendedores. Por otro lado, en el contingente de tianguistas del Salado, la situación prevaleciente es la del comerciante revendedor exclusivamente. No obstante, existe una diferenciación interna basada sobre todo en el tipo de producto que se vende y la forma en que se provee de éste.

La importancia de lo anterior para la construcción identitaria radica en que, por un lado, los comerciantes artesanos al expender un solo tipo de producto –las artesanías- que no es consumido de forma masiva significan su labor como una actividad exclusiva realizada por personas con conocimientos básicos o especializados sobre lo que venden y además producen. Lo que finalmente les lleva a concebirse como una comunidad única, como un gremio particular dentro del conjunto de comerciantes de tianguis. Por otro lado, en el caso de los comerciantes del Salado el sentido de pertenencia pasa más bien por el carácter de prestigio social del espacio donde venden y la posibilidad de conducir su trabajo sin límites normativos estrictos, lo cual alimenta un tipo de

comportamiento pragmático en los comerciantes que tiende a adaptarse a las condiciones imperantes.

Ahora bien, un elemento imprescindible para explicar el proceso de trabajo del tianguista ha sido la existencia de diversas formas de control laboral, no a partir de una relación social dual, entre el capital y el trabajador, sino de una heterogeneidad de relaciones sociales de trabajo que el comerciante establece para concretar su actividad. Como se sostiene, el control hacia el trabajo del tianguista responde a la heterogeneidad de los actores con los que el comerciante sostiene una relación social laboral. La autoridad pretende ejercer un control sobre los tianguis y sus trabajadores en diferentes aspectos concernientes a su operación, aunque en la mayoría de los casos no exista una relación completamente formal entre tianguistas y gobierno, sino una relación corporativa con las organizaciones gremiales con el objetivo de preservar el orden social de la capital ante la posibilidad de acciones de inconformidad por parte del numeroso contingente de comerciantes. Esto conlleva a que el control ejercido por la autoridad en los espacios estudiados sea de carácter *difuso*; y en el caso de las Organizaciones gremiales se concrete sobre todo en la apropiación del espacio y la administración de quienes integran el tianguis con objetivos políticos y económicos.

Lo anterior es significado de forma diferente por los dos grupos de tianguistas. En el caso de los tianguistas artesanos de Coyoacán las prácticas de control llevadas a cabo por las organizaciones se conciben como deseables y correctas para el mantenimiento del orden que finalmente se traduce en la preservación del espacio de trabajo, lo cual ofrece legitimidad a los liderazgos del gremio; en el Salado, de manera opuesta, la falta de este control de parte de la Organización hacia la dinámica laboral específica es, precisamente, la fuente del consenso de la dirigencia al permitir que el espacio de posibilidades del comerciante sea mayor en cuanto a la forma de realizar su trabajo. En un caso, entonces, es el orden y el control lo que permite que al trabajo se le conciba con certeza hacia el futuro por la creencia de que el cumplimiento de la normatividad puede inhibir las causas que den lugar al desalojo definitivo de su espacio de trabajo; en el otro, es el no tener dicho control lo que permite que el trabajo se signifique como una actividad libre en lo inmediato, aunque con la incertidumbre de que este estado de cosas pueda permanecer igual en el largo plazo.

En ambas situaciones, empero, vemos a sujetos no condicionados completamente por las estructuras de su ocupación, en particular de aquellas que buscan ejercer control, sino desenvueltos dentro de un espacio de posibilidades que, aunque también acotado,

permite la definición de al menos dos formas de identidad en estos trabajadores: la referida a su trabajo y la identidad colectiva gremial. La expresión concreta de este proceso de identidad, sin embargo, marca una diferencia sustancial en ambos sujetos que explica de algún modo el por qué para unos el trabajo constituye un medio de realización y para otros, aunque concebido de forma cualitativamente superior al trabajo asalariado industrial significándolo incluso como un logro, representa en general sólo un medio de subsistencia. Dicha diferencia se basa en parte en la voluntad e intencionalidad de los sujetos con relación a su quehacer laboral del que mantienen cierto grado de autocontrol. De un lado, los artesanos aprovechan el margen de acción de su trabajo para hacerlo creativo, aprender conocimientos vinculados con él, reproducir el carácter de su ocupación en otros espacios, y, de manera importante, ser participe de las organizaciones que han construido con el fin de garantizar que sus intereses sean representados adecuadamente, es decir, que se luche por el beneficio colectivo como gremio. O sea, la identidad del sujeto está fundada en su capacidad de transformación y creación, y en la conciencia de su acción organizada como vía para afrontar los constreñimientos inmediatos que impactan el desarrollo de su trabajo que bien pudieran ser considerados como inamovibles; no obstante, lo que realmente define su identidad es el carácter cerrado, comunitario, de este grupo lo cual implica que se generen diversas prácticas de exclusión hacia sujetos externos. En otra situación encontramos a los trabajadores de el Tianguis el Salado que, en apariencia teniendo un mayor espacio de acción por la ausencia de un control gubernamental concreto y por la política de la organización de dejarlos hacer su labor en general sin restricciones, salvo las medidas básicas para poder continuar en el espacio de trabajo, su actividad laboral reviste un sentido enfáticamente instrumental aunque también conjugado con un sentido de comodidad y prestigio por permanecer en la ocupación y en particular dentro de este tianguis. De tal forma que los comerciantes hacen lo necesario para obtener y garantizar un ingreso económico, soslayando la posibilidad de enfocar creativamente su labor desviando la mirada de su trabajo como forma de realización y atribuyendo dicho significado a otros espacios y mundos de vida. La identidad de estos sujetos se forja, entonces, con relación a su ocupación al significarla como una actividad libre pero hasta cierto punto intrascendente para ellos mismos: se realiza y se genera un sentido positivo de ella porque es una fuente de ingresos y porque se posee un mayor grado de maniobra que en otros empleos, más no por reconocerla como el acto esencial en la realización de su vida. Se concibe, pues, el trabajo como un empleo más y no como un espacio de

creación. Por ende, lo que se busca es su preservación bajo las condiciones actuales sin arriesgar su actividad a lo que pudiera mostrarse como imprevisible, finalmente esta situación dada le garantiza de algún modo su sobrevivencia en el presente. De tal forma que el fundamento de su identidad colectiva es su concepción como sujeto víctima: son trabajadores que sufren las circunstancias de las decisiones del mal gobierno, de la actitud depredadora de los ricos, de la rapacidad del líder, pero que a la vez se muestran incapaces para enfrentar las condiciones en las que subyacen sino que más bien tienden a adaptarse a éstas porque en última instancia se encuentran conformes con dicha situación ante el temor de experimentar nuevos horizontes, lo cual sustenta su identidad pragmática.

Finalmente, como se pretendió denotar a lo largo del texto, las fuentes que dan origen a las diversas formas de identidad tanto en los tianguistas del Salado como en los de Coyoacán son heterogéneas y se construyen no espontáneamente sino condicionadas por una configuración societal específica, que implica una conjugación de estructuras, interacciones y subjetividades en la situación histórica concreta. De esta manera, la identidad de sujetos como los tianguistas, se conforma, en general, atendiendo a la experiencia vivida y significada en torno a lo que es su trabajo, aunque no exclusivamente sólo en él sino también en otros mundos de vida.

La identidad hacia el trabajo del tianguista, que vive y labora en condiciones generalmente precarias, se genera recurriendo a distintas motivaciones y asume características diferentes de acuerdo a las necesidades subjetivas y relacionales de los sujetos. Sin embargo, son esas mismas circunstancias de su realidad inmediata las que intervienen, en parte, para que se conforme una subjetividad específica en estos tianguistas; por otro lado, es su propia experiencia y trayectoria laboral la que hace la diferencia sustancial en la construcción del sentido de pertenencia, y en la forma en que significa su propia ocupación.

Por otro lado, la cultura y subjetividad sostenidas por los tianguistas muestran que, salvo en una situación coyuntural impactante como el caso de un posible desalojo por parte de la autoridad, el espacio de posibilidades para la acción colectiva se encuentra ampliamente limitado debido, entre otros factores, a la concentración de los trabajadores en un proceso de reproducción social cotidiano enfocando su energía y creatividad exclusivamente al desarrollo de su trabajo en una rutina permanente, situación que ha

sido útil para las estructuras organizativas, aún en el caso de un grupo sui generis como los comerciantes artesanos de Coyoacán.

Lo anterior nos permite concluir que así como para la acción colectiva no es una necesidad la existencia previa de la identidad colectiva entre los sujetos que la logran concretar, su sola existencia no presupone ni determina tampoco que los sujetos participen e impulsen acciones colectivas, al no ser la identidad por sí misma la fuente única para la construcción subjetiva de la voluntad y disposición para actuar.

Dadas estas condiciones, aún cuando los comerciantes mantengan un margen de maniobra y control sobre su trabajo que les permita construir una identidad importante hacia la ocupación, incluso con cierta capacidad creativa, así como un sentido de pertenencia colectivo como trabajadores, las expectativas laborales de ambos sujetos son bastante limitadas debido a la intención gubernamental de extremar el control de este tipo de prácticas laborales en el espacio público así como a la falta de unidad gremial motivada por la exacerbación de las diferencias y la existencia, por un lado de prácticas corporativistas de las organizaciones de tianguistas, y por otro, debido al carácter de los liderazgos de tipo autoritario y personalista que se han constituido en éstas; lo anterior de algún modo inhibe la participación colectiva de los trabajadores en sus organismos formalmente constituidos aunado a la persistencia de una cultura política gremial delegatoria y a comportamientos pragmáticos sin expectativas de largo plazo por parte de los comerciantes aunque, como se especificó, de forma gradualmente diferente en cada grupo de tianguistas de los dos espacios estudiados. Aunado a ello la propia saturación de comerciantes y de espacios de venta limita también las posibilidades para que los sujetos inmersos logren continuar subsistiendo de esta actividad de la misma forma en que pudieron hacerlo en el periodo en que se gestaron y desarrollaron, siendo lo que en realidad se genera con ello un aumento de la competencia interna, aún cuando la opción de la congregación autónoma, gracias a la existencia de la identidad colectiva entre los tianguistas, se encuentre abierta dentro del margen de lo que es posible.

Lo expuesto hasta aquí nos da pie, por último, a exponer algunas reflexiones finales:

La complejidad y, hasta cierto punto contingencia, en la realidad empírica estudiada nos permitiría afirmar que, a pesar de existir regularidades, es poco pertinente la utilización de modelos de explicación teórica generales para todos los casos, sino más bien lo

adecuado, siguiendo a un enfoque que concibe la realidad en constante devenir, es la reconstrucción teórica de acuerdo a la situación concreta del sujeto objeto estudiado.

En este sentido, la aprehensión de la realidad desde el enfoque de la Totalidad Concreta nos ha permitido arribar a una explicación integral del sujeto y a la problemática sobre la identidad colectiva encauzando el proceso de investigación, de análisis y de exposición de acuerdo a la articulación entre lo general y lo particular pero soslayando presupuestos a priori tratando con ello de captar la realidad específica en su devenir constante y, por tanto, ajustando y construyendo las categorías conceptuales pertinentes que precisamente respondan a dicha realidad concreta en movimiento. En ello, la perspectiva metodológica adoptada de la Reconstrucción Articulada ha hecho posible entender lo real considerando su carácter dialéctico desde dos dimensiones: lo dado y lo dándose. Desde el primer parámetro –lo dado- se logró dilucidar el conjunto de estructuras económicas, sociales, culturales, políticas que delimitan el curso de acción de los sujetos así como ciertas formas de entender la realidad que, en la cotidianeidad de su interacción social y vivencia, tienden justamente a reproducir el orden establecido. A la vez, al partir de *lo dado* pero atendiendo a la capacidad de agencia de los sujetos, se encuentra *lo dándose* como potenciación de lo posible con base en lo cual se ha definido la gama de límites y posibilidades tanto de su subjetividad como de su acción concreta, en la búsqueda de la constitución y afirmación como sujeto colectivo así como en la modificación de sus circunstancias históricas que representan, justamente, la negación de dicho objetivo. En esto último la pretensión epistemológica de esta investigación ha sido la de plantear *lo dado-dándose* como un abanico de posibilidades en una concepción abierta tanto de lo que es como de lo que puede ser. Para ello, la articulación con el método Configuracionista ha sido insoslayable pues con base en éste fue posible obtener un entendimiento sobre la realidad de los sujetos, e integralmente de ellos mismos, desde su complejidad inherente que ha implicado considerar aspectos subjetivos y objetivos multideterminados y por tanto, no del todo coherentes ni funcionales, como lo serían en una explicación a partir de la teoría estándar, sino partiendo del hecho de que pueden estar conectados, pero también ser contradictorios, disfuncionales, discontinuos, etc. de acuerdo al momento y situación histórica concreta, lo que implica lo construido subjetivamente por los agentes así como el espacio de posibilidades para la acción viable.

Dicho espacio, acotado por condicionamientos estructurales que, generalmente, escapan a la conciencia y voluntad de los sujetos, no implica la dirección de la acción en un solo

sentido sino en múltiples caminos posibles, y no en todos los casos se corresponde una transformación del orden establecido sino también su preservación por parte de los mismos sujetos que se encuentran subsumidos en él. La agencia entonces, no sólo es capacidad de acción para el cambio, sino también de acción e inacción para la reproducción de *lo dado*.

Todo ello nos indica, como se trató de explicar a lo largo del documento, que los sujetos distan en la realidad concreta de aquella visión romántica del actor racional. La subjetividad de los actores no es solamente cálculo y no se puede reducir a su función estrictamente cognitiva sino que existe una multideterminación en la motivación para actuar que es irreductible a una forma de pensamiento racional, en la que pueden combinarse diferentes códigos de dar significado atendiendo a diversas formas de pensar la realidad los cuales en conjunto constituyen una configuración subjetiva que orienta el sentido de la acción concreta de los sujetos para cada situación a la que se enfrentan. Así, en el caso de nuestros sujetos, su situación concreta compartida socialmente no dio lugar a la construcción de decisiones absolutamente racionales ni en lo que respecta a su elección de la ocupación ejercida, a la forma en que han significado su actividad y los mecanismos de control en ella contenidas, ni en la forma de entender y construir el orden, la organización y la acción como colectividad. En todos estos aspectos, y en general en los que se trataron durante la investigación lo que se muestra, contrariamente, es una complejidad en la manera en que los sujetos significan su experiencia inmediata, en la que se encuentran como ámbitos condicionantes diversas estructuras tales como la estructura de significados –la cultura-, la economía y el mercado de trabajo, la estructura política corporativa, entre otras que finalmente restringen el espacio de posibilidades de la acción social.

En este sentido, particularmente en la construcción identitaria pueden tener más peso las estructuras, las interacciones o la subjetividad sin que la preeminencia de una excluya a las otras sino que se articulan en un continuum dialéctico en el que, en la situación concreta, una puede condicionar más directamente un tipo de identidad que otros como resultado de una contradicción parcial o total entre éstas o bien de una coherencia y correspondencia triádica.

Esta perspectiva integral para explicar el proceso de construcción de la identidad colectiva rebasa plenamente aquellas otras que han sido predominantes durante el desarrollo moderno de la Teoría social. Las concepciones teóricas sobre la identidad

históricamente han girado en torno a visiones estructurales deterministas en las que subsisten identidades por adscripción de acuerdo al rol o a la posición dentro de la estructura social que ocupen los sujetos; visiones psicologistas en las que el énfasis identitario se da en el self interno de los sujetos prescindiendo de cualquier tipo de condicionamiento estructural o social; nociones sobre la identidad fundadas en las teorías hermenéuticas, fenomenológicas e interaccionistas, en las que las estructuras se soslayan para dar paso a la construcción identitaria a partir de la interacción social de los sujetos en los mundos de vida en cuyo caso la capacidad de intersubjetividad es imprescindible; una visión alternativa propuesta por las teorías de la agencia en las que, sin prescindir de las estructuras se rescata la capacidad de los sujetos como agentes sociales quienes a través de su praxis construyen socialmente su identidad bajo determinadas condiciones históricas; y, finalmente, la concepción neodeterminista de Sennet, Bauman y Beck sobre la fragmentación identitaria en la que la intermitencia en las trayectorias laborales de los sujetos hace imposible la consolidación de relaciones sociales interpersonales y por tanto el proceso de constitución de la identidad colectiva se inhibe manifestándose ésta última en fragmentos compartimentados no duraderos.

A diferencia de estas propuestas, y sobre todo en franca oposición con la de la fragmentación, el concepto de identidad que se manejó a lo largo de la presente investigación hace referencia a una forma de subjetividad que consiste, en su dimensión social, en la construcción de un sentido de pertenencia colectivo que define al “nosotros”, y en la dimensión personal, a un sentido de apego hacia las diversas prácticas del sujeto, pero no de forma individualista sino concretadas en el contexto de un conjunto de relaciones sociales y bajo el influjo de una estructura social dada. Sin embargo, esta concepción de identidad no se plantea con un carácter universal que prescinde de las determinaciones históricas. Al contrario, la categoría de identidad colectiva debe dar cuenta de las especificidades de cada sujeto de manera concreta, por tanto es pertinente, de acuerdo a los hallazgos encontrados, hablar en este caso de una Configuración identitaria, la cual es constituida de forma diferenciada de acuerdo a la experiencia social de los sujetos.

A diferencia del sujeto laboral clásico, cuya identidad colectiva se construía en buena medida como resultado de su rechazo a procesos de trabajo alienantes, nuestros sujetos laborales de estudio, enmarcados dentro del trabajo no clásico, basan su identidad en la afirmación de la ocupación que ejercen por la gama de ventajas que ven en ella y por aquello que motiva el sentido de satisfacción hacia su trabajo, aún cuando las

condiciones en las que se desenvuelven son sumamente precarias. Las características que subyacen a los trabajadores de esta ocupación dan lugar a un tipo específico de configuración identitaria que es común al conjunto del gremio en un nivel mediato; y de manera concreta en cada sujeto social laboral abordado se expresó una definición particular del sentido de pertenencia.

Dentro del trabajo no clásico que corresponde a nuestra investigación, la delimitación de las fronteras otrora evidentes en el mundo laboral típicamente capitalista entre el ámbito productivo y el reproductivo, así como entre el tiempo de trabajo y el tiempo de ocio, ya no son completamente claras, sino que el mundo de vida laboral se entrecruza con otros mundos de vida como la familia, la organización gremial, el esparcimiento, de tal forma que tanto dentro del espacio de trabajo como fuera de éste unos y otros se intersectan a tal grado de volverse poco pertinente definir los referentes de la identidad solamente considerando uno de ellos de forma parcial; así la identidad laboral de los sujetos, en nuestro caso, se define en correspondencia entre el mundo del trabajo y el mundo familiar, el mundo del territorio e incluso el mundo de vida religioso. Por ello es que hablamos de una Configuración de identidad pues los determinantes de los mundos de vida que la constituyen se encuentran presentes de manera permanente, aunque con mayor énfasis de uno u otro de acuerdo al momento específico.

En ese sentido, he diferenciado, en el caso específico de los sujetos que fueron estudiados, tres formas de identidad persistentes: la identidad hacia el trabajo u ocupacional, la identidad colectiva laboral, y la identidad hacia la Organización gremial. En estas tres formas identitarias se encuentran presentes determinaciones que provienen de los diferentes mundos de vida de los sujetos en cuestión. De esta manera, en la construcción de la identidad ocupacional impacta notablemente la posibilidad de inserción en el espacio y proceso de trabajo de la estructura familiar no sólo para utilizarla como fuerza de trabajo sino para aprovechar la flexibilidad de la jornada laboral para llevar a cabo actividades de reproducción social. Lo mismo ocurre con los procesos de sociabilidad y convivencia que pueden generarse como resultado de la diversidad de interacciones sociales que se concretan cotidianamente dentro del espacio de trabajo.

Igualmente para el caso de la identidad colectiva los referentes de su construcción se encuentran condicionados por una complejidad de elementos de carácter subjetivo, interactivo y estructural en diferentes mundos de vida que finalmente dan lugar a la caracterización de una forma concreta de identidad. La solidaridad, la competencia, las

prácticas religiosas, las visiones del mundo, la cultura urbana, la cultura laboral, el papel de la familia y del tiempo de ocio, son factores que coadyuvan en definitiva a que los trabajadores asuman un determinado sentido de pertenencia. El hecho de compartir comportamientos, experiencias, estilos de vida, costumbres les lleva al autoreconocimiento social como sujetos en lo cual no sólo se expresa un sentido de afirmación sino también de oposición. Finalmente, la identidad no es sólo lo que el sujeto se representa de sí mismo sino lo que los otros, sean amigos o enemigos, también representan de él.

Ahora bien, teniendo de referencia la investigación empírica realizada, podemos distinguir diversos niveles en los cuales la identidad asume definiciones específicas. En el nivel inmediato, en el que sí se define la identidad por la interacción cara a cara encontramos no una identidad entre toda la comunidad laboral sino identidades parciales o sectoriales que se caracterizan por constituir un sentimiento de pertenencia mucho más sólido que en un nivel más amplio como le explicaré más adelante. En ésta los vínculos sociales son más estrechos debido a que los procesos de comunicación y de intercambio de experiencias son más fluidos y constantes. Así, dentro del mismo ámbito del trabajo, se conforman identidades étnicas, religiosas, generacionales, de género, de estatus laboral, por ejemplo en el caso de los comerciantes artesanos existe una identidad colectiva entre los que se consideran artesanos ‘puros’ que son fabricantes de artesanías, y otra de los que se dedican solamente a la reventa, etc. En este tipo de identidad, si bien puede representarse como el primer escalón de la pirámide que conforma un sentido de pertenencia social más amplio, también es potencialmente un anclaje para no traspasar ese nivel sobre todo cuando se genera un sentido de grupo cerrado y excluyente que inhibe cualquier posibilidad de integración con instancias sociales más complejas. Esta situación en los dos casos estudiados es, como se expuso, claramente evidente dando lugar a la generación de sectarismos autoritarios al hacerse manifiesta la tensión entre el interés particular o de grupo con el interés más general, lo cual incluso puede ser fuente de conflicto.

En un nivel intermedio entre la interacción cara a cara y la realidad de tercer orden se constituye la identidad colectiva de la comunidad laboral específica. Ésta se construye a partir de los rasgos en común de los sujetos que definen su sentido de pertenencia a la colectividad. En ella, aunque interviene también la interacción cara a cara, no se reduce a este tipo de relación social sino que está condicionada por el conjunto de interacciones sociales que se concretan por sujetos que comparten el mismo espacio de trabajo y la

misma ocupación. Los códigos subjetivos que dan lugar a esta forma de identidad pueden existir de manera objetivada, por ejemplo a través del discurso y del lenguaje no verbal, pero también pueden permanecer en el plano de la conciencia e incluso ser inconsciente al propio sujeto. El entramado de significados compartido, resultante de los procesos de socialización concretados a partir de la inserción al espacio laboral y a la ocupación, son generadores de comportamientos y costumbres realizados de manera natural, consciente o inconscientemente como decía, que son comunes a la generalidad de los sujetos que conforman la comunidad. Esto permite que, en este plano y haciendo abstracción de las diferencias, por ejemplo de las identidades sectarias de las que se hablaba anteriormente, se constituya una identidad colectiva que no necesariamente pasa por el autoreconocimiento consciente de quienes la manifiestan.

Retomando lo que ya se señala anteriormente, en los dos casos estudiados la identidad colectiva construida en este nivel se da de forma diferenciada. En un grupo de trabajadores (Tianguistas de El Salado) la pertenencia grupal se manifiesta como una *identidad colectiva pragmática* en la que aquellos elementos que la definen son el conjunto de prácticas y significados en torno al trabajo y al modo de vida de los sujetos orientados con un sentido de satisfacción inmediata sin contar con una idea de proyecto hacia el futuro el cual es más bien significado con incertidumbre y cierto fatalismo, por lo cual subsiste en ellos una autoconcepción como sujetos víctimas de las injusticias por parte de diversos actores. Por lo tanto, lo que importa es el presente y la forma en que el sujeto se adapte a las circunstancias sin tener la determinación de transformarlas.

El grupo de comerciantes artesanos, por su parte, al desarrollar un carácter de exclusividad de su ocupación dieron origen a una generalización del sectarismo que es propio de los grupos más estrechos como en el caso de la identidad basada en la interacción cara a cara señalada anteriormente. El común denominador de estos trabajadores es, por un lado, la adopción de una ideología apegada a lo que se definió como contracultura y, por otro, el orgullo hacia su trabajo, tanto el de producción como el de reventa, por el tipo de mercancía que comercializan pues en ello va implicada una gama de conocimientos y habilidades de las que carece el contingente de comerciantes callejeros de otros espacios. El plusvalor de la ocupación es otorgado justamente por el nivel de cualificación con el que tienen que contar tanto para la fabricación de artesanías como para ofrecer una información específica sobre cada producto que comercializan. Lo anterior, empero, les ha llevado a pretender mantener el carácter exclusivo de su actividad para lo que han considerado como necesario el sostener un comportamiento

defensivo y excluyente hacia actores ajenos al espacio y a la ocupación, constituyéndose así en un grupo elitista y cerrado. Ante ello, los rasgos definitorios del reconocimiento mutuo y pertenencia de este grupo laboral se fundan en una idea de comunidad excepcional forjando así una *identidad colectiva comunitaria*.

Por otro lado, dentro de un nivel mediato, en una realidad de tercer orden, la construcción de la identidad colectiva puede basarse, además del cara a cara y de formas no completamente conscientes de autoreconocimiento colectivo, en la afirmación como sector social con rasgos de vida y de trabajo similares para lo cual media un ejercicio de abstracción de las diferencias con el objetivo de colocar en un primer plano lo común dentro del conjunto de distinciones. En una primera definición se establece un sentido de pertenencia hacia la totalidad del gremio, situándolo como un grupo laboral específico y con características propias: el trabajar en lugares semifijos, poseer formas de trabajo particulares, utilizar una infraestructura de trabajo simple, etc. Lo cual puede implicar una identidad histórica a través de la memoria colectiva con la versión prehispánica de estos centros de comercialización. Al mismo tiempo está presente la conciencia del gremio como una comunidad cuyos integrantes pueden ser cercanos pero también distantes, los cuales son representados como *compañeros* tanto en la imaginación como en canales mediáticos de información, constituyendo así una Configuración identitaria gremialista.

Pero, en un grado más general, subsiste en el conjunto de los trabajadores protagonistas de la presente investigación, un sentido de pertenencia más amplio no solamente con el gremio del cual forman parte sino con el conjunto de trabajadores por cuenta propia, sobre todo aquellos que son adjetivados como informales. Dentro de la gama de ocupaciones distintas sobresalen características comunes entre la generalidad de trabajadores cuentapropistas que se basan en la capacidad de autocontrol e independencia que poseen sobre su trabajo, la cual ha sido una construcción social como alternativa laboral ante un Mercado de trabajo formal excluyente o deficiente. El sentido de pertenencia colectivo que, igual que en el anterior, se genera teniendo como referencia objetivada o en la imaginación al conjunto de trabajadores por cuenta propia, se funda pues en las nociones contenidas en el imaginario colectivo de autonomía e independencia laboral. La capacidad de autoempleo que implica “ser su propio patrón”, le permite a los sujetos enmarcados en esta situación laboral, y en particular a los trabajadores a los que refiere este documento, construir una *Configuración Identitaria de Autonomía Laboral* que, de algún modo, contiene el conjunto de identidades

colectivas que se han mencionado más arriba y que en un nivel de concreción mayor pueden coexistir armoniosamente pero también articularse como oposición en una situación de conflicto latente.

En síntesis, y atendiendo al problema central de la investigación, es decir, a cómo es construida la identidad colectiva en un sector de trabajadores no clásicos, puede afirmarse que ésta se genera a partir del sentido otorgado por los sujetos a su experiencia colectiva con el objetivo de afirmarse como actor social y distinguirse a su vez de otros actores con los cuales puede o no encontrarse en una situación de oposición en los diferentes mundos de vida en los que interactúa, particularmente en nuestro caso en el mundo de vida laboral, sin que ello signifique la necesidad de la interacción cara a cara sino que el sentido de pertenencia se nutre también del imaginario de la colectividad con la que se comparten memorias, estilos de vida, formas de ser y de hacer comunes, y sobre todo un elemento ampliamente unificador que es la definición de un enemigo compartido. Lo anterior, empero, no significa que la identidad constituya una condición *sine qua non* para la acción colectiva, ésta última puede generarse sin necesariamente existir la primera y, de hecho como se explicó en el caso de los trabajadores artesanos de Coyoacán, la identidad puede forjarse al calor del movimiento aunque también puede decantarse o resignificarse debido a su carácter no preestablecido sino como proceso intersubjetivo construido socialmente.

De esta forma, las teorías *paraposmodernas* sobre la fragmentación identitaria distan mucho de significar una explicación pertinente sobre la realidad. La situación de precariedad, de debilidad de las estructuras organizativas clasistas, de la incertidumbre y falta de seguridad en el trabajo, de la flexibilidad de las relaciones laborales, de la disminución del conjunto de prestaciones sociales generalizadas en el periodo del Estado de bienestar, y en el caso mexicano del Estado social autoritario, no son sinónimo de incapacidad de los sujetos para construir identidades colectivas y menos aún de procesos de organización autónoma, pues todas esas condiciones persistieron durante una buena parte del siglo XIX, justamente cuando mayor efervescencia social, y particularmente obrera, se generó en diversas partes del mundo. Detrás de la visión fragmentaria de la identidad en realidad se encuentra una idea del sujeto como ente individualista y ahistórico el cual es posible, según esta corriente, que prescindiera de su existencia social solamente al ya no compartir de forma duradera un mismo espacio laboral colectivamente, soslayando una realidad de segundo y tercer orden que sí puede encontrarse en la conciencia de los sujetos y que, de algún modo, alimente la generación

de un sentido de pertenencia colectivo sin que la distancia geográfica e histórica sea un obstáculo para ello. Finalmente, como afirma Marx: “La esencia humana no es algo abstracto e inmanente a cada individuo. Es, en su realidad, el conjunto de las relaciones sociales.”

BIBLIOGRAFÍA

- Adorno, Theodor W. Y Max Horkheimer (1989) *Sociológica*. España, Taurus.
- Agustín, José (1996) *La contracultura en México*. México, Grijalbo.
- Alanís, Úrsula (2010) *La gestión del espacio público para la operación del comercio en vía pública. Un estudio de caso, el Tianguis el Salado*. México, Tesis de Maestría en Planeación y Políticas Metropolitanas, UAM Azcapotzalco.
- Alarcón, Sandra (2008) *El tianguis global*. México, Universidad Iberoamericana.
- Alberoni, Francesco (1984) *Movimiento e Institución. Teoría General*. Editorial Nacional.
- Alexander, J. C (2000) *Sociología cultural*. Barcelona, Antropos.
- Alexander, J.C. (1989) *Las Teorías sociológicas desde la Segunda Guerra Mundial: análisis multidimensional*. Barcelona, Gedisa.
- Almond, Gabriel y Sidney Verba (1970) *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en cinco naciones*. Madrid, Fundación de Estudios sociales y de Sociología Aplicada.
- Althusser, Louis (1995) *Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado. Freud y Lacán*. México, Nueva Visión.
- Álvarez Santaló, Carlos, Má Jesús Buxó, et.al. (1989) *La religiosidad popular*. Antropología e historia. Barcelona, Antropos.
- Anderson, N. (1975): *Sociología del ocio y el trabajo*, Madrid, Revista de Derecho Privado.
- Archer, Margaret (1997) *Cultura y Teoría social*. Buenos Aires, Nueva Visión.
- Ariza, Marina (2006). "Mercados de trabajo urbanos y desigualdad de género en México a principios del siglo XXI." en Enrique de la Garza y Carlos Salas (Coords.) *La situación del trabajo en México, 2006*. México, UAM, IET, Solidarity Center, Plaza y Valdés.: 377-411.
- Arriagada, Irma (2004). "Dimensiones de la pobreza y políticas desde una perspectiva de género", en CEPAL, *Proyecto de gobernabilidad democrática e igualdad de género en América Latina y el Caribe*, San José, Costa Rica, FLACSO/Banco Mundial.

- Ayer, A.J.(comp.) (1986). *El positivismo lógico*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Balwin, E. (1999), “What is culture” en *Cultural Studies*. Georgia, University of Georgia Press.
- Barbosa Cruz, Mario (2008) *El trabajo en las calles. Subsistencia y negociación política en la Ciudad de México a comienzos del siglo XX*. México, COLMEX-UAMC
- Barreto Ghione, Hugo. (1999). *Concepto y dimensiones del trabajo decente: entre la protección social básica y la participación de los trabajadores en la empresa*.
- Baudrillard, Jean (1983) *Cultura y Simulacro*. Barcelona, Kairós.
- Bauman, Zygmunt (1999) *La cultura como praxis*. Buenos Aires, Paidós.
- Bauman, Zygmunt (2001) *La sociedad individualizada*. Madrid, Cátedra.
- Bauman, Zygmunt (2005) *Identidad*. Barcelona, Losada.
- Bauman, Zygmunt y Keith Tester (2002) *La ambivalencia de la modernidad y otras conversaciones*. Barcelona, Paidós.
- Beck, Ulrich (1992): *La sociedad de Riesgo*. México, Paidós.
- Beck, Ulrich (2000): *Un nuevo mundo feliz. La precariedad del trabajo en la era de la globalización*. México, Paidós.
- Beck, Ulrich (2003) *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. Barcelona, Paidós.
- Becker, Gary (1983) “Inversión en capital humano e ingresos”, en Tohaira, Luis (comp.) *El mercado de trabajo: teorías y aplicaciones*. Madrid, Alianza Universidad.
- Bejar, Helena (2007) *Identidades inciertas: Zygmunt Bauman*. Barcelona, Herder.
- Bell, Daniel (1988) *Las contradicciones culturales del capitalismo contemporáneo*. México, Alianza Editorial.
- Benites, Marcela (1990) “Hogares y Fuerza de Trabajo en época de crisis” en Cortés, Fernando y Oscar Cuellar: *Crisis y Reproducción social. Los comerciantes del sector informal*. México, FLACSO/PORRÚA.

Berger, Marguerite (1988). "Introducción. La mujer en el sector informal". en Marguerite Berger *La mujer en el sector informal. Trabajo femenino y microempresa en América Latina*. Venezuela, Nueva Sociedad.

Berger, Peter (1967) *Para una teoría sociológica de la religión*. Barcelona, Kairós.

Berger, Peter y T. Luckman (2001) *La Construcción social de la realidad*. México, Amorrortu.

Betances, Emelio (1988) "La concepción ampliada del Estado en Gramsci" en D. Kanoussi y J. Mena (Comps.) *Filosofía y política en el pensamiento de Gramsci*. México, Ediciones de Cultura Popular.

Birkbeck, Chris (1978) "Self Employed Proletarians in an Informal Factori: The case of Cali's Garbage Dump" en *World Development* 6, septiembre-octubre de 1978, pp. 1173-85.

Bobbio, Norberto, et. al. (2002) *Diccionario de Política*. México, Siglo XXI.

Bonafé, Juliette (2005) El comercio informal en el Bosque de Chapultepec", en *Memoria del Seminario El ambulante en la Ciudad de México: investigaciones recientes*. México, UNAM-CEMCA.

Borderías, C. (1996) "Identidad femenina y recomposición del trabajo" en A. Rodríguez, et. al. *El futuro del trabajo, Reorganizar y repartir desde la perspectiva de las mujeres*. Bilbao, España: Bakeaz.

Bott, Elizabeth (1990). *Familia y red social*. Madrid, Taurus.

Bourideu, Pierre (1980) *La distinción*. Madrid, Taurus.

Bourdieu, Pierre (1990) *Sociología y cultura*. México, Grijalbo/CNCA.

Bourdieu, P. (1998) *El Sentido práctico*. Madrid, Taurus.

Bourdieu, P. y Wacquant L. J. D. (1995) *Respuestas, por una antropología reflexiva*. México, Grijalbo.

Braudel Fernand (1986): *Una Lección de Historia*. México, Fondo de Cultura Económica.

Braverman, Harry (1984). *Trabajo y capital monopolista*. México, Ed. Nuestro Tiempo.

Burawoy, Michael (1989). *El consentimiento en la producción*. España, Ministerio del Trabajo y Seguridad Social.

Burnett, Edward (1977) *Cultura Primitiva*. Madrid, Ed. Ayuso.

Caamaño Rojo, Eduardo (2005). "Las transformaciones del trabajo, la crisis de la relación laboral normal y el desarrollo del empleo atípico." En *Revista Derecho* 18, No. 1: 25-53.

CANACO (1987), *El comercio ambulante en la ciudad de México*, México, Cámara Nacional de Comercio.

Castells, Manuel (1999): *La era de la Información. El poder de la identidad*, Vol. II., Siglo XXI. México.

Castillo Palma, Norma Angélica (1983) *Migración y transformación ocupacional en Iztapalapa (1930-1950): Un impacto de la urbanización de la Ciudad de México*. Tesis de Maestría en Historia. México, UAM Iztapalapa.

Castro Martínez, Antonio (2004) *El comercio informal en la ciudad de México. Un acercamiento a los 'tianguis'*. México, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM.

Castro Nieto, Gillermina G. (1990) Intermedarismo político y sector informal: el comercio ambulante en Tepito. *Nueva Antropología*, Vol. XI, No. 37, México.

Chartier, Roger (1995) *El mundo como representación*. Madrid, Gedisa.

Chiarello, Franco (1994) "Economía informal, familia y redes sociales" en Millán, René (Coord.) *Solidaridad y reproducción informal de recursos*. México, IIS UNAM.

Chiu Amparán, Aquiles (coord.)(2002): *Sociología de la Identidad*. UAMI, México

Christopherson, S. (1994), "The fortress city: privatized spaces, consumer citizenship", en A. Amin (ed.), *Post-fordism: a reader*, Oxford, Blackwell Publishers.

Cicourel, A. (1996) *Cognitive Sociology*. Nueva York, The Free Press.

Cisneros Sosa, Armando (1999) "Interaccionismo simbólico, un pragmatismo acríptico en el terreno de los Movimientos sociales" en *Sociológica*, año 14, núm. 41. México, UAM-A.

Cisneros, José Luis y José Antonio Rosique (2003) "Espacio y Delincuencia: Geografía del conflicto en Iztapalapa", en *Revista Veredas*, año 4, México, UAM-X.

Cohen, Ira J. (1987): "Teoría de la estructuración y Praxis social" en Anthony Giddens: *La Teoría social hoy*. México, Alianza Editorial.

Coleman, James (1990), *Foundations of Social Theory*. Cambridge, Belknap Press of Harvard University Press.

Collins, R. (1995) *Cuatro Tradiciones Sociológicas*. México, UAM.

Contreras Soto, R. (Coord.) (2007) *Mercados Itinerantes - Tianguis*, Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2007b/296/

Contreras, Victoria (1988). *Sobrevivir en la calle. El comercio ambulante en Santiago*. Santiago de Chile: Programa Regional de Empleo para América Latina y el Caribe.

Coriat, Benjamin. (1982). *El taller y el cronómetro. Ensayo sobre el taylorismo, el fordismo y la producción en masa*. México, Siglo XXI.

Cornelius, Wayne (1975) *Los Inmigrantes pobres en la Ciudad de México y la política*. México, Fondo de Cultura Económica.

Correia de Andrade, Manuel (1996) "Territorialidades, desterritorialidades, novas territorialidades: os limites do poder nacional, e do poder local." en *Territorio: Globalização e Fragmentação*. São Paulo, Editora Hucitec, pp. 213-220.

Cortes, Fernando (1990) *Crisis y Reproducción social: los comerciantes del sector informal*. México, FLACSO-PORRUA.

Cortes, Fernando (1991). *De Marginal a Informal: el Desarrollo de la Discusión en América Latina*, en Schatan, J.; Orsatti, A. *El Sector Informal en América Latina*. México, CIDE-Fundación Fiedrich Nauman.

Crompton, Rosemary (2002). "Employment, flexible working and the family." *British Journal of Sociology*_53, Núm. 4, Diciembre: 537-558.

Cross, John C. (1997) "Debilitando al clientelismo: la formalización del ambulante en la ciudad de México" en *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 59, No. 4. (Oct. - Dec., 1997).

Cross, John (1996) "El desalojo de los vendedores ambulantes: paralelismos históricos de la Ciudad de México". *Revista Mexicana de Sociología*, Abril-Junio, año LVIII, No. 2.

Cross, John C. (1998) "Co-optation, Competition, and Resistance: State and Street Vendors in Mexico City" en *Latin American Perspectives*, Vol. 25, No. 2, The Urban Informal Sector.

Dahl, R. A. (1968) "Power" en *International Encyclopedia of the Social Sciences*. Nueva York.

Damián, Araceli (2002) "La pobreza del tiempo. Una revisión metodológica", en *Estudios Demográficos y Urbanos*, México.

Damián, Araceli (2003) "Tendencias recientes de la pobreza con enfoque de género en América Latina", *Papeles de población*, Nueva Época, año 9, núm. 38.

Darnton, Robert (2005) *La gran matanza de gatos y otros episodios en la historia de la cultura francesa*. México, FCE.

De Gortari Rabiela, Hira y Regina Hernández F. (1988) *Memoria y Encuentros. La ciudad de México y el Distrito Federal (1824-1928)*. México, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.

De Grip, Andries, Jeroen Hoevenberg. (1997). Atypical employment in the European Union. *International Labour Review*. 136: 49-71.

De la Garza Toledo, Enrique (1983) *El método del concreto-abstracto-concreto*. México, UAM.

De la Garza Toledo, Enrique (1989) *Un paradigma para el análisis de la clase obrera*. México, UAM-I.

De la Garza Toledo, Enrique (1991) "Cultura y crisis del corporativismo en México" en Barros Horcasitas J. L, et. al. *Transición a la democracia y Reforma del Estado en México*. México, Porrúa-FLACSO.

De la Garza Toledo, Enrique (1992) *Crisis y sujetos sociales en México*. México, Miguel Ángel Porrúa.

De la Garza Toledo, Enrique (1994) "Corporativismo. Teoría y transformación", en Revista *Iztapalapa* núm. 34, Julio-Diciembre.

De la Garza Toledo, Enrique, et. al. (Comps.)(1997) *Los estudios sobre la cultura obrera en México*. México, UAM, CNCA.

De la Garza Toledo, Enrique (2000). "Las teorías sobre la reestructuración productiva y América Latina" en Enrique de la Garza Toledo (coord.) *Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo*. México, El Colegio de México, FLACSO, UAM, FCE.: 716-734.

De la Garza Toledo, Enrique (2001) *Subjetividad, cultura y estructura*. Iztapalapa, México, 21, 50, Enero-junio.

De la Garza Toledo, Enrique (2001a) "Problemas clásicos y actuales de la crisis del Trabajo" en E. de la Garza y J.C. Neffa (comps.), *El trabajo del futuro, el futuro del trabajo*. Buenos Aires, CLACSO.

De la Garza Toledo, Enrique (2001b) "Notas acerca de la construcción social del mercado de trabajo." en *Nuevas realidades y dilemas teóricos en la Sociología del Trabajo*, Plaza y Valdez - UAM.

De la Garza Toledo, Enrique (Comp.), (2005), *Sindicatos y nuevos movimientos sociales en América Latina*. Buenos Aires, CLACSO.

De la Garza Toledo, Enrique (2006) "Del concepto ampliado de trabajo al de sujeto laboral ampliado en Enrique de la Garza (coord.) *Teorías sociales y Estudios del trabajo: nuevos enfoques*. México, Anthropos-UAM.

De la Garza Toledo, Enrique (2006a): "Neoinstitucionalismo, ¿alternativa a la elección racional?: una discusión entre la Economía y la Sociología" en Enrique de la Garza (coord.) *Teorías Sociales y Estudios del Trabajo: Nuevos enfoques*. (México, Ed. Anthropos-UAMI)

De la Garza Toledo, Enrique (Coord.) (2006b) *Teorías sociales y Estudios del trabajo: Nuevos enfoques*. México, Anthropos-UAM I.

De la Garza Toledo, Enrique., et al (2007) *Trabajo atípico, ¿Identidad o Fragmentación?: alternativas de análisis*. México, D.F.: <http://www.izt.uam.mx/alast>.

De la Garza Toledo, Enrique, et. al. (2008), *Crítica de la razón paraposmoderna*, Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo, Año 13, No. 19, México, ALAST.

De la Garza Toledo, Enrique (2010) *Hacia un concepto ampliado de trabajo. Del concepto clásico al no clásico*. México, Anthropos-UAM I.

De la Garza, Enrique, Gayosso, J. L. y Moreno, S. (2010a), "La querrela de la identidad ¿Pasado sistémico, presente fragmentario?", en De la Garza Toledo, Enrique *Hacia un concepto ampliado de trabajo*. México, Anthropos-UAMI.

De la Garza, Enrique y Julios Cesar Neffa (Coord.) (2010b) *Trabajo, identidad y acción colectiva*. Clacso, UAM, Plaza y Valdez.

De la Peña, Guillermo y Juan Manuel Durán (comp.) (1990) *Crisis, conflicto y sobrevivencia. Estudios sobre la sociedad urbana en México*. Jalisco, México, Universidad de Guadalajara/CIESAS

De la Rocha, Mercedes, Agustín Escobar y María de la O Martínez Castellanos (1990). “Estrategias de supervivencia versus conflicto: reflexiones para el estudio del grupo doméstico en época de crisis. Guillermo de la Peña, Juan Manuel Durán (comp.). *Crisis, conflicto y sobrevivencia. Estudios sobre la sociedad urbana en México*. Guadalajara, Jalisco. Universidad de Guadalajara/CIESAS, pp. 351-104

De Oliveira, Orlandina (2000) “Transformaciones socioeconómicas, familia y condición femenina”, en Ma. de la Paz López y Vania Salles (comps.) *Familia, género y pobreza*. México, Miguel Angel Porrúa.

De Soto, Hernando (1987) *El otro sendero*. México, Instituto Libertad y democracia.

Della Giusta, Marina (2001) “Redes sociales y la creación del capital social”, en *Trabajo*, 2, no. 4, 35-66.

Della Volpe, Galvano (1972) *Rousseau y Marx*. Barcelona, Martínez Roca.

DESAL (1965) *América Latina y Desarrollo social*. Barcelona, Herder.

Diani, M. (1992) “The concept of social Movements” en *The Sociological Review*, No. 4.

Díez-Gutiérrez Jorge (1981). *Crónica del Comercio Prehispánico*. México: Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México.

Di Meo, Guy (1999), « Géographies tranquilles du quotidien. Une analyse de la contribution des sciences sociales et de la géographie à l'étude des pratiques spatiales », *Cahiers de Géographie du Québec*, Volume 43, n° 118, avril.

Doeringer, Peter B. Y Piore, Michael J. (1983) “Los mercados internos de trabajo” en Tohaira, Luis (comp.) *El mercado de trabajo: teorías y aplicaciones*. Madrid, Alianza Universidad.

Dubar, Claude (1991) *La socialisation, Construction des identités sociales et professionnelles*. Paris, Armand Colin.

Dubar, Claude (2001) “El trabajo y las identidades profesionales y personales”. *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*. Año 7, n°13. Buenos Aires 2001.

- Dubar, Claude (2003) *La crisis de las identidades*. Barcelona, Bella-Taurus.
- Dubet, F. (1989) "De la sociología de la identidad a la sociología del sujeto" en *Estudios sociológicos* Vol. VII, No. 21.
- Duhau, Emilio y Ángela Giglia (2004) "Conflictos por el espacio y Orden urbano" en *Estudios Demográficos y Urbanos*, mayo-agosto, número 056. El Colegio de México, A.C., D.F. México, pp. 257-288.
- Dumazedier, J, et al. (1971): *Ocio y sociedad de clases*, Barcelona, Fontanella.
- Dumazedier, J. (1968): *Hacia una civilización del Ocio*, Estela.
- Dunlop, John, (1978), *Sistemas de Relaciones Industriales*, Barcelona, Ed. Península
- Durkheim, E. (1990) *Las Reglas del Método Sociológico*. México, Quinto Sol.
- Durkheim, E. (1978) *Las formas elementales de la vida religiosa*. México, Premiá.
- Duverger, Maurice (1983). *Sociología de la política*. México, Ed. Ariel.
- Edwards, R. (1983). "Conflicto y control en el lugar de trabajo" en Luis Tohaira (Comp.). *El mercado de trabajo: teorías y aplicaciones*. Madrid, Alianza Editorial: 141-155.
- Elster, Jon (1997), *El cemento de la sociedad*. Barcelona, Gedisa.
- Engels, Federico (1983) *El origen de la familia, la propiedad privada y el Estado*. México, Editores Mexicanos Unidos.
- Escobar Melo, Fanny (2009) *Historia, tradición y organización comunitaria en los pueblos originarios de Iztapalapa: continuidad, transformación y la construcción de identidades*. Tesina de Maestría en Ciencias Antropológicas. México, UAM Iztapalapa.
- Escobar, Silvia (1988). "El comercio en pequeña escala en la ciudad de La Paz, Bolivia." en Marguerite Berger *La mujer en el sector informal. Trabajo femenino y microempresa en América Latina*. Venezuela, Nueva Sociedad.
- Escobedo, Yabar; Norma Estela (1990). *El comercio de subsistencia en México y Perú. Período 1976-1998*. Tesis de doctorado. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.
- Etzioni, Amitai (1972) *Organizaciones modernas*. México, UTEHA.

Eyerman, Ron y Andrew Jameson (1991) *Social Movements. A cognitive approach*. Pennsylvania State University Press.

Farné, Stefano. (2002). Estudio sobre la calidad del empleo en Colombia. Bogota, Colombia., Departamento de Seguridad social y mercado de trabajo.

Featherstone, M. (1991). *Consumer culture and postmodernism*. Londres y Newbury Park: Sage Publications.

Febvre, Lucien (1942) *Le Probleme de l'Incroyance au XVI Siècle. La Religión de Rabelais*.

Ferraro, Joseph (2006) "Sociología de la religión" en De la Garza, Enrique (coord.) *Tratado Latinoamericano de Sociología*. Ed. Antrhopos-UAMI.

Foucault, M. (1978) Un diálogo sobre el poder en Miguel Morey *Sexo, poder y verdad. Conversaciones con Michel Foucault*. Barcelona, Cuadernos materiales (ed.) 67-81

Foucault, Michel (1979). *Microfísica del poder*. España, Las Ediciones de la Piqueta.

Foucault, M. (1988) "El sujeto y el poder" en Hubert Dreyfus y Paul Rabinow, *Más allá del estructuralismo y la hermenéutica*, Epílogo, México, UNAM.

Frazer, James G. (1951) *La rama dorada, magia y religión*. FCE, México.

Freytes Frey, Ada Cora (2004): "Las dimensiones biográfica y relacional de la identidad profesional. Un estudio de caso con los docentes del 3º ciclo de la EGB" en Battistini, Osvaldo R.(2004): *El trabajo frente al espejo. Continuidades y rupturas en los procesos de construcción identitaria de los trabajadores*. Prometeo Libros, Argentina

Friedmann, Georges y Angela Muller (1963) "El Ocio en el Mundo del Automatismo" en *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 25, No. 3 (Sep. - Dec., 1963), pp. 901-909. Universidad Nacional Autónoma de México

Friedmann, G. y P. Naville (1971) *Tratado de Sociología del trabajo*. Vol. II, FCE, México.

Friedrich, Paul (1968) "The Legitimacy of a Cacique" en Marc J. Swartz *Local-level Politics: social and cultural perspectives*, Aldine, Chicago.

Fyfe, N. (1998), "Introduction: reading the street", en N. Fyfe (ed.), *Images of the street: planning, identity and control in public space*, Nueva York, Routledge.

Fyfe, N. y J. Bannister (1998), "The eyes upon the street: closed-circuit television surveillance and the city", en N. Fyfe (ed.), *Images of the street: planning, identity and control in public space*, Nueva York, Routledge.

García Brigida y Orlandina de Oliveira (1998): “La participación femenina en los mercados de trabajo” en *Revista Trabajo*, Año 1, núm. 1, pp. 139-161.

García García, J. L. (1989): “El contexto de la religiosidad popular”. En Álvarez Santaló, M.J. Buxó i Rey y S. Rodríguez Becerra (coords.) *La Religiosidad Popular*. Vol I, Anthropos, Barcelona.

García, Brigida (2007): “La situación laboral precaria: marcos conceptuales y ejes analíticos pertinentes” en *Revista Trabajo*, 23-51.

García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos culturales de la globalización*. México, Grijalbo.

Garfinkel, Harold (2006) *Estudios en Etnometodología*. Barcelona, Anthropos.

Garibay K., Angel Maria (1961). *Vida económica de Tenochtitlan. Los pochtecas*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Seminario de cultura náhuatl. Gedisa.

Gayosso R., José Luis (2009) “Los tianguistas de la Ciudad de México: de informales a trabajadores atípicos” en *Revista Iztapalapa* No. 66, año 30, enero-junio de 2009, UAM I, pp. 53-67.

Geertz, Clifford (2003) *La interpretación de las culturas*. Barcelona, Gedisa.

Geiger, Pedro (1996). “Des-territorialización e espacialización”. En *Territorio: Globalización e Fragmentación*. São Paulo, Ed. Hucitec.

Gergen, K.J. (1997) *El yo saturado*. Barcelona, Paidós.

Gibaja, Regina E (1972) “Religion y Secularización entre campesinos y obreros” en *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 34, No. 2 (Apr. - Jun.,1972), Universidad Nacional Autónoma de México.

Giddens, Anthony (1989) *Las Nuevas Reglas del Método Sociológico*. Buenos Aires, Amorrortu.

Giddens, Anthony (1998): *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires, Amorrortu Editores.

Giménez, Gilberto (1978) *Cultura popular y religión en el Anáhuac*. México, CEE.

Giménez Montiel, Gilberto (1989). *Poder, estado y discurso*. México, UNAM.

Giménez Montiel, Gilberto (2004): "Cultura, identidad y metropolitanismo global" en: María Eugenia Sánchez Díaz de Rivera (coord.), *Las universidades de América Latina en la construcción de una globalización alternativa*, Puebla, México: Universidad Iberoamericana Puebla / Universidad Iberoamericana León / Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

Giménez, Montiel, Gilberto (2001) *Materiales para una teoría de las identidades sociales*. México, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.

Giménez Montiel, Gilberto (2006): *La cultura como identidad y la identidad como cultura* en www.gimenez.com.mx Instituto de Investigaciones sociales. México, UNAM.

Godelier, Maurice (1989): *Lo ideal y lo material*. Madrid, Taurus.

Goffman, Erving (1981): *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, Amorrortu Editores.

González de la Rocha, Mercedes y Agustín Escobar Latapí. (2006). "Familia, trabajo y sociedad: el caso de México." en Enrique de la Garza (coord.) *Teorías sociales y estudios del trabajo: Nuevos enfoques*. México, Anthropos-UAMI.

González, Fernando (2002) *Sujeto y subjetividad*. México, Internat. Thomson Edit.

González Martínez, José Luis (1998) "El cristianismo y el desarrollo de la subjetividad en Occidente: el caso de la religión popular" *Revista Tramas* núm. 13, UAM-X, México, PP 57-78.

Gramsci, Antonio (1978) *Notas sobre Maquiavelo, sobre política y sobre el Estado Moderno*. México, Juan Pablos Ed.

Gramsci, Antonio (1981) *Escritos Políticos (1917-1936)*. México, Cuadernos de Pasado y Presente N° 54,1981.

Gramsci, Antonio (1986) *Antología*. Selección, traducción y notas de Manuel Sacristán. México, Siglo XXI.

Gramsci, Antonio (1986) *Cuadernos de la Cárcel*. México, Ed. ERA.

Granovetter, Mark S. (1985) "Economic action and Social Structure: the problem of embeddedness", en *American Journal of Sociology*, 91: 481-510.

Granovetter, Mark S. (1992) "Economic Institutions and Social Constructions: A framework for Analysis" en *Acta Sociológica* 35: 3-11.

- Gruzinski, Serge (2004) *La ciudad de México: Una historia*. México, FCE.
- Guadarrama, Rocío (1995) “De la cultura obrera a las culturas laborales: reseña de un debate” en *El Cotidiano*, no. 73, nov-dic 1995.
- Guadarrama Olivera, Rocío (1997). "Paradigmas y realidades de los movimientos sociales." *Estudios Sociológicos XV*, núm. 44: 559-576.
- Guadarrama, Rocío (2007) “Estereotipos, transacciones y rupturas en los significados del trabajo femenino” en Guadarrama, R. y Torres, J.L. (coord.), *Los significados del trabajo femenino en el tiempo global*. Madrid, Universidad Autónoma Metropolitana/Editorial Anthropos.
- Gurr, Ted (1970) *Why men Rebel*. Princeton, Princeton University Press.
- Gutiérrez, Felipe (coord.) (1996). *Comercio Informal en la Vía Pública de la Ciudad de México (Ambulantaje). Un acercamiento y visión a futuro*. México, Colegio de Arquitectos de la Ciudad de México, A. C.–Sociedad de Arquitectos Mexicanos, A.C.
- Habermas, Jürgen (1987) *Teoría de la acción comunicativa Vol. I y II. Crítica de la razón funcionalista*. Madrid, Taurus.
- Habermas, Jürgen (1996). *La lógica de las ciencias sociales*, Madrid-España.
- Harvey D. (1990) *Between space and time: reflections on the geographical imagination*. *Ann Assoc. Am. Geog.* 80 (3): 418-434.
- Hayek, Friedrich (1980) “El ideal democrático y la contención del poder” en *Estudios Públicos*, núm. 1, Centro de Estudios públicos, Santiago.
- Heberle, Rudolf (1951) *Social Movements: An Introduction to Political Sociology*. Louisiana State University.
- Helmke, Gretchen y Steven Levitsky (2004), “Informal Institutions and comparative politics: a research agenda”, en *Perspectives on politics*, diciembre, vol. 2, No. 4, pp.725-740.
- Hernández Laos, Enrique (2003) “Distribución del ingreso y pobreza” en De la Garza, Enrique y Carlos Salas (coords.) *La situación del trabajo en México en 2003*. México, UAM-I, Plaza y Valdés.

Hernández Peña, Patricia, et.al. (1999) *Condiciones de trabajo, fatiga laboral y bajo peso al nacer en vendedoras ambulantes*. Salud Pública de México, vol.41, no.2, marzo-abril de 1999

Herrera Lima, Fernando (2005). *Vidas itinerantes en un espacio laboral transnacional*. México, UAM.

Herrera Medina, Ma. De la Paz (1997) *Consecuencias ambivalentes del comercio informal. Estrategias para el uso comercial de la calle*. Tesis de Licenciatura en Administración. UAM.

Hirata, Helena (1998) “Reestructuración productiva, trabajo y relaciones de género.” *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*.

Hoggart, Richard (1990) *La cultura obrera en la sociedad de masas*. México, Grijalbo.

Jameson, F. (1998) *Teoría de la Posmodernidad*. Madrid, Trotta.

Jenkins, J.C. (1983) “Resource Mobilization. Theory and the Study of social Movements”. *Annual Review of Sociology*, No. 9.

Johnston, H., Enrique Laraña y J. Gusfield (2001): “Identidades, ideologías y vida cotidiana en los nuevos movimientos sociales” en Laraña y Gusfield (Eds.): *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad*. Madrid, CIS.

Jusidman, Clara (2002): “Familia y cultura laboral. Trabajo doméstico y extradoméstico” en Revista *Demos* No. 15 Enero-Diciembre, México.

Kaztman, Rubén y J. Luis Reyna (1979) *Fuerza de trabajo y movimientos laborales en América Latina*. México, COLMEX.

Kerr, Clark (1954) “The Balkanization of labor markets”, en Clark Kerr, *Labor Markets and wage determination*. Los Angeles, University of California Press.

Klandermans, B. (1997) *The social psychology of protest*. Oxford, Basil Blackwell

Knight, Alán (2000) “Cultura política y caciquismo” en Revista *Letras Libres*, Diciembre de 2000.

Konstantinov, F. V. (1976) *Fundamentos de Filosofía Marxista*. México, Grijalbo.

Kornhauser, William (1959) *The politics of Mass society*. Glencoe Free Press.

Lafargue, Paul (1970) *El Derecho a la Pereza*, México, Grijalbo.

- Lanfant, M.F. (1978): *Sociología del ocio*, Madrid, Ediciones Península
- Lefebvre, H. (1972): *La vida cotidiana en el mundo moderno*, Madrid, Alianza Editorial.
- Lefebvre H. (1974), *La producción del espacio*. España, Anthropos.
- Lenin, Vladimir I. (1979) ¿Qué hacer? URSS, Progreso.
- León-Portilla, Miguel (1985). *Tonalamatl de los pochteca: código mesoamericano*. "Fejervary-Mayer". México: Celanese Mexicana.
- Leyva Piña, Marco Antonio (1995) *Poder y Dominación en Ferrocarriles Nacionales de México: 1970/1988*. México, UAM.
- Lindón, Alicia. (2006). "Geografía urbana: Una mirada desde América Latina." en Alicia Lindón y Daniel Hiernaux. *Tratado de Geografía humana*. México, Anthropos.
- Lynd, H. (1937) *Middletown in Transition*, Hartcour Brade & Co. Nueva York.
- Lomnitz Adler, Larissa (1977) *Networks and Marginality, life in a Mexican Shantytown*. Nueva York, Academic Press.
- Lomnitz Adler, Larissa (1987) *Cómo sobreviven los marginados*. México, Siglo XXI.
- Lomnitz Adler, Larissa (1994) *Redes sociales, cultura y Poder: ensayos de antropología latinoamericana*. México, Flacso-Porrúa.
- Lukacs, George (1970) *Historia y conciencia de clase*. Cuba, Editorial de Ciencias Sociales.
- Lukes, Steven (1974). *Power: A Radical View*. London. Macmillan
- Lyotard, J. F. (1994) *La condición post moderna*. Madrid, Tecnos.
- McAdam, Doug. (1994). "Cultura y movimientos sociales". En Enrique Laraña y Joseph Gusfield (eds.) *Los Nuevos Movimientos Sociales. De la ideología a la identidad*, pp. 43-67. CIS, Madrid
- McCann, E. (1999), "Race, protest and public space: contextualizing Lefebvre in the US city", *Antipode*, núm. 31, pp. 163-184.
- McCarthy, J. D. y Zald, M. N. (1977) "Resource Mobilization and social Movements: A partial Theory" en *American Journal of Sociology*, No. 82.

MacLeod, G. (2001), "Renaissanciation, homelessness, and exclusionary citizenship: Unraveling the contours of a 'revanchist' urbanism". Paper presented for session 3.1 in the 97th Annual Meeting of the Association of American Geographers. February 27-March 3, 2001.

Mannheim, Karl (2005) *Diagnóstico de nuestro tiempo*. México, FCE.

Marcuse, Herbert (1993) *El Hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. México, Planeta.

Maruani, Margaret (1988) "Sociología del Empleo: Una investigación en las fronteras de la empresa" en *Sociología del Trabajo*, núm. 4, pp. 67-77.

Marx, Carlos y Federico Engels (1982) *La Ideología Alemana*. La Habana, Editorial Pueblo y Educación.

Marx, Carlos (1987) *Marx, Escritos de Juventud*. México, FCE.

Marx, Carlos (1988): *El dieciocho brumario de Luis Bonaparte*. México, Grijalbo.

Marroquín, Enrique (1992) *El botín sagrado. La dinámica religiosa en Oaxaca.- México: IISUABJO*.

Manuel Marzal (1994) *Rostros indios de Dios*. México, UJA.

Marzal, Manuel (1988) "La configuración de la espiritualidad cultural y popular en un barrio marginal de la Gran Lima" en *La palabra y el Hombre*, núm. 68.

Masseroni, Susana (1997). "Inserción laboral de mujeres pobres: un estudio sobre los factores condicionantes". *Papeles de población*, octubre/diciembre, núm. 14, Universidad Autónoma del Estado de México.

Massey, Doreen; Tees, Pat. (Edit.) (1995) *A place in the world?; Places, Cultures and Globalization*. Oxford, Oxford University Press/Open University.

Mayntz, Renate (1972) *Sociología de la organización*. Madrid, Alianza Editorial.

Mead, G.H. (1993) *Espíritu, persona y sociedad. Desde el punto de vista del conductismo social*. México, Paidós.

Mead y Wolfenstein (1955) *Fun morality, an analysis of recent child training literature. Childhood in contemporary culture*. Chicago, University of Chicago Press.

Melucci, Alberto, (1980) "The new social movements: a theoretical approach", en *Social Science Information*, Núm 19.2.

Melucci, Alberto, (1989), *Nomads of the present*. Philadelphia: Temple University Press.

Melucci, Alberto (1994) "Asumir un compromiso. Identidad y movilización en los movimientos sociales" en *Zona Abierta: Movimientos sociales, acción e identidad*. Madrid, No. 69

Melucci, Alberto (2001) *Challenging Codes. Collective action on the information age*. Cambridge. Cambridge University Press.

Méndez Lara, Cynthia (2005) *El miedo al delito violento en los espacios de consumo. El tianguis de Santa Cruz Meyehualco*. Instituto Ciudadano de Estudios sobre la Inseguridad AC.

Méndez Morales, Sara (1996) *Catolicismo popular y Comunidades Eclesiales de Base: ¿Dos formas de religiosidad en tensión?*. Tesis de Licenciatura en Antropología social. México UAM Iztapalapa.

Mendoza García, Jorge Alberto (1994). *The characteristics and behavior of street vendors: a case study in Mexico city*. México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Tesis doctoral.

Mendoza Lima, Juan Gabriel (1999). *El comercio informal en la ciudad de México*, Tesis de Licenciatura, UAM.

Merton, Robert (1992) *Teoría y estructuras sociales*. México, FCE.

Mills, C. Wright (1987) *La imaginación sociológica*. México, FCE

Mitchell, D. (1995), "The end of public space? People's park, definitions of the public and democracy", *Annals of the Association of American Geographers*, vol. 85, Núm. 1, pp. 108-133.

Mitchell, D. (1996), "Political violence, order and the legal construction of public space: power and the public forum doctrine", *Urban Geography*, núm. 17, pp. 152-178.

Mitchell, D. (2001), "The annihilation of space by law: the roots and implications of anti-homeless laws in the United States", en N. Blomley, D. Delaney y R. Ford (eds.), *The legal geographies reader*, Oxford, Blackwell Publishers.

Montañez, Gustavo y Ovidio Delgado (1998) "Espacio, territorio y Región: conceptos básicos para un proyecto nacional." *Cuadernos de Geografía*, Vol. VII, Núm. 1-2. Universidad Nacional de Colombia.

- Montañez, Gustavo; et. al. (1997). *Geografía y Ambiente: Enfoques y Perspectivas*. Santafé de Bogotá, Ediciones Universidad de la Sabana.
- Munich, R. y N. Smelser (1992) *Theory of culture*. California. University of California Press.
- Murga Frassinetti, Antonio (2006). "La sociología de los movimientos sociales". en De la Garza Toledo, Enrique (Coord.) *Tratado latinoamericano de Sociología*, México Anthropos-UAMI.
- Nivón, Eduardo (1998) *Cultura urbana y movimientos sociales*. México, CONACULTA, UAM.
- Norris, C. y G. Armstrong (1999), *The maximum surveillance society: the rise of CCTV*, Oxford, Berg.
- North, Douglass (1990): *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Novelo, V. (1976) *Artesanías y Capitalismo en México*. SEP/INAH, México.
- Novelo, V. (1981) "Para el estudio de las Artesanías mexicanas." En *América Indígena* XLI (2): 195-210.
- Obershall, Anthony (1987) "Teoría sobre el conflicto" en Salles, Ma. Luisa y Tarrés (comps) *Una Antología para el estudio de los Movimientos sociales México*, COMECOSO-U. de Guadalajara.
- Ochoa León, Sara (2005) *Economía Informal: Evolución reciente y perspectivas*. Centro de estudios sociales y de opinión pública. Cámara de Diputados LIX Legislatura.
- Olson, Mancur (1992) *La lógica de la acción colectiva*. México, Limusa-Noriega.
- Ortiz, Etelberto (2007) "Política económica y trabajo en el gobierno de Fox" en *Trabajo*, Año 3, No. 4, enero-junio de 2007, UAMI, OIT, P y V.
- Osterman, Paul (comp) (1988) *Los mercados internos de trabajo*. Madrid, Ministerio del Trabajo y la Seguridad Social.
- Palacios Escobar, Ángeles (2005) *La participación actual de las mujeres en el mercado laboral mexicano*, México, UNAM-Facultad de Economía.

Panbianco, Angelo (1982) *Modelo de partido. Organización y poder en los partidos políticos*, Madrid, Alianza Universidad.

Panofsky, E., 1967, *Architecture gothique et Pensé scolastique*, París: Ed. de Minuit.

Pansters, Will G. (2008) “El caciquismo en México, algunas propuestas conceptuales” en *Metapolítica* Núm. 62, Noviembre-Diciembre de 2008, pp. 43-58.

Park, Robert (1967) *On social control and collective behavior*. Chicago. The University of Chicago Press.

Parker, Cristian. (1993) *Otra lógica en América Latina. Religión popular y modernización capitalista*. México, FCE.

Parsons, Talcott (1968) *La estructura de la acción social*. Madrid, Ediciones Guadarrama.

Parsons, Talcott (1984) *El Sistema social*. Madrid, Alianza Editorial.

Pradilla Cobos, Emilio (2005) “Zona Metropolitana de la Ciudad de México: Megaciudad sin proyecto.” en Revista *Ciudades* Núm. 9, México Red Nacional de Investigación Urbana.

Pradilla Cobos, Emilio y Márquez López, Lisett (2005) “Estancamiento económico, desindustrialización y terciarización informal en la Ciudad de México, 1980-2003, y potencial de cambio”, en Torres Ribeiro, Roselia (Org.) *Globalizacáo e territorio. Ajustes periféricos*, Río de Janeiro, Brasil, Ediciones Arquimides.

Pérez Blancas, Carlos (2003) *Análisis simbólico de las prácticas socioculturales en los tianguis de ciudad Nezahualcoyotl*. Tesis de Licenciatura en Psicología Social, UAMI.

Pérez Toledo, Sonia (1996) *Los hijos del trabajo. Los artesanos de la ciudad de México, 1780-1853*. México, UAMI-COLMEX.

Pérez Toledo, Sonia y Clara E. Lidia (comps.) (2001) *Trabajo, ocio y coacción. Trabajadores urbanos en México y Guatemala en el siglo XIX*. México, UAM-Miguel A. Porrúa

Pérez Toledo, Sonia (2011) *Trabajadores, espacio urbano y sociabilidad en la Ciudad de México 1790-1867*. México, UAM-Porrúa.

Popper, Karl (1967) *Conjeturas y Refutaciones. El desarrollo del conocimiento científico*. Buenos Aires, Paidós.

- Popper, Karl (1992). *La miseria del historicismo*. Madrid, Alianza-Taurus.
- Portes, Alejandro (1995): *En torno a la informalidad: ensayos sobre teoría y medición de la economía no regulada*. México, Porrúa-FLACSO.
- Potter, J. (1998) *La Representación de la realidad*. Barcelona, Paidós.
- Poulantzas, Nicos (1986). *Poder político y clases sociales en el estado capitalista*. Mexico, Siglo XXI.
- Pries, Ludger (2000). "Teoría sociológica del mercado de trabajo" en Enrique de la Garza Toledo (coord.) *Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo*. México, El Colegio de México, FLACSO, UAM, FCE, : 511-539.
- Quintero Ramírez, Cirila (2006): “Las condiciones de vida de los trabajadores en Enrique de la Garza y Carlos Salas: *La situación del trabajo en México en 2006*, México, UAM.
- Raffestin C. (1986), « Éco genèse territoriale et territorialité », en *Espaces, jeux et enjeux*, F.Auriac y R. Brunet (dir.), París.
- Ramírez Kuri, 2005: *Ciudadanía y participación en el espacio local de la ciudad de México. Una mirada a la delegación Coyoacán*. México, IV Congreso de IGLOM Retos de modernización del municipio mexicano, noviembre de 2005.
- Ramírez Kuri, Patricia y Miguel A. Aguilar Díaz (coords.) (2006) *Pensar y habitar la ciudad. Afectividad, memoria y significado en el espacio urbano contemporáneo*. México, Anthropos-UAM.
- Ramos Francia, Manuel y Daniel Chiquiar Cikurel (1999): “Desempleo y subempleo: opciones de política laboral” en Solís Soberón, Fernando y F. Alejandro Villagómez (comps.) (1999): *La seguridad social en México*. México, CIDE-El Trimestre económico FCE
- Revilla Blanco, Marisa (1994) “El concepto de Movimiento social: acción, identidad y sentido” en Zona Abierta No. 64: *Movimientos sociales, acción e identidad*. Madrid, Pablo Iglesias.
- Reyes D., G (1996) "Comercio callejero y espacio urbano” en *Revista Alternidades* UAM-I. Departamento de Antropología.
- Reygadas, Luis (2002): “Producción simbólica y producción material. Metáforas y conceptos en torno a la cultura del trabajo” en *Nueva Antropología* Núm. 60.

Riechmann, Jorge y F. Fernández B. (1994) *Redes que dan libertad. Introducción a los nuevos movimientos sociales*. Barcelona, Paidós.

Riesman, David (1981) *La muchedumbre solitaria*. Barcelona, Ed. Paidós.

Ritzer, George (2002): *Teoría Sociológica Contemporánea*. México, McGrawHill.

Rostas, Susanna y André Droogers (1995) “El uso popular de la religión popular en América Latina: una introducción” en *Revista Alteridades* Núm. 9. *Cosmovisión, sistema de cargos y práctica religiosa*, UAMI.

Rostow, W.W. (1960) *Las etapas del crecimiento económico: un manifiesto no comunista*. México, FCE.

Rotman, M. (1992) “La producción artesanal urbana: Reproducción social y acumulación de capital.” En *Cuadernos de Antropología Social* 6: 81-95.

Salas, Carlos (2003) El contexto económico en el México contemporáneo en De la Garza, Enrique y Carlos Salas (coords.) *La situación del trabajo en México en 2003*. México, UAM-I, Plaza y Valdés.

Salas, Carlos y Eduardo Zepeda (2003) “Empleos y salarios en el México contemporáneo” en De la Garza, Enrique y Carlos Salas (coords.) *La situación del trabajo en México en 2003*. México, UAM-I, Plaza y Valdés.

Salas, Carlos (2006) “El sector informal: auxilio u obstáculo para el conocimiento de la realidad social en América Latina”, en Enrique de la Garza (coord.) *Teorías sociales y estudios del trabajo: Nuevos enfoques*. México, Anthropos-UAMI.

Salles, V. y R. T. (1998): “Pobreza, hogares y condición femenina” en *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, Año 4 núm. 7, pp. 97-117.

Sánchez Vázquez, Adolfo (1999). *Entre la realidad y la utopía. Ensayos sobre política, moral y socialismo*. México, FCE, UNAM.

Santos, Milton. (1997). *Técnica, Espaço, Tempo. Globalizacao e meio tecnico cientifico informacional*. Sao Paulo, Editora Hucitec.

Sanyal, Bishwarriya, (1991) “Organizing the Self-employed: The politics of the Urban Informal Sector”, *International Labor Review* 130: 39:56.

Sariago, Juan Luis (1993) “Cultura obrera: Pertinencia y actualidad de un concepto en debate” en E. Krotz *La cultura adjetivada*. México, UAM-I.

Savater, Fernando y Luis A. de Villena (1989) *Heterodoxias y contracultura*, Barcelona, Montesinos.

Schein, Edgard (1975) *Psicología de la organización*. Madrid, Prentice-Hall.

Schmitter, P. (1986) “¿Continuamos en el siglo del corporativismo?” En *El Buscón*, núms. 14-15, México.

Schutz, Alfred (1973): *Las Estructuras del mundo de la vida*. Buenos Aires, Amorrortu Editores.

Schutz, Alfred (1996) *Fenomenología del mundo social*. Buenos Aires, Paidós.

Schwartz, Pedro, Carlos Rodríguez y Fernando Méndez (1993) *Encuentro con Karl Popper*. Madrid, Alianza Editorial.

Selby, Henry A., Arthur D. Murphy y Stephen A. Lorenzen. (1994). *La familia en el México urbano. Mecanismos de defensa ante la crisis (1978-1992)*. México, CNCA.

Sennett, R. (1994) *La corrosión del carácter*. Barcelona, Anagrama.

Sennett, R. (2006) *La cultura del Nuevo capitalismo*. Barcelona, Anagrama.

Scott, Richard (1995) “Symbols and Organizations: From Barnard to the Institutionalists”, en Oliver Williamson, ed., *Organization Theory. From Chester Barnard to the Present and Beyond*, Oxford: Oxford University Press.

Silva, Diana, (2006) *Espacio Urbano y Comercio en Vía Pública. Reglas, Redes y Uso del Espacio Público en la Ciudad de México*, México, Tesis de Maestría en Ciencias Sociales, FLACSO.

Simon, Herbert (1984): *El comportamiento administrativo: estudio de los procesos decisivos en la organización administrativa*. Buenos Aires, Aguilar.

Simon, Herbert (1989): *Naturaleza y límites de la razón humana*. México, FCE

Sluzki, Carlos (1998). *La red social: frontera de la práctica sistémica*. Barcelona, España, Gedisa.

Smelser, Neil (1989) *Teoría del comportamiento colectivo*. México, FCE.

Snow DA, Benford RD. (1988) *Ideology, frame resonance, and participant mobilization*. Int.Soc. Mov. Res. 1:197–218

- Snow DA, Benford RD. (1992) *Master frames and cycles of protest*. See Morris & Mueller 1992, pp. 133–55
- Soja, Edward (1989). *Postmodern Geographies. The reassertion of space in critical social theory*. Londres, Verso/New Left Books.
- Solís Pérez, Marlene Celia (1997). *Comercio en la vía pública y conflicto urbano: el caso del Centro Histórico de la ciudad de México*. México: Tesis de Maestría en Desarrollo Urbano. Centro de Estudios Demográficos y de Desarrollo Urbano, El Colegio de México.
- Solís, C. (1997), *Comercio en la vía pública y conflicto urbano: el caso del centro histórico de la ciudad de México*, Tesis para obtener el grado de Maestra en desarrollo urbano, México, El Colegio de México.
- Spaiter-Roth, Roberta (1988) “Vending on the streets: city policy, gentrification, and public patriarchy” en A. Bookman y S. Morgen (eds.) *Women and the Politics of Empowerment*. Philadelphia, Temple University Press.
- Stern, Steve J. (1999) *La historia secreta del género. Mujeres, hombres y poder en México en las postrimerías del periodo colonial*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Sue, Roger (1980): *El ocio*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Tajfel, H. (1981) *Human groups and social categories. Studies in the social psychology*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Tajfel, H. y Turner, J.C. (1985) “The social identity theory of intergroup behaviour” en Worchel, S. y Austin, W. C. (Eds.) *The social psychology of intergroups relations*. Chicago, Nelson Hall.
- Tarrow, S. (1992) *Mentalities, Political cultures, and collective action frames: constructing meaning through action*. See Morris and Mueller.
- Thompson, E. P. (1977) *La formación histórica de la clase obrera*. Barcelona, Laia.
- Thompson, E.P. (1995) *Historia social y antropología*. México, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, Cuadernos de secuencia.
- Thompson, E. P. (1998): *Costumbres en común*. Barcelona, Crítica.
- Thompson, J.B. (2006) *Ideología y Cultura moderna*. México, UAM.
- Tilly, Charles (1978) *From the mobilization to revolution*. University of Michigan Press.

Tilly, Charles (1995) Los movimientos sociales como agrupaciones históricamente específicas de actuaciones políticas” en *Sociológica*, año 10, Núm. 28. Mayo-agosto 1995. México, UAM-A.

Tockman, Víctor y P. Renato Souza (coords.) (1976) *El empleo en América Latina. Problemas económicos, sociales y políticos*. México, Siglo XXI.

Tockman, V. E. (1990) “Sector informal en América Latina: De subterráneo a legal”, Cap. 1 en PREALC. *Más allá de la regulación. El sector informal en América Latina*. Santiago de Chile, PREALC.

Torres, J.R. (1996) "El comercio en la vía pública como forma de sobrevivencia” en *Revista Sociológica*, Año 11 Num. 32. UAM-A.

Torres Jiménez, Ricardo (1997) El comercio en la vía pública: Entre programas de reordenación urbana. *Gestión y Estrategia* núm. 11-12, Enero-Diciembre UAM A.

Touraine Alain (1984) . "Las pautas de la acción colectiva" en *Revista Paraguaya de Sociología*. Año 21, No. 60 Mayo-Agosto de 1984. Pags. 7-39.

Touraine, Alain (2001): *¿Podremos vivir juntos?* México, Fondo de Cultura Económica.

Tuan Yi-Fu. (1977) *Space and Place: The perspective of experience*. Minneapolis; University of Minnesota.

Turner, J. C. (1990) *Redescubrir el grupo social*. Madrid, Morata.

Ugalde, A. (1973) “Contemporary México: from Hacienda to PRI, Political leadership in a Zapotec Village” en R. Kern et. Al. (eds.) *Caciquismo in Twenthy Century México*. Londres, Institute for the Study of the Americas University of London.

V.A (2005) *Memoria del Seminario El ambulante en la Ciudad de México: Investigaciones recientes*. México, PUEC-UNAM/CEMCA.

V.A (2005) *Estudio sobre la violencia social en Iztapalapa*, ICESI, México, 2005: [www.icesi.org.mx/documentos/propuestas/estudio pdf](http://www.icesi.org.mx/documentos/propuestas/estudio.pdf).

Valenzuela Arce, José Manuel (coord.) (2003) *Los estudios culturales en México*. CONACULTA-FCE.

Valenzuela, Cervantes Josefina (1993). *El comercio en vía pública en el centro de la Ciudad de México*. Distrito federal, México: Economía Metropolitana Fundación cambio XXI, Vol I núm. 2, abril de 1993.

- Van Dijk, Teun A. (comp.)(2001): *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona,
- Veblen, T. (1995): *Teoría de la clase ociosa*, México, FCE (primera edición 1899).
- Veleda da Silva, Susana (2003) *Trabajo informal, género y cultura: el comercio callejero e Informal en el sur de Brasil*. Tesis de Doctorado. Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona, pp. 142-149.
- Wallerstein, Immanuel (1979) *El Moderno Sistema Mundial* T.I. México, Siglo XXI.
- Weber, Max (2003) *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. México, FCE.
- Weber, Max (2004) *Economía y sociedad*. México, FCE.
- Weber, Max (2007) *Sociología del poder. Los tipos de Dominación*. México, Alianza Editorial.
- Williams, P. et.al. (2001) “Consumption, exclusion and emotion: the social Geographies of shopping” en *Social and cultural Geography*, Y. 2, No. 2, 203-220.
- Wolf, Eric (1965) “Aspects of Group Relations in a Complex Society: México” en Dwight B. Heath y Richard N. Adams (eds.) *Contemporary cultures and societies of Latin América*, Nueva York, Random House.
- Zamorano, Luis (2005) “Marginación, economía informal y ambulante: una relación simbiótica en la Colonia Ajusco, Coyoacán”, en *Memoria del Seminario El ambulante en la Ciudad de México: investigaciones recientes*. México, UNAM-CEMCA.
- Zaremborg, Gisela. (2005) “¿Corporativismo informal? Organizaciones de ambulantes y partidos políticos a partir de la alternancia electoral en México, Distrito Federal (2000-2005)”. Informe final del concurso: *Partidos, movimientos y alternativas políticas en América Latina y el Caribe*. Programa Regional de Becas CLACSO.
- Zemelman, Hugo (1989) “La Totalidad como perspectiva de descubrimiento” en *Revista Mexicana de sociología*, núm. 49.
- Zemelman, Hugo (2006) “Alternativas en el método de la investigación científica. ¿es la prueba de hipótesis el único camino?” en De la Garza Toledo, Enrique (Coord.) *Tratado Latinoamericano de Sociología*. México, Anthropos-UAM.
- Zemelman, Hugo (2007) *El ángel de la historia: determinación y autonomía de la condición humana*. México, Anthropos.

Zermeño, Sergio y Gustavo Galicia (2002), *La Seguridad pública y comercio informal en la Colonia Ajusco, Coyoacán, D.F.* Diagnóstico realizado para la Delegación Coyoacán, México. Programa Universitario de Estudios de la Ciudad (PUEC)-Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.

Zimmerman, Don (1988) *The Conversation: The Conversation Analytic Perspectiv.* Communication Yearbook, 11.

FUENTES.

Fuentes Documentales.

Acuerdo de Coordinación y Operación. Padrón de Comerciantes de la Plaza Hidalgo y Jardín Centenario, 2006. Gobierno de la Delegación Coyoacán.

Agencia de Noticias, NOTIMEX 14 de mayo de 2008

Boletín de Prensa del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional de la Asamblea Legislativa del D.F., 23 de Junio de 2010.

Boletín del Gobierno delegacional de Iztapalapa del 16 de mayo de 2008.

Boletín *El Personal*, primer órgano de difusión de ANAURMAC, 1988.

Boletín *El URBANO*, órgano de información y difusión de ANAURMAC, 1990.

Boletín Informativo *Artesanas por la defensa del espacio público*, Números: 2, 3, 4, 5 y 6. Tianguis cultural de Artesanías Coyoacán.

Carta de Denuncia dirigida a Gonzalo Rojas, Presidente de la Comisión de Abasto de la Asamblea de Representantes del D.F., Asociación Nacional de Artesanos de Coyoacán, A.C. (ANAC), 15 de agosto de 1995.

Carta de los comerciantes del Tianguis de Artesanías de Coyoacán publicada en La Jornada el 24 de junio de 2002.

Censo de comerciantes del Tianguis *El Salado*, 14 de mayo de 2008. Gobierno delegacional de Iztapalapa.

Comunicado de prensa de los Comerciantes del Tianguis de Artesanías el 18 de junio de 2002.

Concentrado de los acuerdos tomados en las reuniones sostenidas entre las autoridades de la Subdelegación Jurídica y de Gobierno y los representantes de las Organizaciones de comerciantes de los jardines Hidalgo y Centenario, Agosto de 1998.

Convenio complementario al dictamen de la primera fase del Programa de Reordenamiento de los Jardines Hidalgo y Centenario del Centro Histórico de Coyoacán, 2001.

Convenio para reducir los niveles de inseguridad en el Centro Histórico de Coyoacán entre las Organizaciones de Comerciantes Artesanos del Tianguis de Artesanías y el Gobierno delegacional de Coyoacán, 06 de marzo de 1999.

Coordinación de Mercados y Vía Pública (2010): *Programa de Trabajo*, Delegación Iztapalapa.

Coyoacán: tradicional y cosmopolita. Monografía 2009. Delegación Coyoacán, Gobierno del D.F.

Declaración de Principios de ANAURMAC.

Departamento del Distrito Federal (1951), *Reglamento de Mercados del D.F.*

Departamento del Distrito Federal (1997) *Programa de Reordenamiento del Comercio en Vía Pública*. México: Departamento del Distrito Federal, enero.

Diario Oficial de la Federación (1993): *Programa de Mejoramiento del Comercio Popular*.

Dictamen de la Primera Fase del Programa de Reordenamiento de los Jardines Hidalgo y Centenario del Centro Histórico de Coyoacán.

Dirección de Abasto, comercio y distribución (2006): *Diagnósticos*. Secretaría de Desarrollo Económico, Gobierno del Distrito Federal.

Dirección de Abasto, comercio y distribución (2006): *Proyecto de normas para la operación de tianguis en el D.F.* Secretaría de Desarrollo Económico, Gobierno del D.F.

Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución (2008): *Directorio de Tianguis del Distrito Federal*. Secretaría de Desarrollo Económico, Gobierno del D.F.

Documento de análisis: *Estudio sobre la violencia social en Iztapalapa*, ICESI, México, 2005: www.icesi.org.mx/documentos/propuestas/estudio_sobre_violencia_social_en_iztapalapa.pdf.

Documento de *Resolución Administrativa* de la Procuraduría Ambiental y del Ordenamiento Territorial del D.F. (PAOT) sobre las disposiciones obligatorias sobre uso de suelo y recuperación del Espacio público de los Jardines Centenario e Hidalgo en el Centro Histórico de Coyoacán, 30 de junio de 2008.

Encuesta Nacional de Micronegocios 2008.

Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2009.

Estatutos ANAC, AC.

Estatutos ANAURMAC, AC.

Estatutos FNCIPRM, AC.

Estatutos *Fuerza del Comercio*, Diagnóstico.

Gaceta Oficial del Distrito Federal, 16 de febrero de 1998.

Gobierno de Iztapalapa (2010), *Padrón de organizaciones de tianguistas en Iztapalapa*, Coordinación de Mercados y Vía Pública.

Gobierno del Distrito Federal (1997): *Programa Delegacional de Desarrollo Urbano de Iztapalapa*.

Minuta de la Mesa de Trabajo: *Problemática y propuestas sobre el funcionamiento de Tianguis y Mercados sobre ruedas*, como parte del Foro Temático por la “Dignificación de los Trabajadores Comerciantes de Mercados, Concentraciones, Tianguis y Vía Pública de la Delegación Iztapalapa”, 23 de febrero de 2010.

Minuta de la Reunión celebrada en mesas de trabajo con las organizaciones de artesanos y oferentes del Jardín Hidalgo y Plaza Centenario en fecha 06 de marzo de 2001.

Minuta de la Reunión de Trabajo de Heberto Castillo con la Comisión del Distrito Federal de la Cámara de Diputados. Palacio Legislativo de San Lázaro el 1 de octubre de 2007.

Minuta de Trabajo entre los Representantes del Tianguis de Artesanías y el Gobierno de la Delegación Coyoacán donde se establece un punto de acuerdo para respetar y dar continuidad a los acuerdos sostenidos entre ambas partes en las administraciones anteriores. 12 de enero de 1998.

Padrón de comerciantes del Tianguis *El Salado*: Federación Nacional de Comerciantes e Industriales en Pequeño de la República Mexicana, A.C.

Padrón de organizaciones de Tianguistas en Iztapalapa, Coordinación de Mercados y Vía Pública, Delegación Iztapalapa.

Permiso de Operación del Tianguis de Cárcel en Santa Martha, ahora conocido como el Tianguis *El Salado*, emitido por la Coordinación General de Abasto y Distribución de la Delegación Iztapalapa en 1988.

Programa Delegacional de Desarrollo Urbano de Coyoacán, 2000.

Proyecto de Constitución del Frente de Organizaciones de Coyoacán.

Secretaría de Desarrollo Económico (2007) *Tasa de Ocupación en el sector informal*. México, Gobierno del Distrito Federal.

Secretaría de Desarrollo Económico (2011) *Reporte Económico*. Junio de 2011, México, Gobierno del Distrito Federal.

Secretaría de Seguridad Pública del D.F. (2008) Comunicado 775: *Con Regularización de El Salado se afecta a introductores de contrabando*. México, Gobierno del Distrito Federal.

Volantes de los Comerciantes Artesanos en Lucha de junio de 2008 a mayo de 2009.

Fuentes Hemerográficas.

Diario *Milenio*, 29 de Agosto de 2010.

El Economista, 14 de mayo de 2008.

El Universal, 14 de marzo de 2000.

El Universal, 10 de enero de 2008.

El Universal, 25 de Marzo de 2008.

El Universal, 9 de mayo de 2008.

El Universal, 08 de junio de 2008.

El Universal, 27 de enero de 2009:

El universal, 19 de febrero de 2009.

El universal, 18 de mayo de 2011.

Excélsior, 14 de mayo de 2008

Excelsior on line, 26 de mayo de 2008.

La Jornada, 09 de febrero de 2002.

La Jornada, 17 de abril de 2007.

La Jornada, 28 de abril de 2007

La Jornada, 19 de marzo de 2007

La Jornada, 22 de febrero de 2008.

La Jornada, 25 de marzo de 2008.

La jornada, 8 de mayo de 2008.

La Jornada, 21 de agosto de 2009:

La Jornada, 29 de agosto de 2009.

Periódico *Tribuna*, martes 16 de mayo de 1995.

Reforma, 16 de marzo de 1999.

Reforma, 12 de septiembre de 2004

Reforma, 13 de abril de 2008.

Revista *Rebeldía*, año 5, número 60, 2008.

Rumbo de México, 18 de junio de 2008.

Páginas Web.

Portal de la Secretaría de Seguridad Pública del D.F.: <http://portal.ssp.gob.mx>., 14 de mayo de 2008.

Portal de la Secretaria de Desarrollo Económico del D.F. <http://portal.sedeco.gob.mx>.

www.infomex.df.gob.mx

www.Avisooportuno.com., 23 de junio de 2010.

www.Kaosnlared.net., 06 de febrero de 2011.

www.elarsenal.net/2010/11/25/capturan-a-roba-autos-vinculada-a-la-familia-michoacana.

[www.icesi.org.mx/documentos/propuestas/estudio sobre violencia social en Iztapalapa.pdf](http://www.icesi.org.mx/documentos/propuestas/estudio_sobre_violencia_social_en_Iztapalapa.pdf).

www.milenio.com., 20 de febrero de 2012.

APÉNDICE I.

Instrumentos de investigación.

a) Cuestionario.

CUESTIONARIO PARA TIANGUISTAS DE LA CIUDAD DE MEXICO

<p>1. Edad (años cumplidos) _____ años</p>	<p>NO COMPLETAR</p> <input type="text"/> <input type="text"/>
<p>2. Sexo 1 : Femenino () 2 : Masculino ()</p>	<input type="checkbox"/>
<p>3. Estado civil () 1 Soltero/a () 2 Casado/a () 3 Unión libre/a () 4 Separado/a () 5 Divorciado/a () 6 Viudo/a</p>	<input type="checkbox"/>
<p>4. Religión () 1 Católica () 2 Protestante () 3 Sin religión () 4 Otra: _____</p>	<input type="checkbox"/>
<p>5. Escolaridad () 1 Sin estudios () 2 Primaria () 3 Secundaria () 4 Bachillerato () 5 Superior () 6 Posgrado () 7 Otro: _____</p>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<p>6. ¿Estudia actualmente? () 1 Si () 2 No</p>	<input type="checkbox"/>
<p>7. Lugar de nacimiento País _____ Estado _____ Delegación o Mpio. _____</p>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<p>8. Lugar de residencia actual. Estado _____ Ciudad _____ Delegación o Mpio. _____ Colonia _____</p>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

<p>9. Personas con las que vive (puede tachar más de una opción)</p> <p>() Padre</p> <p>() Madre</p> <p>() Hermanos y hermanas ¿cuántos? _____</p> <p>() Otros familiares ¿cuántos? _____</p> <p>() Otros no familiares ¿cuántos? _____</p> <p>() Cónyuge</p> <p>() Hijos ¿cuántos? _____</p>	<table border="1"> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> </table>											

II. SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA

Ingreso de las unidades domésticas.

<p>10. ¿Su pareja trabaja?</p> <p>() 1 Si <i>Pase a la pregunta 11</i></p> <p>() 2 No <i>Pase a la pregunta 12</i></p>	<table border="1"> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> </table>	

<p>11. En caso de ser afirmativo ¿en qué trabaja?</p> <p>() 1 En el Tianguis</p> <p>() 2 En una Empresa</p> <p>() 3 Por su cuenta</p> <p>() 4 Trabajo doméstico</p> <p>Otro _____</p>	<table border="1"> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> </table>	

<p>12. ¿A cuánto ascienden sus gastos familiares mensuales?</p> <p>() 1 de 1000 a 4999 pesos</p> <p>() 2 de 5000 a 9999</p> <p>() 3 de 10000 a 14999</p> <p>() 4 más de 15000</p>	<table border="1"> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> </table>		

<p>13. Servicios públicos con los que cuenta en su casa y en su colonia</p>		1 Sí	2 No	<table border="1"> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> </table>								
Agua	()	()										
Luz	()	()										
Drenaje	()	()										
Pavimentación	()	()										
Transporte público	()	()										
Vigilancia	()	()										
Centros de salud.	()	()										

III. TRABAJO

<p>14. Ocupación de sus padres</p>	Ocupación	padre	madre	<table border="1"> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> </table>		
	asalariado / empleado	()	()			
	Propietario de negocio establecido.	()	()			
	Tianguista	()	()			
	Profesionista	()	()			
Trabajo doméstico	()	()				
Trabajador por su cuenta	()	()				

15. Tiempo que lleva trabajando en el Tianguis.		Años _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Actividad laboral anterior	asalariado / empleado	()	<input type="checkbox"/>	
	Propietario de negocio establecido.	()		
	Tianguista	()		
	Profesionista	()		
	Trabajo doméstico	()		
	Trabajador por su cuenta	()		
17. Forma de Incorporación al Tianguis		() 1 Recomendación () 2 Herencia () 3 Conoce a los líderes () 4 Pagó para ocupar un lugar () 5 Por medio de sus familiares tianguistas. Otra _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. En cuántos tianguis vende		Número de tianguis _____	<input type="checkbox"/>	
19. Giro del puesto en donde vende		Giro _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. ¿Dónde consigue sus insumos para vender?		Lugar (es) _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. ¿Cuántos días a la semana vende en el tianguis?		Días _____	<input type="checkbox"/>	
22. Medio utilizado para transportar la mercancía		() 1 Camioneta () 2 Automóvil () 3 Triciclo () 4 Taxi () 5 Otro _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Tiempo de traslado desde su lugar de residencia al Tianguis		Horas: _____ Minutos: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. ¿Cuántas horas trabaja en su puesto diariamente?		Jornada de trabajo (horas) _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

25. El puesto donde vende es...	() 1 Propio () 2 Rentado () 3 Prestado () 4 De otra persona a quien le trabaja.	<input type="checkbox"/>
26. ¿Cuántas personas más trabajan con usted?	Número de personas _____	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
27. ¿Con qué tipos de servicios de parte de la Delegación cuenta el Tianguis? (puede elegir más de una)	() 1 Recolección de basura () 2 Vigilancia policiaca () 3 Servicios médicos () 4 Protección civil () 5 Otro _____	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
28. ¿Sabe si existe algún reglamento gubernamental para la operación de los tianguis?	() 1 Sí () 2 No	<input type="checkbox"/>

IV. TIEMPO LIBRE

29. ¿Cuáles de las siguientes actividades haces en tu tiempo libre con más frecuencia?	Actividad	mucho	regular	poco	nada
	Cine	()	()	()	()
	cantinas	()	()	()	()
	Antros	()	()	()	()
	Deportes	()	()	()	()
	Lecturas	()	()	()	()
	Juegos electrónicos	()	()	()	()
	Ver televisión	()	()	()	()
	Museos	()	()	()	()
	Conciertos	()	()	()	()
	Reuniones políticas	()	()	()	()
	Otros: _____	()	()	()	()
30. ¿Qué otro tipo de actividad realizas además de trabajar en el tianguis? (puede marcar más de una)	() 1 Trabajar en otra ocupación En cuál: _____ () 2 Estudiar () 3 Participar en Organización social o política () 4 Ninguna	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			

A continuación le presentamos una lista de afirmaciones sobre las cuales le pediremos que nos señale que tan de acuerdo o desacuerdo está con ellas

31.

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1. El trabajo es un castigo				

2. El trabajo desarrolla mis capacidades intelectuales				
3. Los salarios en México son malos				
4. Las prestaciones laborales en México son buenas				
5. Se trabaja por necesidad				
6. El trabajo es aburrido				
7. Se debe trabajar por gusto				

32.

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1. Vender en el tianguis es agradable				
2. Ser tianguista es una actividad bien remunerada				
3. Vender en el tianguis me proporciona independencia				
4. Trabajar en el comercio me genera inseguridad				
5. La venta en el tianguis es una actividad más libre que el trabajar en alguna empresa.				
6. Vender en el tianguis me permite contar con más tiempo libre				
7. El ambiente en el tianguis es de cordialidad y compañerismo.				

V. EL FUTURO LABORAL

Expectativas y aspiraciones

33. ¿Qué tanto consideras que te ha beneficiado económica y personalmente el trabajar en el tianguis?	() 1 Nada () 2 Poco () 3 Regular () 4 Mucho	<input type="checkbox"/>
34. ¿Piensa trabajar en el tianguis toda su vida?	() Sí () No ¿Por qué?: _____	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
35. ¿Motivarías a tus hijos para que se dedicaran al comercio en el tianguis?	() 1 Sí () 2 No	<input type="checkbox"/>
36. Si las autoridades desalojaran definitivamente el tianguis de su lugar actual, ¿cuál sería su respuesta?	() 1 Me iría a otro tianguis () 2 Lucharía para defender el espacio actual () 3 Me dedicaría a otro trabajo () 4 Pondría un negocio en mi domicilio.	<input type="checkbox"/>
37. Si perdieras tu espacio de trabajo, ¿en que otro lugar podrías vender?	1. _____ 2. _____ 3. _____	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

VI. GENERAL

38. ¿Cuáles cree que sean los cinco problemas más importantes que afectan a los vendedores de tianguis?	Problemas 1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____ 5. _____	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
39. ¿Cómo tianguista cuáles sería sus principales demandas hacia las autoridades?	Demandas 1. _____ 2. _____ 3. _____	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

b) Guía de Entrevista.

Datos Personales

Nombre: _____
Edad: _____ **Giro:** _____
Sexo: _____ **Tianguis:** _____

Tiempo que lleva trabajando en el tianguis
Lugar de nacimiento
Lugar actual donde reside actualmente
Escolaridad
Estado civil
Religión
¿Además del tianguis lleva a cabo alguna otra actividad?
¿Desde cuándo labora en este tianguis en particular?
¿Sabe cuándo y cómo se formó?
¿En qué otros tianguis vende?

Trabajo

¿Cómo considera que son sus condiciones de trabajo en el tianguis?
¿Cuáles cree que sean las principales ventajas y desventajas de vender en el tianguis?
¿Qué habilidades considera que debe tener alguien que se dedique (o quiera dedicarse) a la venta en el tianguis?
¿Me puede relatar cómo transcurre una jornada de trabajo normal en el tianguis?
¿Qué representa para ud. el trabajar de tianguista?
¿Le gusta el trabajo que realiza?
¿Me podría mencionar qué es lo que más le agrada y le desagrada de su trabajo?
¿Considera importante su actividad laboral? ¿Por qué?
¿Qué beneficios le ha traído en su vida personal vender en el tianguis?
¿Qué te motiva a continuar en este trabajo?
¿Cuál es la opinión de tu familia o personas conocidas sobre tu actividad? ¿En particular están de acuerdo que seas tianguista o te sugieren que busques otro trabajo?
¿Cómo afecta al comerciante de tianguis las condiciones económicas actuales del país?

Historia Laboral

¿Desde qué edad trabaja? ¿Qué tipo de trabajos ha tenido?
¿Cuál fue su último trabajo? ¿Por qué lo dejó?
¿Qué otro tipo de trabajo le gustaría tener? ¿Por qué no se dedica a el?
¿Qué diferencias encuentra entre el trabajo en el tianguis y su trabajo anterior?
¿Actualmente lleva a cabo otra actividad (laboral o de formación personal)? ¿Cuál?
Si no la haces ¿Qué otro tipo de actividad le gustaría realizar?
¿Cómo decidió trabajar de tianguista?
¿Cómo considera este trabajo: bueno o malo, se gana o no, conviene trabajar aquí o ya no?
¿Cuáles son sus perspectivas de trabajo? ¿Piensas continuar vendiendo o dedicarte a otra actividad?

Familia

¿Antes de vender en este tianguis tenía familiares trabajando en él?
¿Cuando decidió dedicarse al comercio en el tianguis, cuál fue la reacción de su familia?
¿Tiene familiares que le ayuden o se dediquen también a vender en el tianguis?
¿Le gustaría que sus hijos se dedicaran a esta actividad?
¿Qué representa para ud. el que su familia esté de acuerdo o en desacuerdo con el trabajo de tianguista?
¿Cómo influye su relación familiar con el desempeño de su trabajo?
¿Dedicarse a vender en el tianguis cómo influye en la convivencia familiar?

(Para el caso de Coyoacán) ¿Qué tipo de apoyo han recibido por parte de sus familiares en el proceso de lucha que han estado llevado a cabo? ¿Qué papel ha jugado en esta lucha la familia de los comerciantes?

Uso del espacio

¿Cuáles cree que sean las ventajas de vender en un puesto callejero en un tianguis, en lugar de un establecimiento cerrado?

¿Considera justo el apropiarse de espacios de la vía pública (banquetas, calles, avenidas) para vender?

¿En su opinión qué importancia tiene el lugar donde se coloca el tianguis para que éste tenga éxito (asista una gran cantidad de clientela)?

¿En su opinión son iguales todos los tianguis o tienen diferencias, en qué radicaría la similitud o su diferencia?

¿Cómo se garantiza que el lugar donde vende no sea ocupado por otro vendedor?

¿Si algún día ud. ya no se dedicara a vender qué pasaría con su lugar en el tianguis?

¿En qué casos un comerciante puede perder su lugar para vender en el tianguis?

¿Qué importancia tiene para ud. su antigüedad en el tianguis?

¿Qué piensan los vecinos de este lugar sobre el tianguis?

En general ¿Cree ud. que la clientela que asiste al tianguis recibe un buen trato por parte de los vendedores?

¿Cuál es la actitud que usted ha visto que tiene la autoridad con respecto a este tianguis?

¿Sabe usted de qué manera intervienen o han pretendido intervenir en la operación del tianguis así como en la organización gremial otras organizaciones o partidos políticos?

Tiempo Libre

¿A qué dedica el tiempo libre del que dispone fuera de su trabajo en el tianguis?

¿Considera que trabajando de tianguista posee más tiempo libre del que tendría si trabajara en otro empleo, por ejemplo en una empresa?

¿Qué actividades comparte con sus compañeros de trabajo fuera del tianguis?

¿Qué tan importante es para ud. la convivencia con sus compañeros de trabajo, dentro o fuera del tianguis?

Durante el horario de trabajo ¿qué hace cuando dispone de tiempo libre?

Religión

¿Qué prácticas religiosas lleva ud. a cabo para que le vaya bien en la venta del día?

¿Qué tan importante son para ud. la realización de dichas prácticas?

¿Como tianguis realizan o han realizado alguna celebración religiosa en particular?

¿El compartir creencias religiosas les ha unido más como miembros del tianguis, o los ha dividido?

¿Qué tipo de actividades de carácter religioso son realizadas por los comerciantes dentro del tianguis o relacionado con su trabajo?

Organización

¿Cómo y cuándo se forma la organización que alberga a los vendedores de este tianguis?

¿En otros tianguis, se encuentra ud. afiliado a otras organizaciones? ¿a cuáles?

¿Qué representa para ud. la organización?

¿Qué ventajas tiene el que los comerciantes cuenten con una organización que los represente?

¿Qué tipo de conflictos ha habido entre los comerciantes y de qué manera ha intervenido la organización para resolverlos?

¿Cuáles son los principales logros que ha tenido la organización para sus agremiados?

¿Considera justo el pago de cuotas a la organización para poder vender en el tianguis?

¿De qué manera influye la organización en el trabajo que realizan los comerciantes (reglas, sanciones, garantía para seguir vendiendo, uso de los espacios de venta)?

¿Considera correcta la forma en que se ha conducido la organización hasta ahora? ¿Por qué?
¿En la organización de este tianguis se llevan a cabo asambleas o reuniones con los comerciantes?

Si es así, cuénteme cómo se lleva a cabo una asamblea o junta, desde que se convoca hasta que se toman las decisiones.

¿Qué tipo de conflictos ha tenido la organización con sus agremiados?
Cuando algún agremiado no asiste reiteradamente a las actividades llevadas a cabo por la organización, qué tipo de sanciones se establecen?

¿Cuenta la organización con estatutos o reglamentos? ¿Quién o quiénes intervinieron en su elaboración?

¿Quién se encarga de que sean cumplidos?

¿Cuántas personas integran la dirección de la organización?

¿Cómo se encuentra dividido el trabajo de la organización? (Comisiones, subdirecciones, delegados, etc.)

¿Considera que las decisiones que se han tomado hasta ahora en la organización han sido las correctas?

¿por qué?

¿De qué manera se consulta a los tianguistas cuando se toma alguna decisión, por ejemplo cuando se negocia con la autoridad?

¿De qué forma los tianguistas pueden participar dentro de la organización?

¿Cuál cree ud. que sea la motivación más importante por la que los comerciantes estén dispuestos a defender sus espacios de trabajo en el tianguis?

¿De qué manera son electos los representantes de la organización?

¿Qué beneficios ha obtenido como comerciante en el tiempo que lleva trabajando en este tianguis?

¿Pertenece la organización de tianguistas a algún partido político u organización social?

¿A cuál?

¿Cuál es su opinión de las autoridades con respecto a la forma en que se ha tratado a los tianguistas?

¿En caso de algún intento de desalojo por parte de la autoridad, cuál cree que sería la reacción de los dirigentes y la organización para defender los espacios de trabajo?

En caso de algún operativo policiaco contra algunos puestos donde se venda mercancía robada o piratería

¿los demás tianguistas estarían dispuestos a respaldar a esos comerciantes?

¿Cuáles son las principales demandas de los comerciantes de este tianguis?

En general, ¿qué demandas hacia el gobierno considera importantes para los tianguistas de la ciudad de México?

Relación entre comerciantes.

¿Conoces a los comerciantes que fundaron el tianguis?

¿Cómo es tu relación con otros vendedores?

¿Sueles convivir con tus compañeros de trabajo? ¿De qué forma?

¿Con alguno de tus compañeros del tianguis tienes una relación más estrecha de amistad o compadrazgo?

¿Generalmente, otros tianguistas te han apoyado en algún problema que hayas tenido dentro del tianguis o fuera de él? ¿Y tú a ellos?

¿Cuál es el grado de competencia entre los vendedores?

¿Has tenido algún conflicto con algún compañero del tianguis? ¿De qué tipo?

En caso de que alguno de tus compañeros tuviera algún problema en el tianguis ¿le brindarías tu ayuda? ¿de qué forma?

c) Guía de Observación

Guía de Observación del proceso de trabajo en el Tianguis

1. Describir el lugar donde se coloca el tianguis, el horario, el tipo de transporte utilizado por los tianguistas para trasladar su mercancía, las interacciones entre vendedores al momento de llegar al tianguis; señalar el tiempo promedio en que tardan para colocar los puestos.
2. Describir el tipo de Relaciones establecidas entre los tianguistas dentro del espacio de trabajo: cooperación, conflicto, solidaridad, individualismo;
3. Ubicar la presencia de comerciantes que no cuentan con un lugar fijo. Señalar forma en que logra obtener un lugar: qué requisito inmediato les solicita el representante del tianguis.
4. Tipo de respuesta por parte de aspirantes a ingresar al tianguis por los requisitos dispuestos: de subordinación a las disposiciones; de rechazo.
5. Interacciones entre los diferentes comerciantes no fijos que solicitan un lugar permanente.
6. Describir el comportamiento del vendedor con respecto a su horario de trabajo: hora de llegada, rutina de trabajo, hora de salida.
7. Formas de trabajo ejercidas (forma de tender el puesto, tipo de instrumentos, tipo de material; división de tareas; forma de acomodar y organizar la mercancía: estética del puesto; formas de organización del trabajo; técnicas de venta; trato hacia el cliente; forma de recoger el puesto).
8. Ubicar los modos de preparación y organización para la venta y lo que se presenta al cliente en el momento de la compra venta.
9. Tipo de interacciones llevadas a cabo durante el proceso de venta: al interior del puesto; hacia el exterior: con la clientela.
10. Interacciones de enseñanza y aprendizaje entre los nuevos tianguistas y los de mayor antigüedad.
11. Forma en que se manejan los ingresos de la venta: quién se encarga del manejo; cómo se gasta; en qué se gasta; cuánto se destina a la reinversión; cuánto se destina al pago de sueldos.
12. Tipo de producto que se vende.
13. Tipo de actividad comercial (giro)
14. Ubicar presencia de otros actores en el tianguis: otros vendedores ambulantes, transeúntes, franeleros, delincuentes, policías, servidores públicos,
15. Grado de cumplimiento de los comerciantes de las disposiciones regulatorias de las autoridades: de salud, de vialidad, de ocupación de espacios públicos, de comercialización de productos legales, del espacio ocupado para la venta, de la cantidad límite de comerciantes, etc.

Relación tianguista-cliente

16. Nivel de afluencia de clientes al tianguis
17. Ubicar tipo de clientela que asiste: jóvenes, adultos, hombres, mujeres, amas de casa, trabajadores, estudiantes, habitantes de la zona o de otras colonias, etc.
18. Ubicar presencia de otros actores en el tianguis: otros vendedores ambulantes, transeúntes, graneleros, delincuentes, policías, servidores públicos,
19. Interacción entre clientela y vendedor en el momento de la compra venta: Forma de regateo; nivel de oferta y demanda como mecanismo de abaratamiento y control del cliente sobre el costo del producto; formas de imposición del costo del producto por parte del vendedor hacia el cliente; grado de satisfacción del cliente por la compra; grado de satisfacción del vendedor por la venta; interacción simbólica: gestos, ademanes, diversos usos del lenguaje y el cuerpo.
20. Forma de trato hacia la clientela: amable, ofensiva, cordial, de acoso, agresiva; si es diferenciada de acuerdo al tipo de cliente: clase, raza, sexo.
21. Manera en que se lleva a cabo la labor de venta del comerciante hacia el cliente.

Espacio familiar

1. Número de familiares que participan en el puesto.
2. Ubicar tipos de relación intrafamiliar dentro del espacio de trabajo: entre cónyuges, entre padres e hijos. (cooperación, conflicto, subordinación,)
3. Forma en que se divide el trabajo entre los miembros de la familia.
4. Describir qué miembro de la familia toma las decisiones y da órdenes con respecto al trabajo, a la dinámica familiar, permisos a los hijos, etc. (estructura de mando intrafamiliar).

Organización

5. Grado de influencia e intervención de la organización en la dinámica de trabajo: disposiciones para el ingreso de nuevos comerciantes, sanciones a tianguistas, beneficios logrados, requisitos para la venta: afiliación, credencialización, asistencia a actividades de la organización.
6. Tipo de interacción entre tianguistas con la organización: consenso, autoritarismo.
7. Personajes que asisten con los vendedores a cobrar alguna cuota: representante de los tianguistas, delegado, servidores públicos, etc.
8. Interacciones entre tianguistas y quienes les cobran alguna cuota.
9. Reacciones de los vendedores al realizar el pago de la cuota.

Territorio

10. Describir condiciones geográficas y socioeconómicas de la zona en donde se localiza el tianguis: zonas bajas, zonas altas; existencia de servicios públicos.
11. Ubicar el grado de desarrollo y anomia social: niveles de delincuencia, (presencia de bandas juveniles), drogadicción, alcoholismo, violencia intrafamiliar, individualismo o solidaridad.
12. Nivel de aceptación de los habitantes sobre la colocación del tianguis en su territorio.
13. Ubicar el tipo de relación entre algunos comerciantes con la delincuencia organizada de la zona: de cooperación, de conflicto, de tipo instrumental.

Religión

14. Describir costumbres religiosas realizadas por los tianguistas: tradiciones, ritos, fiestas patronales, carnavales, celebraciones.
15. Ubicar símbolos religiosos en los puestos de los comerciantes.
16. Describir tipo de Interacción entre tianguistas para la organización de las celebraciones religiosas.
17. Ubicar cómo se organizan para la realización de actos religiosos como misas, peregrinaciones.
18. Describir en actos religiosos: grado de devoción, tipo de prácticas religiosas llevadas a cabo, símbolos utilizados durante el acto, tipo de vestimenta utilizada, interacción entre el grupo familiar y los compañeros de trabajo.

Ocio

19. Describir actividades realizadas por los comerciantes en el tiempo de no venta.
20. Registrar el tipo de convivencia entre los vendedores durante la jornada de trabajo.
21. Describir la convivencia realizada entre los comerciantes en el momento de levantar sus puestos.
22. Ubicar formas de recreación y convivencia de los tianguistas fuera del tianguis: espacios deportivos; establecimientos nocturnos: bares, cantinas, pulquerías; fiestas familiares; actos religiosos, etc.

Identidad y acción colectiva

23. Ubicar el nivel de agrado de los tianguistas con su trabajo: en su relación con la clientela, con sus compañeros del tianguis, con sus ayudantes; en la forma en que hace labor de venta; en la responsabilidad con su trabajo: puntualidad, asistencia semanal, si considera la demanda de productos específicos solicitados por su clientela.
24. Describir costumbres en común entre los tianguistas así como el grado de competencia: por los espacios, la clientela, los tipos de productos que se venden, los proveedores, etc.
25. Señalar formas de cooperación entre compañeros de trabajo.
26. Ubicar existencia de grupos organizados opuestos a la organización o discurso oficiales.
27. Describir tipo de relación entre la organización y los tianguistas que pertenecen a ella: de cooperación y pertenencia; de conflicto: resistencia a disposiciones; de tipo instrumentalista, etc.
28. Describir formas de resistencia y oposición a la organización: discursivas, organizadas, legales, uso de violencia.
29. Señalar formas de participación de los comerciantes dentro de la organización y en acciones colectivas.

Guía de Observación de Asambleas

1. Registrar forma en que se convoca a la asamblea.
2. Actitud y comportamiento de los vendedores al asistir a la asamblea (vestimenta, tipo de conversaciones, con o sin acompañantes). Si todos asisten, quiénes no lo hacen, quiénes sólo permanecen poco tiempo.

3. Mecanismo de control de la asistencia: pasar lista, registrarse al momento de entrar al espacio de la reunión.
4. Describir el estado del lugar de la reunión.
5. Registrar quién dirige la reunión; si se elige o se impone.
6. Registrar la forma en que se inicia la asamblea: protocolos, ritos, normas.
7. Registrar como se conforma la orden del día: si se propone o ya está preestablecida.
8. Describir la forma en que se desenvuelve la asamblea: discusiones, debates, toma de acuerdos, manejo de propuestas por parte de la dirigencia.
9. Registrar la forma en que se toman los acuerdos: por imposición, por consenso, por mayoría de votos.
10. Registrar la forma en que se cuentan los votos sobre las distintas propuestas.
11. Ubicar tipo de respuesta por parte de los agremiados ante el discurso de los dirigentes y ante los acuerdos y disposiciones que se establecen.
12. Ubicar grupos de oposición
13. Describir estado de ánimo de los trabajadores en la asamblea.
14. Describir la manera en que se recapitulan los acuerdos tomados.
15. Registrar cómo y por quién se da por concluida la asamblea.
16. Describir la forma en que se retiran los tianguistas: individualmente, en grupos, si permanecen discutiendo fuera del lugar de la reunión, etc.

Guía de Observación en Negociaciones: dirigentes-autoridad.

1. Describir el lugar de reunión entre dirigentes y autoridades.
2. Registrar actitud de los funcionarios: amable, cordial, prepotente, arrogante, de cooperación, de fuerza.
3. Anotar el nivel del funcionario encargado de la reunión.
4. Registrar el tipo de vigilancia utilizada por los funcionarios en el lugar de reunión.
5. Registrar actitud de líderes: vestimenta, forma de encontrarse con los funcionarios (saludo)
6. Describir quién toma la palabra en primer lugar y el sentido del discurso.
7. Registrar la forma en que se intercambian la palabra.
8. Registrar el contenido del discurso de dirigentes y funcionarios: si recurren a argumentos de tipo legal, histórico, político, etc.
9. Registrar si lo propuesto por los dirigentes concuerda con lo consultado y acordado con la base trabajadora.
10. Describir estado de ánimo y comportamiento de los participantes en los momentos álgidos de la discusión.
11. Registrar la forma en que consensan acuerdos o la forma en que rompen la plática.
12. Describir la forma en que concluye la reunión: si ambas partes están de acuerdo, si alguna de las partes se retira primero, si el líder se retira o permanece platicando con algún funcionario; si acuerdan alguna reunión posterior.
13. Describir donde y cómo quedan estipulados los acuerdos: documentos firmados por ambas partes, de palabra.

Guía de Observación de manifestaciones.

1. Describir el lugar de concentración para la realización de la movilización.
2. Registrar el estado de ánimo y ambiente de los participantes.
3. Ubicar el grado de participación de los tianguistas en las movilizaciones colectivas: si asiste la mayoría o sólo algunos.
4. Registrar la forma en que se controla la asistencia por parte de la organización.
5. Describir el tipo de vestimenta de manifestantes y líderes
6. Describir formas de organización de los tianguistas para la movilización: si se dividen en comisiones, si marchan en grupos, si cada quien marcha por su cuenta.
7. Ubicar quiénes encabezan la movilización, quiénes se colocan atrás y delante, quiénes vocean las consignas.
8. Señalar demandas, consignas, formas de protesta, tipo de música, símbolos utilizados, discursos, actitud de los participantes (tianguistas y líderes).
9. Anotar consignas descritas en Carteles, mantas, etc.

10. Registrar la forma en que los manifestantes se refieren a la autoridad: burlándose, ofendiéndolos, demandando. Tipo de representaciones sobre la autoridad: muñecos, imitaciones, caricaturas, máscaras.
11. Registrar el tipo de propaganda que se reparte a los observadores: volantes, boletines.
12. Ubicar acciones de apoyo a las movilizaciones de los tianguistas por parte de otros actores: clientela, vecinos, otras organizaciones de tianguistas, organizaciones sociales y políticas.
13. Registrar el grado de vigilancia y actitud de la policía en la movilización: de hostigamiento, de soslayo, de provocación.
14. Describir la forma en que se desarrolla la manifestación: si hay incidentes, si hay gente que se sale de la manifestación, si hay provocadores.
15. Describir actitud de los tianguistas ante reacción de la fuerza pública en las movilizaciones.
16. Anotar el ambiente del contingente al arribar al lugar de concentración después de la movilización.
17. Describir el tipo de actividades que se llevan a cabo en la parte final de la movilización: mitin, cierre de avenidas, actividades artísticas, plantón, etc.
18. Registrar el estado de ánimo de los manifestantes a la hora del mitin: tipo de conversaciones, temas de los que hablan, si ponen atención o no.
19. Describir cómo se retiran los manifestantes del lugar de la reunión: si llevan transporte común, o particular, si se van en grupo o individualmente.
20. Señalar términos y condiciones de negociación entre dirigentes y autoridades, producto de la movilización.

APÉNDICE III. Dimensionalización de Conceptos Ordenadores.

DIMENSIONES	ESTRUCTURAS	SUBJETIVIDAD	INTERACCIONES.
<p>TRABAJO Control del proceso de trabajo. 1. Comunidad de vendedores / Organización: a) Formas de acceso al comercio en el tianguis.</p>	<p>Estructura jerárquica administrativa: -organización, -representantes, -delegados. Normas de ingreso: -pago de cuotas, -matrícula obligatoria en la organización, -red de relaciones sociales. Costumbres arraigadas de los comerciantes concernientes a la incorporación de nuevos vendedores.</p>	<p>Conocimiento de los requisitos para el acceso. -Grado de empatía con la organización o con el personal que controla el acceso al trabajo: empatía, molestia, antipatía, rechazo. -Significado sobre el control de las formas para acceder al tianguis: justo, necesario, injusto, abusivo, viola el derecho al trabajo, es 'normal' como en las empresas (analogía).</p>	<p>Tipo de relación entre la comunidad de vendedores y los aspirantes a vender: cooperación, conflicto, rechazo, solidaridad, individualismo; -Tipo de relación con la organización: mercantil, clientelar, de subordinación, burocrática. -Existencia de redes sociales (familiares, amigos, compadrazgos,) que se utilicen para hacer posible el ingreso.</p>
<p>b) Espacio disponible</p>	<p>Estructura del espacio: -límites espaciales del tianguis. -distribución de los puestos. Normas sobre la disposición del espacio: -de vialidad -de protección civil -de uso de suelo -de comercio en vía pública.</p>	<p>Conocimiento de las formas para obtener un espacio. -Significado sobre el control de los espacios disponibles: Injusto; necesario; 'natural' (costumbre); como una forma para obtener más ingresos (pragmático) por parte de la organización o de los encargados.</p>	<p>Interacciones: de subordinación a las disposiciones; de rechazo, de aceptación. Existencia de redes de relaciones sociales como mecanismo de control sobre los espacios; Relaciones conflictivas o de cooperación entre vendedores por obtener un espacio.</p>
<p>c) Tipo de producto</p>	<p>Normas de comercialización de los productos. Oferta y demanda de los productos. Estructura de proveedores. Mercado de productos.</p>	<p>Significado del control sobre los productos posibles de vender: injusto, autoritario, necesario, ilegal. Conocimiento sobre la oferta y demanda de los productos. Conocimiento sobre las normas de comercialización.</p>	<p>Interacciones: Acuerdo entre vendedor y quien designa los giros comerciales. Relaciones de conflicto con otros vendedores que vendan el mismo producto o de conflicto por el rechazo a que se determine qué producto vender.</p>
<p>2. Vendedor. a) Control sobre la jornada de trabajo:</p>	<p>Normas sobre la jornada de trabajo (contrato de trabajo, reglamentos y leyes de operación de tianguis, etc.). Nivel de ingresos del vendedor y capital de inversión disponible. Dinámica social de consumo. Distancia espacial entre el espacio de trabajo y el lugar de residencia.</p>	<p>Conocimiento del horario de trabajo dispuesto por las normas. Significado sobre el control de la jornada de trabajo: opresivo, autoritario, flexible, justo, necesario. Significado sobre el autocontrol de la J de T.: -afirmación de libertad e independencia; -como forma de empoderamiento.</p>	<p>Acciones de rechazo a la autoridad por la disposición del horario de operación del tianguis; Acuerdo entre vendedor y empleado por el horario de trabajo establecido. Relaciones de conflicto, de negociación o de subordinación con la Organización por el establecimiento de la jornada de trabajo.</p>

<p>b) Dinámica de trabajo y las formas de venta.</p>	<p>Normas formales e informales sobre las formas de trabajo. Costumbres sobre las formas en que se ejerce el trabajo del tianguista. Técnicas de venta no explícitas.</p>	<p>Conocimiento de las normas sobre las formas de trabajo; Significado sobre el control de las formas de trabajo: Adecuado -porque han dado resultado; -porque se basan en la forma de trabajo tradicional; -porque fueron aprendidos en otros espacios de trabajo anteriores (empresas, otros comercios, etc.) o transmitidos por los mismos compañeros de trabajo; -porque se apegan a lo dispuesto en la ley; Inadecuado: -porque no funcionan; -porque es mejor innovar; -porque no motivan un mayor consumo; -porque lo justo es que cada quien emplee sus propias formas.</p>	<p>Interacciones: Relaciones de cooperación, apego a las disposiciones normativas: se aceptan las formas de trabajo establecidas por el gremio de tianguistas o la organización. Relaciones de conflicto y oposición: rechazo al control sobre las formas de trabajo. Interacciones de enseñanza y aprendizaje entre los nuevos tianguistas y los que ya manejan el oficio.</p>
<p>c) Administración de los ingresos.</p>	<p>Oferta y demanda del producto. Estructura de mando en el comercio: propietario, empleados o ayudantes.</p>	<p>Conocimiento del margen de ganancia e inversión. Razonamiento instrumental o de sentido común para el manejo de los ingresos.</p>	<p>Tipo de interacciones: De cooperación, al existir consenso de quien centraliza la administración de los ingresos; De conflicto, por existir oposición, por ejemplo con el trabajador asalariado o con algún miembro de la familia.</p>
<p>3. Clientes a) Producto:</p>	<p>Oferta y demanda del producto. Capacidad de consumo de la clientela.</p>	<p>Conocimiento del costo de los productos; Conocimiento sobre el tipo de producto de mayor consumo; Significado del control del cliente a través del producto: El vendedor puede no estar consciente de dicho control; -necesario; -rechazo y susceptible de contrarrestar (por ejemplo, por medio de las técnicas de venta el cliente consume lo que el vendedor quiere sin ser el primero quien establezca las condiciones.) Sentido otorgado por el vendedor: -razonamiento instrumental que conlleva vender a precios más accesibles con el objetivo de no perder clientela. -estético: vender algo agradable para la gente o que le confiera cierto estatus por lo que representa alguna marca comercial.</p>	<p>Tipo de interacciones: -relaciones conflictivas entre tianguista y cliente por la insatisfacción del consumo. -relaciones armoniosas al lograrse un consumo satisfactorio (buen precio, buen producto).</p>

<p>b)Trato al cliente:</p>	<p>Normas formales e informales de servicio al cliente: cortesía, saludo, mostrarse servicial, etc. Sector social de la clientela.</p>	<p>Conocimiento de las normas de servicio. Significado sobre las formas de trato al cliente: necesarias, no necesarias, pasadas de moda, útiles. Implementarlas puede implicar en el vendedor: molestia, desagrado, gusto, agrado. Sentido otorgado del trato a la clientela: -interés económico: estrategia de venta. -es lo justo; -es satisfactorio; -se determina a conveniencia del vendedor: si es un cliente agradable físicamente; Si es un cliente asiduo de mucho tiempo; Si es un cliente que muestra capacidad de compra.</p>	<p>Relaciones de reciprocidad, conflicto, negociación: Negociación de significados entre cliente y vendedor. Negociación para el intercambio comercial/Imposición de costos. Establecimiento de relaciones de amistad o enemistad.</p>
<p>4. Agentes públicos</p> <p>a) Pago de cuotas.</p>	<p>Presencia de autoridades en los espacios de venta: funcionarios, inspectores, policías. Normas formales e informales sobre el pago de cuotas.</p>	<p>Conocimiento de las reglas sobre cuotas que se tienen que pagar. Significado sobre el pago de cuotas a las autoridades: acto justo, corrupción, requisito para trabajar, costumbre. Sentido otorgado: molestia, conformismo, impotencia, coraje.</p>	<p>Relaciones de reciprocidad: -el pago de cuotas implica permiso para vender y vigilancia; Relaciones de conflicto: -rechazo a pagar por considerarlo un acto de extorsión; -Represalias de autoridades por no cubrir el pago: no se permite trabajar; se agrede físicamente, etc.</p>
<p>b) Coacción y control sobre el espacio de trabajo por parte de la autoridad.</p>	<p>Normas sobre la ocupación de espacios públicos: leyes, reglamentos. Estructura corporativa entre Organizaciones gremiales y aparato burocrático gubernamental.</p>	<p>Conocimiento de las leyes sobre uso de espacios públicos. Conocimiento de las fuerzas policíacas y sus formas de actuar. Significado sobre el uso de la fuerza pública: justo/injusto; legal/ ilegal; temor/coraje. Sentido otorgado: coraje, temor, apatía, injusticia.</p>	<p>Relaciones de conflicto entre autoridades y vendedores: acción colectiva: defensa del espacio de trabajo. Relaciones de cooperación y negociación: mantenimiento del espacio de trabajo.</p>

<p>Regulación del Trabajo. Comunidad de vendedores/ Organización</p> <p>a) Mecanismos de acceso a la ocupación y al espacio concreto de trabajo.</p>	<p>Normas formales e informales de acceso. Estructura de distribución de puestos. Densidad de población trabajadora.</p>	<p>Conocimiento de las reglas de incorporación. Significado sobre la regulación del acceso: no válido, injusto, necesario, 'normal', burocratismo. Sentido otorgado: molestia, conformidad, expectativas positivas por contar con una red social; coraje, impotencia al aspirante por no contar con las relaciones que le ayuden o con los requisitos.</p>	<p>Relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad/mercantilistas, pragmáticas. Pertenencia a redes sociales vinculadas al espacio de trabajo.</p>
<p>b) relación entre vendedores y con la organización gremial.</p>	<p>Disposiciones normativas: formales o informales. Cultura laboral urbana. Cultura política gremial.</p>	<p>Conocimiento de las reglas sobre las relaciones de trabajo. Significado: necesarias para evitar conflicto; parciales y unilaterales; benefician sólo a algunos; son justas para todos; no son importantes. Sentido otorgado: -certeza -molestia ante las disposiciones de la organización sobre su trabajo.</p>	<p>Relaciones de cooperación y solidaridad; o de conflicto que pueden ser veladas u ocultas.</p>
<p>c) Formas de organizar el trabajo: distribución de los espacios de venta; de los productos que se pueden vender, de la amplitud del puesto.</p>	<p>Normas formales e informales para la organización del trabajo. Costumbres de trabajo en la ocupación.</p>	<p>Aprendizaje y Conocimiento de las formas de organización del trabajo. Sentido otorgado: -desconfianza por la intromisión de otras personas a su trabajo; -sentimiento de justicia o injusticia de acuerdo a si se aplica por igual la norma a todos los vendedores o si hay preferencias.</p>	<p>Relaciones de cooperación y reciprocidad ante la certeza de que todos actuarán igual; Relaciones de conflicto por oposición a las normas al pensar que se aplican discrecionalmente.</p>
<p>Autoridades a) Delimitación del espacio para vender</p>	<p>Normas institucionales: leyes, códigos, bandos públicos, etc. Estructura burocrática de control y vigilancia: inspectores, policías, ministerio público.</p>	<p>Conocimiento de los reglamentos, leyes. Conocimiento de las autoridades: inspectores, delegados, policías. Sentido otorgado: -inhibe la ocupación de espacios no disponibles para la venta ante el temor de ser echado de ese lugar por las autoridades (emotivo); -genera resistencia ante el sentimiento de injusticia; -aceptación y disposición para reubicar su lugar de venta;</p>	<p>Relaciones de conflicto entre autoridades y vendedores: movilizaciones, acciones violentas, acciones legales; Relaciones de cooperación al concretar acuerdos: diálogo, negociación. Relaciones corporativas entre Organizaciones y autoridad.</p>

<p>b) Mecanismos de higiene y salud pública: basura, venta de productos higiénicos y en buen estado, ruido, necesidades fisiológicas de los vendedores y de las personas que asisten al tianguis.</p>	<p>Normas institucionales de salud pública. Estructura burocrática de supervisión para el cumplimiento de las disposiciones. Densidad de población trabajadora y de clientela.</p>	<p>Conocimiento de las normas. Conocimiento de las instancias de supervisión; Sentido otorgado: -Actitudes de soslayo a las normas higiénicas: pragmatismo. -cumplimiento de normas por temor a ser sancionado (emotivo);</p>	<p>Relaciones de conflicto entre autoridades y vendedores: rechazo, agresiones a las autoridades; Relaciones de cooperación, corrupción.</p>
<p>c) Vialidad: Sanciones sobre la ocupación de espacio destinado al tráfico de autos o al tránsito de personas; ocupación del espacio en vía pública para estacionar el transporte de los vendedores y de la clientela.</p>	<p>Normas de vialidad y tránsito. Estructura urbana. Antecedentes históricos de la traza urbana.</p>	<p>Conocimiento de las normas de vialidad; Sentido otorgado: -temor por la ocupación de espacios no disponibles; -creer que las autoridades no aplican la ley.</p>	<p>Relaciones de conflicto o de cooperación entre autoridades y vendedores. Establecimiento de negociación y acuerdos/ surgimiento de conflicto.</p>
<p>Construcción social de la ocupación.</p>	<p>Mercado de trabajo urbano. Procesos de incorporación. Redes sociales para el acceso. Demanda social de la ocupación. Estructura de la producción: organización del trabajo, de la distribución de puestos, distribución del tipo de producto, amplitud del puesto.</p>	<p>Conocimiento de las posibilidades de empleo. Conocimiento de la ocupación de tianguista. Significado de la ocupación: -legítima, porque todos tienen derecho a trabajar, -'honrada', honesta; Insegura, porque no se cuenta con seguridad social, no hay un ingreso fijo; -Accesible y flexible: permite estar más tiempo con los hijos o para hacer otras actividades. -precaria: no se obtienen mayores beneficios por la alta competencia; estética, es una ocupación agradable, no sucia.</p>	<p>Relaciones de compadrazgo, amistosas. de solidaridad para acceder al tianguis; o de tipo mercantil por la venta de lugares para vender. Funcionamiento de redes sociales -familiares, amistosas, para el ingreso y mantenimiento en el tianguis.</p>
<p>Relaciones de poder en el trabajo.</p>	<p>Estructura jerárquica administrativa: -delegados -representantes -líder Normas de mantenimiento del orden y respeto a las jerarquías. Organización de los lugares y tipo de productos para la venta. Grupos de poder dentro del espacio de trabajo.</p>	<p>Conocimiento de la estructura jerárquica. Significado sobre la autoridad en el trabajo: respeto, admiración, rechazo, subordinación, obediencia. Sentido otorgado a la estructura jerárquica en el trabajo: -Restrictiva de la libertad -Tiene fines utilitarios -Tiene objetivos políticos-Necesaria para mantener el orden y la convivencia. -Útil para la obtención de beneficios o la defensa de derechos (legítima) Significado sobre los comerciantes con mayor peso en la toma de decisiones (por su antigüedad, por el número de puestos, por la cantidad de mercancía que vende, por su relación amistosa con los líderes): -recelo -envidia -coraje -respeto -admiración.</p>	<p>Relación entre comerciantes y sus dirigentes de: -consenso -clientelar -obediencia -cooperación -conflicto -resistencia Relación entre comerciantes diferenciados por las condiciones de trabajo (los que venden más, los que tienen varios puestos para vender, los que están en mejor lugar): -respeto -solidaridad -conflicto (hostigamiento, violencia, enfrentamiento.) -indiferencia.</p>

<p>Construcción de las decisiones familiares para el trabajo.</p> <p>a) Toma de decisiones familiares para laborar en el tianguis</p>	<p>Estructura de relaciones intrafamiliares. Normas familiares para la toma de decisiones. Organización y División familiar para el trabajo en el tianguis.</p>	<p>Significado sobre la forma en que se toman las decisiones para el trabajo. Significado sobre la decisión familiar de trabajar en el tianguis. Disposición familiar para trabajar en el tianguis.</p>	<p>Respuesta familiar por la forma en que se toman de decisiones: rechazo, aceptación, acuerdo. Relaciones e interacción familiar en el espacio de trabajo.</p>
<p>Cultura familiar sobre el trabajo.</p> <p>a) Tradición y costumbres laborales familiares.</p>	<p>Tradicón familiar en el trabajo. Trayectorias laborales: relación de dependencia/autoempleo. Costumbres y normas laborales en la familia.</p>	<p>Significado familiar sobre el trabajo. Significado familiar sobre la ocupación de tianguista. Conocimiento sobre como ejercer la actividad laboral en el tianguis. Sentido y Conducta expresada por laborar en el tianguis: rechazo, aceptación, malestar, gusto, conformidad, desacuerdo.</p>	<p>Tipo de relaciones generadas por la tradición familiar de trabajar en el tianguis: de resistencia, de cooperación, de conflicto. Interacciones familiares para trabajar en el tianguis: cooperación/rechazo, participación/apatía.</p>
<p>b) Ejercicio familiar de la actividad laboral en el tianguis.</p>	<p>Normas y formas de trabajo establecidas para laborar en el tianguis.</p>	<p>Significado familiar sobre las formas de trabajar en el tianguis. Conocimiento sobre cómo realizar el trabajo en el tianguis. Significado familiar sobre el ser tianguista. Inclinación y voluntad familiar para el trabajo por cuenta propia.</p>	<p>Interacciones familiares para la venta en el tianguis: de cooperación, de conflicto, de armonía. Tipo de organización y división de tareas para el trabajo.</p>
<p>Comportamiento familiar hacia la comunidad laboral y la Organización del tianguista.</p>	<p>Orden familiar en el espacio de trabajo. Estructura de necesidades económicas familiares.</p>	<p>Significado familiar sobre la organización de tianguistas. Sentido familiar sobre la convivencia social. Actitudes familiares hacia la comunidad laboral en el tianguis: solidaridad, desapego, apatía, cooperación. Voluntad familiar para la agregación colectiva y la militancia en la organización de tianguistas.</p>	<p>Tipo de relaciones sociales al interior del espacio de trabajo: cooperación, utilitarismo, conflicto, convivencia.</p>
<p>TERRITORIO</p> <p>Configuración del espacio urbano.</p> <p>a) Estructura socioeconómica del territorio.</p>	<p>Delimitación geopolítica de la zona ocupada por el tianguis. Mercado de trabajo regional/nivel de desempleo y precariedad laboral. Sectores sociales predominantes. Condiciones sociales de vida de la población.</p>	<p>Sentido de pertenencia al territorio, la colonia, el barrio. Sentido sobre las ocupaciones y posibilidades de emplearse en la región. Significado sobre las condiciones de vida en el territorio (conformismo, fatalismo, confianza, optimismo).</p>	<p>Tipo de interacciones sociales entre la población: solidaridad, cooperación, apatía, sectarismo, individualismo.</p>
<p>b) Composición sociopolítica del territorio.</p>	<p>Sectores sociales predominantes. Grado de organización social. Nivel de integración y anomia sociales. Actores sociales dentro del territorio vinculados con el tianguis.</p>	<p>Conocimiento y Significado sobre la composición social del territorio. Conciencia y Significado sobre el sector social al que se pertenece. Sentido sobre la organización comunitaria. Significado sobre el grado de anomia social y el nivel de integración. Conocimiento y sentido de las organizaciones y movimientos sociales en el territorio.</p>	<p>Grado de integración social en el territorio. Interacciones sociales de cooperación, solidaridad, conflicto, sectarismo. Relación entre la población y las organizaciones sociales: clientelar, de cooperación, de oposición.</p>

<p>Construcción social del espacio de trabajo.</p> <p>a) Apropiación física y simbólica del espacio público para trabajar.</p>	<p>Normas sobre uso del espacio público. Disponibilidad del espacio para la apropiación laboral. Estructura organizativa de los tianguistas para la apropiación del espacio.</p>	<p>Conocimiento de las normas para la utilización del espacio público. Significado sobre el uso del espacio público para trabajar. Voluntad colectiva para ocupar los espacios y defenderlos. Significado sobre la apropiación física del espacio público para la venta de tianguis. Apropiación simbólica del espacio: espacio autónomo de trabajo, de generación de ingresos, de convivencia social, como espacio natural de vida y trabajo.</p>	<p>Relaciones de cooperación entre los tianguistas para la apropiación del espacio público. Interacciones con los vecinos del lugar donde se coloca el tianguis: de conflicto, de cooperación... Interacciones entre los tianguistas y las autoridades por la ocupación de un espacio público: de conflicto de negociación. Acciones colectivas de defensa del espacio ocupado por los tianguistas.</p>
<p>b) Legitimación del espacio ocupado por el tianguis.</p>	<p>Periodo de tiempo de establecimiento del tianguis. Mecanismos de vinculación entre el tianguis y la autoridad: la organización de tianguistas, los partidos políticos, líderes.</p>	<p>Sentido sobre la antigüedad de establecimiento del tianguis. Disposición de la autoridad y los tianguistas para negociar el uso del espacio público. Significado de los tianguistas con relación al "derecho de trabajar" y a la apropiación del espacio público.</p>	<p>Interacción de los tianguistas con la autoridad: de conflicto, de negociación. Interacción entre tianguistas y clientela: de respeto, de reconocimiento, de conflicto,</p>
<p>c) Legitimación del espacio ocupado por el tianguis de parte</p>	<p>Niveles de Oferta y demanda en el tianguis. Normas para el establecimiento de los tianguis. Estructura corporativa entre autoridad, partidos políticos y Organizaciones gremiales.</p>	<p>Significado de la clientela con respecto a la ocupación del espacio público para establecer el tianguis. Significado de la población con relación a la operación del tianguis. Actitud de la autoridad con respecto a la operación del tianguis: de tolerancia, de violencia, de cooperación, de intolerancia, de apego a la ley, Motivaciones para la incorporación corporativa de los tianguistas: instrumental, de apoyo y solidaridad, pragmatismo.</p>	<p>Tipo de relación entre clientela y tianguistas: de respeto, de servicio, ofensiva. Relación entre población y tianguistas: tolerancia, oposición, rechazo, aceptación. Relación entre autoridad y tianguis: de negociación, de conflicto, corporativa. Relación entre partidos y tianguistas: clientelar, corporativa, instrumental, de cooperación.</p>
<p>d) Formas de ejercicio del poder sobre el uso del espacio público.</p>	<p>Estructura de gobierno. Normatividad para el uso del espacio público. Normatividad para el establecimiento de comercio en vía pública. Organizaciones sociales y partidos políticos vinculados con las Orgs. De tianguistas.</p>	<p>Significado sobre el derecho a la utilización del espacio público para trabajar. Conocimiento de las normas sobre el uso del espacio público. Confianza y certidumbre hacia la organización gremial como garante en la defensa del espacio de trabajo. Disposición colectiva de los tianguistas para la defensa del espacio de trabajo.. Actitud de la autoridad hacia los tianguistas: autoritaria, intolerante, democrática, tolerante.</p>	<p>Interacción autoridad-tianguista: coacción hacia los vendedores (utilización de la fuerza pública), de consenso para permitir la utilización de los espacios.</p>

<p>OCIO</p> <p>a) Disposición y capacidad para la utilización del tiempo de ocio.</p>	<p>Jornada de trabajo en el tianguis.</p> <p>Tiempo libre disponible.</p> <p>Ejercicio laboral fuera del tianguis (dualidad ocupacional)</p>	<p>Significado sobre la utilización del tiempo de ocio con relación al trabajo en el tianguis (como descanso, como forma de destensarse, como espacio de tiempo para la formación personal, o para convivir con su familia o compañeros de trabajo.)</p> <p>Significado sobre la utilización del tiempo de ocio con relación a la identidad colectiva (como medio de convivencia social, como forma de relacionarse y socializar con otros compañeros de trabajo, como forma de aislarse del contacto con los demás: práctica individual del ocio que inhibe la convivencia con los compañeros de trabajo.)</p>	<p>Interacciones con la familia, los amigos, los compañeros de trabajo.</p> <p>Nivel de interacción del tianguista con sus compañeros de trabajo como factor para la convivencia.</p>
<p>b) Prácticas de ocio dentro del espacio de trabajo</p>	<p>Grado de asistencia de la clientela al tianguis.</p> <p>División de las actividades para vender. normas de trabajo</p>	<p>Significado sobre el tiempo libre para el ocio.</p> <p>Voluntad para practicar actividades lúdicas o formativas en el tiempo de ocio en el tianguis</p> <p>Actitud sobre el trabajo con relación al ocio: responsabilidad, irresponsabilidad.</p>	<p>Interacciones con los compañeros de trabajo dentro del espacio laboral del tianguis.</p> <p>Tipo de relación que se mantiene con los compañeros de trabajo: simpatía, apatía, cooperación, individualismo.</p>
<p>c) Prácticas de ociosidad en el espacio de trabajo.</p>	<p>Redes de amigos.</p> <p>Anomia social</p>	<p>Sentido de ejercer la ociosidad: (drogadicción, alcoholismo, actividades ilícitas) en el lugar de trabajo.</p> <p>Significado del trabajo en el tianguis con relación a las prácticas de ociosidad ejercidas.</p>	<p>Interacciones del tianguista con otros sujetos (compañeros de trabajo, delincuentes) en el ejercicio de la ociosidad.</p> <p>Relación del tianguista con la delincuencia organizada.</p>
<p>d) Prácticas de ocio fuera del espacio laboral.</p>	<p>Red de amigos y compadrazgos.</p> <p>Espacios públicos de convivencia.</p>	<p>Significado sobre la convivencia con amigos, compañeros del tianguis.</p> <p>Disposición para practicar actividades de convivencia social.</p> <p>Sentido del tiempo libre de ocio fuera del espacio de trabajo: necesario, inútil, sin importancia, prioritario.</p>	<p>Relaciones de amistad y compadrazgo extralaboralmente.</p> <p>Grado de interacción del tianguista con otros compañeros del tianguis en su vida cotidiana extralaboral:</p>
<p>RELIGIÓN.</p> <p>a) Prácticas religiosas relacionadas con el trabajo.</p>	<p>Tipo de religiosidad popular ejercida.</p> <p>Normas religiosas referidas al trabajo-instituciones religiosas en el territorio.</p> <p>Tipo de ritos religiosos practicados por la institución religiosa.</p>	<p>Significado sobre las normas dispuestas por la religión con respecto al trabajo.</p> <p>Sentido de profesar una religión para el ejercicio laboral (necesario para el trabajo, sin importancia, porque sólo así es posible tener una buena venta..)</p> <p>Significado y forma de interpretar los ritos religiosos para la actividad laboral.</p> <p>Significado de practicar ritos religiosos para el desempeño laboral</p>	<p>Interacciones generadas entre los compañeros de trabajo mediante la práctica religiosa.</p> <p>Interacciones entre tianguistas por la diferenciación en la creencia religiosa: de conflicto, de respeto, de competencia.</p>

<p>b) Sentido religioso sobre el trabajo</p>	<p>Discurso de la institución religiosa sobre el trabajo</p>	<p>Actitudes sobre el trabajo influenciadas por la religión. Significado religioso sobre el trabajo. Sentido construido por el trabajador sobre el significado religioso del trabajo.</p>	<p>Interacciones entre los tianguistas motivadas por la concepción religiosa del trabajo.</p>
<p>c) sentido religioso sobre la organización y la acción colectiva.</p>	<p>Discurso religioso sobre la organización social y la acción colectiva. Normas religiosas para el trabajo de organización comunitaria.</p>	<p>Conocimiento del discurso religioso sobre la acción colectiva. Significado religioso sobre la acción colectiva. Sentido del discurso religioso sobre la acción colectiva. Actitudes con relación a la organización motivadas por la concepción religiosa. Inclinación religiosa hacia el comunitarismo y la integración colectiva.</p>	<p>Interacciones motivadas por el significado religioso de la acción colectiva.</p>
<p>ORGANIZACIÓN.</p>			
<p>a) Dominación y cultura política gremial.</p>	<p>Normas internas de la organización: estatutos, reglamentos. Organigrama: forma de distribución de las jerarquías. Mecanismos de elección de la dirigencia. Mecanismos de participación de la base.</p>	<p>Conocimiento sobre los estatutos y reglamentos de la organización. Conocimiento sobre los dirigentes y la función que ocupan en la organización- Significado sobre los estatutos y la distribución del poder de la organización: justo, injusto, eficaz, inútil, antidemocrático, elitista, democrático. Conocimiento y significado sobre los mecanismos de elección. Conocimiento y significado sobre los mecanismos de participación: necesarios, suficientes, insuficientes, inútiles. Motivación para aceptar a los dirigentes: por costumbre, de tipo instrumental, legal, carismático.</p>	<p>Carácter de la relación entre los dirigentes: competencia, conflictiva, de cooperación. Tipo de interacción entre dirigentes y bases: autoritaria, elitista, democrática, de camaradería, de conflicto, de oposición, de coacción y resistencia. Formas de dominación de los dirigentes: caudillesca, carismática, clientelar, corporativa. Formas de ejercicio del poder: por convencimiento, por coacción física o simbólica.</p>
<p>b) Mecanismos para la toma de decisiones</p>	<p>Normas para la toma de decisiones. Jerarquía designada para tomar decisiones. Formas en que participa la base para influir sobre las decisiones (asambleas, elecciones, consultas)</p>	<p>Conocimiento y significado sobre la forma en que se toman las decisiones al interior de la organización. Conocimiento y significado sobre la forma de participación dentro de la organización: sobre las asambleas (democráticas, manipuladas, farsas), elecciones (arregladas cupularmente, eficientes, fraudulentas, democráticas). Motivación para aceptar la forma en que se toman las decisiones: por conveniencia (instrumental), por convicción, para mantener su trabajo, por temor.</p>	<p>Interacciones en asambleas: autoritarias, de respeto, de participación, de consenso, de oposición, de conflicto.</p>

		<p>Motivación para oponerse a la forma en que se toman las decisiones: por corrupción, porque no sirven, por antidemocráticas, por farsa, porque sólo se beneficiaban los dirigentes,</p>	
<p>c) Mecanismos de estructuración del trabajo en el tianguis.</p>	<p>Normas de la organización sobre el trabajo en el tianguis. Estructura jerárquica responsable que organiza y controla el trabajo de los tianguistas.</p>	<p>Conocimiento sobre el papel de la organización en la estructuración del trabajo en el tianguis. Significado sobre la función de la organización dentro del tianguis. Motivación para aceptar la dirección de la organización en el trabajo; porque se necesita, para evitar conflictos personales con otros compañeros.</p>	<p>Interacción entre dirigencia y tianguistas: de cooperación, de conflicto, de imposición, de coacción, de subordinación.</p>
<p>d) Construcción de acciones colectivas</p>	<p>Estructura jerárquica que define las acciones colectivas. Mecanismos de decisión para la toma de acciones colectivas. Código normativo para la realización de acciones colectivas. Recursos de la Organización para la acción colectiva.</p>	<p>Significado sobre el objetivo de realizar acciones colectivas. Conocimiento sobre cómo llevar a cabo una acción colectiva. Motivaciones del tianguista para participar en las movilizaciones: por obligación, para poder seguir trabajando, para evitar sanciones, por convicción, acción motivada por consideraciones éticas (justicia), por la defensa de sus derechos. Significado sobre la forma en que se deciden las acciones colectivas a desarrollar.</p>	<p>Interacciones en la organización para las acciones colectivas: de cooperación, de resistencia, de oposición. Interacciones en las movilizaciones: acciones pasivas, participativas, violentas, pacíficas. Relación de conflicto con los enemigos: las autoridades, la policía, otras organizaciones, otros tianguistas, otros comerciantes, los dirigentes corruptos.</p>
		<p>Definición del sentido de los aliados y los enemigos de la organización y del gremio. Sentido de los agravios que pueden detonar acciones colectivas espontáneas: deshonestidad de los dirigentes, coacción física por parte de las autoridades, coacción por parte de los vecinos, o de otros comerciantes.</p>	

<p>DIMENSIÓN IDENTIDAD COLECTIVA a) CON EL TRABAJO.</p>	<p>ESTRUCTURAS Normas laborales. Tradiciones y costumbres referidas al trabajo en el tianguis: -existentes en el lugar de origen. -practicadas por la familia de origen. Formas de Trabajo: -venta en espacios abiertos (calle). -Trabajo flexible: en Jornada de trabajo; no establecido de forma permanente; en cuanto al producto que se vendió. -Autocontrol sobre el proceso de trabajo: la jornada, los ingresos, los medios de trabajo, los insumos.</p>	<p>SUBJETIVIDAD Conocimiento de las normas de trabajo. Conocimiento y grado de aceptación de las tradiciones referidas al trabajo en el tianguis. Significado sobre lo que es "ser tianguista" (oficio): -independiente -libre -no explotado, sin patrón. -no controlado -altamente sociable -servicial: otorga un servicio y le es útil a la clientela. -trabajo cómodo, simple. - medio de ingresos (instrumental), temporal. Gusto por el trabajo: -por que convive con mucha gente (socializa); -por que puede convivir con su familia. -por que controla el tiempo y ritmo de trabajo. -por que le permite realizar otras actividades (como ejercer otros trabajos, estudiar, tareas de reproducción familiar, etc.). Orgullo por el trabajo: -por que no depende de un salario. -por que es dueño de sus medios de trabajo, de su producto. -por que implica un esfuerzo físico importante, habilidades y conocimientos que no se desarrollan en otros trabajos.</p>	<p>INTERACCIONES Relaciones sociales de trabajo entre: los miembros del tianguis; entre la organización y autoridades; Entre tianguistas y clientela de: -cooperación, solidaridad, reciprocidad. -conflicto, oposición, violencia. -subordinación- dominación -Hegemonía/ consenso/resistencia.</p>
<p>b) CON LA COMUNIDAD LABORAL.</p>	<p>Normas de convivencia (reglas formales e informales sobre las relaciones entre los tianguistas.) Costumbres en común (de trabajo, religiosas, de convivencia social) Condiciones similares de vida: económicas, sociales, culturales. Espacios comunes de vecindad (Lugares comunes de residencia en zonas cercanas, el mismo barrio, la colonia contigua, el mismo municipio, etc.)</p>	<p>-por que es una actividad creativa, no repetitiva ni enclaustrada. No identificación: -sólo de manera instrumental (como fuente de ingresos) -Genera molestia: sólo se realiza por 'necesidad' y por no contar con un 'empleo'. -Causa apatía, desgano por el trabajo, mal trato a la clientela. -Se considera un trabajo sucio, mal visto. (estético) Conocimiento de normas y reglas sobre las formas de relacionarse con los demás miembros del tianguis.</p>	<p>Interacciones entre los miembros de la comunidad laboral: Compañerismo, solidaridad y comunitarismo: -ayuda mutua -Comparten experiencias -comparten medios de trabajo -comparten conocimientos sobre formas de trabajo, de trato al cliente, lugares y contactos para proveerse. Competencia: -por los espacios -la clientela -los tipos de productos que se venden.</p>


			<p>-violentos.</p> <p>Sentido otorgado:</p> <ul style="list-style-type: none"> -seguridad -auxilio -pertenencia -alegría por convivir con ellos -incertidumbre -molestia -mal aspecto -indiferencia -temor. 	<p>-los mejores proveedores.</p> <p>Existencia de Redes sociales cerradas y opuestas entre sí: grupos de presión, o de oposición al interior del tianguis.</p>
c) CON LA ORGANIZACIÓN	<p>Estructura jerárquica y organizativa.</p> <p>Estatutos de la organización</p> <p>Normas de la organización con respecto al trabajo del tianguis.</p> <p>Grado y mecanismos de control sobre el gremio de tianguistas.</p> <p>Proyecto organizativo.</p> <p>Discurso de la organización:</p> <ul style="list-style-type: none"> -radical -conciliador -democrático -ortodoxo. -retórico. <p>Mito fundacional de la organización.</p> <p>Posición de la organización con respecto al Movimiento social (organización pequeña, grande, protagonista, dirigente, de apoyo, Nueva, fundadora, Solidaria, instrumental)</p>	<p>Conocimiento de los estatutos y normas de la organización.</p> <p>Conocimiento del discurso de la organización respecto a:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Justificación sobre la 'necesidad' de integración. -versión sobre el gobierno, los partidos políticos, otras organizaciones. -Proyecto político y social. <p>Conocimiento y aceptación o rechazo del mito fundacional.</p> <p>Significado de la organización:</p> <ul style="list-style-type: none"> -necesaria para obtener beneficios, para trabajar con seguridad y certidumbre, para mejorar la calidad de vida y de trabajo, para contrarrestar u oponerse a la política neoliberal. <p>-Como medio para ingresar y mantenerse en el trabajo; gozar de beneficios económicos; conseguir espacios de poder; conseguir reconocimiento social.</p> <p>-democrática.</p> <p>-autoritaria.</p> <p>Sentido otorgado:</p> <p>Apego, fidelidad, sentido de pertenencia, apoyo incondicional, aceptación de lineamientos y disposiciones, obediencia.</p> <p>Molestia, resistencia, oposición (veladas o explícitas); inseguridad, temor, decepción, apatía, utilitarismo, desobediencia.</p> <p>Significado de los líderes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -democráticos porque consultan antes de decidir y actuar. -Honestos -carismáticos -solidarios -caudillos, patriarcas. -desahonestos -corruptos -autoritarios -pragmáticos. -mafiosos. 	<p>Interacciones de los tianguistas con la organización:</p> <ul style="list-style-type: none"> -de cooperación y pertenencia. -Fidelidad y obediencia. Militancia activa. -Relaciones de tipo mercantil, instrumentalista. -Relaciones de compadrazgo, amiguismo. -Relación corporativa con el gremio. -Relaciones de convivencia entre líderes de la organización y del gremio en actos de corrupción. 	



TRABAJO, IDENTIDAD Y ACCION
COLECTIVA EN LOS TIANGUISTAS
DE LA CIUDAD DE MEXICO

En México, D.F., se presentaron a las 10:00 horas del día 3 del mes de septiembre del año 2012 en la Unidad Iztapalapa de la Universidad Autónoma Metropolitana, los suscritos miembros del jurado:

DR. FERNANDO FRANCISCO HERRERA LIMA
DR. MARCO ANTONIO LEYVA PIÑA
DR. ENRIQUE MODESTO DE LA GARZA TOLEDO



JOSE LUIS GAYOSSO RAMIREZ
ALUMNO

Bajo la Presidencia del primero y con carácter de Secretario el último, se reunieron a la presentación de la Disertación Pública cuya denominación aparece al margen para la obtención del grado de:

DOCTOR EN ESTUDIOS SOCIALES (ESTUDIOS LABORALES)

DE: JOSE LUIS GAYOSSO RAMIREZ

y de acuerdo con el artículo 78 fracción IV del Reglamento de Estudios Superiores de la Universidad Autónoma Metropolitana, los miembros del jurado resolvieron:

REVISO
LIC. JULIO CESAR DE LARA SASSI
DIRECTOR DE SISTEMAS ESCOLARES

APROBADO

Acto continuo, el presidente del jurado comunicó al interesado el resultado de la evaluación y, en caso aprobatorio, le fue tomada la protesta.

DIRECTOR DE LA DIVISION DE CSH
DR. JOSE OCTAVIO NATERAS DOMINGUEZ

PRESIDENTE
DR. FERNANDO FRANCISCO HERRERA LIMA

VOCAL
DR. MARCO ANTONIO LEYVA PIÑA

SECRETARIO
DR. ENRIQUE MODESTO DE LA GARZA TOLEDO