



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
UNIDAD IZTAPALAPA
✓ **DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES**
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGIA

✓ **El precio de la libertad**

Los artesanos urbanos

TESIS

que para acreditar las unidades de enseñanza-aprendizaje de

Seminario de Investigación e Investigación de Campo

y obtener el título de

✓ **LICENCIADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL**

p r e s e n t a

✓ **Roberto Tejeda Avila**

COMITE DE INVESTIGACIÓN

Director: Raúl Nieto Calleja

Asesores: Juan Pérez Quijada

Eliseo López Cortés

México, D.F.,

1995

RESUMEN. «El precio de la libertad»

La etnografía nos muestra que los artesanos urbanos, *hippies*, más que vendedores ambulantes, son una subcultura, especie de *tribu* con sus propios ritos, sus propios espacios y al interior de la comunidad sus propias jerarquías. Han construido una elaboración cultural que ya los demarca: su propia parafernalia, su singular estilo de vida. Son una subcultura con rasgos contraculturales. Representan una manera de entrar dentro del mundo de la producción en todos sus niveles: al nivel ideológico, de trabajo, de parentesco, de forma de vida, etc. Son una manifestación de autodefensa, de crítica, es como una respuesta total a la sociedad industrial. Los artesanos urbanos forman parte también de los procesos de globalización internacional.

CONTENIDO

INTRODUCCION	1
1. CLASE MEDIA ERAMOS TODOS	
<i>Los artesanos urbanos</i>	4
<i>Hijos de la clase media</i>	5
<i>Origen residencial y social</i>	7
<i>Entrada o el proceso de iniciación al oficio</i>	11
<i>No es una tradición familiar</i>	15
2. EL LUGAR HABITUAL DE ENCUENTRO	
<i>El lugar antropológico</i>	17
<i>Una red de escenarios: los mercados</i>	18
<i>En el corazón de México</i>	21
<i>Historia de un crimen</i>	23
<i>El tianguis rockero del Chopo</i>	25
<i>El mercado de "antigüedades" de la Lagunilla</i>	27
<i>Coyoacán el mercado más grande del mundo</i>	31
<i>¿Cada mercado es único?</i>	37
<i>San Cristóbal: un santuario</i>	40
<i>Hotel York: un microsantuario</i>	44
<i>El lugar y la vida cotidiana</i>	46
3. EL TRABAJO Y LA VIDA COTIDIANA	
<i>La vida en la calle</i>	48
<i>El cliente: ¿adicto, cómplice o consumidor?</i>	51
<i>El intercambio simbólico</i>	54
<i>El trueque</i>	58
<i>El verdadero artesano se tiende en el piso</i>	59
<i>El "camionetero" y el conflicto en la calle</i>	61
<i>El parque, la lluvia y otras cosas...</i>	64
<i>Hacer realidad un sueño: viajar</i>	65
<i>Lo que se pueda hacer con las manos</i>	70
<i>La ventaja de pertenecer a una comunidad</i>	74
<i>¿Son artesanos tradicionales o modernos?</i>	77
4. SUBCULTURA ASOCIADA A UN GRUPO DE EDAD	
<i>El universo simbólico</i>	79
<i>La experiencia psicodélica</i>	84
<i>El juego de imágenes</i>	86
<i>El hombre rebelde</i>	90
<i>Varias libertades</i>	92
<i>La casta de los marginales</i>	94
<i>Su particular concepción del mundo</i>	97
<i>Elementos de identidad</i>	98
BIBLIOGRAFIA	102

*Hasta el más pobre de nosotros
habrá de renunciar a algo
para vivir libre*

Diane Di Prima

INTRODUCCION

El centro de atención en este trabajo son los artesanos urbanos. Pero, ¿quiénes son los artesanos urbanos?, preguntaran muchos. Seguramente la ciudad produce diversos tipos de artesanos, sin embargo, considero que si algún grupo productor de artesanías merece, más claramente, el adjetivo de artesanos urbanos es esa moderna comunidad de jóvenes comúnmente llamados *hippies*, que se dedican a vivir de la producción y venta de artesanías y otros productos. Son jóvenes de clase media urbana que han sido capaces de convertir su oficio en un estilo de vida. Todos manejan una imagen juvenil. Son jóvenes de ambos sexos que se caracterizan por su singular oficio y que están viviendo la clase de vida que quieren vivir: jóvenes de la clase media urbana se brindan una oportunidad para *ser libres*.

En el mundo del ambulante parecen un vendedor más, pero son más que eso. Su oficio fue su elección y producen buena parte de su mercancía. A diferencia de las demás tradiciones artesanales en México, los artesanos urbanos aprenden el oficio en la calle y en gran medida de manera autodidacta. Con el oficio adquieren un bagaje de conocimientos necesarios para la comunidad. También viene un proceso de iniciación sobre la ideología, la mística, los ritmos valorales y la forma de organización que implica toda una forma de vida: *torcer alambre y cuero no se hace en el viento*.

La comunidad de artesanos urbanos hace uso de numerosos espacios que se reparten en una red sobre toda la extensión de la zona urbana, periurbana y a lo largo del país y otros países. En México los artesanos urbanos no son más que la vertiente local de algo más grande. El fenómeno no se limita a un territorio nacional, trasciende las fronteras; es un fenómeno internacional, contemporáneo, cosmopolita; es un fenómeno absolutamente urbano. Estos modernos artesanos pueden ser parte del surgimiento de nuevos movimientos sociales.

Los artesanos urbanos reproducen mucho de un comportamiento de secta, sus prácticas tienen mucho de ritual. Al nivel de las prácticas sociales su instrumento fundamental es la oralidad. Parecen compartir una visión del mundo resultado de un *bricolage* de rollos que se nutre de diversas corrientes filosóficas: lo mesoamericano, la contracultura, la *psicodélica*, la astrología, la cultura del rock, el bucolismo que evoca su forma sencilla de vida y el retorno a la naturaleza, restos nostálgicos de las ideologías de izquierda, etc. Sin embargo, es claro que los artesanos urbanos no alcanzan a estructurar un imaginario místico uniforme, pues sus

orígenes son diversos.

Los artesanos urbanos no son una familia unida ni uniforme. Juntos conforman una comunidad, pero una comunidad que sólo existe en la reunión. Ellos son una cuestión generacional, son una comunidad formada por un grupo de edad. Jóvenes que se ponen en contacto enfrentando idénticas dificultades. Son una pequeña comunidad unida no sólo por los oficios, sino también por otros principios de identidad. Forman una esfera pequeña pero con sus propias reglas. Hay un principio de agregación: se reúnen para intercambiar símbolos pero también para protegerse. En sus discursos y en los hechos pretenden ser una cultura alternativa. No obstante, carecen de todos los rasgos de una comunidad: ellos no reproducen biológicamente más artesanos urbanos.

El documento está formado por cuatro capítulos. En el capítulo 1 presentamos algunos de los personajes que formaron parte del grupo de estudio, destacando su inconfundible origen clasemediero. A partir de fragmentos de historias de vida tratamos de ilustrar el perfil socioeconómico del grupo, así como el proceso de iniciación al oficio. El capítulo 2 está dedicado a los lugares donde los podemos encontrar. Es decir, ya que vimos quiénes son, vamos a ver dónde se juntan. Se describen los lugares para vivir, los lugares para divertirse..., pero sobretudo, los lugares para vender. El capítulo 3 está dedicado al trabajo y la vida cotidiana de los artesanos urbanos, con éste capítulo se termina la descripción etnográfica del grupo de estudio, al concluir que éstos jóvenes urbanos son más artesanos modernos que tradicionales. El último capítulo contiene una serie de reflexiones teóricas sobre el grupo de estudio.

En suma, la etnografía nos muestra que la comunidad de los artesanos urbanos es una subcultura que crece alterna a la sociedad de consumo, especie de *tribu* con sus propios ritos, sus propios espacios y al interior de la comunidad sus propias jerarquías. Han construido una elaboración cultural que ya los demarca: su propia parafernalia, su singular estilo de vida. Son una subcultura con rasgos contraculturales, todos sus miembros poseen un capital contracultural. Ellos tienen espacios donde se manifiesta la contracultura. Representan una manera de entrar dentro del mundo de la producción en todos sus niveles: al nivel ideológico, de trabajo, de parentesco, de forma de vida, etc. Son una manifestación de autodefensa, de crítica, es como una respuesta total a la sociedad industrial. Así, los artesanos urbanos forman parte de las manifestaciones que retoman y reelaboran la contracultura en las últimas décadas del siglo XX.

Forman parte también de los procesos de globalización internacional.

Pero bueno, todo esto quedará más claro después de leer *El precio de la libertad*. Los invito, pues, a echarle una mirada a ese enigmático mundo que una joven y vigorosa comunidad de modernos artesanos ha sido capaz de construir en las calles de la ciudad durante los últimos años. Después de esta investigación, no puedo sino estar de acuerdo con Augé en que hoy, como en el siglo XIX, los antropólogos deberemos comenzar el estudio de culturas y civilizaciones nuevas.

1. CLASE MEDIA ERAMOS TODOS

Los artesanos urbanos

En México existen varias comunidades productoras de artesanías. Estas comunidades se pueden distinguir por el tipo de artesanías que elaboran y por los sistemas de redes y relaciones socioculturales que reproducen a través de su comercialización. El tipo de artesanías tiene que ver con los materiales que se utilizan y con las formas y los símbolos que se producen. Así, son famosos los plateros de Taxco, Guerrero, los alfareros de Ocumicho, Michoacán, y Amatenango, Chiapas, los náhuas de la montaña de Guerrero que trabajan el palo de colorín y el papel amate, entre otros materiales, etc. También las ciudades han generado pequeñas comunidades que producen y venden algún tipo de artesanías. Una de éstas comunidades es el punto de atención en el presente trabajo: los artesanos urbanos. Considero adecuado el término de **artesanos urbanos** para referirme a un puñado de jóvenes de la ciudad que además de ser artesanos, poseen una serie de características que los distinguen como comunidad sociológica.

Si no todos son precisamente jóvenes, pues los hay mayores de 40 años, es claro que todos manejan una imagen juvenil. Son jóvenes de la clase media¹ urbana que sufren un proceso de desplazamiento y que mantienen una relación estrecha con el *rock*, la música y la naturaleza. En México son los herederos más claros de la bohemia *beat-hip* de los años sesenta, por lo que mucha gente los identifica como *hippies*. Normalmente se visten con mezclilla y cuero, manta y telas *psicodélicas*, usan huaraches, collares, pulseras, gorros, sombreros, dijes y demás aditamentos que les permitan adornar el cuerpo y distinguirse en el espacio. Son una red que se extiende por todo el país y otros países.

A los artesanos urbanos te los puedes encontrar cuando transitas por plazas públicas, en

¹ Entendida la **clase media** como un sector demográfico que vive de los servicios más que del trabajo manual directo. Son sectores medios urbanos que tienden a tener alta escolaridad. Están constituidos desde profesionistas liberales hasta empleados burócratas. No provienen de la burguesía ni son hijos del proletariado.

los parques, en una central camionera o en el autobús. Están también por fuera de los museos, de alguna librería, de alguna estación del metro, dentro de una universidad o simplemente en una avenida importante o en el tianguis del barrio. En la ciudad de México se les encuentra más comúnmente en las delegaciones Cuauhtémoc y Coyoacán, donde se encuentran sus mercados más importantes. En todos estos lugares los artesanos urbanos venden los productos que ellos mismos elaboran y otras mercancías de origen industrial que consiguen para la reventa. Los artesanos urbanos son comerciantes callejeros.

En el mundo del ambulante parecen un vendedor más, pero son más que eso. Producen buena parte de su mercancía. Su oficio fue su elección, nada los obligó a ser artesanos urbanos. El argumento es reiterado: *no quieren que les manden; lo importante es la calle, la relación directa con la gente*. Es una forma socialmente tolerada de vagabundaje. A diferencia de las demás tradiciones artesanales en México, los artesanos urbanos aprenden el oficio en la calle y con el oficio adquieren también una mística, formas de conducta y un bagaje de conocimientos que se expresan en sus prácticas cotidianas. Sobre éstas cosas vamos a hablar en el presente trabajo.

Hijos de la clase media

Los jóvenes que viven como artesanos urbanos son *hijos de la clase media*; sus edades fluctúan entre los 19 y los 42 años (con pocas excepciones). Entre los artesanos, varios son profesionistas, pasantes o estudiantes. La mayoría cursó estudios en la preparatoria o equivalente, por lo menos, y muchos los terminaron. Son jóvenes que tienen avanzada preparación escolar. Es común que además de la producción y venta de artesanías realicen otras actividades como estudiar o trabajar en una empresa, o tener otro oficio, como el de electricista o plomero. Otro empleo que les permite desarrollar sus aptitudes de artesano. Están viviendo la vida que quieren vivir. Jóvenes de la clase media urbana se brindan una oportunidad para ser **libres**.

Al desertar del mundo de *haz tu trabajo y paga la renta* han escogido un camino alternativo. Ellos intentan vivir inteligente y graciosamente. Los artesanos urbanos han apelado

a los gustos de la clase media, cuando menos, y es donde más encuentran a su público consumidor.

La unión alrededor de una actividad común da energías a un grupo de edad de supuestos jóvenes, lo bastante para mantener su estilo de vida y de diversión. Un movimiento de propuesta cultural alternativa de clase media, de ciudadanos corrientes de la urbe: ésta clase de artesanos modernos son jóvenes de clase media y nombres abstractos de ciudadanos de a pie: estudiantes, madres, profesionistas sin empleo, veteranos del *rock* que vivieron intensamente *los años maravillosos*...² Hombres y mujeres con un oficio de artesanos, empujados por la urgencia de su vida cotidiana. Cada cual actúa según su conciencia y su propio estilo personal.

Los artesanos urbanos constituyen un tipo singular de vendedor callejero, de artesano y de actor social urbano. El presente estudio se centra en la cuestión de la producción artesanal urbana y su venta, en la singular forma de vida del grupo, en su economía de subsistencia con todas las secuelas que acarrea a nivel cultural: la visión del mundo que comparten los artesanos urbanos y su situación como grupo contracultural, el misticismo ecológico asociado a su estilo de vida. En este capítulo sólo voy a presentar a algunos de los personajes que forman parte del grupo de estudio destacando su inconfundible origen clasemediero.

Los artesanos urbanos no son sólo *hijos de la clase media* sino hijos que han **desertado** de la clase media, son jóvenes rebeldes y radicales. Un pequeño núcleo de *marginados* y vagabundos, la *chusma* en algunas partes. Una pandilla de artesanos que han convertido su estilo de vida en una búsqueda de placer. Son jóvenes de ambos sexos que se caracterizan por su singular oficio. Están en todas partes y tienen amigos en todo el mundo. Los artesanos urbanos crecen en número, ampliando sus bases. Aparentan ser una comunidad de protesta, una expresión de alegría y libertad y de afirmación del hombre como viajero del mundo. La vida de la clase media, sin esa dosis de fantasía, resultaría más pesada.

A partir de fragmentos de historias de vida quiero ilustrar el perfil socioeconómico de los artesanos urbanos y el proceso de iniciación en el oficio.

² No es extraño pues el perfil *hippie* de los artesanos urbanos.

Origen residencial y social

Alfredo tiene 26 años de edad, vive con su esposa de 28 y su bebé, una niña de 3 años³. Viven en casa de su suegra, en Santa Ma Aztahuacán, Iztapalapa, cerca del CONALEP. Construyeron unos cuartos en un pedazo de terreno que le heredaron a su esposa. Ella trabaja por las mañanas en la Delegación Iztapalapa, donde tiene salario fijo. Su horario de trabajo es de seis de la mañana a dos de la tarde, pero normalmente regresa a casa como a las dos. Mientras, Alfredo cuida a su hija hasta las tres de la tarde y ayuda en los quehaceres domésticos. Por las tardes sale a vender sus trabajos, que consisten en anillos, aretes, dijes, pulseras hebillas y otros objetos de plata y piedras semipreciosas que elabora, así como morrales de pieles silvestres. Se lleva bien con sus cuñados, con los que luego convive y toma cerveza. A pesar de que sus cuñados le habían recomendado y conseguido otros empleos, Alfredo regresó a las calles a *hacer lo que le gusta*.

Erick tiene 31 años, vive en unión libre con su esposa. Ambos tienen dos hijos, un niño de 6 años de edad y una niña de 2 años y medio. El y su *chava*⁴ se separaron por dos años, después se reconciliaron y tuvieron su segunda bebé. Actualmente vive con su familia, en casa de su mamá, en la colonia Prohogar, Azcapotzalco, y colabora en el trabajo doméstico. Su *chava* también es artesana, se conocieron en *el rol*⁵, y también ella colabora en la producción de artesanías, trabaja en casa. Ambos se dividen el trabajo doméstico y también ambos elaboran sus productos: cigarreras, morrales y cinturones de piel y pulseras y collares que elaboran con alambre de alpaca o latón, cerámica peruana, cuentas y piedras semipreciosas, etc. Pero sólo Erick sale a vender a la calle.

³ Un porcentaje considerable de artesanos urbanos, quizás más del 50 por ciento, son casados y tienen hijos. ¿Qué pasa con los hijos de los artesanos urbanos? Muchos de ellos ya son adolescentes. Sería interesante una investigación al respecto. La relación matrimonial más común entre los artesanos urbanos es la unión libre.

⁴ Su *chava*: su pareja.

⁵ Andando en la calle, viajando por todas partes.

A los 20 años de edad Ramón comenzó a trabajar las artesanías, hoy tiene 42. Desde entonces ha vendido sus productos en varios lugares del país. Tiene cinco hijos, la mayor de 13 años, y la menor tiene 3. Hace dos años que se separó de su mujer⁶. Sus hijos viven con su madre en casa de sus abuelos, y él les proporciona 250 nuevos pesos⁷ semanales para sus gastos. Cuando se casó ya vivía de la producción artesanal y venta, de hecho asegura que siempre se ha dedicado al oficio de artesano. Trabaja la plata, la piel, hace aretes, collares, pulseras, etc. Hace también tatuajes. Fue de los primeros artesanos que surgieron en la ciudad de México: "Antes no había artesanos, ahora ya somos un montón".

Arturo tiene 30 años, vive en casa de su mamá, en la colonia Progreso Nacional, delegación G. A. Madero, con él vive su hija de 3 años, pues su *chava* lo abandonó y le dejó a la niña. Arturo es peletero, lleva cinco años trabajando la piel, hace calzado de varias tallas, varios tipos y modelos: botas, choclos, para bebé, etc. Arturo elabora por las mañanas el calzado de pieles, el taller está en su casa. En la elaboración de *la merca* su primo y su hermano trabajan en equipo con él. Transporta sus productos en un costal verde del *us army*. Todos los sábados da el gasto de toda la semana: "Pues si lo diera por día, hay días que no vendes nada". Así, lo que saca entre semana es para la piel y para otros gastos.

A su edad Teo es quizá el artesano urbano más grande que he conocido, tiene 52 años, y por ello ya no se *tiende*⁸, y a decir de Alfredo: "Ya no soporta las tensiones como nosotros". Se refiere al trato con los clientes, los demás artesanos urbanos y los *camioneteros*⁹. A pesar

⁶ Las separaciones entre parejas de artesanos urbanos son comunes. Aspecto que quizás se puede atribuir en gran medida a su peculiar estilo de vida que muchas veces implica la falta de dinero y de un patrimonio familiar estable. A veces los he visualizado como un sector social que intercambia a las parejas: practican una especie de endogamia.

⁷ El salario mínimo vigente es de N\$ 15.50 diarios. Fuente: NAFINSA.

⁸ *Tenderse*: acto de colocar ordenadamente sus productos en una manta sobre el piso. Ver la parte correspondiente en el capítulo 3.

⁹ Los *camioneteros* son inspectores del Departamento del Distrito Federal (DDF) que controlan el *comercio en la vía pública*. Ver capítulo 3.

de todo, Teo asiste a los mercados de *la banda*¹⁰ y les vende su trabajo a los artesanos y uno que otro cliente de fuera. Pocas veces *tiende* su puesto. Hace trabajos sobre pedido. Tiene dos hijos que trabajan y viven en los Estados Unidos, de 32 y 30 años de edad, y una hija de 19 años que vive aquí en la ciudad con su madre. Los dos primeros se mantienen por sí mismos, y él sólo ayuda económicamente a su hija que está por terminar la preparatoria. Vive solo en Coyoacán, pues hace años que se separó de su esposa. Teo conoce y sabe distinguir diversos minerales. De un cuarzo en bruto que le mostraron, distinguió unos pedazos de amatista y unas manchas de plata. Después de esto calculó, cual si fuera un catador, el precio de la pieza. También le recomendó al dueño un posible comprador.

Fer se separó de su mujer con la que vivía en unión libre. Tienen un niño que pronto cumplirá 5 años de edad. Renta un cuarto en una calle del centro. Lleva 6 años vendiendo en una de las entradas de Catedral: "Aquí no tengo problemas con los de la camioneta, porque no pueden entrar aquí, es terreno de la iglesia". Estudió una carrera corta como programador, pero prefiere su trabajo. Antes le iba mejor, vendía en promedio de 100 a 150 nuevos pesos diarios. Ahora, por la competencia, han bajado mucho las ventas.

A pesar de que estudiaba antropología en el Departamento de la UAM-I, una ocasión José decidió que ya no le interesaba la explicación científica del mundo y hace tiempo que se dedica mejor a ser artesano-viajero, lo que le gusta más. Según él, hay artesanos urbanos y hay artesanos que andan viajando por todo el mundo. Los segundos son los que realmente son **verdaderos artesanos**, pues sólo tienen sus manos para trabajar. No pueden usar talleres, porque andan de un lugar a otro. José se ha especializado en el tallado de ámbar, que lo consigue en Chiapas, en Simojovel; también trae *ámbar ruso*.

No está de acuerdo en que los denomine *hippies*: "No somos *hippies*, ellos adoptaron una forma de vida que surge a finales de los años sesenta, cuando se da un cambio en todo el mundo. Hay ahorita un movimiento *neohippie* en los Estados Unidos y la *psicodélica* se pone nuevamente de moda, pero los artesanos no son *hippies*, sólo algunos, pero no la mayoría. Los

¹⁰ *La banda* está formada no sólo por todos los artesanos urbanos, también por todos los jóvenes que comparten con ellos el gusto por sus artesanías, por su mística, por la música rock y por la vida bohemia. El concepto denota una forma de organización preindustrial, donde no hay diferencia de clases.

chavos de Coyoacán que sacan en un fin de semana mil o mil 500 nuevos pesos de ventas, no son *hippies*. Incluso no todos son artesanos, hay mucho revendedor, además los *chavos* pertenecen a la CTM, se ha perdido la esencia del artesano".

Una vez que fui a Coyoacán lo vi, José había asistido a la Lagunilla por la mañana, pero no vendió nada. Por eso se pasó a Coyoacán, a ver si vendía algo. Andaba con Lorenzo, un artesano nicaragüense, al que yo había conocido unos días antes en San Cristóbal. José tiene 36 años de edad y Lorenzo tiene aproximadamente 33. José conoció en San Cristóbal a una italiana¹¹ que ahora es su *chava*. Ambos viven de lo que les dejan las artesanías. Piensa ir con su *chava* al norte de Europa. Juntar una *lana*¹² e irse a vivir a Nepál un tiempo. En ese entonces pensaba viajar a la siguiente semana a San Cristóbal, donde su *chava* lo estaba esperando.

Otro amigo de ellos es Dario, de 49 años de edad, tiene bastante experiencia como artesano. Durante 15 años trabajó como técnico agropecuario, lo que le permitió vivir un tiempo en Huautla de Jiménez, Oaxaca, y en otras partes de México. Andando en *el rol* se volvió artesano. El considera que los *chavos* artesanos eligen su oficio para no trabajar en una oficina o en un trabajo asalariado, que ni dejan mucho de ganancia y donde no podrían vestirse ni andar como les gusta: es el precio de su libertad. Dario sabe que los artesanos urbanos: "Son *chavos* de la clase media, no son hijos de burgueses, no tienen *papi* ni *mami*, por eso tienen que trabajar; los *hippies* en cambio cuando comenzaron aquí en México eran puros *burguesitos*. Cuando el apañón en Huautla en 1969, agarraron a puros *chavitos* del Pedregal, de Las Lomas, de La Del Valle. Luego del apañón *la banda* se fué a San José del Pacífico..."

¹¹ Su estilo peculiar de vida, el *andar en el rol*, les permite emparentar maritalmente con gente de otros países. Es más común empero que los hombres artesanos anden con *chavas* extranjeras a que las mujeres artesanas anden con *chavos* extranjeros. *El rol* es lo que determina este tipo de apareamiento, pues están en circuitos pasados por muchos extranjeros.

¹² Dinero, *feria*.

Entrada, o el proceso de iniciación al oficio

Alfredo estudió una carrera técnica en un CECIT. Pero prefiere trabajar como artesano, lleva varios años en el oficio, como 8 o 9 por lo menos. Comenzó *torciendo alambre*¹³, haciendo pulseras y collares. Poco a poco fue conociendo nuevas técnicas y su dinámica. Trabajó pieles, tallados en diversos materiales, etc., y se fue especializando en trabajos de plata, técnica que domina con mucho talento. A través de los años ha mejorado sus trabajos. Cuando le dije que se notaba que ya tenía más experiencia, contestó que también más tiempo para dedicarse bien a elaborar sus trabajos, por lo que le están saliendo buenas piezas. El mismo elaboró el morral de piel en que carga sus cosas.

Tarzán¹⁴ estudió en el Centro de Ciencias y Humanidades (CCH), pero no lo terminó. Trabajó en la Secretaría de Educación Pública (SEP), en mantenimiento. Comenzó a ir al Centro Histórico para danzar con los concheros de la parte exterior del Templo Mayor. Allí conoció a una artesana. Un día ella lo invitó a que se fueran a Zacatecas, y aunque Tarzán no era artesano se animó: "Ya en el viaje, en los hoteles, comencé a agarrar las pinzas, aprendí a *torcer alambre*". Sus primeras pinzas se las regaló otra amiga. En la calle después fue aprendiendo, a través de la observación y al convivir con otros artesanos, a elaborar piezas y después a incursionar en otras técnicas: "Al principio me hacía diez pulseras en una semana, hoy las puedo hacer en unas cuantas horas". Tarzán lleva 5 años en el oficio.

Abel tiene 39 años de edad. Nació en Michoacán, cerca del lugar donde se encuentra la

¹³ *Torcer alambre*: elaborar aretes, pulseras, collares, etc., con alambre de alpaca, latón o plata, combinándolo con cuero, cuentas, piedras semipreciosas y otros materiales. Para torcer el alambre utilizan pinzas de punta plana, pinzas de punta redonda, y otras herramientas secundarias como pequeños martillos y yunques. Quiero señalar que *torciendo alambre* es la forma como comienzan un porcentaje considerable de la comunidad.

¹⁴ Parte de la renuncia a la clase media es renunciar al nombre y adoptar un nuevo nombre en el rol. Así, entre los artesanos urbanos puedes conocer a alguien que se llame Venado, Malinalco o Lluvia. El cambio de nombre no es poca cosa: es como un rito iniciático. En la contracultura se cambian los nombres, así como las identidades.

mariposa monarca, pero él se considera *chilango* pues desde chico lo trajeron a vivir a la capital. Abel es un caso atípico. Terminó la secundaria. A los catorce años comenzó a trabajar. Primero en una fábrica de muebles de madera y báfles, luego en una empresa de anilinas, en Samsonite, en Bayer, y otras. Durante años trabajó en industrias de textiles, en algún empleo duró hasta 7 años. Hace 6 años que se dedica a las artesanías urbanas, y piensa seguir por más tiempo. Conoció el oficio por su hermana Teresa, que se inició primero. Los dos son artesanos y venden en distintos lugares, sólo en ocasiones Teresa asiste también a vender al tianguis del Chopo. Pero cada uno tiene su puesto y su propio cuasigrupo. Para Abel salir de la clase obrera le permitió alcanzar un ascenso social. Prefiere el oficio de artesano porque: "Es un oficio que ofrece libertades, permite gran movilidad y nadie te está mandando. Puedes organizar tu horario, tus vacaciones, haces lo que quieres, además puedes viajar y conocer varios lugares". Para Abel una desventaja es *la represión* por parte de los inspectores del DDF, *camioneteros*, o que en ocasiones *no vendes nada, y sí gastas*.

El Lobo tiene 26 años, vive en la colonia Prohogar, Azcapotzalco. Se inició en el trabajo artesanal en una *casa tutelar*¹⁵ hace como nueve años. Tiempo después vivió una temporada con unos tíos que tejen sarapes. Maneja varios materiales para elaborar sus productos, pero le gusta tallar piedra, se especializa en el marfil. Por las mañanas, de siete a tres, el Lobo trabaja en una fábrica de botones. Llega a su casa, come y se sale a vender hasta las nueve de la noche. Comenzó vendiendo por fuera de su casa, se dió cuenta de que era negocio y lo tomó como oficio. Desde hace año y medio vende a la salida de la estación del metro Tacubaya. Prefiere vender en Tacubaya porque hay menos competencia [En total son como 9 artesanos] que en Coyoacán, donde vendía antes. Sin embargo, visita Coyoacán para *cotorrear*¹⁶ con los artesanos, uno de ellos es su primo.

Freddy tiene 36 años, es originario de Chiapa de Corzo, de la región maya-zoque, pero viene de Cancún. A los 17 años se salió de su casa y viajó hacia Yucatán. Hace diez años, en Cozumel y en Playa del Carmen, aprendió a tallar la piedra y a sobrevivir de las artesanías: se especializa en el tallado de piedras, técnica que maneja desde hace tiempo. El elaboró sus

¹⁵ Centro de readaptación social para menores.

¹⁶ Platicar, tomar cerveza, pasar el rato.

propias herramientas, que consisten en pequeñas espátulas de diferentes dimensiones elaboradas con mango de madera y navajas de distinto calibre que obtuvo esmerilando un pedazo de cegueta. Con sus espátulas talla las piedras. Sus herramientas las lleva a todas partes en un pequeño morral que también él fabricó con piel. Todas las piezas que elabora son copias de motivos mayas; de hecho Freddy es de origen maya.

Alicia tiene 34 años de edad. Antes trabajaba como secretaria: "Pero dentro de las oficinas no existe legalidad, no hay protección para el trabajador, en cualquier momento lo corren. Es un juego, todo el problema viene desde arriba, desde arriba todo funciona mal, no les importa que las cosas marchen bien, entonces vale sombrilla". Vive cerca de Tepito, por Tlatelolco, en la delegación Cuauhtémoc. Considera que el desempleo provoca el ambulante. Lleva cinco años dedicada al oficio, *torciendo alambre* y elaborando artesanías con chaquira y ámbar, con trozos de piel y hueso y piedras talladas. Cinco años vendiendo donde se pueda. Aunque en ocasiones también *baila o canta*, *hace lo que sea* para mantenerse. Nunca ha pertenecido a una organización y nunca la han invitado a participar en exposiciones. Sólo trabaja para subsistir. Tan sólo paga a los inspectores o *camioneteros* una cuota, la cual no es fija, para que la dejen *tenderse* en la calle.

Actualmente el Pirata tiene 25 años de edad y vive en la casa de su madre, en la delegación A. Obregón. Comenzó a trabajar como artesano desde que estudiaba en la secundaria. Con dificultades terminó la preparatoria, pues siempre le ha gustado más andar en la calle. Al principio hacía calados en placas de latón y alpaca. Aprendió de un amigo que se pasó seis años en un reclusorio. Con el tiempo incursionó en otros tipos de artesanías: trabajos en piel, pulseras, aretes, incluso últimamente está incursionando en el trabajo de la plata.

Erick estudió el equivalente a preparatoria. Ha trabajado en empresas como Sabritas y Bancomer, en ocasiones alternando estos empleos con su oficio de artesano. En Sabritas era chofer de un jefe. Sin embargo, *prefiere* vivir de su oficio. Se inició trabajando pieles de ternera, después trabajó varios tipos de pieles. Hacía chalecos, cinturones, bolsas, cigarreras, etc. Erick no sabe curtir pieles, sólo sabe trabajarlas. También trabaja el alambre de latón y alpaca. Hoy en día está incursionando en otras técnicas como el trabajo de la plata. Pertenece a la Asociación Nacional de Artesanos Urbanos en la República Mexicana A.C., que es la que organiza los espacios para artesanos urbanos durante la celebración, en Guanajuato, del **Festival**

Cervantino que a decir de Erick son *más de trecientos*. Y aunque ésta no es una organización formal les proporciona credencial de identificación con foto a sus agremiados. Hace años que se inició en el oficio, pero fue hasta hace siete que lo trabaja en serio: "Nunca más voy a volver a trabajar para una empresa. Sólo así [como artesano urbano] puedes **ser libre**: aquí eres libre de hacer lo que quieras, te pones cuando quieres, si no estás a gusto te largas a la hora que quieras... Me gusta mi trabajo porque me gusta lo que hago".

Roque trabajó durante 11 años como gestor en la Renault, de 1975 a 1986, comenzó a trabajar en esa empresa cuando iba en la preparatoria. Cuando cerró la Renault los indemnizaron. Al perder ese trabajó conoció el oficio de artesano, así que lo practica desde entonces. Pero como las artesanías no dejan mucha ganancia, alterna este trabajo con la plomería, que: "Es lo que me deja más. A la semana de plomero saco en promedio 500 *varos*¹⁷". Por las mañanas hace trabajos de plomería, ya tiene algunos clientes que lo buscan con regularidad y lo recomiendan.

El Robot nunca se había dedicado a las artesanías urbanas, lo hace desde que conoció a Paty y comenzó a andar con ella, juntos salen a vender. Se separó de Laura, con quien duró nueve años. Lleva tres meses en el negocio, los mismos que tiene *juntado*¹⁸ con Paty . Ahora son pareja y pernóctan en hoteles que les cobran entre 25 y 35 *varos* diarios. Sobreviven de lo que venden y se la pasan divirtiéndose, *de fiesta*. El Robot es un ejemplo de las relaciones que pueden llevar a un hombre a los senderos del estilo de vida de los artesanos urbanos. Cuando les toca lavar ropa, pues por lo regular se esperan a que se les junte una maletota de ropa sucia, lavan en casa de un amigo. Cuando tienen que andar cargando sus cosas, las encargan en algunos locales comerciales.

Teo afirma haberse dedicado a elaborar artesanías desde los 15 años: "He trabajado todo lo que se puede hacer con las manos: he tallado ámbar, piedras, madera, cuarzo, obsidiana, hueso, sé trabajar la piel y la plata". Además de artesano es músico, toca el bajo y la guitarra. Dice que en 1960 le dieron un contrato para trabajar en Las Vegas, Estados Unidos; durante diez años trabajó tocando en diversos casinos. También en Estados Unidos -según dijo- siguió

¹⁷ *Varos*: Nuevos pesos.

¹⁸ En unión libre.

trabajando las artesanías: el gobierno le daba permiso de vender en un lugar. Aquí en México siempre ha vivido como artesano, su oficio le gusta y: "Sí es negocio. Antes se vendía mejor, ahora hay más competencia, pero los buenos artesanos siempre venden". Teo es un tallador muy diestro. El otro día le pregunté que porqué se estaba dedicando últimamente a tallar solamente hueso, me contestó: "No tengo *lana* para invertir en otra cosa, el kilo de hueso es barato, con 3 o 4 *varos* compro un kilo que no este muy maltratado y me pongo a trabajar".

No es una tradición familiar

¿Cómo se va conformando un artesano urbano? No nace, no es una **tradición familiar**. Los artesanos urbanos son un caso generacional, conforman un grupo de edad. Forman una especie de nicho que se alimenta a través de relevos generacionales: unos salen y otros entran. Comparten un código cultural heredado por medio de canales no tradicionales: el oficio se aprende en la calle y en gran medida de manera autodidacta. Lo importante es andar entre *la banda* de artesanos urbanos. Juntos aprenden más técnicas y modelos: *al ver trabajos de otros artesanos despiertas la imaginación*. Se empieza con los trabajos más simples. Con la experiencia desarrollan habilidades, dominan técnicas, se especializan.

Como grupo conforman un sistema donde hay especialistas. Es decir, aunque incursionen con diversas técnicas dentro del trabajo artesanal, con el tiempo se deciden por una en la que se vuelven diestros y conocedores. Así podemos ver que unos se dedican casi exclusivamente a trabajar la plata, otros la piel, otros la chaquira, otros se dedican a tallar diversas piedras, otros elaboran escencias como pachuli y sándalo, etc. Pueden además participar en trabajos conjuntos.

Con el oficio viene un bagaje de conocimientos: dónde se consigue la materia prima, cómo combinar los materiales... Aprenden los diseños y las formas que más se venden; conocen los lugares apropiados para vender, para comer, para hospedarse cuando se encuentran fuera de casa. También viene un proceso de iniciación sobre la ideología, la mística, los ritmos valorales y la forma de organización que implica toda una forma de vida: *torcer alambre no se hace en*

el viento. Forma de vida que incide en el trabajo, en los viajes, en el *look*¹⁹, en las relaciones de parentesco.

Comparten numerosos elementos de identidad que los distinguen de otros sectores sociales y que generan la solidaridad al interior del grupo. Estos elementos de identidad han sido producto de sus propias prácticas económicas y sociales, del uso de espacios comunes, de compartir una jerga de conceptos y un bagaje de conocimientos que ellos mismos han venido construyendo a través de los años²⁰.

Los orígenes próximos del movimiento hay que buscarlos en el inconformismo social generado por el movimiento *hippie* de los años sesenta. Este movimiento inicial coincidió con el rechazo de varios grupos de jóvenes a aceptar las condiciones dictatoriales impuestas por la sociedad industrial. Surgen alternativamente en las grandes megaciudades: Nueva York, San Francisco, París, Río de Janeiro, Buenos Aires, Lima, México... En todas se enfrenta dramáticamente la tradición y la modernidad. Los artesanos urbanos son sujetos de la modernidad, su forma de vida es una manera de construir la modernidad. Su papel simbólico en la sociedad es que son la coartada que permite que el resto de la sociedad siga siendo tecnológica.

La ciudad de México ha jugado un papel fundamental en este proceso, pues es parte importante de un circuito internacional por la riqueza de su pasado prehispánico. La ciudad más grande del mundo compartió el proceso con otras ciudades donde empezaban a darse unas condiciones objetivas similares: aumento desmesurado del desempleo entre la juventud, jóvenes insatisfechos que rechazan a la sociedad y con la cual mantienen una situación de *marginación*. Jóvenes que poco a poco fueron aclimatando sus costumbres y vestuario al estilo de los artesanos urbanos: las prendas de cuero y los pantalones de mezclilla y manta sustituyeron a las holgadas ropas comerciales y de moda pasajera, el carácter subversivo sustituyó al apacible culto a la vida prominente. Hoy en día, en nuestro país, es rara la ciudad importante que no cuente con su *banda* de artesanos urbanos.

¹⁹ De hecho, el *look* es una actitud en la vida.

²⁰ Para la discusión sobre elementos de identidad ver el capítulo 4.

TABLA 1. Perfil de 25 Artesanos Urbanos.

CASO	EDAD	SEXO	EDO. CIVIL	HIJOS	ESCOLARIDAD	RESIDENCIA
1	30	H	Unión Libre		Bachilleres	Hotel
2	30	M	Unión Libre		CCH s/t	Hotel
3	41	H	Separado		Preparatoria	Coyoacán
4	27	M	Soltera	1	Universidad	S. Cristóbal
5	28	H	Soltero		Preparatoria	S. Cristóbal
6	34	M	Unión Libre	2	Preparatoria	Hotel
7	35	H	Unión Libre		Bachilleres	Hotel
8	38	H	Casado	3	Preparatoria	Cd. Neza
9	28	H	Unión Libre	2	C. Técnica	Iztapalapa
10	31	H	Unión Libre	2	Preparatoria	Azcapotzalco
11	42	H	Separado	5		Cd. Neza
12	30	H	Separado	1	CCH	G.A. Madero
13	52	H	Separado	3		Coyoacán
14	31	H	Separado	1	Programador	Cuauhtémoc
15	36	H	Unión Libre		UAM-I s/t	Hotel
16	33	H	Soltero			Hotel
17	49	H	Unión Libre		C. Técnica	Coyoacán
18	29	H	Unión Libre	1	CCH s/t	Cd. Neza
19	39	H	Soltero		Secundaria	Azcapotzalco
20	35	M	Soltera			Azcapotzalco
21	26	H	Soltero		Secundaria	Azcapotzalco
22	36	H	Unión Libre			Cuauhtémoc
23	34	M	Soltera		C. Corta	Cuauhtémoc
24	25	H	Soltero		Preparatoria	A. Obregón
25	32	H	Casado	2		Coyoacán

NOTA: s/t = Sin Terminar.

TABLA 1A. Perfil de 25 Artesanos Urbanos.

CASO	TIPO DE TRABAJO:					AÑOS OFICIO	LUGAR DE VENTA:			
	A	B	C	D	OTRO		A	B	C	OTROS
1				*			*	*	*	Insurgentes
2		*	*	*		6	*	*	*	Av. Juárez
3	*	*	*	*		22	*	*	*	San Angel
4	*		*	*	Ambar					S. Cristóbal
5	*		*	*		4				S. Cristóbal
6		*	*	*		6	*	*		Mixcoac
7		*	*	*		8	*	*		Av. Juárez
8		*	*	*		12				UAM-I
9	*	*	*	*	Oro	9	*	*	*	Zona Rosa
10	*	*		*		8	*	*		Tacubaya
11	*	*	*	*	Tatuajes	22	*	*		Insurgentes
12		*				5	*	*		Av.Universidad
13	*	*	*	*		25	*	*	*	Zona Rosa
14		*		*	Hilos	6	*	*		Tacuba
15		*	*		Ambar	5		*	*	
16		*	*	*		6		*	*	
17	*	*	*	*		15			*	
18		*	*	*		5		*		Casa del Lago
19		*	*	*	Póxica	6	*	*		Balderas
20		*	*	*	Telas	8	*	*		Balderas
21			*	*		9			*	Tacubaya
22		*	*			10	*	*		Zona Rosa
23		*		*	Chaquira	5		*		Av.Universidad
24	*	*	*	*	Calados	9	*	*	*	San Angel
25		*	*			8	*	*		UNAM (CU)

TIPO DE TRABAJO:

A= Plata
 B= Pieles
 C= Tallados
 D= Torcer Alambre

LUGAR DE VENTA:

A= Tianguis del Chopo
 B= Mercado de la Lagunilla
 C= Mercado de Coyoacán

* Significa que sí.

2. EL LUGAR HABITUAL DE ENCUENTRO

El lugar antropológico

Los lugares son ámbitos territoriales y simbólicos de pertenencia de cada grupo social. Los espacios que los artesanos urbanos ocupan los definen en su singularidad cultural. Hay referencias en términos de lugar que los identifican y los distinguen de otros sectores sociales. El lugar es un espacio de encuentro, donde los artesanos urbanos se ponen en contacto con sus homólogos. Es también un generador de identidad. A Través de la práctica social del espacio éstos jóvenes ponen en juego lo que Lévi-Strauss llama **sistema simbólico**. Hay un juego de códigos que confiere a cada uno ese mínimo de identidad colectiva por el cual se define una comunidad. Todo el mundo, aunque no lo diga, es parte de un grupo.

La organización del espacio y la constitución de lugares son, en el interior de un mismo grupo social, una de las apuestas y una de las modalidades de las prácticas colectivas e individuales. Las colectividades, como los individuos que se incorporan a ellas, tienen necesidad simultánea de pensar la identidad y la relación entre ellos y con el espacio y, para hacerlo, de simbolizar los constituyentes de la identidad compartida, de la identidad particular (de tal grupo o de tal individuo con respecto a los otros) y de la identidad singular (del individuo o del grupo de individuos en tanto no son semejantes a ningún otro). El tratamiento del espacio es uno de los medios de esta empresa y no es de extrañar que el etnólogo sienta la tentación de efectuar en sentido inverso el recorrido del espacio a lo social, como si éste hubiera producido áquel. Este recorrido es cultural esencialmente puesto que, pasando por los signos más visibles, más establecidos y más reconocidos del orden social, delinea simultáneamente el lugar, por eso mismo definido como lugar común.

El etnólogo se siente tentado a identificar a aquellos que estudia con el paisaje donde los descubre y con el espacio al que ellos le dieron una forma. El dispositivo espacial es a la vez lo que expresa la identidad del grupo (los orígenes del grupo son a menudo diversos, pero es la identidad del lugar la que lo funda, lo reúne y lo une) y es lo que el grupo debe defender contra las amenazas externas e internas para que el lenguaje de la identidad conserve su sentido.

El **lugar antropológico** es esta construcción concreta y simbólica del espacio que no podría por sí sola dar cuenta de las vicisitudes y de las contradicciones de la vida social pero a la cual se refieren todos aquellos a quienes ella les asigna un lugar, por modesto o humilde que sea. El **lugar antropológico** es al mismo tiempo principio de sentido para aquellos que lo comparten y principio de inteligibilidad para aquel que lo observa. El **lugar antropológico** es de escala variable. Es un lugar cuyo análisis tiene sentido porque ha sido cargado de sentido, y cada nuevo recorrido, cada reiteración ritual refuerza y confirma su necesidad. La identidad y la relación constituyen el núcleo de todos los dispositivos espaciales estudiados clásicamente por la antropología.

El **lugar antropológico** tiene por lo menos tres rasgos comunes: se consideran identificatorios, relacionales e históricos. Corresponden para cada uno a un conjunto de posibilidades, de prescripciones y de prohibiciones cuyo contenido es a la vez espacial y social. En un mismo lugar pueden coexistir elementos distintos y singulares, pero de los cuales nada impide pensar ni las relaciones, ni la identidad compartida que les confiere la ocupación del lugar común. Un lugar se puede definir como lugar de identidad, relacional e histórico. Cuando los individuos se acercan, hacen lo social y disponen los lugares. En la noción de **lugar antropológico** incluimos la posibilidad de los recorridos que en él se efectúan, los discursos que allí se sostienen y el lenguaje que lo caracteriza.²¹

No hay análisis social que pueda prescindir de los individuos, ni análisis de los individuos que pueda ignorar los espacios por donde ellos transitan.

Una red de escenarios: los mercados

Como hemos apuntado, la comunidad de artesanos urbanos hacen uso de numerosos

²¹ Una exposición más amplia y completa sobre el **nuevo lugar antropológico** se podrá consultar en AUGE: 1993.

escenarios²² que se reparten en una red sobre toda la extensión de la zona urbana, periurbana, y a lo largo del país y de otros países²³. Un itinerario puede pasar por diferentes puntos notables que constituyen otros tantos lugares de reunión: algunos mercados constituyen puntos fijos en un itinerario que ellos organizan. Los itinerarios, en ocasiones, pasan por un cierto número de fronteras y de límites cuyo funcionamiento no es evidente de por sí y que implican ciertas prestaciones económicas o rituales.

En México los artesanos urbanos no son más que una vertiente local de algo más grande. ¿Cuáles son los límites? Parece ser un movimiento en expansión que se apoya en la producción y venta de artesanías, y la reventa de algunos productos de origen industrial. La forma de vida adoptada por lo jóvenes *hippies* urbanos -por usar la expresión de García Canclini, 1982: 78- tiene una base material que les permite sostener su alternativa cultural. El fenómeno no se limita a un territorio nacional, trasciende las fronteras, es un fenómeno internacional, contemporáneo, cosmopolita. Es un fenómeno absolutamente urbano.

En el discurso éstos artesanos modernos reivindican lo no urbano, la naturaleza, lo individual ante lo masivo. Los artesanos urbanos llevan la ciudad al campo, con sus prácticas sociales, su imagen y su comportamiento, y a la ciudad llevan una imagen de lo silvestre, de la naturaleza. En provincia tienen algunos *santuarios*²⁴ y en las grandes ciudades *microsantuarios*.

²² Además de lugares de encuentro los espacios que utilizan los artesanos urbanos son escenarios donde reproducen prácticas sociales fuertemente cargadas de un comportamiento ritual y de una especie de actuación social que es parte de su estilo de vida. Sus espacios son además escenarios donde los artesanos urbanos se exhiben públicamente en su singularidad cultural.

²³ También los artesanos urbanos forman un poco parte de la decoración de estos espacios.

²⁴ Uso el término *santuario* en sentido metafórico, pero además como concepto biológico también nos puede servir. En sus *santuarios* podemos apreciar dos niveles: lo que representa el lugar, en ocasiones cargado de un sentido sacro, y lo que el lugar es efectivamente. Por ejemplo, San Cristóbal es un lugar real, pero también existe en el imaginario de la banda como un lugar **mágico**. Es un punto simbólico que forma parte de las estructuras imaginarias de los artesanos urbanos. Por otro lado, Coyoacán es un *santuario* no sagrado. Es un espacio biológico donde los artesanos urbanos están, se preservan y florecen, pero están reclusos. Es

Estos artesanos, al ser jóvenes netamente urbanos y al poseer un alto capital escolar, perciben y resignifican el espacio de manera especial; circulan por cualquier ciudad como en su propia casa.

¿Qué tienen en especial sus espacios? Los grupos de artesanos urbanos que se reúnen en numerosos espacios pueden ser diversos y divertidos²⁵. Pueden funcionar como centros de aprendizaje, dar un sentido de finalidad, brindar energías para proyectos y actuar como cimientos para desarrollar el oficio y ganar nuevos espacios. Existe una tendencia a considerar los espacios como imbuídos de un poco de magia que permite que los artistas se sientan liberados. Los conocimientos se aplican en la calle, en diversos rincones de la ciudad o en el barrio, en lugar de emplearlos en un trabajo que de ganancia a otros.

Numerosos jóvenes van a ejercitar su oficio en los espacios habituales de encuentro, lo cual les sería sin duda más difícil en su casa, en la que por lo demás no ganarían dinero. Porque realmente lo ganan. Las cosas están hechas de tal manera que aquellos que menos parecen pedir son los que más reciben: justa recompensa a un talento que algunos reconocen y que muchos adivinan. A esos jóvenes y viejos, músicos, artistas, vagabundos, gitanos, aparentemente iguales unos de otros, una misma atracción los anima, los reúne y los dispersa. Los artesanos urbanos tienen en común la coincidencia, no enteramente fortuita -y en un mismo espacio aunque en distintos tiempos-, de su oficio, su estilo de vida y sus maneras de emplear el tiempo.

El mercado es en sí mismo un centro de atracción. Los mercados, al igual que las capitales políticas tienen una historia; algunos se crean mientras otros desaparecen. Ya sea que perduren, se extiendan o desaparezcan, el espacio de su crecimiento o de su desaparición es un espacio histórico. En algunos se distinguen fácilmente zonas de intercambio en cuyo interior se establece una rotación de los lugares y de los días de mercado. Así, se crean las condiciones de

una especie de **reserva apache** en una zona de tolerancia. Allí están para que los vean, para poderles echar el guante en el momento preciso.

²⁵ Muchas veces el lugar funciona como un espacio de recreo y de diversión. Incluso puede tomar el matiz de un **espacio liminal** donde es posible violar y trascender la norma social, como darse un toque o ingerir bebidas embriagantes. Son las zonas de tolerancia, de tregua.

una memoria que se vincula con ciertos lugares y contribuye a reforzar su carácter común.

Entre los distintos mercados que existen en la ciudad de México²⁶ y que incluyen a este tipo de actor social sobresalen tres: el ya tradicional tianguis del Chopo, el mercado de la Lagunilla y el mercado de los *hippies* de Coyoacán. Estos mercados apelan a ciertas formas de control político; no existen sino en virtud de un contrato cuyo respeto es asegurado por diversos procedimientos jurídicos: son los lugares de tregua. Habría que decir algunas palabras acerca de la dimensión materialmente temporal de estos espacios: el lugar del mercado no merece este título sino ciertos días de la semana²⁷. Son lugares donde los itinerarios individuales se cruzan y se mezclan, donde se intercambian palabras, objetos, saberes y significados, donde se construye la identidad.

En el corazón de México

La venta de artesanías en el Centro Histórico de la Ciudad de México se concentraba en el área pública que rodea la Catedral. No era, por supuesto, fortuito que los artesanos se concentraran en la zona más cosmopolita de nuestro Centro Histórico. Pues para el turismo nacional e internacional es casi obligado visitar dicho lugar. Para entonces, antes de que desalojaran del centro al comercio ambulante²⁸, en un momento se podían ver franceses, japoneses, ingleses,

²⁶ En la segunda ciudad más importante de México la familia de artesanos crece. Hace un par de años se *ponían* no más de seis en la **Plaza Tapatía**. Actualmente los artesanos urbanos de Guadalajara se han apropiado, en la misma plaza, de el *Pasaje El Rincón del Diablo* y su número supera los quince.

²⁷ El tianguis del Chopo funciona los sábados, el mercado de la Lagunilla los domingos y el mercado de los *hippies* en Coyoacán los sábados y domingos. Los dos primeros se *tienden* por la mañana, hasta el atardecer, y el de Coyoacán es de actividad vespertina-nocturna.

²⁸ Los comerciantes callejeros del Centro Histórico fueron desalojados de la zona en Noviembre de 1993. En el caso de los artesanos urbanos de La Maqueta, meses antes de esta fecha, habían sido reacomodados en la calle de Guatemala. Pero a partir de Noviembre se vieron en la necesidad de buscar nuevos espacios fuera

tarascos, totonacos, náhuas, chamulas y obviamente castellanos, etc., en un mismo espacio y hablando en sus propias lenguas. Y esto era parte de la vida cotidiana en el corazón de la ciudad de México.

La venta de artesanías en la zona tal vez era tolerada por dos razones principales. Era tolerada por las autoridades y por el público en general debido al tipo de mercancías que son las artesanías: objetos de fabricación manual que conservan un sello personal de quien las elabora y que muchas veces son consideradas símbolos de la mexicanidad y de la identidad nacional. Es decir, no existiría la misma tolerancia en la zona pública que rodea la Catedral, y que tiene a un costado el Templo Mayor y Palacio Nacional, para un tianguis de *fayuca* o de frutas y verduras. Dicha zona está considerada como patrimonio cultural de la humanidad y es además un espacio donde se manifiesta el folklore. Además, la venta de artesanías en la zona no afecta al comercio establecido, pues excepto a la pequeña tienda de artesanías que está en la entrada al museo del **Templo Mayor**, no hay tiendas de artesanías en la zona. Posiblemente, el espacio no entró en juego en las negociaciones formales con el comercio ambulante porque el público no estaría de acuerdo.

Durante una investigación realizada en 1992 se distinguieron dos grupos principales de vendedores de artesanías en la zona: el más grande formado por todos los inmigrantes indígenas y rurales urbanizados que dentro del comercio ambulante se dedicaban a vender algún tipo de artesanías en la zona de estudio. En este primer grupo podemos considerar a los totonacos de la región de Papantla, Veracruz, que venden vainilla y camisas de manta; los náhuas de la montaña de Guerrero que venden máscaras de palo de colorín, artesanías en madera de copál y collares y pulseras de piedras semipreciosas como la aserina; los chamulas de Chiapas que venden morrales y bolsos de piel de vaqueta; los indígenas del Valle de Tehuacán, Puebla, que venden objetos de piedra onix; la gente que viene de Toluca a vender cortinas y bordados de tela y estambre; a los que vienen de Tula, Hidalgo, a vender figuritas de barro y cal; a los artesanos de las cercanías de San Juan Teotihuacán, que venden sus tallados en roca de cristál, obsidiana

de la zona centro. Algunos consiguieron lugar por fuera del metro Balderas, otros por fuera del metro Revolución, y una cantidad mayor pasó a engrosar las filas de los artesanos urbanos de Coyoacán. Los demás se encuentran diseminados a lo largo y ancho de la gran ciudad.

y otras piedras; a los artesanos de Michoacán que venden figuras elaboradas con hueso molido; a los artesanos de Oaxaca que venden prendas de vestir elaboradas a mano, etc. El segundo grupo y más singular estaba conformado por sujetos sociales con un origen marcadamente urbano que se dedican a la producción y venta de cierto tipo de artesanías y otros productos, los artesanos urbanos.

La mayoría del primer grupo se concentraba en el mercado de artesanías que utilizando puestos semifijos se instalaba al costado poniente de Catedral. Dicho mercado tenía un líder, Francisco Padilla, y pertenecía a la Coordinadora de Organizaciones de Comerciantes Ambulantes (COCA). Además había un sector considerable de vendedores de artesanías, *toreros*²⁹, que sin pertenecer a esta organización vendían tendidos en el piso por frente de la Catedral, o andaban deambulando, como los chamulas, con su mercancía colgada al cuerpo por toda la zona.

Por su parte los artesanos urbanos se tendían en el costado oriente de Catedral. Ocupaban el espacio que está hacia el norte de la maqueta que representa a escala la antigua ciudad de Tenochtitlán, frente a la entrada del museo del **Templo Mayor**, de allí que a este mercado lo llamaran de La Maqueta. Era con los inspectores de la Delegación Cuauhtémoc, *camioneteros*, con quienes entraban en negociación por el uso del espacio, dándoles una *mordida* (cuota irregular) para poder *tender* sus puestos en la zona de estudio. Pese a que estaban al margen de las estructuras impuestas por el partido oficial (PRI), para regir el comercio ambulante en el Centro Histórico, ellos ocuparon un lugar estratégico e importante que ya quisieron haber tenido cualquiera de las varias organizaciones reconocidas por el Estado.

Historia de un crimen

El mercado de artesanos urbanos de La Maqueta surgió poco después de que abriera sus puertas

²⁹ Nombre que se les da a los vendedores ambulantes que por no pertenecer a una organización tienen que andar *toreando*, es decir evitando, huyendo, escondiéndose de la camioneta de los inspectores del Departamento.

el Museo del **Templo Mayor**. El espacio de La Maqueta fue ocupado originalmente por los artesanos urbanos. Después comenzaron a llegar vendedores de otros giros, comida, *fayuca*, ropa, etc. En palabras de Alfredo: "Los artesanos hemos abierto varios espacios [para el comercio ambulante] y luego llegan vendedores de otros productos". Aunque luego los artesanos urbanos se van y los otros vendedores se quedan en el lugar. Al principio los artesanos urbanos no se *tendían* en el espacio de La Maqueta, sino en la banqueta que está al frente de las ruinas del **Templo Mayor**, lugar que después fue ocupado por comerciantes de artículos electrónicos, de *fayuca* y de otros productos. Hasta que todos los vendedores callejeros fueron desalojados del Centro Histórico. El mercado de La Maqueta funcionó aproximadamente siete años.

El mercado de La Maqueta era sobre todo de actividad vespertina-nocturna. Por lo regular se *tendían* después de las tres de la tarde y en ocasiones después de las seis o las siete de la noche. Se levantaban cerca de las nueve de la noche, hora en que los trabajadores del museo acostumbran apagar el reflector del poste que usan para alumbrar la maqueta de la Gran Tenochtitlán. Los artesanos urbanos se organizaban de manera informal, pero no en forma arbitraria. Se podía *tender* cualquiera, pero los lugares más preciados eran los que estaban cerca del paso de la gente y cerca de la luz del reflector. Diariamente se formaba, aunque algunos se repitieran, un grupo distinto entre los artesanos urbanos: el mercado funcionaba con una población muy flotante.

El mercado de La Maqueta era en muchas formas un mercado diferente a los otros que formaban el amplio fenómeno del comercio callejero en el Centro Histórico: su dinámica de trabajo, la relación entre sus miembros -tanto vendedores como consumidores o amigos-, la forma de apropiarse del espacio, formas de vestir, formas de actuar, formas de pensar, formas de vida. Representaba un caso singular de roles y relaciones sociales inmersas en el fenómeno más amplio del comercio ambulante. También se mostraba distinto a otros mercados de artesanías o de artesanos urbanos en la ciudad. El mercado de La Maqueta aunque pertenecía al universo de fabricación, distribución y venta de artesanías estaba dirigido a un específico sector social: sobre todo a jóvenes urbanos de la clase media. El ambiente en Coyoacán, por

ejemplo, es más intelectualoide y a las tiendas del FONART³⁰, como dan caro, asisten personas con buenos niveles de ingresos económicos.

La importancia del mercado de La Maqueta, como institución social, radicaba más que en el volumen de ventas, en la facilidad para surtir de materiales para trabajar sus productos. Habían hecho del lugar un espacio de encuentro donde se podían surtir todo tipo de materia prima, aprender nuevas técnicas y modelos a partir de la observación, la imaginación y el aprendizaje autodidacta. Era un lugar de encuentro, de reunión, de recreación y de *conecte*: se podía *conectar* de todo, hasta *mota* y *LSD*. El espacio era también una alternativa viable para vender cuando los habían corrido de otros lugares de la ciudad. Además, el mercado funcionaba casi todos los días.

El hecho de que los hayan desalojado del espacio de La Maqueta, junto con todo el comercio ambulante del Centro Histórico, fue un duro golpe que obligó a la comunidad de artesanos urbanos a diseminarse por toda la ciudad. La muerte del mercado de La Maqueta fue el fin de la apropiación conjunta de uno de los espacios predilectos, a nivel local y nacional, de los artesanos urbanos. Un golpe del que algunos aún no han podido recuperarse. Cabe señalar que durante la investigación en el Centro Histórico, los artesanos urbanos que hacían uso del espacio procedían de las siguientes delegaciones periféricas: G. A. Madero, M. Hidalgo, A. Obregón, Coyoacán, Iztapalapa, Azcapotzalco y tal vez uno o dos de Cuajimalpa. También procedían de Ciudad Neza y Tlanepantla. Sólo un pequeño número de artesanos urbanos habitaban en cuartos y hoteles de la delegación Cuauhtémoc y la V. Carranza.

El tianguis rockero del Chopo

El tianguis del Chopo se instala los sábados en la calle de Aldama, col. Guerrero, al costado oriente de la estación de Ferrocarriles Nacionales de México. En 1990 los artesanos urbanos se

³⁰ FONART: Fondo Nacional para el fomento de las Artesanías. Una descripción de las actividades del FONART se puede consultar en Victoria Novelo, *Artesanías y capitalismo en México*, 1976.

ponían en las gradas de las escaleras de la oficina de correos, que está anexa a la estación. Primero eran como veinte artesanos, después ya eran como cuarenta. Entonces tenían problemas con los organizadores del tianguis del Chopo, que los querían incorporar al mercado bajo sus estatutos. Un sábado de ese mismo año, los organizadores del tianguis les dijeron a los artesanos urbanos que se encontraban allí *tendidos* que ya tenían unos lugares disponibles para ellos: estos salieron corriendo a *apañar*³¹ los espacios, los mismos que conservan hasta la fecha.

En el ya tradicional tianguis del Chopo los artesanos urbanos que forman parte del mercado sí pertenecen a una organización formal³², y hasta usan puestos semifijos de tubos de metal. A pesar de que tienen puestos semifijos y los arman en su lugar, la mayoría de artesanos urbanos persisten en *tenderse* sobre el piso. Pagan a los administradores de la organización un nuevo peso por sábado que venden y pagan 15 nuevos pesos al mes en la casa donde les guardan los tubos del puesto. Cada sábado se *tienden* por lo menos veinticinco puestos de artesanos urbanos.

En el mercado la distribución de los giros comerciales y de los espacios para los distintos sectores sociales es muy clara. Los artesanos urbanos se concentran en la sección sur del mercado, los músicos se reúnen en el extremo norte, los *punks* se han apropiado de un par de esquinas... Hay un espacio para los que venden chamarras y artículos de cuero, hay un espacio para los puestos que se especializan en el *reggae*, etc. Hay puestos de discos, discos compactos y fundas para discos compactos, cassettes, revistas, fotos, ropa, botas, pieles, camisetas, vestidos, posters, cromos. Todos estos productos están relacionados con la cultura del *rock*. Sólo un puesto de quesadillas delimita la frontera entre los puestos de artesanos urbanos y los puestos de otros giros. Es un lugar donde los amantes del *rock* pueden encontrar todo lo necesario para mantener sus audiotecas en buenas condiciones y mantener su estilo en el vestir, entre otras cosas.

³¹ Agarrar, apartar, coger, hacerlo propio.

³² Son una economía formal están inventariados. Es decir, sólo hay un determinado número de puestos designados para artesanos y se les cobra una pequeña cuota por el uso del espacio. Empero, los artesanos urbanos se las ingenian para aprovechar estos espacios y es común que en un mismo puesto tiendan sus cosas hasta tres o más artesanos.

El tianguis del Chopo se ha convertido en un lugar de encuentro donde los artesanos urbanos convergen con otros sectores contraculturales³³, como los *punks*, los *rastafari*, los amantes del *blues*, los jóvenes que gustan del *heavy metal* y uno que otro chavo *Hare Krishna*. Es un lugar de encuentro para la *banda rocker*, que llega semanalmente de todos los rincones del área metropolitana. Al Chopo asiste pura *banda rocker*.

De pronto el tianguis se vuelve un circo, un escenario de teatro o un carnaval por donde numerosos *chavos banda* desfilan luciendo su mejor disfraz. Así se puede uno sorprender al ver a un adolescente con la cara pintada al estilo de alguno de los integrantes del grupo *Kiss* o a una familia de *punks* avanzando lentamente y formados como si participaran en un desfile. A veces al observar a un joven de apariencia anodina, silueta anónima, creemos adivinar los gustos y los modos de ser, el tipo de música que prefieren.

En la concentración de numerosas biografías cada individuo parece movido y guiado por un horario calculado y concentrado en el objetivo que debe alcanzar. La multitud se ve en las últimas horas de la tarde derramarse del lugar de encuentro y a través del transporte público, a las delegaciones periféricas al Centro Histórico y desde la ciudad a las zonas periurbanas.

El mercado "de antigüedades" de la Lagunilla

El mercado de la Lagunilla se instala los domingos cerca de la zona de Tepito, en la calle de Comonfort, a un par de calles de la nueva estación Garibaldi del metro, en la Delegación Cuauhtémoc. La *Laguna*, como le llaman los muchachos, es sólo uno más de los distintos

³³ En Río de Janeiro hay un mercado parecido al Chopo, es un mercado *hippie*. Es una especie de viaje al pasado. Al igual que en el Chopo, en éste mercado se juntan subculturas, en una informalidad donde se aprecia todo el espectro social, desde el productor hasta el consumidor.

También se conoce la existencia de artesanos urbanos en Europa. Los artesanos son de esos países. En ciudades como París los artesanos urbanos forman circuitos: se concentran en lugares de encuentro como *Georges Pompidu* y *FNAL* (equivalente a *El Parnaso*, pero de primer mundo) que son las zonas de tolerancia, o están diseminados por toda la ciudad. Si el fenómeno realmente tiene éstas escalas, entonces es mucho más común.

mercados donde se instalan a vender artesanos urbanos. En la *Laguna* los artesanos urbanos conservan su espacio desde hace más de diez años. En ocasiones se pierden en la inmensidad de un tianguis donde tradicionalmente se vendía antigüedades, pero que hoy en día también da cabida a numerosos puestos de diversos productos que están a la moda.

El mercado de la Lagunilla durante los últimos años ha crecido bastante. De los tres mercados descritos en este capítulo, es el más grande. Los géneros comerciales que se expenden en dicho mercado son numerosos y contrastantes: comida, muebles, ropa, calzado, *fayuca*, artesanías, aparatos electrónicos, piedras y minerales, artículos escolares, libros y revistas, y por supuesto antigüedades. Así, en este mercado uno puede conseguir desde unos tenis hasta un televisor, desde un cuarzo en bruto hasta un telescopio, desde unos tacos hasta una película *porno*, desde una chamarra de cuero de la *Harley Davidson* hasta un paquete de hilos de coser o un bolígrafo... En la Lagunilla los artesanos urbanos y los anticuarios comparten el espacio con vendedores de ropa y productos de moda, con diversos giros comerciales y numerosos sectores sociales no *rockeros*.

La población de artesanos urbanos del mercado es muy flotante: funciona a través de una especie de relevos. Aunque algunos son constantes siempre hay nuevos, o de los que van esporádicamente. Además en la *Laguna* no existe un lugar definido para que se *tiendan* los artesanos urbanos, los cuales se encuentran diseminados a lo largo y ancho de todo el mercado, ocupando pequeños espacios equivalentes al de uno, dos o tres puestos callejeros. Aunque siguen habiendo caras nuevas en el mercado, los artesanos urbanos en ocasiones ya se conocen entre sí, y los *nuevos* ya han venido con anterioridad a vender en este espacio. Como el Vaquero, que se considera de los *pioneros*. El Vaquero vende en la Lagunilla, y en ocasiones en Coyoacán donde conoce a toda *la banda*: "Yo les enseñe a trabajar a varios de ellos". Pero prefiere vender en La Lagunilla: "En Coyoacán va puro *fresa*, puros mirones, nomás te van a criticar, aquí en cambio, la gente se para a ver y sí te compra". Vendía en Insurgentes³⁴, pero lo *atraco* la *tira*³⁵ y ya no. A algunos de los mismos artesanos les vende de sus piezas.

³⁴ En Insurgentes, se *tienden* en uno de los pasillos de la *glorieta*.

³⁵ La policía uniformada y la no uniformada. Además a los judiciales, les dicen los *judas*.

El Vaquero no es el único que vende parte de su trabajo entre los mismos artesanos, Teo, Alfredo y muchos otros también lo hacen. El venderse piezas entre ellos mismos les permite desarrollar una socialización de oficio. Se genera una red redistributiva de materia prima, pero también de las habilidades personales. El artesano tiene la ventaja de poseer determinadas herramientas y conocimientos sobre su oficio. Esta red de redistribución al interior de la misma comunidad de artesanos urbanos va cerrando el tejido social, al mismo tiempo que les permite establecer nexos económicos. Alfredo, por ejemplo, aunque en ocasiones no lleva mercancía, sólo pasa a cobrar *sus rentas*, es decir, lo que le deben.

Por su parte, el Pirata ha vendido sus productos en Coyoacán, Insurgentes, Mixcoac, San Angel, el Festival Cervantino, en Guanajuato... Lleva cerca de un año vendiendo en la Lagunilla. Cuando llegó no conocía a todos, pero conocía a algunos de los artesanos urbanos que venden en este espacio. Le gusta trabajar en la *Laguna* porque: "Aquí *conectas* todo tipo de material, además viene mucha gente". También a veces vende los sábados en el tianguis del Chopo, pero hace 2 meses que no va, porque las últimas veces vendió muy poco. Sacaba como 30 *varos* en todo el día y pues mejor le anda buscando por otro lado. Entre semana se va solo a vender al sur de la ciudad, San Angel y Mixcoac, y parece que le va mejor: "Saco en promedio 100 *varos* diarios". En Mixcoac es el único artesano urbano que se *tiende*, por lo que se va *más rayado*³⁶, pues no tiene competencia. Busca distintos lugares para vender sus productos, sin abandonar por completo los espacios que ya ha ganado.

En la *Laguna*, como ya lo anotamos, no sólo trabajan jóvenes urbanos, hay gentes grandes de edad que participan activamente. Un señor que los visita desde el estado de Morelos, les ofrece piezas de jadeíta, puntas de flecha de obsidiana y caritas y figuras hechas con barro. Esto refleja la percepción que tiene la gente sobre los artesanos urbanos como individuos que compran y venden piezas que conservan la iconografía prehispánica, dichas piezas en ocasiones son genuínas. También los buscan trabajadores del zoológico para venderles plumas, colmillos y garras de animales salvajes, como materia prima para que elaboren sus artesanías, pues conocen su gusto por los objetos naturales.

Alicia considera que algunos de los espacios de los que los artesanos urbanos se han

³⁶ *Más rayado*: que gana más, con mejor suerte, etc.

apropiado *tienen energía*. Son espacios donde la gente va a comprar piedras: "Yo pensaba que la gente no creía en esas ondas de *la energía* de las piedras, pero en la Lagunilla hay gente que va a buscar especialmente amatista, turquesa, obsidiana, jade, ojo de tigre, marroquíes y también cuarzo y ámbar. También creen en el culto a la **Santa Muerte** que los de antes creían y buscan calaveras, inciensos y copál". Sobre los **atributos mágicos** de las piedras, los metales y otros elementos de la naturaleza, los artesanos urbanos han reelaborado una especie de sincretismo religioso cargado de una fuerte disposición animista. Parecen manejar una visión del mundo resultado de un *bricoler* de rollos, que se nutre de diversas corrientes filosóficas: las religiones orientales, lo mesoamericanista, la *psicodélica*, la astrología, restos nostálgicos de las filosofías de izquierda, etc. Sin embargo, es claro que los artesanos urbanos no alcanzan a estructurar un imaginario místico uniforme. Volvere a retomar este punto en el siguiente capítulo.

En la *Laguna* la plástica se vuelve artesanía cuando los artesanos la plasman sobre camisetas que luego venden, o sobre el manejo artístico de la pasta póxica. Los motivos que utilizan para pintar las playeras suelen ser representaciones de fenómenos naturales, como el sol y la luna, abstracciones fantásticas, figuras femeninas desnudas y semidesnudas o simplemente un remolino de colores. El secreto está en resaltar la *psicodélica* a través del uso de diversos colores. La pasta póxica, en cambio, la usan mucho para adornar pipas elaboradas con carrizos de bambú.

El mercado de la Lagunilla comenzó siendo un mercado de antigüedades, anexo a la zona comercial de Tepito. Pero hoy en día el mercado ha crecido enormemente y los puestos de antigüedades se mezclan con otros giros, desde *fayuca* hasta artesanías urbanas y objetos del *us army*, dándole un aspecto muy parecido a cualquier mercado sobreruedas. Aun así, la Lagunilla sigue siendo un espacio ideal para que los jóvenes *underground* consigan las prendas y los objetos suntuarios que les permitan mantener su estilo en el vestir. En un programa de opinión llamado *Expresate* que sale por el canal 7 de Televisión Azteca, hace unos días el tema especial era La Moda, uno de los invitados fue un joven, alias El Hueso, que se dedica a hacer tatuajes y a vender chamarras de cuero usadas y reparadas, que cada domingo pone su puesto precisamente en el mercado de la Lagunilla. Cuando el conductor del programa le preguntó que porqué le gustaba trabajar en la Lagunilla, El Hueso respondió: "Uno puede conseguir vestuario de moda *underground*".

Coyoacán³⁷ el mercado más grande del mundo

Los artesanos urbanos dan la impresión de vivir con una economía de subsistencia. Sin embargo, en Coyoacán hay quienes rebasan los mil nuevos pesos en ventas durante un fin de semana. ¿Los que rebasan la economía de subsistencia, dejan de ser **verdaderos artesanos**? ¿Producen todas las mercancías que venden? Aparentemente los artesanos urbanos viven en la más completa anarquía y no les interesa organizarse formalmente. Pero el mercado de *hippies* en Coyoacán, que es de los más importantes en su tipo está formado por dos asociaciones. Se instala los sábados y domingos en un rincón de la Plaza Hidalgo, en el centro histórico de Coyoacán: sobretodo en la zona que está por fuera de la librería El Parnaso, a un costado de la Fuente de los Coyotes; aunque en los últimos meses, un número considerable de *invitados*³⁸ se pueden apreciar también a lo largo y ancho del jardín Centenario mezclados entre otros tipos de vendedores ambulantes. Los artesanos urbanos de Coyoacán han entrado en negociación directa con las autoridades de la Delegación por el uso del espacio, lo que les representa ciertas ventajas.

Aquí los artesanos urbanos tienen permiso de la Delegación para *tenderse* y el tianguis de los que pertenecen a la organización cuenta con un sistema de alumbrado: a lo largo de los puestos corre un cable con varios ladrones; cada artesano lleva su foco y lo instala cada vez que es necesario. El mercado se levanta cerca de las nueve de la noche, cuando les desconectan la corriente eléctrica que alimenta su sistema de alumbrado, el cual permite apreciar su mercancía después de ocultarse la luz del sol. Pero los artesanos urbanos que están más pegados a La Fuente de los Coyotes no se levantan a las nueve de la noche, se sirven de la luz de los reflectores que alumbraba la fuente para tratar de vender otro rato. Otros alumbran su mercancía con lamparas sordas, lamparas de cazador, quinqués de gas, velas, etc., estrategias que les permiten vender hasta más tarde.

³⁷ Coyoacán quiere decir: Lugar de los que poseen coyotes, o bien, Lugar del coyote flaco.

³⁸ Artesanos urbanos que sólo asisten a Coyoacán esporádicamente y que no pertenecen a la organización.

El mercado de Coyoacán tiene aproximadamente doce años, y es el único de su tipo que ha sido tolerado por las autoridades. Aunque esto no quiere decir que no hayan tenido problemas. La policía Montada ha entrado por ellos y se han enfrentado a las autoridades de la Delegación más de una vez. Son dos organizaciones una con 120 individuos y otra como con 80. Ambas se dividen el lugar. "Son muy radicales -dijo Teo-, no te permiten tomar, fumar *mota*, trabajar pieles de especies en vías de extinción". Estas reglas, sin embargo, no son muy respetadas.

En Coyoacán se instala todos los fines de semana el tianguis de artesanos urbanos quizá más grande del mundo. Es impresionante la magnitud del mercado en comparación con otros de su tipo y la cantidad de puestos y artesanos que se congregan en él. En un día se han *tendido*, tan sólo en la zona que ocupan por fuera de la librería El Parnaso, por lo menos 100 puestos sobre el piso. Sin considerar a los artesanos que sin *tender* sus puestos participan en el mercado activamente. Aquí se dan encuentro varios **verdaderos artesanos**, pero también asiste mucho revendedor. Vienen aquí varios artesanos de los que asisten al Chopo, la Lagunilla y otros lugares de la ciudad. Además de los artesanos hay músicos que venden su espectáculo. Es muy común además entre los artesanos de Coyoacán que sean músicos. Una pareja de ellos, por lo menos, estudió en la Nacional de Música.

Los músicos son parte importante del paisaje cotidiano de la Plaza Hidalgo los fines de semana. Hay solistas y grupos: como un trompetista, una pareja *Hare Krishna* que hacen música con un pequeño órgano manual y entonan cánticos a *Krishna*, hay grupos de *rock* que también tocan al aire libre, grupos de música folklórica, un organillero, una estudiantina, etc. En la Fuente de los Coyotes a veces un hombre orquesta da su función. Este personaje toca la guitarra, los platillos y una flauta andina. Para esto ocupa sus cuatro extremidades y la boca, ante el asombro y admiración de quienes lo rodean. En la Plaza Hidalgo los sonidos de los diversos géneros musicales se entremezclan. También en Coyoacán hay mexicaneros, que además de hacer música con instrumentos de percusión, tambores y cascabeles, danzan. De hecho, los mexicaneros son los mismos que asisten al Centro Histórico de la ciudad de México. Todos los músicos venden su espectáculo, apelando a la cooperación voluntaria del público. En un estudio sobre la vida cotidiana en el metro de París, Marc Augé describió sobre los músicos populares algo que se puede observar en los músicos callejeros de todo el mundo:

Los músicos cuando trabajan de a dos o más, a veces el segundo ya hace la colecta cuando el primero todavía toca o canta, para imponer con su talento la idea de una necesaria retribución; y es cierto que el talento hace a menudo la diferencia, pues los pasajeros se sustraen más difícilmente al sentimiento de la reciprocidad cuando fueron sensibles a la belleza de una voz o al dominio de un instrumento. [AUGE, 1987: 81-82]

A Coyoacán asiste cada fin de semana una enorme cantidad de gente joven, entre quienes predominan las parejas de enamorados. Un grupo numeroso de jóvenes han tomado la Fuente de los Coyotes como su espacio habitual de encuentro, de reunión, de diversión y de *ligue*. Estos chavos son sobre todo adolescentes. En Coyoacán, ya que la Plaza Hidalgo está situada en un barrio *popis*³⁹, los *fresas* y los *greñudos* se mezclan. Los *greñudos* han hecho amistad con algunos *fresas* del barrio, que han aprendido algo de ellos sobre las buenas vibras, la libertad y la diversión. Aquí, también se dan encuentro *hippies* de fin de semana: los revendedores.

Coyoacán congrega los fines de semana una gran cantidad de gente, numerosos sectores sociales que aprovechan la diversa oferta cultural de una zona que la Secretaría de Turismo ha dado por llamar **Corazón Cultural de la Ciudad de México**. Cuando he pasado entre semana, la PLaza Hidalgo es un páramo. Pero los fines de semana es una gran fiesta llena de folklore. Alguien que casi no visita la plaza, en un domingo cualquiera, pensó que se celebraba una fiesta tradicional. Otro joven que iba de paso con su novia por el mercado le preguntó: "¿Tu no usas aretes *hippitecas*?", lo que me recordó que mucha gente identifica a estos artesanos como *los hippies de Coyoacán*.

La Plaza Hidalgo se torna, los fines de semana, un gran centro comercial, un gran mercado, tanto del comercio establecido como del comercio ambulante. En la plaza, a grandes rasgos podemos apreciar dos tipos de asistentes: los comerciantes y los visitantes. Asisten turistas, familias enteras, jóvenes que disfrutan del fin de semana. Entre los vendedores ambulantes predominan los numerosos comerciantes de artesanías y de antojitos.

La plaza está rodeada por bancos, Banamex y Serfin, cafés-restaurantes, taquerías, expendios de helados, tiendas de regalos, loncherías, un acuario, dos zapaterías, un par de casas

³⁹ De la pequeña y mediana burguesía.

habitación, una peluquería, una farmacia, el bar Hijo del Cuervo, la librería El Parnaso, una cervecería y un Sanborns. Además de estos locales del comercio establecido, hay algunos edificios públicos como la Subdelegación de Cultura y Desarrollo Social, la Subdelegación Jurídica y de Gobierno, el Modulo de Atención Ciudadana de la Contraloría Social y la Oficina Auxiliar Coyoacán, Tesorería.

La Plaza Hidalgo está dividida en dos secciones: al oriente el Jardín Hidalgo, que cuenta con la Parroquia de San Juan Bautista, el kiosko al estilo francés construido durante el porfiriato y la estatua que representa al cura Hidalgo; al poniente el Jardín Centenario, que cuenta con la Fuente de los Coyotes. La calle de Felipe Carrillo Puerto funciona como una clara frontera entre ambas secciones, en esta calle el parque vehicular circula en dirección de sur a norte. El Jardín Centenario está situado entre la calle Tres Cruces, circulación norte-sur, y la calle Felipe Carrillo Puerto. El Jardín Hidalgo queda delimitado por Carrillo Puerto y la calle Caballo Calco, prolongación Allende, con circulación vehicular en dirección de sur a norte.

En el Jardín Centenario se concentran casi todos los vendedores de artesanías, en el Jardín Hidalgo los vendedores de antojitos y juguetes infantiles, así como los puestos de pajarito, los que hacen fotos a lapiz o cuadros con pinturas de aerosol. Los grupos musicales, los músicos solistas y los *mimos*, así como los *deambulantes*⁴⁰, transitan por toda la plaza. De las dos secciones que forman a la Plaza Hidalgo, el Jardín Centenario, a pesar de que es el más pequeño de ambos jardines, tiene mayor actividad del comercio callejero y es el lugar donde se concentra la venta de artesanías.

El mercado de artesanías ha tenido un aumento considerable durante 1995. Al crecer el ambulante en La Plaza Hidalgo, el mercado comienza a dar cabida a puestos de otros giros como ropa, *gafas para el sol*, cinturones, zapatos y botas de moda, fotos, morrales, artículos de piel, etc. El centro histórico de Coyoacán comienza a tomar un matiz muy parecido, en términos de folklore urbano y comercio callejero, al del primer cuadro del Centro Histórico de la ciudad de México antes de que desalojaran al comercio callejero de la zona.

⁴⁰ Comerciantes callejeros que andan caminando y vendiendo con su mercancía colgada al cuerpo.

La atracción para la gente en la Plaza Hidalgo no son sólo los artesanos urbanos⁴¹, éstos elaboran una especie de folklore urbano junto con *mimos*, payasos, actores de teatro, grupos musicales y demás vagabundos trashumantes y vendedores ambulantes. Frecuentemente asiste un chavo disfrazado de *mimo* que se dedica a hablar una sarta de chistes y tonterías, cosa que divierte a la gente y normalmente una pequeña multitud lo mantiene rodeado. Este personaje da su función en la zona del kiosko. Cerca de él y de las varias personas que lo rodean, se acostumbran *tender* dos dibujantes de cuadros con pintura de aerosol y tres o cuatro artesanos urbanos. El arte del *mimo* consiste en involucrar a la gente a través de su lenguaje casi silencioso y mantener su atención. El *mimo* es un teatrero, incluso algunos *mimos* antes de comenzar su actuación hacen tres llamadas como si fueran a aparecer en el escenario de un teatro.

En la Plaza Hidalgo los artesanos urbanos se distinguen de otros tipos de artesanos como un señor que hace figuras de vidrio soplado, o de los que venden portafólios y mochilas de piel de vaqueta, y más claramente de los vendedores de antojitos. La presencia de inmigrantes indígenas que venden artesanías es cada vez mayor. Algunas mujeres de origen náhuatl deambulan con pinturas en papel amate. También se pueden ver totonacos, chamulas y huicholes, vendiendo productos artesanales típicos de su lugar de origen.

Como es una plaza pública no podía faltar el servicio de limpieza y de vigilancia. Los carritos de la basura, de los que cargan dos botes, y los policías uniformados también forman parte del escenario. Entre la gente que trabaja con el azar, tenemos a los puestos del pajarito que escoge una carta, el adivino echa cartas y el adivino que lee la mano. Fuera de esto, los productos de los artesanos urbanos que se *tienden* en la zona del kiosko y la forma de venderlos, de tenderse y ponerlos a la vista del cliente, no es diferente que la de los artesanos urbanos de todas partes⁴². El ambiente social de la plaza, además del ambiente físico, permite distinguir una amplia gama del espectro social de la ciudad de México: desde *chavos banda* y *niños popis*,

⁴¹ En Coyoacán la presencia de los artesanos urbanos es tan fuerte, que me atrevo a decir que si los quitan, el lugar ya no sería el mismo.

⁴² En Coyoacán, sólo durante los últimos meses, los artesanos urbanos han dejado de *tenderse* sobre el piso. Casi todos los que forman parte de la organización cuentan ya con puestos semifijos.

hasta intelectuales de varias edades (algunos de la UAM-I), los invitados a las constantes bodas que se celebran casi cada ocho días en la Parroquia de San Juan Bautista, inmigrantes indígenas que se dedican al comercio callejero, familias completas, numerosas parejas de novios, gente paseando a sus perros, jóvenes motociclistas que asisten al bar Hijo del Cuervo, etc.

Entre los numerosos puestos que venden comida y antojitos se pueden conseguir tacos al pastor, *hot dogs* y *hamburguesas*, tortas y refrescos; chicharrones de harina y papas fritas; helados, dulces y cigarros; alegrías, abanicos, dulces de frutas; buñuelos, pan de Texcoco; algodones, muéganos, meréngues; botánas, cacahuates, garbanzos, habas; elotes y esquites; *Hot caques*, palomitas de maíz, etc. Pareciera que muchas personas sólo asisten a consumir algún tipo de antojitos, mientras platican y se distraen sentados en las jardineras o deambulando por toda la plaza. Entre los diversos juguetes que se ponen a la venta en el comercio callejero hay muñecas de trapo, títeres, juguetes de madera, globos y pelotas, rehilétes, juguetes de latón, tableros para jugar a la oca, serpientes y escaleras, lotería, etc. Un señor vende trampas de alambre torcido.

La mayoría de artesanos urbanos de la Lagunilla y el Chopo no van a vender a Coyoacán porque: *no te dejan poner; son bien ojetes; no dan chance de vender; en Coyoacán hay mala vibra*. Aún así, el espacio de Coyoacán es una alternativa para poder vender, cuando los corren de otros lugares⁴³. El Pirata dice que él si puede vender en Coyoacán: "Varios de esos chavos *me dan tinta*"⁴⁴. Los conoció cuando vendía en avenida Universidad. Cuando los quitaron de allí se fueron a Coyoacán.

José y sus amigos piensan que el mercado de Coyoacán está dirigido a la burguesía: "Son puros niños *popis* los que vienen a este lugar, y a pesar de eso no pagan bien los trabajos". Como una figura tallada en ámbar por la cual José pedía 400 nuevos pesos: "Por eso los

⁴³ Cuando desalojaron a todos los vendedores ambulantes del Centro Histórico, y por consecuencia a los artesanos urbanos de La Maqueta, el mercado de los *hippies* en Coyoacán tuvo un aumento considerable que se podía percibir fácilmente. Los artesanos urbanos se desparramaron en gran cantidad hasta llegar incluso a la zona de la Fuente de los Coyotes.

⁴⁴ *Me dan tinta*: me conocen, me han visto. *Le doy tinta*: lo he visto.

artesanos tienen que salir *al rol* para venderles a los turistas que pagan mejor". José piensa que el artesano debe tener dignidad y no bajarse de su precio: "Es su trabajo lo que está vendiendo". En la última afirmación de José está implícita la concepción de trabajo que comparten los artesanos urbanos. Pues éstos jóvenes han logrado hacer de su estilo de vida una forma alternativa de trabajo. Un trabajo independiente que se manifiesta físicamente en su obra artesanal. Este concepto de trabajo los hermana con todas las comunidades artesanas del mundo.

¿Cada mercado es único?

A partir de la descripción que hemos hecho de los tres mercados de la ciudad de México donde podemos ver un número considerable de artesanos urbanos (Chopo, Lagunilla y Coyoacán), se pueden establecer claras diferencias entre ellos y respecto a otros espacios que nos permiten concluir que cada mercado es diferente. Es diferente la apropiación y uso del espacio. Hay diferencias en el tipo de mercancías que se ponen a la venta, el horario de trabajo, el tipo de clientes que asisten a cada lugar, la dinámica del mercado, de su vida cotidiana, y también la relación de los artesanos urbanos con otros sectores sociales. La dimensión y el tamaño de los mercados también es distinta, siendo el mercado de la Lagunilla el más grande y el tianguis del Chopo el más pequeño. La Lagunilla y el Chopo son espacios para el comercio ambulante, en Coyoacán, en cambio, el comercio ambulante coexiste con el comercio establecido.

Analizar brevemente el ambiente físico y social de los tres mercados nos permite establecer las semejanzas y diferencias sobre la apropiación y uso del espacio. ¿En qué se parecen estos mercados? ¿En qué son distintos? En principio los tres mercados son espacios para el comercio. La importancia para nosotros de éstos espacios es que todos dan cabida a un número importante de artesanos urbanos. Pero la distribución de los artesanos urbanos al interior de cada mercado sí tiene sus diferencias.

En el Chopo la distribución de los distintos giros comerciales es muy clara y también la frontera entre puestos de artesanías, que se instalan en la sección sur, y puestos de otros productos claramente divididos por uno de quesadillas (el único puesto de comida en el Chopo). En Coyoacán los artesanos urbanos están concentrados en el jardín Centenario, sobretudo por

fuera de la librería El Parnaso, en la sección poniente de la PLaza Hidalgo, y también hay cierta distribución para la venta de distintos productos, como antojitos. Pero en el mercado de la Lagunilla los artesanos urbanos no tienen designado un lugar fijo para *tenderse* por lo que se encuentran diseminados a través de todo el mercado y muchos de ellos tienen que negociar cada ocho días el lugar⁴⁵. De hecho la distribución de todos los giros comerciales en la Lagunilla es totalmente desordenada.

En el tianguis del Chopo todos los comerciantes cuentan con puestos semifijos de tubos de metal y cada sábado los arman en sus respectivos lugares, pues es un requisito de la organización. Aunque los artesanos urbanos en su mayoría, a pesar de armar sus puestos, persisten en *tender* su mercancía sobre el piso. En Coyoacán sólo en los últimos meses los artesanos urbanos que pertenecen a la organización instalan puestos semifijos, todos los demás artesanos urbanos y urbanizados (indígenas e inmigrantes de zonas rurales, así como otros tipos de artesanos urbanos) se *tienden* sobre el piso, o deambulan por la zona cargando la mercancía. En la Lagunilla casi todos los artesanos urbanos se *tienden* sobre el piso, sólo a veces rentan entre dos o tres un puesto semifijo para vender. En su mayoría todos los demás comerciantes del mercado cuentan con puestos semifijos.

En Coyoacán la oferta cultural es diversa y el ambiente familiar: carreólas, personas paseando a su perro, familias enteras y numerosas parejas de enamorados, etc. En Coyoacán, como ya lo dejamos ver en la descripción etnográfica, uno puede encontrar diversos personajes de todo el espectro social urbano. En el tianguis del Chopo en cambio predominan los *chavos banda* amantes de la contracultura y el *rock*, en un mercado donde predominan los jóvenes. En el Chopo se tiene la sensación, por parte de algunas gentes, de hasta cuándo durará esto. Una idea de que los *rockeros* que se congregan en el lugar están en el límite de la tolerancia, de que apenas y sobrevive el lugar de encuentro. Hay una percepción del lugar, por algunos sectores

⁴⁵ Los lugares para venta en el mercado de la Lagunilla son mucho más caros que en el Chopo o en Coyoacán. El uso del espacio cuesta entre 50 y 70 nuevos pesos; aparte si los artesanos urbanos quieren rentar un puesto de tubos semifijos deben pagar entre 30 y 50 nuevos pesos adicionales. La estrategia que los artesanos urbanos usan para amortiguar estos costos es rentar el lugar y el puesto en grupos de tres o más que se cooperan para pagar.

sociales, como un lugar de pecado, los jóvenes *rockeros* son vistos como obejas descarriadas o drogadictos empedernidos... En el Chopo los ancianos y los niños son prácticamente invisibles, simplemente no se ven. Ves niños sólo cuando son hijos de algún artesano. En Coyoacán, en cambio, los niños abundan. Eso dice mucho sobre la percepción y uso del espacio y la distinción entre sectores sociales. Para el caso de la Lagunilla sólo puedo decir que la gente que asiste pertenece a todas las edades pero son sobretodo de clase media. El mercado de la Lagunilla es un mercado **sobreruedas** común y corriente.

Los artesanos urbanos tienen predilección por ciertos objetos que se pueden apreciar en el tipo de mercancías que elaboran y que venden: como su claro gusto por la piel, las piedras semipreciosas y la plata. Además de productos artesanales comercian con restos fósiles, caracoles de mar, minerales en bruto, estalactitas o algún pedazo de aerolito. Este tipo de objetos los podemos encontrar en todos sus mercados. Sin embargo, existen diferencias en algunas de las mercancías que venden dependiendo del mercado que se trate. Por ejemplo, en el Chopo y la Lagunilla se hacen tatuajes y en Coyoacán no. En Coyoacán se hacen lóbulos de nariz y oreja o extensiones de trenzitas, y en la Lagunilla y el Chopo, no. Además, si consideramos a otros giros podemos señalar, tan sólo para dar un claro ejemplo, que en el Chopo, a excepción de un puesto de quesadillas y refrescos, no se vende comida ni antojitos, mientras que en la Lagunilla y Coyoacán la venta de comida y antojitos es parte de la vida cotidiana y de la **costumbre** en ambos mercados. En Coyoacán los puestos, la mayoría están bien surtidos. Se ve entre los puestos mucha *fayuca* guatemalteca, chalecos, gorros *rastafari*, pantalones, camisas, huaraches, etc. También hay ropa de Tailandia, de la India y otros países. Ropa exótica que consiguen para revender. Aunque hay muchos productos de reventa, también hay muchos productos de elaboración artesanal. En la Lagunilla y el Chopo, en cambio, uno puede apreciar que la mercancía de los artesanos urbanos es predominantemente de elaboración manual.

Otro contraste que se puede apreciar sin mucho esfuerzo es el tipo de gente que asiste al lugar: a Coyoacán asisten jóvenes que pertenecen a un determinado estrato social, la clase media alta y la pequeña burguesía. Así, la gente que visita Coyoacán es socialmente distinta de la que visita el Chopo o la Lagunilla. En Coyoacán la gente como que es más intelectualoíde, y los *hippies* están por fuera de los cafés, de la librería, cerca del Bar Hijo del Cuervo. En el Chopo en cambio, como lo hemos venido reiterando, sólo asisten *chavos banda*, a un mercado

para jóvenes *rockeros*. Esto trae como consecuencia que sea distinta también la relación de los artesanos urbanos con otros sectores sociales.

La última diferencia que vamos a señalar por el momento es la que se refiere al horario de trabajo. Se puede decir que el mercado de Coyoacán es de actividad vespertina-nocturna, a diferencia del Chopo y la Lagunilla donde la actividad es por las mañanas y hasta las cuatro o cinco de la tarde regularmente. Mientras en otros lugares donde se *tienden* artesanos urbanos ya no hay nada de actividad desde hace horas, en Coyoacán la fiesta continúa.

San Cristóbal: un santuario

En la ciudad de San Cristóbal las Casas, Chiapas, es sobresaliente la presencia de artesanos urbanos. En San Cristóbal se dan encuentro numerosos jóvenes que comparten este oficio y que viajan de distintos puntos del país y del mundo. Es uno de sus *santuarios* más importantes a nivel internacional. La ciudad de Los Altos es además una escala obligada para todos aquellos artesanos urbanos que tienen un itinerario de viajes por el sur del país y los países de Centroamérica.

En la Plaza de Santo Domingo se *tienden* varios artesanos en su mayoría indígenas, pero también uno de los rincones es usado por artesanos urbanos. Estos últimos se *tienden* donde pueden, ya que los lugares no son fijos. Así, los artesanos urbanos más escrupulosos pueden llevar su celo hasta el punto de elegir el mejor lugar, aquel que les permita lucir más su imagen y su mercancía. A partir de las ocho de la noche se trasladan a Los Portales del centro, donde también les dan *chance* de vender.

En San Cristóbal me he encontrado con varios artesanos urbanos de los que he conocido a través de la investigación. Para muchos de ellos: *San Cristóbal es el ombligo del mundo*. La última vez que fui me encontré con Nicolás, quien días antes estuvo visitando la zona de Coyoacán. Pensaba estarse unos tres meses por Chiapas y luego *rolar mundo*. Tiene ganas de ir un tiempo a Guatemala. También me encontré con Lorenzo, un artesano de Nicaragua. Lorenzo me comentó que José y *su chava*, la italiana, habían viajado el día anterior a Guatemala. Junto con Lorenzo estaban otros cuatro o cinco artesanos urbanos, de los cuales sólo

a dos, de ellos no los había yo visto nunca. El Moreno es de San Luis, pero anda, como artesano, dando *el rol*.

Pero San Cristóbal no es solamente una ciudad de paso. La semilla de los artesanos urbanos ha dado fruto en los Altos de Chiapas y la ciudad más importante ha sido capaz de generar sus propios artesanos urbanos: Además de estudiar antropología en la Universidad de Chiapas, Esperanza es artesana, y sobre todo trabaja el ámbar. Ella tiene una hija de 2 años, y la lleva para todas partes, incluso cuando pone los artículos de su *aretero*⁴⁶ a la venta. En el encuentro de estudiantes de antropología celebrado en San Cristóbal en el verano de 1992, Esperanza presentó una ponencia sobre el ámbar, y mencionó algunas de sus propiedades **mágicas** y curativas, como el hecho de que alivia los dolores de cabeza y estomago. El lugar más importante para la extracción del ámbar es Simojovel, Chiapas, **la capital del ámbar en México**⁴⁷. Los artesanos urbanos aprecian mucho el ámbar, y más aquellos trozos que contienen algún mosquito fosilizado o una gota de agua, incluso hay quienes se vuelven especialistas en él.

Témoc también es originario de San Cristóbal. Sus artesanías las ha vendido en su ciudad natal y en otras partes de Chiapas. En San Cristóbal conoció a Katy, que radica en Inglaterra donde estudia y sólo andaba de vacaciones por nuestro país. Llegaron a la ciudad de México una ocasión, para ambos era la primera vez que venían. Témoc acompañó a Katy para que tomara su avión de regreso a casa. De paso vendían algunos productos de *fayuca* guatemalteca que consiguieron en Chiapas para su reventa: gorras *rastafari*, pantalones y camisas de manta de

⁴⁶ El *aretero* es un objeto típico de los artesanos urbanos. Consiste en una especie de portafolios hecho con hojas de madera unidas por bisagras, donde los artesanos transportan y muestran al cliente su amplia gama de modelos y diseños de aretes, fabricados con diversos materiales. Los *areteros* más comunes constan de dos hojas, pero los hay también de tres y de cuatro. El tamaño es muy variable, dependiendo de las necesidades del artesano. Hay carpinteros que los visitan exclusivamente para venderles el *aretero*, pero también es común que el artesano lo elabore él mismo.

⁴⁷ El ámbar es una resina fósil amorfa, de color amarillo más o menos oscuro, translúcida, que arde fácilmente con buen olor y que se emplea en cuentas de collares, boquillas de fumar, etc. Es muy preciada, al grado de que falsifican ámbar con plástico.

colores, inciensos; también traían los trabajos en ámbar, plata y piedras talladas que elaboró Témoc.

Durante su estancia en la ciudad de México se hospedaron en un hotel barato del centro, comían en una fonda donde les costaba 4 *varos* la comida corrida. Se *tendían* a vender en Insurgentes y en La Maqueta. Nunca tuvieron problemas con los otros artesanos por ponerse a vender en los mismos espacios. A él, según dijo, le conviene más comprar e invertir en plata en la ciudad de México que en San Cristóbal, donde el gramo le cuesta el doble. Esto sin embargo puede ser falso, pues la mayoría de plateros me han dicho que la plata la compran en algún Banco al precio oficial.

Pocos días duró Katy *por estos lares*⁴⁸ antes de regresar a su país y a sus clases; después de eso Témoc se dio una vuelta, con otros de los artesanos que conoció en el Distrito Federal, por el Festival Cervantino, en Guanajuato, que se celebraba en esas fechas. De allí se regresó a su ciudad natal⁴⁹. Una ocasión que me encontré con Témoc en San Cristóbal me dijo que la ciudad de México le pareció muy dura, y no le gustó mucho. La ciudad no le dió muy buena impresión: está acostumbrado a la vida tranquila, y no tan agitada, de la provincia.

La última vez que fui a San Cristóbal me encontré a Témoc nuevamente, pero ya no ha trabajado las artesanías, ahora se dedica a tocar los tambores con un grupo musical en el Sol Maya, o en otros espacios donde *la banda* va a tomar cerveza y a divertirse. Una antropóloga de esa ciudad me comentó que Témoc fue su compañero en la primaria y secundaria. Cuando era más joven: "Era bien tranquilito y no se vestía así, traía su pelo cortito, era bien seriecito, y míralo ahora..."⁵⁰, así hay varios aquí en San Cristóbal que de pronto dieron el cambiazo".

Dentro de la ciudad de San Cristóbal, los artesanos urbanos se han apropiado de ciertos espacios: los lugares que usan para pernoctar y divertirse. Uno de éstos lugares es el bar Sol

⁴⁸ Lugares, rumbos, sitios.

⁴⁹ Esta pareja es un ejemplo de lo flotantes que pueden ser los artesanos urbanos que asisten a vender en los diversos espacios que ocupan.

⁵⁰ Pertenecer al grupo puede traer cambios en la apariencia personal, puede provocar cambios en la forma de pensar y de actuar, en la forma de vida y de concebir el mundo. Un cambio de vida supone accesoriamamente un cambio de personalidad.

Maya, un espacio donde se junta *la banda*, un espacio de diversión y de encuentro de los artesanos urbanos y otros *hippiosos*. Es un pequeño espacio rectangular con la barra al fondo a la derecha, un pequeño escenario para los músicos cerca de la barra y varias mesitas y sillas para los que llegan a comer y sobre todo a beber cerveza⁵¹. Hay instrumentos y varios tocan alternativamente. Puede tocar el que guste, y que sepa hacerlo: "Aquí hacemos música y nos divertimos un rato, quien quiera tocar puede hacerlo", me dijo la Changa una vez. La Changa es artesano y músico, y es muy popular entre *la banda*. Anda con una chava extranjera que se ligó en *el rol*, juntos andan por todas partes. Mientras unos tocaban otros los segundeaban en las letras y bailaban sin ton ni son. *La banda* toma cerveza y se divierte, algunos danzan con su propio estilo, se pueden escuchar gritos y risas. El bar Sol Maya lo han clausurado numerosas ocasiones, es el lugar predilecto de los artesanos urbanos y *sus desmadres* ocasionan que lo cierren *tiro por viaje*⁵².

Otro espacio de encuentro para artesanos, poetas, intelectuales, músicos, turistas y amantes de la bohemia, es el Bar Latinos. En el Latinos el ambiente es más privado que en el Sol Maya. Tiene también mayor surtido en el bar y la cerveza es un poco más cara. En el Latinos un artesano urbano nativo de San Cristóbal toca la guitarra y los tambores. A este *chavo* también lo he visto tocar en el Sol Maya. El espacio más reciente es El Jaguar, comenzó a funcionar en el verano de 1992 y es muy parecido a los dos anteriores. Además de artesanos asisten turistas extranjeros, algunos ya tienen varios días viviendo en San Cristóbal, y han tomado el Sol Maya, el Bar Latinos y El Jaguar como sus centros de operaciones.

Para la comunidad de artesanos urbanos, junto con San Miguel de Allende, Guanajuato, y Tepoztlán, Morelos, San Cristóbal de las casas, Chiapas es de sus *santuarios* predilectos en México. En estos lugares *de energía* han establecido una especie de colonias propias. Viven como en *ghettos*, y pasan largas temporadas en el lugar. Algunos ya surten a las *boutiques* de la zona y han generado un mercado predominantemente turístico. Pues hay que notar el carácter cosmopolita de estas ciudades. Lugares que funcionan además como cabeceras de sus rutas

⁵¹ Por lo regular en las cantinas todos toman cerveza, pura cerveza. Las bebidas más caras las prefieren comprar en el expendio y beber en la calle.

⁵² Frecuentemente, a cada rato, seguido.

comerciales. Los artesanos urbanos no están en las zonas polares sino en las zonas turísticas, en expansión económica. Ellos mapean lugares para la industria turística: son capaces de olfatear lugares turísticos antes de que llegue la Industria. Son como los **gambusinos del turismo**, son los *pioneros*, van abriendo brecha. Los mismos artesanos urbanos son turistas autofinanciados.

Hotel York: un microsantuario

Una ocasión fui con Paty al Hotel York, en 5 de Mayo, cerca de Motolinia. Cuando llegamos, el recepcionista trató de impedirle el paso. Según me contó, el otro día ya un poco *briaga*⁵³ armó un *desmadre* en el hotel, un escándalo, y el recepcionista le dijo que para ella ya no había servicio. De todos modos ha pasado otras noches en el hotel, en el cuarto de Griselda y Güicho, incluso en ocasiones se mete a escondidas, y en la mañana cuando se dan cuenta en la recepción tiene que pagar 5 *varos* adicionales. En el hotel pagan 35 *varos* por una habitación doble por noche. En palabras del Robot: "Es el hotel donde les dan *viada*⁵⁴ a la banda".

En el Hotel York se hospedan varios artesanos urbanos, porque allí *nos soportan los refuegos*⁵⁵, o *te dan chance de que metas banda*. El robot y Paty se hospedaron casi por un mes en ese hotel y los trabajadores ya los conocen. Lo del recepcionista sólo fue un berrinche, pues minutos después bajó Griselda por nosotros, convenció al tipo que nos permitiera pasar y éste accedió. "Le gusta que le rueguen, que le haga uno la barba", dijeron las muchachas mientras avanzábamos al cuarto.

Griselda entonces dijo tener dos hijos, su hijo el mayor ya tiene 14 años, ella lo tuvo a la edad de 19 años, actualmente tiene 34. Estudió la preparatoria y sí la terminó: "Aunque mi chavito acababa de nacer iba a la escuela con él". Paty aunque estuvo en el CCH y en la Preparatoria, nunca las terminó. Griselda luce una bella colección de anillos -casi uno en cada dedo de las manos- y de pulseras, su atuendo es además bastante *psicodélico*. Paty también usa

⁵³ Ebria, borracha, sin control.

⁵⁴ Les dan *viada*: les permiten, les toleran, les dan *chance*.

⁵⁵ Fiestas, escándalos, actos extraordinarios.

anillos, collares, dijes y pulseras, aunque no en la misma cantidad que Gris.

En la habitación de unos 12 metros cuadrados y un pequeño baño, estaban esperándonos Erick, Lalo y Güicho, todos veníamos de la avenida Juárez, donde habían estado vendiendo. Poco después llegó el Robot. Lalo vive en Guatemala, pero en esos días andaba por acá *dando el rol*. En Guatemala les dan *chance* de vender; mencionó el nombre del pueblo cabecera donde hay buenas ventas, Quezaltenango⁵⁶, y en poblados de alrededor *vive la banda*. Dijo que se quiere ir a Michoacán a pasar unos días.

Entre todos platicamos sobre varias cosas, sobre los conciertos de *rock* en México, de las experiencias de todos en Real de Catorce, de otras experiencias con alucinógenos, sobre la poesía que escriben Griselda y Paty, sobre lo que hacen y sobre algunos de los problemas que tienen en el hotel. Pues aunque les toleran meter visitas, nunca falta el conflicto con los trabajadores del hotel o con otros inquilinos.

En la habitación mientras conversamos un rato Paty y Güicho aprovecharon para elaborar algunos trabajos. El hace las pulseras por etapas. Cada pulsera puede constar de distintas partes, entre trozos de cuero, piedras de adorno, arreglos con alambre de alpaca o latón, grapas, etc. Primero elabora unas partes en serie, por ejemplo la parte central de la pulsera que es la más llamativa, después las partes con trozos de cuero, y por último broches y cierra o termina las piezas que quedan listas para la venta. Esa vez se propuso terminar dieciseis pulseras mixtas de las cuales ya tenía las partes centrales: "Me las hecho como en tres horas. Nuestro trabajo es un trabajo como cualquier otro, pero es un trabajo cotorro, porque te permite andar de un lado a otro, puedes andar viajando". Para elaborar las pulseras, ambos artesanos, usaban como herramientas distintos tipos de pinzas: unas pinzas de punta plana, unas pinzas de punta redonda, y sus manos. Güicho dijo que pensaba elaborar unas cincuenta pulseras: "Treinta para vender, veinte para el puesto y las mejores para nosotros... El montón llama a la gente, si ven varias pulseras distintas entre sí, te compran. A la gente le gusta comprar lo novedoso, por eso siempre hay que andarle buscando".

⁵⁶ Quezaltenango es el centro regional del occidente de Guatemala. La segunda ciudad del país en cuanto a sus dimensiones. En la jerarquía regional de mercado Quezaltenango es el pináculo del sistema de centros mercantiles de los ladinos. Punto central en la red de mercados ladinos. El centro económico de la región.

Mientras platicábamos y trabajaban, la tele estaba encendida en el canal 13. Griselda tenía un frasco de claveles en el tocador. Parece que ya tenían varios días hospedados en el mismo cuarto, pues sus cosas estaban bien instaladas en un par de muebles, además los claveles no eran frescos. La habitación 213 cuenta con un par de camas individuales divididas por un buró. Al salir del Hotel, Griselda conversaba en la estancia de la planta baja con un señor y un joven que están interesados en comprarles cuarzo. Bajó cuando el recepcionista le llamó por teléfono para avisarle que la buscaban.

Güicho y Griselda están pensando darse una vuelta por costas del Pacífico, sólo esperan surtirse de material, pues según dicen les conviene más surtirse de material aquí en la ciudad de México que en provincia. Güicho afirma que en provincia es más caro todo: "Si unas pinzas te cuestan aquí 30 pesos [se refiere a nuevos pesos], en provincia las mismas te cuestan hasta 70; aunque luego es un *desmadre*, porque uno dice me voy a la capital a mover una *lana* y a surtirme de material, y ni guardas *lana* ni te surtes nada, sólo andas en el *reventón*, mejor nos vamos a ir a provincia a comprar dinero⁵⁷ porque aquí no hay *ni madres*". También dijo después: "Mi mujer vende más que yo, tiene más *feeling*, o nada más les sonrie...".

El lugar y la vida cotidiana

A lo largo de este capítulo pudimos describir algunos de los lugares públicos y privados donde se pueden ver artesanos urbanos, resaltando la importancia y singularidad de cada espacio. Así podemos distinguir que hay lugares de venta, hay lugares de trabajo, hay lugares de descanso y hay lugares para vivir. Lugares donde los artesanos urbanos experimentan distintas temporalidades de la existencia: trabajo, ocio, vida familiar y en general su vida cotidiana.

Pero, ¿cómo se articula espacio y tiempo a partir del significado de las prácticas sociales? Para los artesanos urbanos un mundo público y un mundo privado parecen no tener fronteras;

⁵⁷ Esta expresión de Güicho, **comprar dinero**, coloca a la moneda como una simple mercancía más. Metafóricamente, puede comprar dinero con otras mercancías y viceversa. Literalmente, se está refiriendo a la relación de intercambio.

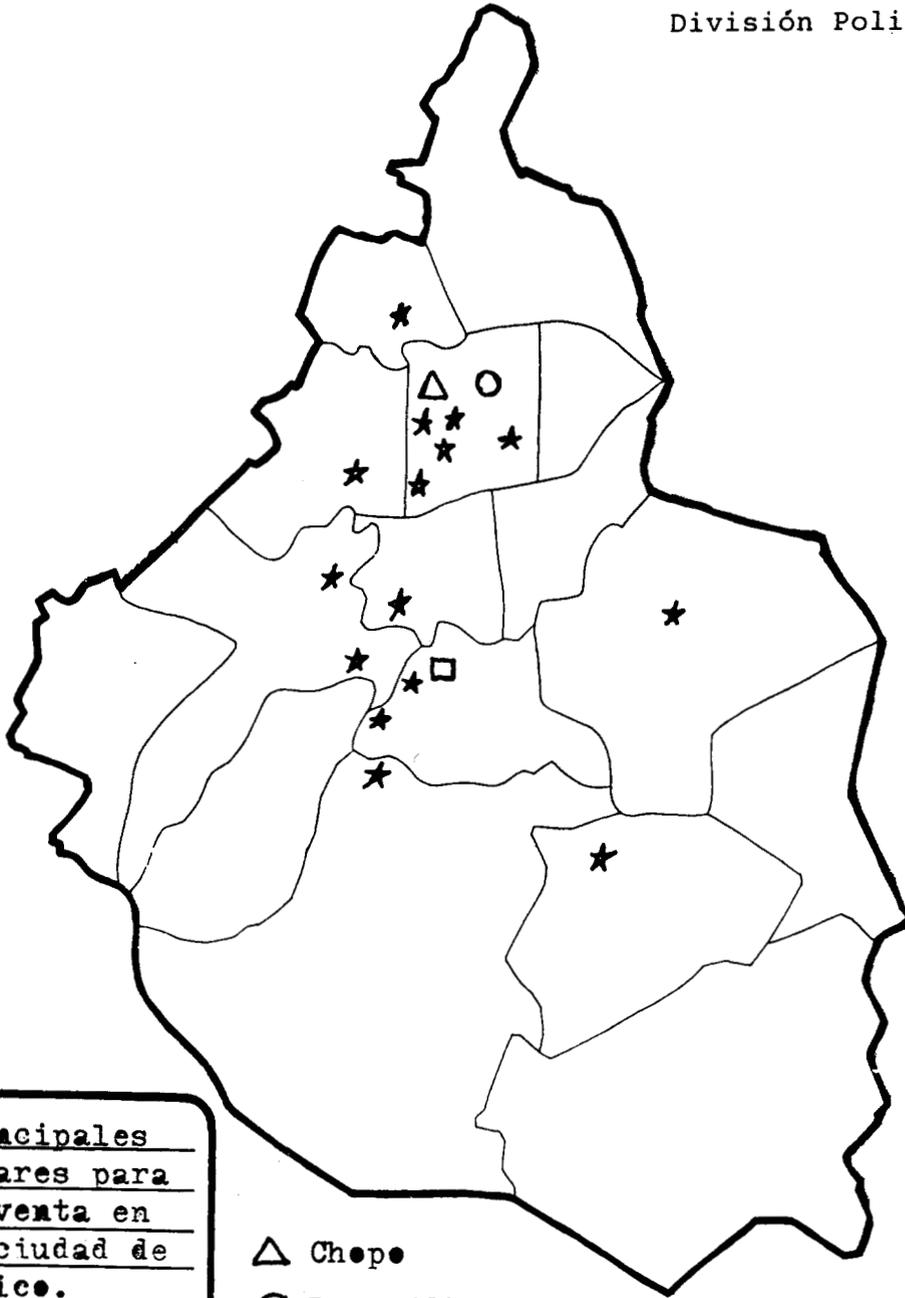
hay un sector por lo menos que no manifiesta esa ruptura. Su mundo privado está en su mundo público. Se exponen, su privacidad es expuesta públicamente. En otro estilo están haciendo lo mismo que una masahua cuando amamanta a su bebé en la vía pública. El mundo público está cargado de privacidad y viceversa. No hay una ruptura entre lo público y lo privado. Hay procesos públicos que se llevan a la vida privada, como cuando los buscan en sus casas para comprarles algo.

Si bien tratamos de comunicar los puntos reales, no podemos dejar de mencionar los lugares imaginarios, aquellos que aunque a veces inaccesibles existen en la mente y en los productos de los artesanos urbanos: Nepal, la India, el Tibet, Machú Pichú... Los artesanos urbanos han reelaborado un gusto en torno a estos espacios, que se expresa en los motivos que usan para elaborar algunos de sus productos, así como en las historias que se cuentan al respecto. Es un acto que se aprende como en la tribu, donde el mayor platica de su experiencia. De hecho la comunidad de artesanos urbanos han reelaborado una cultura que se nutre de la tradición oral.

Su oficio incluye una dosis de venta muy fuerte, que se convierte en algo necesario pero quizás frustrante. El artesano queda reducido al papel de ambulante. La mayor parte del tiempo se la pasan en la venta y en la calle. En la venta impera un principio de justicia redistributiva. No es el regateo. La gente está esperando un intercambio de equivalentes. Simplemente se pide lo que se cree justo. Pero de todo esto vamos a hablar en el siguiente capítulo.

Ediciones
Bob, S. A.

DISTRITO FEDERAL
División Política s/n



Principales
lugares para
la venta en
la ciudad de
México.

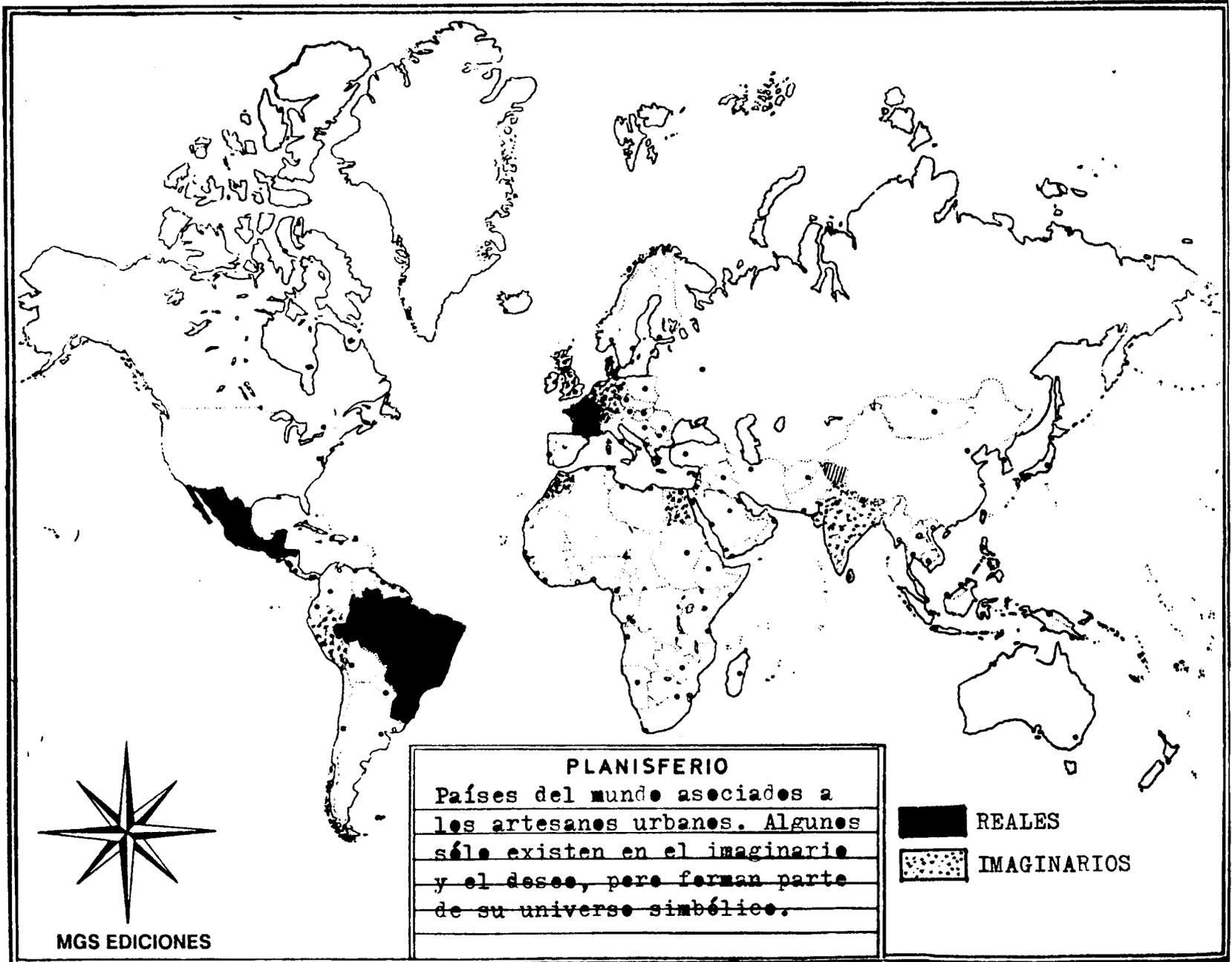
- △ Chepe
- Lagunilla
- Coyoacán
- ★ Otros



MAPA DE LA REPUBLICA MEXICANA: Lugares donde es un hecho que los artesanos urbanos han consolidado un espacio. Solamente se ubicaron aquellos lugares donde se tiene la certeza que se han visto. Pero seguramente están en otras ciudades.

- A. México, D. F.
- B. Tepoztlán, Mor.
- C. Malinalco, Edo. de México
- D. Teotihuacán, Edo. de México
- E. Taxco, Gro.
- F. Pátzcuaro, Mich.
- G. Morelia, Mich.
- H. Guanajuato, Gto.
- I. San Miguel Allende, Gto.
- J. Querétaro, Qro.
- K. Xalapa, Ver.
- L. Veracruz, Ver.
- M. Tlacotalpan, Ver.
- N. Puebla, Pue.
- Ñ. Cholula, Pue.
- O. Oaxaca, Oax.
- P. Huahutla de Jiménez, Oax.
- Q. San José del Pacífico, Oax.
- R. Puerto Escondido, Oax.
- S. Zipolite, Oax.
- T. Chiapa de Corzo, Chis.
- U. San Cristóbal de las Casas, Chis.
- V. Simojovel, Chis.
- W. Palenque, Chis.
- X. Comitán, Chis.
- Y. Mérida, Yuc.
- Z. Cancún, Q. R.
- A1. Guadalajara, Jal.
- B1. Real de Catorce, S. L. P.
- C1. Monterrey, N. L.





3. EL TRABAJO Y LA VIDA COTIDIANA

La vida en la calle

La producción artesanal está estrechamente ligada al comercio, y en el caso de los artesanos urbanos al comercio callejero. El comercio de sus productos se ha ampliado a tal grado que los puestos de artesanos urbanos han llegado a formar parte de los mercados y ferias populares del país. En estos lugares las artesanías son abastecidas por jóvenes aventureros que se conforman con poca ganancia, simplemente para cubrir sus gastos de viaje. Por eso, el tema del comercio debe incluir el análisis de las estrategias comerciales desarrolladas, profundizar diversos aspectos de los principios organizativos que se emplean en esta empresa y explorar las formas específicas en que los artesanos urbanos se adaptaron como grupo al comercio ambulante.

Los artesanos urbanos viven buena parte de sus vidas en la calle. Buscan lugares para la venta donde se les tolere y no los vayan a correr o a quitarles su mercancía. En Acapulco, por ejemplo, donde saben que éste riesgo es común, no se *tienden*. Además, prefieren las comunidades con más folklore, como las que participan en el ecoturismo, acostumbran los espacios cosmopolitas. Ofrecen su mercancía en los centros turísticos o en la capital congregándose en ciertos lugares frecuentados por su clientela de maestros, estudiantes, *rockeros* y demás aficionados a las artesanías. Su radio de acción se extiende por todas partes.

Por ejemplo, Alfredo ha vendido sus productos en infinidad de lugares, en algunos ha sido *pionero*. Durante años vendió en el mercado de La Maqueta, frente al Templo Mayor. Ha ido al **Festival Cervantino**, en Guanajuato, a Chalma, en el Estado de México, a La Venta en el Desierto de los Leones... En La Venta la acción es los domingos, aunque últimamente ya no va, pues la última ocasión que fue sólo vendió un pachúli y dos pulseras, por lo que no fue conveniente. Dice que también ha vendido frente a las ruinas del exconvento. Ha vendido en la Zona Rosa, en la Lagunilla, los sábados vende en el tianguis del Chopo y en Coyoacán. Alfredo es uno de los plateros más destacados del Chopo, los artesanos lo conocen, lo buscan y lo esperan. Cuando asiste a vender en Coyoacán, ya no *tiende* su puesto, simplemente va a arreglar sus negocios, a entregar y recoger pedidos. Al igual que él son varios los que, sin *tender* sus

puestos, participan en el mercado.

Durante casi año y medio, algunos artesanos se *tendían* sobre avenida Juárez, entre Lopez y otra calle, por donde está la librería del Sótano. Primero eran Alfredo y dos o tres más, después ya eran hasta quince o veinte. Pero luego: "Los *desmades* que armaba la *banda* ocasionó que las autoridades nos corrieran del lugar". Alfredo y el Pirata, por enero y febrero, estuvieron vendiendo en San Angel. Pero luego comenzaron a llegar más artesanos al lugar, pues el Pirata invitó a Rosa y Rosa le dijo a Alicia, y así... Llegaron tantos al lugar que las autoridades de la Delegación corrieron a todos y ya no le dieron *chance* de ponerse a ninguno. Parece que ya tampoco les dan *chance* de vender en la Zona Rosa. Cuando le pregunté al Pirata que porqué ya no los dejan vender en la *Zonaja* me respondió: "Por *el pisto*, la *banda* se pone muy loca". Aunque Alfredo dice que todavía en ocasiones les dan *chance* un rato, pero ya en la noche, después de las nueve.

Todos los años desde que se inició el **Festival Cervantino**, Teo ha ido a vender. Se va de pueblo en pueblo ofreciendo sus artesanías, pues: "En los pueblos de paso se vende bien". Sólo este año ya no piensa ir: "Ya se volvió un *desmadre*, nada más se van a *empedar*". Ha vendido sus productos casi en todos los espacios donde se pueden ver artesanos urbanos, actualmente asiste con regularidad al Chopo, a Coyoacán y al mercado de la Lagunilla. En ocasiones todavía sale a vender a provincia.

Por su parte, Freddy ha vendido sus trabajos en varios lugares del país, sobre todo en la **Zona Maya**. Hace ocho meses llegó, por primera vez, a la ciudad de México, y según dice la ciudad no le agrada mucho. Aquí en la ciudad se *ligó* a Bety, que también es artesana. Los dos viven juntos y venden sus productos en la Lagunilla, en el Chopo o donde puedan. En ocasiones venden juntos, es decir, los dos salen a vender, pero en ocasiones se turnan: un día sale uno y otro día sale otro. No *tienden* su puesto a diario, es más probable que se *tiendan* los sábados y los domingos. Una ocasión vi a Freddy en la Casa del Lago, en Chapultepec, donde también vende. Los días que se queda en casa los aprovecha para tallar piedras o elaborar otro tipo de artesanías, en las que está incursionando aprovechando la experiencia de Bety y de los demás compañeros de oficio; bueno esto cuando no está viendo su nuevo televisor a color que se acaban de comprar. El hecho de estar viendo la *telera* le quita tiempo para hacer su trabajo

artesanal⁵⁸. El precio de sus tallados en piedra varía dependiendo el tamaño y la calidad del trabajo. Estos pueden ir de 50 a 500 nuevos pesos o más. En ocasiones llega a invertir en ellos varios días de trabajo, hasta un mes.

Por años Erick vendió en La Maqueta, hasta que corrieron a todos los vendedores ambulantes del lugar. Cuando comenzó a vender en el centro ya funcionaba el Museo del Templo Mayor. Los sábados y domingos vende por la mañana en un tianguis de por su casa. Allí vende bien: "Con eso lleno la despensa..., tú sabes, lleno el refrigerador, porque entre semana en ocasiones no vendes nada". Vende también en su casa, cuando lo van a buscar para comprarle algo. Considera que su oficio es noble: "Así te la vas llevando, y sí sale". Algunos sábados va a vender al Chopo, los muchachos de allí lo conocen y le dan *chance*. Del Chopo se pasa a vender a Insurgentes. Entre semana vende por fuera de la estación del metro Tacuba, donde también unos amigos le dan *chance*. Descansa los lunes, se los dedica a sus *chavitos*. Hace unos días que comenzó a hacer ejercicio, y dice que quiere dejar el alcohol: "Me hecho unas, pero leves, de a besito".

Paty vivió durante tres años con Mario, se separaron en diciembre. Mario se fue a *rolar* al Puerto Escondido y por allá se *ligó* a la francesa que anda con él para todas partes. A Paty no le importó dejarle todo el puesto, y ahora está comenzando a levantar el suyo. Hace tres meses que conoció al Robot y se hicieron novios. Todos ellos venden en los espacios más conocidos de *la banda*. Los domingos Paty acostumbra vender en la Lagunilla, allí también se encuentra con Mario, aunque *tronaron gacho* todavía se hablan, incluso *se despiden de beso*. Mario y Paty tienen un puesto en el tianguis del Chopo, que comparten para vender los sábados. Aunque últimamente Mario y su *nueva chava* se van los fines de semana a vender a Taxco, o nada más van a surtirse de material. Se la viven en *el rol*. Mario me dijo que entre semana ha ido a vender a un espacio en Tacubaya, la ventaja es que el lugar está techado y se puede vender

⁵⁸ Como toda producción artística, la llamada artesanal se relaciona con un contexto sociocultural, económico y político particular, y surge de una realidad cotidiana y de trabajo. La artesanía se puede definir como todo lo que se elabora a *mano*, pero no hay que pasar por alto los elementos estéticos y a veces hasta los técnicos y del contexto sociocultural de su origen. El trabajo de artesanías suele aprenderse por medio de la práctica.

aún cuando esté lloviendo. Cuando están aquí en la ciudad él y su *chava* se hospedan en un hotel del Centro Histórico, que no es el York.

Por las mañanas, dependiendo el día de la semana, Abel vende en los distintos mercados **sobreruedas** que se instalan cerca de su casa. También vende en Izcalli, excepto los lunes y martes. Los lunes, por la mañana, los dedica a actividades domésticas: hacer pagos de la luz, el agua, el predio, etc. Vive con su mamá y con su hermana por el deportivo Reynosa, entre Azcapotzalco y Tlanepantla. Los sábados por la mañana vende en el tianguis del Chopo. Casi cada año asiste a Guanajuato para vender durante las celebraciones del **Festival Cervantino**, de allí se ha pasado, con otros compañeros, a Pátzcuaro, Michoacán, a las celebraciones de **Todos Santos**. El 5 de mayo acostumbra ir a vender a la ciudad de Puebla, pues: "Con eso de las festividades de la **Batalla de Puebla**, puede que la venta se ponga bien". Durante el pasado **Carnaval** se fue a vender a Veracruz; en **Semana Santa** se fue a Chalma, en el Estado de México, etc.

Los ejemplos anteriores nos muestran que el artesano no tiene horario para salir a vender. En el transcurso del día pueden vender en diversos lugares dependiendo el día de la semana. Entre sus espacios hay lugares donde la actividad es por la mañana y otros donde es por la tarde y noche. Así, dependiendo del lugar, durante el día algunos artesanos llegan y otros se van. Pueden llegar a cualquier hora, incluso después de las nueve de la noche. Además suelen viajar a vender a diversos lugares del país. Han adoptado una actividad económica y una forma de vida que les permite gran movilidad. Vagabundean por las calles, cuando el común de los mortales está en la oficina, el taller, la fábrica o la escuela. Y siempre podemos preguntarnos quién sería el desconocido que retuvo por un momento nuestra atención. Jóvenes que descubren las delicias crueles de la vida en la calle. El oficio adecuado para disfrutar su libertad.

El cliente: ¿adicto, cómplice o consumidor?

En el acto de compra-venta los artesanos urbanos tienen un contacto directo con el cliente, que puede ir más allá del simple hecho de vender algo. Algunos clientes se vuelven sus verdaderos amigos y han aprendido a descifrar el simbolismo asociado a los objetos que venden. *Cotorrean*

con ellos, los visitan y buscan periódicamente, comparten su mística. Agustín no es artesano, es un cliente de Alfredo y se ha hecho amigo de *la banda*, pues seguido los visita y permanece todo el tiempo con ellos. Agustín es electricista y los fines de semana busca a Alfredo en sus lugares de encuentro, por horas permanece con él y luego lo acompaña a vender en otro espacio de la ciudad o simplemente a divertirse, tal vez a meterse a una cantina.

El Pirata tiene una cliente muy singular, Mara tiene por lo menos 50 años de edad. Esto demuestra que sus productos no sólo son consumidos por jóvenes. La forma en que Mara viste es estrafalaria, pero tiene estilo. El primer día que la vi todo su atuendo en colores blanco y negro combinaba perfectamente, predominando el negro. El morral que traía colgado era del mismo color, y quizá del mismo material, que su falda y su rebozo. Sólo sus botas negras de piel y su sombrero se veían de origen industrial. Ella tiene pasión por los mayas, y en los objetos que porta sobre el cuerpo, artesanías de latón, de madera, de plata, etc., predomina la iconografía maya. Su pasión por la cultura maya, además de su atractivo arcaico y preindustrial, la incita a comprar los productos de los artesanos. Platique con ella y me dijo que también le gustan la cultura árabe y la persa, las matemáticas y la esotería. Mientras platicábamos se le acercó otro de los artesanos, y ya que era notoria su afición por los mayas, le ofreció un par de aretes de plata, cuya representación era la misma del objeto de madera que Mara portaba ese día sobre el cuello; no los compró, pero esto demuestra que la actividad compra-venta en este tipo de mercado no es pasiva. Los artesanos urbanos no se limitan a *teder* sus objetos en el piso a ver quién los compra, sino que entablan el diálogo con los posibles clientes.

Existe un contacto directo entre el artesano urbano y el cliente. La relación vendedor-comprador es directa y se puede volver íntima. Por ejemplo, Mara ya le da dinero al Pirata para encargos, o le queda a deber. Su relación además es de camaradería: platican, bromean, se exigen, toman juntos el café, etc. Esa ocasión Mara le pagó al Pirata algo de dinero de lo que le debía por las piezas que le ha fabricado y le encargo unos aretes de plata: "Que no pesen [le dijo], para que no me lastimen los oídos". A raíz de ésta cliente, el Pirata ha comenzado a incursionar en los modelos mayas, y comienza a integrar en su puesto diversos artículos con estos emblemas, o como dice él, está fabricando *puro mayita*. Los modelos de inspiración maya

que reproduce los obtiene de folletos, cromos, fotografías y libros⁵⁹. Actualmente se está dedicando más al trabajo de la plata. Trae puesto un collar de cuentas de cuerno de toro y unas pulseras de jade chino y plata que él mismo acaba de hacer.

Un día acompañe al Pirata a un edificio en la calle de Palma, subimos al séptimo piso, donde hay un pequeño taller de fundición. Llevó 90 gramos de plata, en bruto, para que se la laminaran, a los gramos de plata le agregaron 2 de plomo. Después del servicio pagó 5 varos. De regreso al mercado de la Lagunilla, se entrevistó con Mara, quien iba con otra *chava* que traía una concha de armadillo e hicieron unos *trueques*. El Pirata se quedó con la concha con la que después elaboró un morral. Mara lo fue a buscar a él exclusivamente; una ocasión la vi pasar por la zona y como no vió al Pirata, se siguió. Pareciera que, por ser su cliente, sólo fue a buscarlo a él, y no le interesa encargarle trabajos a otro de los artesanos.

Raul es un cliente de Abel, trabaja en el Banrural. Una vez pasó al centro a comprar unas medicinas en la farmacia homeopática, y luego fue al Chopo a conseguir cuarzos: está aprendiendo acupresión. Tiene 41 años de edad, es casado y tiene tres hijas. Vive en la colonia Portales. Sus *hobbies* son las artesanías y la danza. Ha sido profesor de varios tipos de danzas. En su casa tiene pirámides tipo egipcias, pues cree en las propiedades mágicas de estos objetos: cree en *la energía*. Ha leído libros sobre las propiedades de las piedras, y los cuarzos los utiliza en la acupresión. Piensa que: "Los humanos somos unos magos". Le preguntó a Abel si vendía la cuenta de jade, *barrilito*, que trae colgado al cuello. Abel no lo quiso vender, pero le prometió tratar de conseguirle uno. Además de venderle unos cuarzos a su cliente, estuvo platicando un rato con él. Hablaron sobre las propiedades místicas de algunas piedras, de las propiedades medicinales de algunas plantas, de experiencias paranormales, como las que ambos tuvieron durante el eclipse del 91, de *lugares de poder*, etc. Raul dijo una ocasión: "A mí también me gusta el *rock*, aunque mi forma de vestir ahora no lo parezca".

Otro cliente de Abel es de Neza, un joven de 18 años, ya se conocen pues él ya le ha comprado varias veces. Como ya es su cliente, Abel trata de mejorarle los precios y esa ocasión le arregló sin costo un collar que se le había roto. Esa vez su cliente le compró una garra de

⁵⁹ Los artesanos urbanos se presentan con un bagaje muy grande de capitales culturales. Tienen capital escolar que les facilita conseguir información: saben buscar cosas.

armadillo con casquillo de plata. Abel se los vendió en 30 *varos*, primero le pidió 40, pero regatearon un rato. También visitó a Abel una jovencita de Matamoros, como de 19 años de edad, vino a la ciudad con dos amigas. Todas trabajan para el Banco del Ejercito, y vinieron a la ciudad de México a tomar unos cursos. A ella le gustan: "Las pulseras que hacen los *hippies*".

Algunos artesanos miran a los turistas como clientes potenciales, en el caso de los artesanos urbanos no creo que sea el turismo su principal consumidor. Aunque los turistas pueden ser clientes potenciales para las artesanías, los artesanos urbanos venden buena cantidad de sus productos a gente común y corriente de la urbe. Una ocasión en la Zona Rosa tres turistas norteamericanas habían estado observando en todos los puestos. Al llegar al lugar donde estábamos nosotros, los muchachos comenzaron a *cotorrear* con ellas. Uno de los artesanos les dijo frases breves en su idioma, lo que las hizo sentir en confianza y cada una compró un par de aretes en el puesto. Pagaron con dólares, por los aretes que costaban 15 *varos* el par, pagaron 5 dólares. Yo tuve la impresión de que las turistas compraron porque los muchachos les estuvieron echando *piropos* y trataron de entablar el diálogo con ellas en inglés. Me pareció que se sintieron a gusto, en confianza, e hicieron el consumo.

Su gran mercado como hemos visto es un mercado de jóvenes urbanos. Los consumidores de sus productos pertenecen sobre todo a la clase media. Entre sus clientes femeninas prevalecen las jóvenes de la clase media y la pequeña burguesía. Jovencitas que fondean a la sociedad y a la contracultura sin ensuciarse. Al comprar sus productos, el cliente acepta una ideología y una forma de vida. Los clientes entran a un mundo de realidad *underground*. Se bajan al mundo de la contracultura mientras se solidarizan con estos mendigos a través del acto de la compra. Pueden ir a Coyoacán o al Chopo a darse un baño de contracultura: la libertad está ahí sentada frente a ellos. El público clientela va compartiendo de la ideología, el imaginario y la cosmovisión de los artesanos urbanos.

El intercambio simbólico

El acto de compra-venta no es sólo un intercambio material y económico: es un intercambio de bienes simbólicos. De hecho, el intercambio simbólico vertebró todas las relaciones de los

artesanos entre sí y con sus demás relaciones sociales. Aún para que las funciones básicas se lleven a cabo implica que estén cargadas de significado. El intercambio tiene un contenido precapitalista: que el artesano te lo da como un *don*, que te platique de todo su significado. La mercancía no tiene precio, tu le das algo de dinero por un *don* esotérico, un *don* mágico, místico, etc. Además, el *don* solamente quien lo tiene lo puede dar. Los mejores intercambios simbólicos se dan con los artesanos urbanos más aventajados, no se dan con los neófitos o artesanos de reciente ingreso.

En la relación de clientelaje hay un intercambio simbólico. El acto de la venta está cargado de una ritualidad en los que eres lentamente especializado. El sentido no es algo que el objeto posea intrínsecamente, el sentido se construye entre el productor y el consumidor. En el acto de la compra, el cliente va participando del acto de la producción. Es lo que puede volver adicto al cliente. Los productos son básicos por lo menos para los que comparten el universo simbólico. Hasta los usos esotéricos son prácticos, tienen una utilidad. En el acto de compra-venta se da un intercambio de significantes donde el objeto es un mediador. En el objeto hay un lenguaje, una gramática elemental: es el universo simbólico que comparten compradores y artesanos. El contacto clave de la comunicación entre el artesano y su cliente es el intercambio de significantes. Esencialmente lo que se compra es un discurso de lo que está investido el objeto.

Hay una naturalización de la mercancía, la mercancía se disfraza, se ostenta como objeto natural. Es a través de la circulación de los objetos que elaboran que se mantienen vivos, en un estilo de vida que aparentemente adopta una economía de subsistencia. Es a través de sus objetos que entran en diálogo con la gente, que se ganan más adeptos y cómplices, que comunican una forma sencilla de vida. Es a través de éstos que llevan la ciudad al campo y el campo a la ciudad, o por lo menos reminiscencias e imágenes de la vida silvestre. Es a través de sus productos que reivindican su misticismo ecológico.

En el acto de la venta es donde los artesanos urbanos asumen el rol. El Abuelo prepara el pachúli en casa y lo lleva a los mercados en una botella de *shampoo*. Cada que le piden algunos frasquitos -como Tarzán que regularmente le compra siete frascos a 2 nuevos pesos cada uno-, saca los frascos vacíos y los llena uno por uno a la vista de todos. Llena los pequeños frascos sin derramar ni una gota. Para esto utiliza toda una técnica y bastante experiencia en lo

que está haciendo. La extremada precisión de sus movimientos maquinales evoca bastante la soltura del artesano cuando modela el objeto de su trabajo. Aquí la actuación que hace el Abuelo de servir los frasquitos uno por uno es parte del proceso de trabajo, y *chance* sea toda una actuación que exalta su habilidad en lo que hace y su labor dentro del grupo.

La mayoría de artesanos urbanos porta dijes, anillos, piedras semipreciosas y otros trabajos artesanales. Algunos de gran valor económico y moral, de estos trabajos se pueden sentir orgullosos, en palabras de Abel: "Hay piezas que vale la pena conservar". Estas piezas sólo las venden cuando el cliente las paga bien o cuando andan muy necesitados de dinero. El intercambio está mediado por el dinero pero no hay un manejo contable. Lo que hay es una especie de contabilidad simbólica. Los precios no son fijos, no está exento el regateo, pero no son las reglas del mercado lo que lo establece. El acto del regateo adquiere connotaciones simbólicas. En la medida en que el vendedor sabe que el comprador comparte el universo simbólico, el regateo se dificulta. El acto de compra-venta mide la cercanía entre vendedor y comprador, en un acto donde se intercambian valores.

Atribuyen propiedades mágicas y esotéricas a varios de los objetos que usan y que distribuyen. Teo está escribiendo un libro sobre piedras semipreciosas, dijo que el cuarzo se puede cultivar y que tiene atributos mágicos. Además desde hace unos meses el cuarzo se está poniendo de moda y la gente lo busca bastante. Dijo que poniendo a remojar el cuarzo en agua con sal: "Sirve para contrarrestar las malas vibras, porque a los malos espíritus no les gusta la sal". Después lo pones nuevamente a remojar, pero esta vez en pura agua. Al día siguiente te tomas el agua y es saludable. O si te duele alguna parte del cuerpo, te frotas el cuarzo en dicha parte y éste calma el dolor absorbiendo las malas vibraciones.

La visión del mundo de los artesanos urbanos vertebrada y funciona como coartada de un conjunto de prácticas sociales. Permite construir un campo de lo simbólico que articula lo inarticulable. No poseen un sistema simbólico duro: poseen un sistema simbólico híbrido. Articula el mundo de las creencias y legitima un conjunto de prácticas sociales. Es una cosmovisión que deslida de otros sectores sociales, pero identifica con los homólogos. Esta cosmovisión sin huesos permite que enganchen otros sistemas simbólicos más estructurados. Son una variedad urbana extremadamente adaptativa.

Su cosmovisión incorpora numerosos misticismos: el gusto por lo mesoamericano, la

contra cultura, la *psicodélica*, las religiones orientales, las ideologías de izquierda, el bucolismo que evoca la vida sencilla (retorno a la naturaleza), la cultura del *rock*, etc. Sin embargo, los artesanos urbanos no alcanzan a estructurar un imaginario místico uniforme: no hay un cuestionamiento radical de nada. En los hechos asumen una especie de protesta hacia la forma de vida burguesa. Pero es sólo en la superficie, porque para resolverlo en sus prácticas cotidianas no lo llevan al plano político: son apolíticos. No hay consistencia en lo político, lo mismo lo podemos ver en lo místico.

Su sentido religioso de la vida tiene que ver con el nivel de la creencia en la ritualidad. Los artesanos urbanos reproducen mucho de un comportamiento de secta: sus prácticas tienen mucho de ritual. Aunque su vida tiene pocos contenidos explícitos de religiosidad, de alguna manera son mártires que se han dejado crucificar por la sociedad: están en el espacio que la sociedad les ha dado. Se piensan elegidos. Son una especie de metáfora bizarra del pueblo elegido. Carecen de mito creador único. La vida entera se asume en forma religiosa: los exagerados llevan la ritualidad al exceso. Es un misticismo que no sólo pasa por el mundo de las creencias, sino también de las prácticas sociales. Al nivel de las prácticas sociales su instrumento fundamental es la oralidad: lo que saben, lo que recuerdan, lo que reinventan en sus memorias, lo que se imaginan. Entenderse entre sus iguales es entablar el rito de la oralidad: impregnarse de la sabiduría de los otros y compartir la propia. Los artesanos urbanos constituyen una cultura urbana de oralidad.

El universo simbólico está incorporado en las prácticas sociales. El decir es un tipo de hacer. Entre el decir y el hacer hay mayor o menor distancia con respecto a las ideas y las prácticas sociales. Gracias a que las prácticas son similares, pueden tener referentes simbólicos similares. Gracias a que hay cierta convergencia entre el mundo de las ideas y de las prácticas, entre artesanos urbanos y sus clientes, es que pueden tener un intercambio de significantes. Gracias a que comparten un universo simbólico es que se identifican, se reúnen y reproducen sus prácticas cotidianas.

Como hemos visto, detrás de la venta de estos productos artesanales se esconden condiciones culturales y socioeconómicas. La producción artesanal y el comercio se manejan en una forma flexible que les da la posibilidad de seguir con su estilo de vida. Sus relaciones con el modo de producción capitalista se dan en una forma más tangencial, más controlable por ellos

que cuando vendían su fuerza de trabajo. Su oficio les permite que los miembros del grupo tengan un empleo que puedan desempeñar cuando les venga en gana y con el horario que más les convenga y así poder ingresar dinero a una red de casas. Les gusta el trabajo de hacer y vender artesanías porque *aquí no les manda nadie*. Están a gusto con su trabajo y se interesan por él como una alternativa laboral viable, que les permite mantener su estilo de vida.

Las ganancias de las artesanías han sido en mucho superiores a lo que serían las de la venta de la fuerza de trabajo. El dinero se consigue más fácilmente y en cantidades mayores a través del comercio. Su oficio les representa la ventaja de no convertir en mercancía su propia fuerza de trabajo, aunque a veces combinando otro tipo de trabajo con el trabajo artesanal y comercial como medio de vida. Los artesanos urbanos necesitan dinero en cualquier parte y necesitan obtenerlo negociando, vendiendo sus productos, vendiendo su trabajo. Aunque no lo sepan o se nieguen pertenecen a procesos de globalización del moderno sistema mundial. Mientras la economía capitalista siga en auge, la clandestinidad seguirá viviendo del negocio. Si la economía capitalista se hace más estricta, la clandestinidad se verá obligada a desarrollar sus propias estrategias de supervivencia.

El trueque

Entre los artesanos urbanos se intercambian y venden cosas: son los *trueques*, los *cambalaches*. El valor de cambio de las cosas lo determinan ellos mismos. Siempre es hora apropiada para el *trueque*, una forma de intercambio de carácter precapitalista. Mientras unos se *tienden*, otros se juntan en pequeños grupos para cambiar piezas y mercancía. El *trueque* no sólo se da entre artesanos, a Alfredo en el tianguis del Chopo seguido le ofrecen discos compactos, que no recibe porque no tiene aparato para reproducirlos. El *cambalache* lo pueden hacer por cualquier cosa, por libros, discos, *cassettes*, camisas, por un *pomo* cerrado, por un *carrujo* de marihuana, piezas arqueológicas, etc., en un equivalente de valor que establecen ellos mismos. El *trueque* es parte esencial de su forma de vida.

Además, los intercambios y los prestamos no sólo se hacen con dinero. Con Malinalco es fácil hacer *trueque* por cualquier cosa, y *la banda* de artesanos se ha dado cuenta: "Si algo

de lo que ofrece Malinalco te gusta, sólo dícelo". Así, de la venta y el *trueque*, Malinalco sobrevive en la urbe. No *tiende* puesto, sólo vino a hacer finanzas con el ámbar que trae de Chiapas. A muchos artesanos urbanos los ha surtido de este preciado material, que a su vez han tallado y trabajado para elaborar sus productos. Juntos comentan sobre los posibles precios de las piezas que intercambian. Después entre todos comentan ideas sobre como trabajar los materiales.

Una ocasión en la Lagunilla Paty hizo *trueque* con uno de los clientes que luego visitan a los artesanos urbanos. A cambio de cuatro *gafas para sol* ella le intercambié un abrecartas con concha de abulón y una pulsera de chaquiras. Las *gafas* las incorporó a su puesto. Esa misma ocasión también hizo *trueque* con el *chavo* que estaba junto a su puesto vendiendo juguetes para niños. A cambio de un carrito de tienda de autoservicio a escala, Paty le ofreció un collar. El carrito era para la niña de Erick, que salió a vender con su papá. En este *trueque* establecieron el equivalente basándose en el precio de los productos.

El *trueque* es un intercambio precapitalista en un contexto de globalización. Entre *la banda* de artesanos urbanos el *trueque* tiene sus funciones: cierra el tejido social de los que intercambian el universo simbólico. También socializa generando una especie de lealtades amistosas. Es además un mecanismo de distribución de insumos, saberes y habilidades... Nivelada la comunidad: a través del *trueque*, entre otras cosas, se reparte el excedente y se distribuye materia prima.

El verdadero artesano se tiende en el piso

Todos los artesanos urbanos se *tienden* sobre mantas y casi todos sobre el suelo, la mayoría utiliza mantas de telas color rojo y negro y en menor proporción el morado. Además de que algunos suelen colocar sobre la manta pieles de animales silvestres. A mi pregunta de porqué, alguien respondió que sus mercancías *lucen más*. Los hay que también usan mantas de color azul, naranja y otros colores.

Para *tenderse*, Alicia coloca sobre el suelo una manta de tela color negro que tiene los extremos bordados con hilos morados, después coloca casi al centro la piel curtida de un animal

silvestre. Sobre ellos organiza sus mercancías, lo que le lleva tiempo pues hay que ponerlos en orden. Todos los artesanos urbanos ordenan sus mercancías cada que se *tienden*, así se tengan que *tender* varias veces al día. Esta actividad es parte de su trabajo y de su vida cotidiana.

La ocupación del espacio no es anárquica sigue un patrón: En los mercados donde los pedazos de suelo no son fijos, los lugares más cotizados entre ellos son los que están cerca del paso de la gente. Se colocan con referencia al paso de ésta. Los que llegan primero se colocan en los lugares que pueden ser más apropiados para el paso de los clientes. Es posible que al llegar ocupen un lugar, y cuando otro que está en un lugar mejor se retira, se mueven a ese mejor lugar. Hay quienes se *ponen* un rato y luego se van a *tender* a otro lado. En algunos espacios el que llega primero elige el lugar que guste para *tenderse*. A diario pueden elegir un lugar distinto, siempre y cuando esté disponible. No existe un orden en los lugares. Si parece que va a llover se levantan por un rato, si se compone el día regresan y se vuelven a *tender*, aunque en otro lugar si el que dejaron ya fue ocupado por alguien.

Para *tenderse* sobre el suelo húmedo colocan primero unos plásticos, después sus mantas y ya luego su mercancía. La buena presentación de los objetos parece ser importante. Al levantar recogen sus cosas meticulosamente, de manera ordenada. Es curioso que en el Chopo, a pesar de que instalan sus puestos de tubos semifijos, la mayoría de artesanos urbanos se *tienden* sobre el piso de la banqueta. Quizá se debe a la mística que manejan sobre esto: *el verdadero artesano se debe de tender en el piso*. Cada que se *tienden* ordenan *el puesto*. En ocasiones, en un mismo día se *tienden* en varios lugares de la ciudad. Otros sin *tenderse* se presentan a hacer algunos negocios. Deambulando ofrecen piezas y materiales a los artesanos urbanos para que ellos las trabajen.

Por las noches se *tienden* en el espacio no de manera arbitraria, siempre buscan poder servirse de la luz de un reflector o un foco que alumbre sus puestos y permita que luscan a la vista de los transeúntes. Más artesanos urbanos se *tienden* los días posteriores a la quincena. Cuando el día de quincena se acerca, algunos prefieren irse a trabajar a su casa en lugar de permanecer en la calle sin vender gran cosa. El hecho de que haya mucha gente circulando por la zona de trabajo no garantiza que las ventas estén bien. Cuando acaban de pasar días festivos como el día de las madres bajan las ventas. Tarzán comentó que la venta no necesariamente se rige con la quincena: "A mí nunca me ha tocado una quincena donde *me raye*". En ocasiones

se vende y en otras no se vende nada. Además él es informal con su trabajo, a veces falta o no elabora nada. Además de sus productos artesanales, acaba de meter *cassettes* de música *rock*, para tratar de obtener mejores ingresos. Al hacer esto está abarcando otro giro del comercio ambulante, está expandiendo su actividad como vendedor callejero.

Casi todos portan morrales para cargar sus mercancías: cargan *el puesto*. La mayoría de morrales y bolsos que usan son de fabricación artesanal. Algunos de ellos se elaboran su propio morral. En sus morrales cargan *la merca* y parte de su herramienta, que en ocasiones se puede limitar a un par de pinzas, un pequeño yunque y un martillito para aplastar, cortar y torcer alambre, o a unas tijeras y un sacabocados para hacer pequeños trabajos en piel. Un morral puede ser suficiente para cargar todo *el puesto*, y debe ser práctico para permitir movilidad. Así, el morral constituye parte de su equipo de trabajo, junto con el *aretero*, es un elemento importante de la parafernalia asociada a los artesanos urbanos.

El "camionetero" y el conflicto en la calle

Los *camioneteros* son trabajadores del Departamento del Distrito Federal (DDF), su labor, entre otras cosas, es controlar el comercio callejero en las distintas delegaciones de la ciudad. Su nombre les viene porque se transportan en las camionetas donde cargan la mercancía que decomisan. Puede suceder que un *camionetero* les de permiso a los artesanos de *tenderse*, y poco después llegue otro a levantarlos. Los *camionetos*, como los llama *la banda*, les dicen hasta que hora pueden estar vendiendo, dependiendo la zona. Son también los que cobran la *mordida*, por el uso de la calle. La cuota es variable y la cobran por puesto que esté *tendido*. Normalmente piden 10 *varos*, aunque no todos dan, algunos ofrecen 5, pero los *camionetos* no siempre acceden.

Cuando los artesanos urbanos no *le entran con la mordida*, los *camioneteros* son capaces de quitarles su mercancía, y hasta de agarrarse a golpes con ellos. A Erick el otro día le quitaron su *aretero* y algo de mercancía a una de las muchachas. Teo una ocasión correteo con un cuchillo a ese *camionetero* del que estaban hablando. Hace tres años tuvo un problema con ellos: Teo se *tendía* siempre en el mercado de La Maqueta en el Centro Histórico y se *ponía a mano*

con los de la camioneta; es decir, *le entraba con su mordida*. Sólo que *ya se querían encajar* con él, pues ya le pagaba a uno, luego otro de ellos llegó a que le pagara, y bueno le tuvo que pagar, pero luego otro también ya quería que le pagara, ya eran los tres que le estaban cobrando. Así que decidió hablar con ellos: "Son unos abusivos". Reconoce que les habló un poco golpeado: "Me quieren ver la cara de pendejo", les dijo, y otras cosas. Los camioneteros también se pusieron *al brinco* y le quisieron quitar, arrebatar sus cosas. Así que Teo sacó un cuchillo y amenazó y correteó *al más gandalla*. Ninguno se metió y mejor lo dejaron ir. Así fue como dejó de *tenderse* en un lugar donde lo había hecho por años. Después del incidente Teo abandonó la ciudad por un tiempo, se fue a Palenque. Al regresar se encontró con que ya habían cambiado de *camioneteros*, lo que hacen con regularidad las autoridades del Departamento. Aunque ya estaban otros, Teo ya no se *tiende*, es algo así como un vendedor callejero deambulante.

Alicia ha vendido en Juárez, en Insurgentes, en Universidad, en Mixcoac y en muchos otros lugares. Sin embargo, en estos lugares seguido *les caen los camioneteros*: "Pasa la camioneta y te quitán las cosas, pierdes tus cosas". A ella la han agarrado en dos ocasiones y ya no ha recuperado sus cosas. Una ocasión, por la calle de Palma los *camionetos* le quitaron parte de su mercancía y ya no le devolvieron nada. Las cosas que decomizan las guardan en bodegas del DDF, una de éstas bodegas se encuentra en 20 de Noviembre y hay otra en la calle de Peralvillo: "Pero cuando las vas a recoger ya te las hicieron perdedizas y no te devuelven nada". Muchos de ellos consideran que debería existir una ley que proteja a los artesanos urbanos, ya que **es un trabajo limpio**.

Por eso *hay que ponerse a las vivas* cuando viene la camioneta y *ganarles en la huída, darte a la fuga...* Porque como dijo Alicia: "En una de esas te llegan hasta cuatro inspectores juntos". Cuando los *camioneteros* se van, algunos *tienden* de nuevo sus puestos. Los que se fastidian de estar *toreando* a los *camioneteros* mejor se largan. Los artesanos urbanos también saben porqué los de la camioneta no los dejan *ponerse* en algunos espacios, el motivo: *que se ponen a chupar y arman sus desmadres*. Abel considera que el problema con *la banda* es que: "Se pelean, se orinan en la vía pública, se insultan, *cotorrean* a las muchachas que pasan". Según dice, el problema en la Zona Rosa fue por eso, y por que los *camionetos* ya no los

dejaron *tenderse*. Algunos piensan que: "El problema es siempre con los *camionetos*". Incluso cuando *les cae la tira* es porque *los camionetos se las avientan*.

Pero en realidad el problema no es sólo con los *camioneteros*, también existen problemas entre los mismos artesanos urbanos o entre ellos y otros vendedores ambulantes. Alicia lo atribuye a que: "Hay envidias, o llegan nuevos y te quieren desplazar". El Robot el otro día tuvo que pelearse a golpes con uno de los comerciantes callejeros de la Lagunilla que *lo descontó* ahí donde él estaba sentado, *así nomás a la mala*. Aunque no quería pelearse tuvo que hacerlo, pues después de que *el vato ese* lo había golpeado y de que el Robot ya se había quedado con el golpe, el ambulante regresó a provocarlo nuevamente. Para esto, los artesanos urbanos que estaban presentes le ofrecieron su apoyo y solidaridad: "*Ponle en su madre* y si alguien se mete *te hacemos un paro* [le dijeron], *si se dejan venir los vendedores armamos una grande*, vendedores contra artesanos, haber como nos va". Y bueno, cuando se estaban peleando nada más se metió la esposa del otro vendedor que jaló de las greñas al Robot. Pero allí quedó todo.

También en otra ocasión por la noche, en la glorieta de Insurgentes, en que ya sólo estaban vendiendo el Robot y otro artesano -los demás ya se habían retirado-, unos tipos que estaban tomando, *de esas ratas de cola larga*, se le acercaron a él y le arrancaron un dije que traía colgado. Cuando el Robot *se puso al tiro* le dijeron que ni la hiciera *de tos* o *le bajaban* todo el puesto. Mejor dejó las cosas así y ni modo, le robaron un dije que le gustaba mucho. Para llevar escasos tres meses vendiendo en la calle, ha tenido mala suerte.

Pero no siempre todo acaba en conflicto y violencia. Los muchachos ya se conocen con los *camionetos* de su zona y hay días que éstos últimos comprenden que no hubo ventas: "Hay me das para la otra", dicen. Recuerdo una ocasión en que nos encontrábamos platicando por la Alameda, un *camionetero* llegó con Paty y le dijo: "Me das de una vez, ¿no?". A lo que ella contestó: "Me acabo de *poner*, es más me puse en este lugar porque alguien se quitó". El *camioneto* se volteo y se fue. Además, en los lugares donde están organizados con las **autoridades** de la Delegación para el uso del espacio, como en Coyoacán, la Lagunilla y el Chopo, no tienen que pasar por estos menesteres: *en el santuario no les cae el camionetero*.

El parque, la lluvia y otras cosas...

Las condiciones del clima inciden de manera determinante sobre la actividad de los vendedores ambulantes, y quizás con mayor peso sobre la vida cotidiana de los artesanos urbanos. Es un importante factor que muchas veces limita el libre desempeño de su trabajo. Por lo tanto, un buen análisis sobre los artesanos urbanos debe considerar la incidencia del frío, la lluvia y demás factores, naturales y del mundo físico, que tienen que ver con el buen desempeño de su trabajo.

Cuando llueve tienen que *levantar* su mercancía para que no se les maltrate con el agua. Productos elaborados con piedra aserina, obsidiana, alabástro, malaquita, piedra de cristál, cuarzo, ámbar, jade y otras piedras semipreciosas no se maltratan con la lluvia, pero normalmente estos materiales los combinan con otros que si son susceptibles de maltratarse. Y como los artesanos urbanos generalmente se *tienden* en el piso, sus mercancías corren el riesgo de maltratarse fácilmente con la lluvia. Si cubren las mercancías con un plástico *no lucen lo mismo*. Además mientras llueve no se acercan los clientes. También la gente, los posibles compradores, se desplazan a protegerse de la lluvia.

Así, una llovizna puede obligar a los artesanos urbanos a que *levanten* su mercancía y se marchen. Una lluvia más o menos constante los asusta. Esto afecta la venta de artesanías, aunque no llueva fuerte afecta el trabajo de los artesanos, que no pueden *tenderse*: *y el que no enseña, no vende*. La lluvia afecta su actividad comercial, les impide desempeñar su labor de ventas. Nunca he visto tan poca actividad en sus mercados que durante los días de lluvia, o cuando hace bastante frío. Porque tampoco el frío los deja trabajar a gusto, también les impide tener buena venta. En los días que hace mucho frío muy poca gente se detiene a observar la mercancía. Pese a esto los artesanos urbanos en ocasiones trabajan. Pero la mayoría prefieren levantar sus puestos e irse a casa, pues el frío a veces se vuelve insoportable para cualquiera. Y sólo se quedan *los más aferrados*.

En los parques cuando llueve, pocos artesanos *tienden* sus puestos. Varios se refugian bajo los árboles tomando y *cotorreando*. Mientras, platican, beben y pasan el rato. Se *tienden* por ratos o mejor *agarran el chupe*. Además de refugiarse de la lluvia hacen *trueques*, se prestan cosas, algunos incluso se prestan dinero. Los *hippies* permanecen un rato cerca del espacio platicando y *cotorreando*. Pero en estas ocasiones la mayoría mejor se retira, pues es definitivo

que mientras llueva no se podrán *tender* comodamente. Muchos ni siquiera se presentan los días lluviosos. Esto trae como consecuencia que bajen las ventas, que sean malas o incluso que no se venda nada. Como las lluvias hacen más irregulares las ventas, inciden de manera determinante en las actividades cotidianas del grupo.

Además de la lluvia y el frío hay días que tienen que enfrentar otros inconvenientes, como el hecho de que no prendan el reflector del poste o el sistema de alumbrado que ilumina la zona donde se *tienden* a vender. Cuando no prenden éstas luces, como no se ve no se puede apreciar la mercancía, no se vende y se tienen que *levantar*. Cuando esto sucede se van a sus casas, algunos se van *de fiesta* a tomar, fumar o *meterse algo*, otros intentan vender en otras partes de la ciudad... Puede suceder que se *levanten* al oscurecer y si poco después prenden las luces, los *aferrados* vuelven a *tenderse*. Cuando no se tienen que enfrentar a este tipo de factores, se facilita el trabajo de los artesanos urbanos.

Hacer realidad un sueño: viajar

Todos nos hemos encontrado en algún lugar de la gran ciudad o en la provincia, en las playas o en el desierto, en la selva o en la sierra, en las fiestas tradicionales y en los lugares donde se manifiesta el folklore, con esos personajes comúnmente denominados *hippies*. Artesanos de origen urbano y aspecto joven, con atuendos y costumbres que nos recuerdan la moda *psicodélica* de los años sesenta, y que sobreviven por el mundo produciendo y vendiendo un singular tipo de artesanías: los artesanos urbanos. La movilidad espacial es uno de los atractivos de su forma de trabajo, una ventaja sobre otro tipo de empleos. A través de su oficio pueden hacer realidad su sueño de viajar a diversos lugares y entrar en contacto con otras culturas. Ser artesano urbano les permite adoptar un estilo de vida que es de su agrado: quedarse en hoteles, comer en restaurantes, viajar por el país y por el mundo sobreviviendo en *el rol*.

Los artesanos urbanos buscan un mercado potencial para sus productos, así viajan por diversos lugares en su búsqueda. Conocen las festividades tradicionales de varios lugares, y de acuerdo al calendario se desplazan de un lugar a otro. Su trabajo aparte de permitirles gran movilidad, les permite sobrevivir viajando y divirtiéndose: buscan placer. Además de las

consecuencias culturales, hay que recordar que *los viajes ilustran*. Cabe señalar que tienen rutas comerciales, como los que viajan al sur con escalas en San Cristóbal de las Casas, Chiapas, Palenque y Guatemala. Algunos del **Festival Cervantino** que se celebra en la ciudad de Guanajuato después de la segunda semana de Octubre, se siguen a las celebraciones de **Todos Santos**, que se llevan a cabo en Pátzcuaro, Michoacán, el 1 y 2 de Noviembre.

Viajan al **Carnaval** de Veracruz, antes de **Semana Santa**, a la **Panplonada** en Tlacotalpan, a la fiesta de la ciudad de Puebla el 5 de mayo. a las festividades en Chalma, a Mixquic el **Día de Muertos**. También viajan a los *lugares de poder* preferidos de *la banda*: Real de Catorce, San Luis Potosí, Tepoztlán, Morelos, Huautla de Jiménez, Oaxaca, San José del Pacífico, también en Oaxaca, Palenque, Chiapas, etc. Llevan en el pasaporte de su piel el sello oficial de haber estado donde han estado los grandes místicos, en aquel punto *donde uno lo ve todo y lo oye todo* y sabe que todo forma una sola cosa. Viven bajo la tentación del error y la promesa del vagabundeo. Este sector de los artesanos urbanos toman su oficio por placer y van en busca de emociones que les permitan experimentar fugazmente.

Los artesanos urbanos han desarrollado gran habilidad para desplazarse en cualquier ciudad y para sobrevivir en la calle. Con el tiempo van desarrollando más estrategias para viajar. Viajan no tan discretamente, solos o en grupos de dos, tres o más, amistosamente cómplices, que seguramente expresan la simpatía pura del compañero de oficio y de ruta. Alfredo y el Pirata están planeando ir de gira por los estados de Oaxaca y Chiapas. Piensan salir pronto, y están *armando la maleta*. Es decir, más que salir a vender a la calle, se han pasado un buen de tiempo en sus casas elaborando mercancías para cuando salgan a viajar. Para que valga la pena quieren llevar cantidad y variedad. Todos los artesanos urbanos antes de salir a provincia preparan *su maleta*. No les conviene salir con poca mercancía, pues además de sobrevivir en *el rol*, necesitan traer ganancias. Sobre todo los que, como Alfredo, son casados y tienen hijos.

Abel se entusiasma tanto con los viajes que desea llegar a poder comprar un terreno en provincia y llevarse a su familia a vivir, pues la vida en la ciudad se está volviendo insoportable. En ocasiones ya se engenta, le molesta tener que viajar en metro con las maletas⁶⁰, la

⁶⁰ Se podría decir que es una regla que todos los artesanos urbanos se desplazan en la ciudad haciendo uso del transporte público más barato: metro, pesero, trolebús, camión. También todos

contaminación, el ruido, los problemas con la gente. Y considera que en la ciudad: "Ya hay muchos artesanos urbanos, no como antes".

Malinalco es originario de Chiapas, de una comunidad cercana a Tuxtla Gutierrez. El se puso ese nombre porque piensa que va con su personalidad y porque cuando conoció el lugar que se llama así, le gusto mucho, sintió *la energía*. Cree en *la energía* y en la existencia de *centros de poder*. Le agrada vivir en el Centro Histórico de la ciudad de México, donde renta un cuarto en un hotel barato, porque ahí es un *lugar de poder, de energía, hay vibra*, pues fue la Gran Tenochtitlán. Malinalco expuso varias ideas esotéricas y místicas al respecto. Lleva tres meses en la ciudad de México y ya se relacionó con varios de los artesanos urbanos. Piensa que su actividad es bastante cosmopolita: "Permite conocer gente interesante". Malinalco *nunca se queja de su suerte*, no tiene planes para el futuro, simplemente le gusta viajar, este es uno de sus sueños y es algo que puede hacer siendo artesano.

A sus 41 años de edad el Vaquero asegura llevar 22 como artesano. Vive en la delegación Coyoacán pero casi nunca está en su casa, pues dice que viaja mucho. Afirma que ha vendido sus productos en varias partes del mundo: "He viajado a Europa nueve veces". También dice haber viajado por todo México, Centro y Sudamérica: "En todos estos lugares he vendido mis trabajos". En Francia, Alemania y Holanda conoció trabajos tallados en piedra que eran representaciones y copias de piezas arqueológicas de nuestro país, se dió cuenta de que las artesanías son un buen negocio para sobrevivir en cualquier parte del mundo y le entró al oficio: "De eso he vivido desde entonces". El trabajo artesanal le gusta al Vaquero porque: "Puedes ser libre y hacer lo que quieras, ir a donde quieras y vivir de eso". Prefiere ser artesano a haber estudiado alguna carrera universitaria: "En las escuelas nada más te echas a perder, sales y no encuentras trabajo, *te sale una nenita* y no sabes ni cómo llegarle". Según parece, es feliz con su oficio.

Ahora bien, ¿los casados viajan con la misma facilidad? No, el estado civil del artesano

transportan su mercancía y herramienta en morrales o pequeñas maletas, además de cargar su tradicional aretero. Conozco una pareja de artesanos urbanos que tienen una camioneta y se transportan y viven en ella, son una especie de gitanos posmodernos, pero como dice el viejo adágio: **una golondrina no hace verano.**

incide en su movilidad espacial, siendo menos común que viajen los que están casados y tienen hijos. Roque piensa que: "De las artesanías, apenas es para ir sobreviviendo..., cuando eres soltero si aguanta pues andas en *el rol*, te las *cotorreas* y hasta traes una *lana*, pero ya con compromisos es más difícil porque las ventas son irregulares y hay días que no vendes nada". Vive en Coyoacán con su mujer y sus dos hijos, una niña de seis años y un bebé de año y medio. Roque comentó que además: "Por fuera de la ciudad haces lo mismo que aquí, llegas a otro lado y conoces *un chingo* de lugares, pero llegas a hacer lo mismo que haces aquí [tenderse y vender sus productos], sí conoces gente, pero luego te aburres de hacer siempre lo mismo. Además, viajar solo es aburrido y cansado, no hay mucho futuro andando de artesano, sólo cambias de lugar, de espacio físico, me entiendes, geográfico, pero llegas a hacer lo mismo. Para un soltero está bien, sólo te preocupas por tí, por tu cuarto para dormir, lo que te comes, tus vicios, y lo demás ya no importa. Pero ya con esposa e hijos es muy distinto, a tu hijo no le vas a decir: hoy no comes".

Tarzán vive con su *chava* y su bebita de dos años. Hace seis meses que llegó a vivir a Ciudad Neza, por la 4a avenida. Pero como siempre anda en la calle o en la provincia vendiendo y no llevan mucho tiempo en el lugar, no conoce a nadie de por su casa. Sólo llega a dormir. Por medio de las artesanías ha viajado a varias partes. Una ocasión se fue con su esposa a La Paz, Baja California, y fueron a conocer las pinturas rupestres. Hace poco fue, con otros artesanos, a Tlacotalpan, Veracruz. Tarzán considera que: "Siempre he tenido más suerte en los viajes, aquí en la ciudad, aunque me ha ido bien nunca me he *rayado*, y en otros lugares me ha ido mejor". En su opinión, cada quien trabaja dependiendo de sus problemas y necesidades económicas: "Si necesitas dinero, te mueves". También él piensa que de soltero es más fácil vivir en *el rol*: "Cuando te casas es distinto, te tienes que mover por el billete".

Además no todos aprovechan esta libertad para desplazarse de un lugar a otro, algunos sólo venden en la gran ciudad de México y casi no se arriesgan a buscar otras alternativas, como Alicia por ejemplo. Cuando le pregunte una ocasión que porqué no iba a vender a las fiestas populares en provincia como los demás artesanos urbanos, me respondió que no tiene el valor de hacerlo, que para una mujer sola es difícil y peligroso, que tiene miedo. Una ocasión que un grupo de ellos fueron a vender a Xalapa, Veracruz, las autoridades no los dejaron *tenderse* donde normalmente se *ponen* los artesanos, pero ellos buscaron otro lugar por la zona centro,

se *tendieron* y sí vendieron bien. Esto les ha sucedido también en Taxco, **la capital de la plata en México**. Aunque a Taxco normalmente sólo viajan a surtirse de materias primas.

Los artesanos urbanos constituyen un fenómeno que trasciende las fronteras nacionales. Hay testimonios de su presencia en Centroamérica, Sudamérica y Europa, aparte de México. En ocasiones, forman cierta especie de *ghettos* en otros lugares, cohesionados a través de la identidad del grupo. Pueden vivir durante periodos largos de tiempo vendiendo sus productos artesanales, incluso en distintos lugares. Pero no viajan a todas partes indiscriminadamente, en Acapulco no los he visto y al **Festival Cervantino** ya no quieren ir porque el lugar que les rentan para vender *ya se puso muy caro*.

Existe valor personal y amor detrás del idealismo de esos artesanos modernos de la nueva comunidad mundial. Una rara especie de jóvenes que cruzan ciudades, fronteras, océanos... Sólo buscan suficiente qué comer, para vestir, un lugar donde dormir y una oportunidad de llevar la clase de vida que quieren. Saben que en alguna forma han de sobrevivir: obtener alimentos todos los días, mantenerse calientes y secos. No están convencidos de que vender su tiempo a alguna empresa y hacer el trabajo a conciencia y puntualmente sea la mejor forma de supervivencia. El artesano moderno ha de ganarse el pan en la calle encontrando un trabajo casual, vendiendo sus piezas, dedicándose al contrabando si es necesario, cargando un pequeño negocio de poco capital, laborando en una serie de trabajos sin **futuro ni garantía**.

Estilo de vida de una joven comunidad de itinerantes vigorosos y vagos, llegados de todas las ciudades importantes. Un extraño sentido de aventurerismo e individualismo cultural ha florecido entre jóvenes rebeldes, vagabundos y bohemios. Jóvenes que esperan seguir juntos el infinito sendero de la libertad y la sabiduría en compañía de las nubes, el cielo, el viento, los árboles, el agua, los animales y las plantas. Han transportado los usos y modas que los distinguen a otras partes del mundo, pasan por las calles de las grandes ciudades haciendo sentir su presencia, luciendo atuendos vistosos y costumbres extrañas. Los artesanos urbanos no son todavía una familia unida ni uniforme. Tienen un carácter casi exclusivamente urbano. A duras penas logran pagar alquileres y obtener dinero suficiente para asegurarse una vida decente. Vagos, vividores que apenas desean un techo con que culminar sus *ligues* y una vida exenta de responsabilidades... Algunos viajan sin descanso de una ciudad a otra, con una o dos pequeñas bolsas de equipaje, aunque no sin cierta originalidad en el atuendo. Pueden tener aspecto de

llevar tres o cuatro días sin comer bien y haber dormido poco, y su expresión parece decir que es un buen modo de viajar si se sabe cómo hacerlo, es decir cuando uno sabe cómo arreglárselas sin comer y dormir gran cosa. Son turistas autofinanciados. Les encanta el vagabundeo, vivir en la calle.

Lo que se pueda hacer con las manos

En una industria artesanal **clásica** normalmente cada pieza resulta ser el producto de una sola persona. Entre los artesanos urbanos, un solo producto terminado puede pasar a través de varios procesos manuales, que se reparten entre ellos en base a sus habilidades personales, en vez de recorrer una línea de montaje industrial. Además un mismo artesano puede navegar por diversos procesos productivos, al interior de la comunidad casi no hay oficios puros. Con la práctica desarrollan habilidades. Unos se vuelven más diestros en el trabajo de pieles, otros en el tallado de piedras, hueso, madera y algunas resinas, otros en el manejo de metales como la plata, otros más se especializan en el trabajo de chaquira. El proceso productivo comprende varias tareas: desde comprar los materiales para la producción, llevarlos a laminar, desempeñar alguno de los trabajos dentro de la elaboración de la pieza, etc.

La forma particular de trabajar del artesano depende de su entrenamiento al tipo de trabajo en que se ha especializado. La forma en que se ejecuta un trabajo específico varía de un artesano a otro, por el uso particular de sus manos y las diferentes técnicas y herramientas que utiliza, además de la particular predilección de ciertos motivos. La producción se dirige a la innovación del producto y no a la estandarización, y el producto es ofrecido en el mercado sobre la base de sus cualidades artesanales y sus propiedades **mágicas**.

Entre los diversos procesos de elaboración de artesanías que entran en juego en su oficio los artesanos urbanos utilizan diversos materiales. Los materiales que más comúnmente se emplean con la plata incluyen turquesa, cuarzo, amatista, ámbar, hueso, asta de venado, colmillos y garras de animales salvajes. Los artesanos que trabajan con piedras exploran formas y texturas de acuerdo con las cualidades de las piedras, complementando y acentuando sus propiedades más sobresalientes. Algunos artesanos intentan realzar las características estéticas

del objeto, pero a veces por consideraciones técnicas o económicas tienden más bien a simplificarlo: Erick sabe elaborar mejores trabajos de los que vende, pero como *los clientes no pagan lo justo del trabajo* sólo hace cosas comerciales.

Alfredo hace trabajos sobre pedido, y según el precio que acuerda con el cliente, es el esmero que pone en la elaboración de la pieza. Si Agustín, que es uno de sus mejores clientes, le pide un chaleco *como para mí*, él contesta *como de cuánto lo quieres*. Así, según el precio acordado, es la calidad del trabajo que elabora. Es conocido entre *la banda* de artesanos porque trabaja bien la plata. Comentó que si un trabajo es muy especial puedes requerir herramienta especial aunque sólo la uses una vez. También trabaja el oro, pero sólo sobre pedido, porque es más caro. Acaba de hacer un anillo de oro con una piedra tallada, ojo de tigre, para Agustín; se lo vendió en 350 *varos*. Tiene clientes que seguido le piden trabajos. Ultimamente se ha entusiasmado bastante con el ámbar, material que está trabajando con mucha pasión, y se cuelga collares de ámbar. Está elaborando mercancía para salir a vender a fin de mes con Jaime a los Estados de Oaxaca y Chiapas. No sale a vender todos los días, algunos los pasa en su casa elaborando sus mercancías. Tiene su pequeño taller en casa: es platero. De hecho, todos los plateros y peleteros producen en sus propias casas. En ocasiones sólo sale a surtirse de un poco de plata, la compra por gramos o por onzas, al precio oficial, en un Banco.

La mercancía que producen tiene un ciclo rapidísimo, se ciñe a una moda. Son más cercanos a la alta costura: la innovación permanente. Establecen una red de relaciones comerciales. Como están trabajando en la franja de la moda, venden. La producción artesanal es estimulada por la moda. Los artesanos urbanos necesitan estar atentos a las incesantes oscilaciones de la moda. Su genio inventivo se apresta a la manufactura de diversos objetos ornamentales en una constante búsqueda de nuevas formas, materiales y modelos. Una ocasión vi a Teo haciendo cuentas, recortándolas de un tubo delgado de cobre. Las cuentas se las vende a los artesanos quienes las trabajan combinándolas con otros materiales⁶¹. El ingenio del artesano le permite utilizar al máximo sus recursos materiales y su habilidad innovadora.

⁶¹ El uso de un tubo de cobre para elaborar artesanías demuestra la amplia gama de posibilidades que los artesanos urbanos pueden explotar en la elaboración de sus productos. Su énfasis por innovar con diversos materiales. En esto son muy parecidos a la alta costura, que en cuestiones de moda necesita ir a la vanguardia.

Andan tras la búsqueda de elementos estéticos y un estilo propio. Para esto incorporan tanto motivos del arte popular prehispánico como conceptos estéticos del arte contemporáneo e internacional. El estilo o la moda en las artesanías está siempre cambiando. Viven al tanto de las corrientes artísticas y los cambios en la moda. En cuanto al diseño⁶², sus piezas son modernas, sugiriendo sutilmente algunos elementos del arte prehispánico: placas o cuadros inspirados por el arte maya, por ejemplo.

En los objetos que producen exhaltan elementos de la naturaleza, imprimiéndoles sus propios símbolos: iconos universales y formas heredadas sobretudo de las civilizaciones no occidentales. Encuentran materiales y en ellos encuentran la forma: *bricolage*⁶³. Lo que está en juego son las mismas capacidades de los otros: se está vendiendo una disposición de encontrar formas. Llegar a esa disposición necesita un capital cognitivo, simbólico, que permite el enfrentar objetos inservibles e incorporarlos. El *bricolage* posee una disposición estética, el artesano debe de conocer bien el mercado es el innovador.

Aprecian la cerámica precolombina, y muchas veces de allí sacan inspiración para hacer sus tallados. Mucho del trabajo que elaboran los artesanos urbanos son imitación de figuras y formas heredadas de las culturas mesoamericanas. Son preciadas entre ellos las piedras semipreciosas: amatista, turquesa, ojo de tigre, ópalo, esmeralda, azabache, serpentina, marfil, jade, obsidiana, granate, madreperla, malaquita de Africa, ágata, y también el cuarzo, el coral, y el ámbar. A estos materiales, entre otros, les atribuyen propiedades mágicas y curativas. Venden figuras de piedra tallada que, en su mayoría, suelen ser copias de piezas arqueológicas. Han empezado a desarrollar un estímulo propio, pseudoprehispánico, con muchas variaciones

⁶² El concepto de diseño se usa como un término analítico y descriptivo que trata al proceso artesanal dentro de su contexto económico y sociocultural. El diseño se asocia con otras características, tales como la técnica y la función, así como con procesos comerciales y económicos.

⁶³ *Bricolage*: actividad del chapucero, del que trabaja con materiales de segunda mano, del que practica varios oficios a la vez. Para Lévi-Strauss el *bricoleur* [entiéndase como el hombre que trabaja el *bricolage*] es el que trabaja con sus manos, utilizando medios desviados por comparación con los del hombre de arte. El *bricoleur* es el que obra sin plan previo y con medios y procedimientos apartados de los usos tecnológicos normales. No opera con *materias primas*, sino ya elaboradas, con fragmentos de obras, con sobras y trozos. Ver *El pensamiento salvaje*, p. 35 ss.

que demuestra una originalidad artística.

El repertorio artístico de los artesanos urbanos va extendiéndose y el diseño en sus trabajos incluye gran número de orientaciones. Las tradiciones artísticas precolombinas y coloniales, así como las contemporáneas mexicanas y las modernas internacionales, son expresadas en nuevas dimensiones. Desarrollan las innovaciones técnicas. Lejos de seguir una pauta tradicional, su diseño incluye desde lo abstracto y moderno hasta lo tradicional y prehispánico o los motivos de *souvenir*. Algunos de los temas o motivos más usados incluyen una gran variedad de símbolos universales.

Los diseños comerciales son los que se elaboran o se venden con el único propósito de abastecer los gustos y las demandas del mercado⁶⁴. Un mercado orientado en este caso hacia piezas ligeras y baratas. Estas piezas incluyen los *souvenirs* y las novedades pasajeras; el símbolo de la paz, cruces egipcias, aretes, pulseras, dijes, pipas para la droga, todo *lo de batalla*.

Los diseños sobre pedido, como ya lo anotamos, no son siempre diseñados por el artesano que los ejecuta; a veces son obra del cliente. Una condición necesaria para la producción de un diseño **original** o **exclusivo**, es la naturaleza particular de la relación productor-cliente. Esta orientación puede incluir versiones estilizadas o abstractas de motivos ya existentes. Hace unos días un marinero le pidió al Pirata veinte piezas de un barco, calados en madera, es un trabajo sobre pedido. Se los vendió en 50 nuevos pesos cada uno. Se nota que el Pirata ha mejorado la calidad de sus trabajos, se ha vuelto más hábil y tiene más experiencia. Además ya está incursionando en el trabajo de la plata. Elabora sus trabajos en su casa o mientras atiende su puesto. En ocasiones prepara en el puesto y llega a rematar a su casa.

Dentro de la producción de artesanías se pueden observar los alcances artísticos que ha podido lograr una comunidad que está implantando su propia tradición artesanal, así como su potencial innovador en el diseño, su gran habilidad para captar las cambiantes modas, las

⁶⁴ Se emplea el término de **mercado** solamente para dar mayor amplitud a la dimensión del diálogo de la transmisión de gustos e ideas que caracterizan una relación con un **mercado** (o sea, un público-clientela). En muchos casos el contacto con nuevos mercados determina un auge en la producción que cataliza la innovación estética, así como el surgimiento de nuevas formas de expresión [Cfr. STROMBERG: 1985].

influencias artísticas de otras culturas y las vastas expresiones en el diseño basadas en las experiencias de su propia subcultura. Dentro de una misma tradición puede surgir la gama de posibilidades técnicas y plásticas que la amplitud de las estructuras de producción y comercio permitan.

La ventaja de pertenecer a una comunidad

Para conseguir la materia prima que usan para elaborar sus productos, lo más conveniente es *andar en el rol, conectarte con la banda* y así *los materiales salen solos*. Los que trabajan pieles las pueden comprar en peleterías del centro, los plateros compran la plata en algún Banco, los inciensos los pueden conseguir de mayoreo en el mercado de Sonora, etc. Pero lo importante es no aislarse de los demás artesanos. Siempre en el grupo habrá alguien que les *conecte* piedras, tallados, escencias, herramientas y demás piezas adecuadas para elaborar sus productos. Son preciadas las plumas de aves preciosas y los colmillos de fieras salvajes, leones y tigres. A los colmillos para que se vendan hay que ponerles casquillos de plata, pues *sin casquillo no salen*.

En sus diversos mercados siempre hay alguien que les llega a ofrecer algún tipo de material con los que pueden elaborar sus artesanías: plumas, colmillos, pieles, piezas arqueológicas, cuentas, cerámica peruana, piedras semipreciosas, tiras de cuero, frascos de sándalo y pachúli, inciensos, papel de arroz, tallados en hueso y piedra, en fin, la lista podría ser interminable. Un señor viene del estado de Morelos a verlos, exclusivamente para ofrecerles piezas originales de jade, que son muy preciadas entre los artesanos urbanos, también cuarzo amatista y puntas de flecha de obsidiana. Sólo viene a venderles piezas.

Alicia prefiere vender donde esté cerca de otros artesanos urbanos por la siguiente ventaja: "Al ver los trabajos de otros se te despierta la imaginación y aprendes a hacer más cosas y además consigues cosas para hacer más trabajos". Se consiguen diversos materiales, y estando juntos se defienden, conviven y se ayudan entre sí. En ocasiones vendía en avenida Juárez, pero cuando no había más artesanos urbanos le daba miedo. Al tianguis del Chopo fue una ocasión, pero otra artesana la corrió cuando acababa de *tender* su mercancía: "Te me vas pero así", le dijo mientras le tronaba los dedos. Alicia, como no conocía a nadie en el Chopo y como la

artesana que la corrió estaba con otros, mejor agarró sus cosas y se fue.

Alicia trabaja todos los días, en ocasiones vende y en ocasiones no vende nada: "En promedio se vende bien tres días a la semana". Así se la va llevando. Vende productos de fácil acceso, es decir, su precio es bajo, no se requiere de mucho dinero⁶⁵. Las artesanías que elabora y vende Alicia contienen yaskis, madera de taílandia, cuarzo natural, obsidiana, pulseras y collares de cuentas, chaquira, cerámica, piedra tallada, etc. También vende productos que se fabrican en serie como anillos, calaveras, cruces, iconos de paz y amor, inciensos, escencias de sándalo, pachúli y otros objetos que compra para la reventa: "Podría vender perfume francés, pero esos salen muy caros".

Estando juntos se encargan los puestos, en ocasiones sólo se hacen un gesto que significa *hay échale un ojo, ahorita vuelvo*. Se ha dado el caso que cuando alguien encarga su puesto y se acerca algún posible cliente otro de los artesanos es capaz de poner precio a las piezas por las que preguntan, incluso sin conocer el precio que el artesano dueño se ha propuesto. Esto lo hacen con base en el material del que está fabricada la pieza, aunque llegan a equivocarse los precios, y es común en estos casos que las den más baratas.

El alcohol juega un papel importante en las relaciones entre *la banda* de artesanos urbanos, a diario, o casi diario, se hacen *la vaca*, cooperación, para comprar *el pomo*. Beben, charlan, cantan, *cotorrean*, etc. Algunas personas sólo van a visitar a *la banda*, y aunque no les compren nada platican y conviven con los artesanos un rato. Hay artesanos que en ocasiones, aunque no van a vender porque no llevan mercancía, sólo van a *cotorrear* y a *chupar*. También asisten visitantes y amigos. Aunque esto se presenta por grupos, pues hay unos que de plano no toman o sólo en ocasiones especiales. En el trabajo bromean, chismean y se divierten. Este trabajo singular funciona para los artesanos urbanos como una reunión social en donde toman, fuman y platican mientras trabajan y aprenden.

He observado el tipo de libros y revistas que leen los artesanos urbanos: libro de Bob Marley, revistas de *rock*, de los Doors, el Popol Vuh, los libros de Castaneda, etc. Y la música

⁶⁵ Lo que demuestra que están dirigidos a un sector de la población: jóvenes clasemedios. Algunos estudios al respecto como "El sutil encanto de las artesanías. Notas sobre su consumo en la ciudad" de Teresa Igea, suponen que personas que pertenecen a la pequeña y mediana burguesía también consumen este tipo de productos.

que suelen escuchar es el *rock* en sus diversas corrientes. Sobre esto comparten recuerdos y datos. Las personas de la misma edad tienen, si no recuerdos comunes, recuerdos en común. Aunque cada uno tiene su propio pasado, algunos, que se acuerdan de haber vivido con los otros ciertos fragmentos del pasado de ellos, pueden experimentar el sentimiento de compartir con otros artesanos urbanos por lo menos ese recuerdo. Tienen ocasiones de percibir que comparten con otros algunas referencias históricas o algunos restos del pasado. Tienen en común el haber vivido junto con algún compañero de oficio un momento histórico trascendental en la historia de ambos. La complicidad que esto genera se manifiesta a veces de manera inesperada en lo fortuito de un encuentro o en el giro de una conversación. Esta experiencia no necesariamente es colectiva, pues cada biografía es singular.

Los artesanos urbanos conforman una comunidad. Pero una comunidad que existe sólo en la reunión. Son una comunidad solamente en la conciencia, en el imaginario de ellos. Aunque es difícil sostener que comparten un mismo imaginario. No hay un único imaginario de los artesanos urbanos, porque sus orígenes son diversos. Los imaginarios que comparten son amarres ténues, mientras que los sistemas simbólicos son estructuras. La comunidad educa y resocializa. Hay una resocialización de las voluntades individuales. Enseña que hábitos son admitidos, tolerados. Establece los principios de lo permitido y lo no permitido. La comunidad sabe quiénes son los más expuestos, los más frágiles, los más violentos... Los artesanos urbanos forman una esfera pequeña pero con sus propias reglas. Evocan cierto primitivismo, pero no son primitivos. Son una especie de manada en donde juntarse los protege. Hay un principio de agregación: se reúnen para intercambiar símbolos, pero también para protegerse. No obstante, carecen de todos los rasgos de comunidad: ellos no reproducen biológicamente más artesanos urbanos.

Aunque todos constituyen un grupo, hay entre ellos *banditas* donde unos se identifican con otros. Existen cuasigrupos al interior de la comunidad de artesanos urbanos: jóvenes que se ponen en contacto, enfrentando idénticas dificultades. La relación con los demás da sentido a las actividades individuales. Lo interesante es comprender cómo el sentido de la vida individual nace de las coacciones globales que son las de toda vida social.

¿Son artesanos tradicionales o modernos?

El tipo de artesanía que producen los artesanos urbanos se distingue de las artesanías típicas y tradicionales de zonas rurales o étnicas del país, que han sido las artesanías más estudiadas por los investigadores que han vuelto su mirada a ese enigmático mundo que es el universo simbólico de las artesanías. ¿Podemos considerar manifestaciones de la **cultura popular**⁶⁶- cuando esta se define como lo subalterno, lo tradicional, en oposición a lo culto, a lo hegemónico- a ese tipo de artesanías que rebasa fronteras nacionales? Creo que no.

Para saber si los artesanos urbanos son tradicionales o no hay que diferenciar la forma en que aprenden a trabajar las distintas artesanías. Supongo que los artesanos indígenas lo aprenden por tradición. ¿Y los artesanos urbanos no? Los artesanos urbanos son una cuestión generacional: es una comunidad formada por un grupo de edad. Sus padres no fueron artesanos urbanos. No aprendieron el oficio en casa, sino en la calle, y lo más seguro es que sus hijos no serán artesanos urbanos. La socialización a través de la cual se aprende el trabajo artesanal es distinta: no se ciñe a diseños tradicionales. Además no se hacen mono-vendedores, hay una tendencia a la diversificación. En este sentido, no son ni pretenden ser tradicionales.

Ahora bien, no es el objeto que producen -ni el cómo lo producen- lo que hace distintos a los artesanos urbanos de otros grupos productores de artesanías: es el papel que ocupan en la estructura social. En la artesanía no está la diferencia. Ellos poseen características que los hacen diferentes. No es ni la estilística, ni la parafernalia, ni su modo de *tenderse*... Es un origen, una historia distinta. Los artesanos tradicionales responden a una historia rural local. Lo que los hace diferentes es que uno es producto urbano y el otro no. Pero ambos son globalizados. El origen es el que los separa, pero también los universos simbólicos.

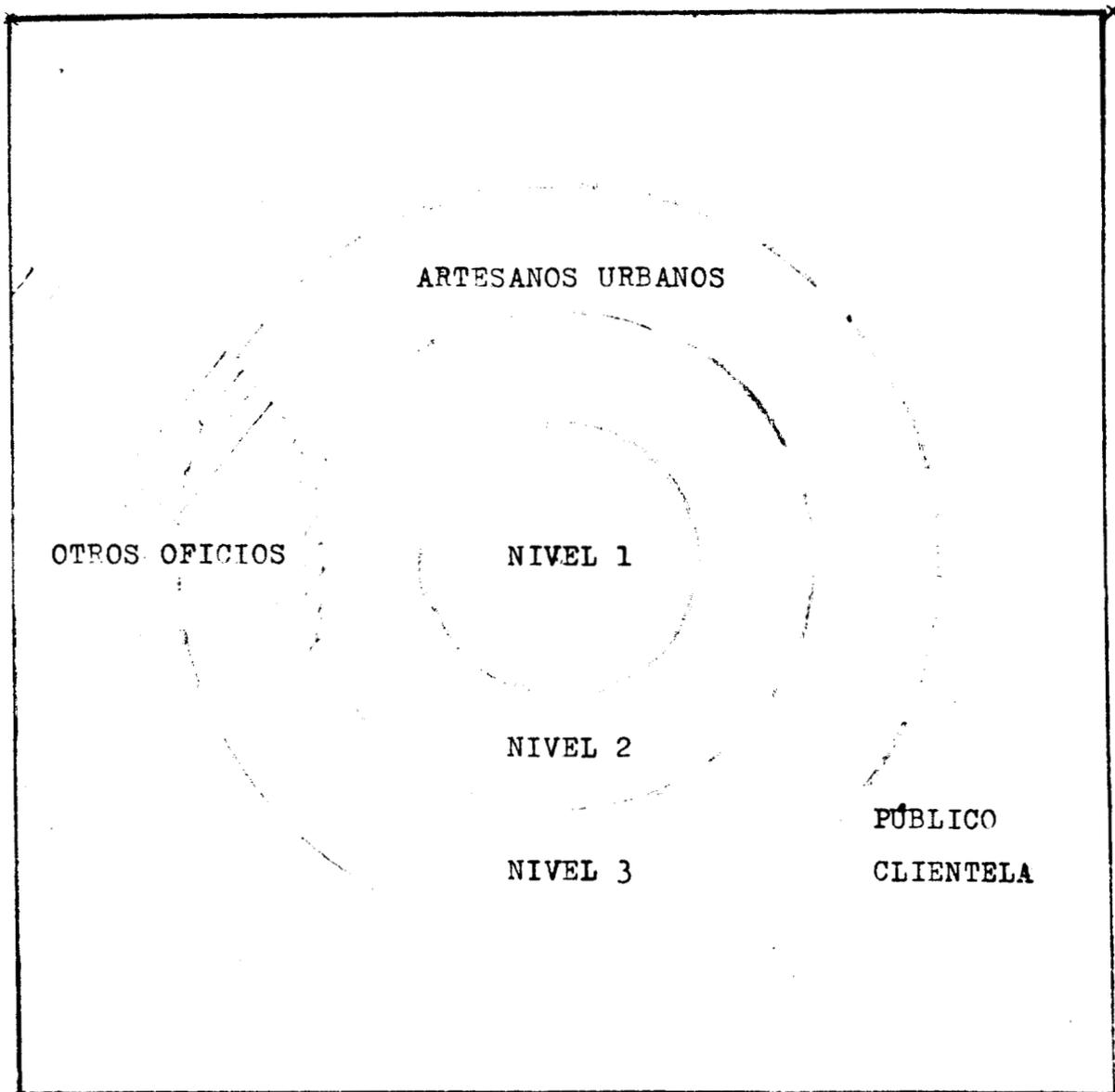
El significado que se da al trabajo es distinto. Para unos es un modo de vida. En el caso de los artesanos rurales los tiempos del trabajo existen: el trabajo y la vida no son la misma cosa. La artesanía es la imposición social del modo de vida. Es impuesta socialmente, porque

⁶⁶ El término **popular** se refiere prácticamente a *todo* lo que *no* es producido por el *establishment* artístico burgués. Agrupa a toda una gama de géneros de arte, así como a sectores socioculturales, también se incluye el arte tribal, indígena, campesino-rural y el de ciertos sectores urbanos.

se nace en una comunidad productora de un tipo de artesanía. Este trabajo no es elección del artesano. En cambio, los artesanos urbanos lo son por elección propia. Además, para algunos artesanos urbanos el acto de la producción y de la venta no están disociados: se podría decir que para el núcleo más ortodoxo el trabajo y la vida son la misma cosa (ver esquema al final del capítulo).

Los artesanos urbanos viven entre dos esferas: lo público y lo privado no están disociados. Llevan procesos privados a una esfera pública: la apropiación del espacio, por ejemplo, y llevan procesos públicos a una esfera privada: trabajar en la intimidad de su hogar o vender en casa cuando los buscan sus clientes. Ellos controlan el ritmo laboral, en un estilo de vida que no se separa de la producción, aunque nosotros analíticamente los separemos. Hasta aquí los hemos venido analizando por las particularidades que los distinguen de otros sectores sociales, pero debe quedar claro que su vida cotidiana no tiene muchos rasgos de diferencia con otros jóvenes de la clase media. Los artesanos urbanos no son tan iguales: no para todos el trabajo y la vida son la misma cosa.

Estos modernos artesanos urbanos en función del día y de la hora, pasan de una actividad a otra, de la vida familiar a la vida profesional, del trabajo al ocio. Simultáneamente se juegan diversos roles. Para pasar de una actividad a otra es menester que transcurra tiempo y que haya un espacio. Al cambiar de actividad a ciertas horas, cambian también de lugar. Esos cambios de actividad no son siempre cambios técnicos; pueden entrañar verdaderos cambios de rol: cuando corresponden a un paso de la vida que llamamos de trabajo a la vida que llamamos privada. Seguramente cambian de sistema simbólico y de práctica simbólica al cambiar de vida a horas regulares.



ESQUEMA: El cuadro representa a la comunidad de artesanos urbanos divididos por niveles de integración al oficio, la mística y la forma de vida. El nivel 1 representa al núcleo más ortodoxo de artesanos urbanos: aquellos que han hecho leyenda, los gurús, los iniciados, los *verdaderos artesanos*; aquellos para los que el trabajo y la vida son la misma cosa. El nivel 2 representa a los *Full Time*, los que permanecen en el oficio todo el tiempo y sólo viven de él, pero sin llegar aún al nivel de iniciados. El nivel 3 representa a los artesanos urbanos de nuevo ingreso y a los que alternan el oficio con otros empleos y otras formas de vida... Las líneas continúa y discontinua muestran la solidez de las fronteras respecto al exterior. La zona sombreada muestra el punto de intersección con otras formas de vida.

4. SUBCULTURA ASOCIADA A UN GRUPO DE EDAD

El universo simbólico

Todas las prácticas sociales tienen una dimensión simbólica. En su trabajo, *Cultura y Razón Práctica*, el antropólogo Marshall Sahlins trató de encarar una crítica rotunda del enfoque materialista y racionalista en cuanto al estudio de las formas culturales y sociales, y subrayar la importancia que tienen los símbolos y la función simbólica, en la constitución de todos los niveles de la vida social. Frente a las viejas definiciones que suponen que la cultura deriva de la actividad racional de individuos que persiguen sus propios intereses, donde la sabiduría material determinante, sustancializada en forma cultural, pretende la supervivencia de la población humana o de un orden social dado, Sahlins contrapone su propia definición. Propone una **razón** simbólica o significativa, que se opone a la noción de cultura como variantes de **razón práctica**. Concluye que la determinación de lo útil pasa necesariamente por la mediación de un símbolo.

Para Sahlins la cualidad distintiva del hombre no es el hecho de que deba vivir en un mundo material, sino que lo haga según un esquema significativo concebido por el mismo. La cualidad decisiva de la cultura no es el hecho de que deba ajustarse a restricciones materiales, sino que lo haga de acuerdo con un esquema simbólico definido, que nunca es el único posible. La cultura confiere a cada modo de vida las propiedades que lo caracterizan.

Siguiendo a Sahlins, los artesanos urbanos comparten un universo simbólico⁶⁷ y es a través del conjunto de prácticas que llevan a cabo que podemos conocerlo. Lo que aparentemente los hace singulares es que se alimentan de las estructuras sociales a través de canales *atípicos*: han diseñado su propio empleo y su propio estilo de vida. Viven en los intersticios de la

⁶⁷ Los universos simbólicos constituyen para los hombres un medio de reconocimiento más que de conocimiento: universo cerrado donde todo constituye signo, conjuntos de códigos que algunos saben utilizar y cuya clave poseen, pero cuya existencia todos admiten, totalidades parcialmente ficticias pero efectivas, cosmologías que podrían pensarse concebidas para hacer las delicias de los etnólogos. [AUGE, 1993: 39]

sociedad urbana. ¿Cómo se mantienen? No son un grupo fundamental en la sociedad; por el contrario poseen una carga de vida parasitaria que les permite vivir de ella. A pesar de no ser esenciales para que sobreviva la estructura social, los artesanos urbanos son tolerados. Han logrado sobrevivir y expandirse en los intersticios de la sociedad urbana.

Aunque existan diferencias personales entre ellos, los artesanos urbanos suelen convivir entre sus homólogos, entre quienes más reconocen como iguales. Hacen trabajos conjuntos, se reconocen entre sí e identifican el trabajo de los demás. Algunos trabajan piezas en equipos de dos, tres o más; cada quien colabora en lo que es más diestro⁶⁸. Se recomiendan para hacer trabajos, conocen las habilidades y especialización de los demás. En ratos forman pequeños grupos para conversar o hacer *trueques*. Entre ellos ya saben quiénes son borrachos, quiénes son más tranquilos, quién sí trabaja, quién sí tiene talento para el oficio. En suma: son una pequeña comunidad unida no sólo por los oficios, sino por otros principios de identidad y de solidaridad.

Los artesanos urbanos pretenden ser, en los hechos y en sus discursos, una cultura alternativa. En este sentido pueden ser pensados también como una subcultura. Casi todos los miembros de esta subcultura están relacionados con el *rock*. A muchos de ellos fue *el camino del rock* el que los llevó a adoptar su estilo de vida. La música de *rock* está asociada a la rebelión. Esto también hace al *rock* importante para el grupo, en parte, además de la experiencia musical misma, pues la música que escuchamos conforma nuestras vidas.

Siempre han surgido manifestaciones sociales que se expresan en distintas subculturas. Estas han existido en forma clandestina a través de toda la historia. Es la tradición que corre ininterrumpidamente desde el *shamanismo* paleo-siberiano y las pinturas del período magdalénico pasando por los astrónomos, ritualistas, alquimistas, anarquistas místicos, *románticos* y vagabundos hasta llegar al movimiento *hippie* de los años sesenta, en el cual los artesanos urbanos reconocen profundas raíces.

Los artesanos urbanos forman una subcultura asociada a un grupo de edad. El grupo de edad se manifiesta como un nicho que recibe a un considerable número de jóvenes disidentes de la sociedad. Lo hace en los intersticios de una cultura de masas urbanas. Es una instancia de

⁶⁸ Esto conceptualmente es maquila, no artesanía: la intervención de varios especialistas.

pasaje, un estado o instancia liminal. Tal vez pudieran funcionar como un gran dispositivo que recupera desviación, procesa y reincorpora a la sociedad. Jóvenes rebeldes y disidentes encuentran un sitio para distraerse y canalizar su energía. Así, el grupo tiene funciones de familia, aunque no se reproduce biológicamente⁶⁹. El grupo se alimenta a través de relevos generacionales donde unos artesanos salen y otros entran: muchos abandonan su estilo de vida por mejores ofertas de trabajo. Alrededor de los 40 años buscan otros horizontes y dejan *el rol*.

Como productores de artesanías no pertenecen a una localidad común. Viven diseminados por la ciudad, el país, el mundo. Viven una vida transhumante, itinerante, nómada. Son una comunidad sociológica. Para efectos de comunidad forman parte del mismo zoológico. Son una comunidad muy *sui generis*, pluriterritorializada: tiene circuitos de territorio, pero solamente en el territorio de la modernidad. A pesar de su nomadismo forman comunidades permanentes, donde los individuos son los que circulan y no se desintegra la comunidad.

Son eclécticos, en unos circuitos son formales y en otros son informales, gravitan entre lo tradicional y lo moderno, la ciudad y el campo, etc. Parecen ser un fenómeno de transculturalidad: atraviesan diversas fronteras culturales. Hay una actitud religiosa ante la vida. Tienen algo de cristianos, de budistas, de animistas, etc. Persiste en ellos la práctica de la pobreza voluntaria.

Hay una matriz cultural que los une con muchos jóvenes del mundo. Son la vertiente mexicana de algo más amplio que genera la nueva sociedad moderna: los artesanos urbanos forman una subcultura del moderno sistema mundial. Estos hacen su contraldea en un mundo cada vez más aldeano. Hay un raigambre cultural con lo propio: son neomesoamericanistas. Distintas esoterías coinciden en su subcultura. Están entre los circuitos del moderno sistema mundial. En su forma el fenómeno es único. Tiene diversos contenidos. Pueden ser parte del surgimiento de nuevos movimientos sociales.

Cabe destacar que el grupo aparentemente maneja toda una cosmovisión, donde algunos objetos tienen atributos **mágicos** y esotéricos. Pareciera que para llegar a ser artesano urbano se debe compartir cierto misticismo con el grupo. Pertenecer al grupo puede traer cambios en

⁶⁹ Quiero decir con esto que los hijos de artesanos urbanos no se vuelven necesariamente, cuando crecen, en nuevos artesanos urbanos.

la apariencia personal, puede provocar cambios en la forma de pensar y de actuar, en la forma de vida y de concebir el mundo. Al asumir un cambio de vida asumen, accesoriamente, un cambio de personalidad. Se pueden apreciar numerosas y sutiles manifestaciones de una especie de **filosofía** construida colectivamente, que en algunos puede suponer incluso la creencia en cosas paranormales.

Esta subcultura de los artesanos urbanos evoca a aquella antigua tribu triunfante, la de los gitanos europeos, grupo nómada sin nación o territorio que mantiene sus propios valores, su idioma y religión, sin importar el país en que se encuentre. Los artesanos urbanos han generado una red que se extiende a lo largo de diversos países del mundo, unidos por sus prácticas económicas y sociales. Su singular estilo de vida también está cargado de numerosos elementos tribales⁷⁰.

En ocasiones este subuniverso simbólico de los artesanos urbanos transmite un estilo de vida sencillo y una positiva visión extática del amor espiritual y físico y se opone por razones básicas a la civilización del *establishment*. De manera casi no intencional se han ligado a una transmisión de gnosis o conocimiento y a formas de vida que han sobrevivido desde tiempos milenarios. Una subcultura de jóvenes cargados de energía que la pueden hacer, de sonrisas ácidas *hippies* y de libertad para ser una comunidad que esté girando hasta donde sea posible.

La cultura y los ideales que pueden hacer a su modo de vida sólo pueden vivirse en una resistencia -parcial y pasiva- a la sociedad industrial. Saben que el pelo largo no garantiza nada y que vivir en *el rol* tiene que ser algo más que la diversión y el placer. Expanden la conciencia tanto por medio de drogas como por medio de aprender y hacer cosas que luego, venden. Tratan de ganarse la vida por medio de artes manuales en lugar de trabajar encerrados en una oficina.

No manifiestan una separación entre la política y el estilo de vida. La política es estilo de vida, el estilo de vida es un ejemplo de una forma de vida desafiliada. Su estilo de vida se manifiesta en la manera de vivir, la manera como se comportan, la manera como se relacionan con la sociedad, y la manera como sobreviven en la ciudad. Para un sector de ellos el trabajo es la vida diaria. Y no se puede separar a la gente de su vida diaria. Hablan sobre sus

⁷⁰ Incluso Elizabeth Araiza, en el único trabajo que conozco sobre los artesanos urbanos, se refiere a ellos como: *La tribu de los nuevos artesanos urbanos*. [ARAIZA, 1993: 40-42]

experiencias de gente diferente, de ideas diferentes, de tierras y países diferentes. Hablan sobre políticos, sobre los policías, sobre los problemas de la ciudad, sobre la música, libros y la libertad: pero pretenden no ser políticos, no hacer política.

Andan en busca de tiempo libre y espacio para ellos; aspiran a que se disuelvan todas las fronteras no naturales sobre el planeta y entre la gente. Están en contra de la represión cultural y el hostigamiento de las culturas subalternas. Los artesanos urbanos están rompiendo una muralla y pasando a través de sus fisuras, con su pelo largo, con sus cigarros de marihuana, con su música *rock*, con su forma de vestir personalizada, con sus psicotrópicos -"liberadores de la mente"-, sus pantalones de mezclilla y su sed insaciable de libertad.

Los vagabundos, los mendigos, los *punks*, los artesanos urbanos, forman subculturas que crecen de manera alternas a la sociedad de consumo. Forman una especie de escuela en la que la gente puede enseñar y aprender; analizan las drogas, tocan música y vagabundean, y al hacerlo desafían la red de promotores y leyes que nos mantienen prisioneros del dinero. Numerosos jóvenes en varias partes del mundo se han dado cuenta que los artesanos urbanos tienen su propia propuesta cultural, han descifrado parte del simbolismo contenido en sus productos, han compartido con ellos alguna ocasión el diálogo. Entre todos están construyendo un sistema de comunicación para difundir su cultura por todas partes. Una cultura que tiene raíces inmediatas en la experiencia de los años sesenta. En el proceso de construcción de su propuesta se han nutrido de otras subculturas.

Aun cuando el **nuevo anarquismo** de los artesanos urbanos es moralmente cosmopolita -afirmando en una forma rudimentariamente política la unidad esencial de la comunidad humana- sus valores son **prácticos** sólo dentro de las ciudades, y están muy lejos de ser prácticos universalmente aún en la ciudad. Pues el programa social de los movimientos revolucionarios globales rurales, está necesariamente centrado alrededor de la necesidad de industrialización, y no de vencerla. Por eso, en parte, los artesanos urbanos son un fenómeno netamente urbano. El problema hoy no es estar en pro o en contra de la reaparición actual del anarquismo. Más bien será necesario comprender su tradición (demasiados artesanos urbanos creen que están haciendo cosas completamente nuevas) y luego tratar de ver si este movimiento en pro del cambio cultural contra la sociedad industrial ha empezado a adquirir una importancia que no tenía antes.

No son una comuna de *hippies*. No tratan de organizar una fábrica. No tienen una

filiación política clara. Buscan divertirse pero saben que necesitan sobrevivir sin trabajar para una empresa. No intentan convertir a todo el mundo a la *Conciencia de Krishna* de la vida en un *ashram* religioso. Todos son tipos raros pero jamás se han detenido a pensar si sus hábitos, actitudes y convicciones son viables.

Un puñado de jóvenes singulares -que se autoproclaman- artistas, de ojo vivo y audaces están condenados a ser rebeldes, disidentes, anarquistas, adalides de una u otra causa de una izquierda amplia. Aquellos jóvenes lo bastante valerosos, lo bastante idealistas (y lo bastante modernos, sin duda) como para devolver a la sociedad el principio de la búsqueda **permanente** de la libertad, piensan en lo absurdo y la vacuó del trabajo y la educación en el sistema capitalista. La gente debe haber perdido algo de su naturaleza humana para ser capaz de soportar tal estilo de vida. Ellos en cambio pretenden mirar con la luz y la vida que disfrutaban, aunque la gente los vea como **malas hierbas** de la gran urbe, **traficantes de sueños** de la clase media y **jóvenes de la flores** consumidos por la droga. Aquellos jóvenes de un hálito romántico, como tributo a su propia indumentaria, su resaca, la incesante mixtura de virtud y corrupción en su persona sólo tratan de poner en práctica la forma de vida que quieren vivir.

La experiencia psicodélica

La hierba te llevará a través del tiempo sin dinero mejor que el dinero te llevará a través del tiempo sin la hierba.

Gilbert Shelton

Un gran número de los mejores y más dotados artesanos urbanos del país exploran ahora las fronteras del nihilismo y las drogas. Experimentan con marihuana, peyote, hongos, LSD... Pero fundamentalmente marihuana. El peyote y los hongos no son cosas que se puedan tomar todo el tiempo, a menos que uno se quiera sentir enfermo, pero la *mota* sí: *fumar es malo, la marihuana es buena*. Pero si no se tiene cuidado acerca del uso que hacen de la marihuana, se puede incurrir en actos penados por la ley. Las leyes contra las adicciones significan que

numerosos artesanos urbanos están fuera de la ley aun antes de pasarse el *toque*. Para acceder a la droga han creado redes clandestinas y seguras de abasto. La *mota* y el alcohol se encuentran unidos en la clandestinidad de los artesanos urbanos: conforman un sector socioeconómico que hace uso de las drogas.

Casi todos se hacen rebeldes, compran marihuana, la venden o la dan, la poseen o están presentes en algún cuarto donde se está fumando, actos todos que no son crímenes, sin duda, pero van en contra de la ley. A pesar de no estar cometiendo un crimen, los jóvenes que fuman *mota* están expuestos a ir a la cárcel acusados de posesión de drogas y daños a la salud, de resistencia a la autoridad incluso. Pero son gente que no teme sus propios impulsos y tampoco busca ser castigada. Alquimistas visionarios, de mirada salvaje, sonrientes, que buscan la liberación repentina de la mente. Pero las **revelaciones espirituales** y los éxtasis conseguidos con drogas es lo último que las asociaciones médicas y los organismos gubernamentales están dispuestos a aprobar.

Un número considerable de los jóvenes de la comunidad, prestos a aceptar cualquier innovación, sumidos en el letargo político, estados de crisis y tensión callejera..., han abrazado la droga. El uso de las drogas en *la banda* acentuó la aparición de rasgos individualistas. La marihuana se lleva una buena parte de los menguados ingresos de los artesanos urbanos que la consumen. Los artesanos urbanos comparten una visión colectiva de la juventud disidente e iluminada por las drogas de la clase media urbana.

Existe una ferocidad en contra del modo de vida de la sociedad industrial. Han aprendido a sobrevivir juntos en las ciudades y a vivir en el camino y en la naturaleza. Han ido al campo para encontrar nuevas formas de **ser libres** y silvestres. Se han dejado crecer el cabello. Se han dado la mano y han aprendido que la *mota* y las drogas orgánicas que abren la mente son instrumentos del cambio: el camino de la sabiduría de los indígenas. Más aún, la experiencia *psicodélica* es una de las herencias más claras que los artesanos urbanos han recibido de la contracultura.

A un pequeño sector de los artesanos urbanos les interesa la inducción de estados alterados de conciencia, y dedicarse a las artesanías es sólo el medio. El estado alterado de conciencia puede ser inducido por el uso de drogas psicoactivas. Posiblemente buscan llegar a planos más allá de nosotros mismos. Esto supone la creencia en la existencia de más de una

realidad, donde la realidad alternativa es distinta a la realidad cotidiana, donde las leyes de la naturaleza tal como las conocemos en esta realidad no son necesariamente aplicables. Estas experiencias generan un cambio en la conciencia y en la personalidad del sujeto.

Las formas de ponerse personalmente en contacto con una realidad alternativa o mundo **sobrenatural** han constituido una parte importante de la cultura humana a lo largo de la historia. Es una continua búsqueda que la humanidad emprende en pos de la realidad diferente o cambiada. Así, los artesanos urbanos son personas que aspiran a la trascendencia; dicha búsqueda de trascendencia encarna el vacío y la superficialidad de gran parte de la sociedad actual de supermercado.

El juego de imágenes

Si estudiamos a la gente joven en la ciudad, lo que se postula es que hay algo de específico en su comportamiento, alguna cosa particular que los ubica en cierta situación dentro de la ciudad. La ciudad es referencia general en estos casos. La ciudad como referencia general es una cierta imagen del mundo de hoy. Nada se estudia independientemente del contexto cultural, histórico y particular de cada cosa. Todas las imágenes del exterior arriban a través de un código particular.

Los artesanos urbanos rinden cierto culto a una imagen juvenil. Reinventan el pasado en el presente, reinventan el *hippismo* en condiciones distintas. Hay una estética en el juego de imágenes, que trata de recordar incluso un efecto contraste hacia el entorno. El espacio no es neutro, hay un manejo teatral. El juego de imágenes define el universo que todos frecuentan y comparten. Se difunde cierta idea del cuerpo y de su belleza. Normalmente las artesanías que elaboran los artesanos urbanos son piezas de ornato, pero en su mayoría son para adornar al cuerpo y no la casa. La imagen del cuerpo se amplía hasta cobrar las dimensiones de un arte de vivir y un arte de la felicidad cuando se asocian a ella temas como la playa, las ruinas arqueológicas, las ciudades coloniales, los centros de poder, las festividades tradicionales, religiosas y culturales, el folklore... Jóvenes que expresan más bien la aptitud para el placer y el deseo. Si todo esto no es una **visión del mundo**, por lo menos es una imagen del individuo

y de la vida.

Somos hoy cada vez más sensibles a la apariencia de los seres y de las cosas, que pareciese ser lo único susceptible de tener sentido: somos sensibles a la determinación de la mirada más que a la del pensamiento, al *look*, a la **pinta**. Cada uno aporta allí la rebelión o la fascinación y una combinación de ambas cosas. En esas siluetas anónimas, flores salvajes y mal adaptadas una sociedad reconoce los límites y las marcas de nuestra identidad colectiva: esos vagabundos son lo que nosotros no somos, son la prueba de que compartimos con otros por lo menos esta negatividad.

Tales vagabundos simbolizan por su negación la totalidad de lo social, agujeros negros en nuestra galaxia cotidiana. Para algunos suscitan una inquietud sagrada. Estos vagabundos un poco mendigos son una fisura en toda la estructura social, viven en los intersticios de una sociedad de masas urbanas, representan lo infranqueable. La idea de la ofrenda hecha a esos mendigos (mediante la compra) forma parte de una voluntad de permanecer en el exterior de sus fisuras, la voluntad de no ser ni vagabundos anónimos, ni artistas éticos, que imaginamos mejor en los desvanes de otro siglo que en el laberinto de una plaza, donde el eco de su talento resuena como un remordimiento. Frente a ellos la sociedad confirma su distancia respecto a vagabundos ebrios de vino y de fatiga y aquellos con los que nos codeamos en el camino y cuya edad, sexo, vestimenta, nos revelan, ante todo, aquello en que difieren de nosotros. La silueta informe del vagabundo sin rostro o el entusiasmo del músico desconocido representan, en ese cruce de destinos humanos, la presencia del dios o demonio al cual se da limosna para que la vida continúe.

La alteridad inmediata es ante todo la de los jóvenes: la **juventud**. Marc Augé los define con las siguientes palabras:

Jóvenes: son éstos cuya juventud significa para los demás que su propia juventud de éstos ya se ha ido. Algunos llevan un aro en la oreja o se tiñen de verde un mechón de pelo; son a la vez los más perturbadores y los más familiares: semejantes a la imagen que nos hacemos de ellos y que ellos quieren dar de sí mismos, por la misma razón. Este proceso de identificación puede desconcertarnos por sus manifestaciones, pero no podría sorprendernos, pues conocemos casos análogos.[AUGE, 1987: 29]

Los jóvenes, continua Augé, no son todos jóvenes de la misma manera. *Sus posibilidades no se miden por el número de anillos que llevan en las orejas o por la cantidad de mechones teñidos.* Podemos ver a jóvenes artesanos de la clase media urbana exhibiendo algunos de los signos convenidos de la originalidad estereotipada de su cultura. ¿Qué tienen en común esos jóvenes con las jovencitas salidas de los alrededores burgueses? Lo que tienen en común, que no les impide ser diferentes los unos de los otros como diferentes son sus orígenes y sus destinos, es su relación con el tiempo, que los distingue radicalmente, por ejemplo, de las personas de edad mayor. Constituyen quizás una pseudocomunidad definida también por la edad.

La gente joven es ruda. La gente joven de todas las clases sociales están firmemente decididas a no ser igual que sus progenitores; a no ser igual al padre que trabaja todo el día en una fábrica y por la noche contempla el televisor. Y cuando un joven, cuyo destino e identidad han sido siempre controlados por otros, decide y manifiesta que quiere controlar su propio destino y rechaza la identidad que le ha sido impuesta por otros, está emprendiendo un cambio: es un rebelde.

Los jóvenes que trabajan en la industria lo hacen porque esencialmente no tienen otra opción que hacer. Y junto con el trabajar, imperceptiblemente surgen el resto de las cosas: *la disco*, compra de muebles, casarse, un carro, ropas a la moda, salones de belleza, etc. Lo único que hacen es aceptar lo que ofrece la sociedad de consumo. Por eso el modo de vida de los artesanos urbanos podrá parecer desenfrenada a los jóvenes que buscan un trabajo estable y un futuro seguro y previsible.

Para los artesanos urbanos los viejos siempre quieren fijar las normas humillando a la gente joven, tratando de esterilizar su cultura, tratando de destruir su libertad para desarrollar su propia personalidad en la forma en que más desean, y que mejor les sienta. Por intentar desparramar el mensaje de su propia cultura, son llamados subversivos, mendigos, vagos, *hippies*, *artesanos*, ambulantes, etc. Sin embargo ningún cambio cultural puede tener éxito sin la juventud.

En su forma de vida los artesanos urbanos señalan aspiraciones, modas y estilos en boga,

para uno de ellos: "El pelo largo es bueno, es signo de hombre libre⁷¹, el pelo corto es malo, es la marca del prisionero, del polizonte o del esclavo del salario". Toda la vida seran reñidos por alguien diariamente, por el pelo, la ropa, la música y sus collares. Pero tienen el derecho de su propia identidad.

Cada día se ponen sus pantalones de mezclilla, sucios, rotos y remendados. Los atesoran. Los usaran por años. Antes los pantalones de mezclilla era el distintivo de los vagos. La ropa más funcional del mundo. No es necesario lavarla, mucho menos plancharla, pues mientras más vieja y sucia se ponga más íntima y personal se volverá hasta que llegue a formar parte de uno mismo, cubierta con sudor y otras reminiscencias..., y el lodo de la buena tierra del desierto, la montaña o la playa.

En lugares tan reconditos como la selva lacandona o Real del Catorce de pronto puede verse una *banda* de artesanos urbanos aproximarse por las colinas vestidos casi como las huestes de la *Sgt. Pepper's Band*, como indígenas nativo-americanos, de calzón y camisa de manta y huaraches como antiguos campesinos mexicanos, o como héroes del Oeste, con sombrero en la cabeza. La estética ha irrumpido al fin en la política: el baile de disfraces se puede hacer en las calles. Sin embargo, bajo el júbilo de esos fugitivos del hogar clasemediero, de esos cruzados que se disponen a embestir con menos adiestramiento que los anarquistas místicos medievales contra el duro meollo del mundo de la tecnología, subsiste una cruda realidad: se verán obligados a vender sus productos artesanales para sobrevivir en *el rol*.

Visten toda tipo de handrajos y parecen a un tiempo gurús, indios, *románticos* del siglo XIX, vagabundos medievales, etc., y las chicas que los acompañan -que comparten con ellos el escenario- llevan collares, anillos, pulseras, gorras, sombreros; abundan los huaraches, el cuero, las pequeñas gafas de montura metálica, y la música, en un singular estilo de vida que revela una búsqueda de los grandes placeres por venir. La ropa no debe de haber costado más de 500 nuevos pesos por persona. pero de alguna forma les confiere un estilo propio. Unos traen puestas buenas botas de piel, otros visten singulares camisas y pantalones, otros más, chalecos de

⁷¹ Esta afirmación es la misma que hace el actor Eduardo Palomo cuando aparece por televisión para anunciar una marca de shampoo y después de cabalgar por las montañas en un brioso caballo: *Para mí el cabello largo es símbolo de libertad.*

materiales sencillos; un artesano aventajado porta una vieja y caprichosa chaqueta hecha por el mismo y un sombrero de fieltro desgastado.

Suelen elegir sus disfraces en almacenes de saldos, en tiendas de artículos extravagantes, en puestos de baratillo y en cubiles *psicodélicos* de frusilerías hindúes o *fayuca* guatemalteca; esto cuando no los elaboran ellos mismos. Pueden traer prendas con los bordes desgarrados, hechos casi jirones, y las hebras al viento. Usan cuentas y trajes que tratan de ser originales, existiendo en un revoltijo de símbolos y códigos que finalmente en la diversidad reencuentran la uniformidad. Todo un muestrario de indumentaria híbrido entre la historia y los cuentos infantiles, entre la leyenda y la televisión, entre los arquetipos bíblicos y el mundo del cine.

El hombre rebelde

El núcleo más ortodoxo de los artesanos urbanos **encarnan el hombre rebelde**. Están luchando contra la masificación de la cultura, pero el grupo se construye por los medios. Son ilustrativos de lo que es la cultura hegemónica. Renuncian a la clase media donde pertenecen y a la cultura de masas de la que abreven. Esta renuncia a la modernidad es una forma de vivir la modernidad⁷². Estamos ante un fenómeno de modernidad⁷³. Su informalidad es un síntoma de modernidad. Evaden al fisco, sus productos no circulan por canales masivos susceptibles de fiscalización.

⁷² Jean Starobinski ve la esencia de la modernidad en esta conciliación: presencia del pasado en el presente que lo desborda y lo reivindica. Starobinski insiste en que la coexistencia de dos mundos es lo que hace la ciudad moderna, chimeneas y campanarios confundidos, pero sitúa la posición particular del poeta que quiere ver las cosas desde lo alto y de lejos, y no pertenece ni al universo de la religión ni al del trabajo. Posición que corresponde al doble aspecto de la modernidad: *La pérdida del sujeto en la muchedumbre o, a la inversa, el poder absoluto, reivindicado por la conciencia individual*. El espectador de la modernidad contempla la imbricación de lo antiguo y de lo nuevo. La modernidad como coexistencia querida de mundos diferentes (la modernidad baudeleriana).[AUGE, 1993: 81 ss.]

⁷³ Estos modernos artesanos son como hemos visto de origen casi exclusivamente urbano, y no hay que olvidar que es en la ciudad donde se concentran los avances más profundos de la modernidad.

La disidencia de los artesanos urbanos es la oposición contra las fuerzas de la producción moderna en general. Los artesanos urbanos desean avanzar contra las fuerzas de la industrialización en la cultura. El anti-industrialismo de los primeros radicales como Blake y Cobbet, aunque era completamente anti-capitalista, podía enfrentar el desenfrenado progreso industrial capitalista con sólo una nostalgia retraída e improbablemente indefensa; podía argüir contra el sistema de **amos y esclavos** sólo a nombre del sistema más antiguo, e indudablemente mítico, de **amos y hombres**. Los artesanos urbanos lo hacen a través de sus prácticas económicas y sociales. Son los rebeldes que no han tirado la toalla, viven a la sombra de la sociedad de consumo.

La verdadera esencia del rebelde es cambio, así como puesta en duda y en ocasiones una subversión de la sociedad. La conducta llamada **antisocial** es a menudo la más constructiva de todas las conductas sociales, porque constituye una afirmación del derecho del individuo de existir individualmente en una estructura colectiva. Para los rebeldes nada está por encima de discusión y examen, nada es sagrado. Esto es lo que significa clandestinidad, por eso, como quiera que se le designe, siempre habrá clandestinidad. Un hombre rebelde pocas veces forma parte de la estructura social convencional. Para poder oír el antiguo lenguaje de la energía alternante, susurrante, ha de cerrarse al ruido de la sociedad de consumo.

Los artesanos urbanos cumplen una función, ponen en tela de juicio o subvierten el *statu quo* y promulgan, con su ejemplo, la idea de que hay alternativas. Su simple existencia constituye una fuerza subversiva poderosa, sin ser verdaderamente revolucionaria. Para ellos un sistema social se debe juzgar por la clase de gente que produce, por aquello que dicha gente es. Esta es la clave de la revuelta de los años sesenta, una revuelta existencial que dice: *nos negamos a ser como tú*. Los artesanos urbanos también son revolucionarios culturales, no nacionalistas culturales sino revolucionarios culturales que llevan la guerrilla cultural al combate. Para ser rebeldes deben vivir un estilo de vida rebelde.

Sin embargo, estos **nuevos valores** que pretenden ser subversivos, lo son sólo para la dimensión del trabajo, pero no en la del consumo, pues *no hay nada* en sus productos que impida que puedan ser copiados, empacados y vendidos comercialmente por una industria

capitalista de la artesanía⁷⁴.

Varias libertades

Mientras que los beneficios de la sociedad capitalista son entre otros el florecimiento del trabajo y el hambre de grandes masas en el mundo, los artesanos urbanos son flores que intentan crear la semilla y el fruto de una nueva libertad. Ellos saben que los actos de empresarios, capitalistas e imperialistas asfixian, engañan y embrutecen. La energía y el valor contenido en sus prácticas cotidianas son capaces de transformarse en un ataque abierto contra el *statu quo*. Su lenguaje es una especie de código y clama en favor de la libertad. Hay quienes los llaman anarquistas, degenerados y vagos. Pero son verdaderos protectores de los valores del individualismo, la aventura y el cambio.

La opinión que Francisco Padilla (líder de los comerciantes ambulantes de artesanías en el Centro Histórico, antes de que los desalojaran del lugar) dió de los *artesangano*: resaltaba ciertos rasgos individualistas: "Son, personas que se evaden de las responsabilidades, viven al día, sólo andan buscando el reventón, son drogadictos, no duran muchos años en una relación de pareja". Padilla tuvo algunos en su organización, pero eran problemáticos: "De pronto se desaparecían sin avisar y llegaban a los dos meses peleando su lugar, no querían dar las cuotas, no les interesaban las decisiones en grupo, sólo buscaban su conveniencia, se quedaron en los años sesentas. Son un grupo difícil de sobrellevar". Lo cierto es que su ritmo de vida difícilmente permite una organización formal y permanente. Pues en muchos aspectos estos *chavos* tienden a vivir en una completa anarquía. Viven como hemos visto en hoteles, en casa de algún pariente o amigo, se la viven viajando de un lugar a otro.

Para los artesanos urbanos trabajar en una oficina o en una empresa es como vivir en una jaula. Y prefieren sentirse hombres libres y silvestres. Como artesanos urbanos siempre pueden

⁷⁴ En lugares tan importantes para ellos, como San Cristóbal de las Casas, Chiapas, muchos artesanos urbanos surten piezas por mayoreo (¿en serie?) a las *boutiques* y tiendas que los ponen en aparador como piezas únicas para su venta a los turistas.

ser libres. Su arte, su música, su estilo de vida, su respiración diaria deben ser para buscar *los caminos y los instrumentos de la liberación*. Buscan enseñar a la gente a través del ejemplo, quieren mostrar una propuesta cultural alternativa, la forma de vida sencilla, el gusto por la libertad: "Lo tenemos todo, somos libres, tenemos yerba, tenemos chicas, tenemos comida y podemos viajar a muchas partes y divertirnos".

En lugar de seguir los antiguos métodos de crítica contra la civilización, los modernos artesanos urbanos forman un tipo particular en la sociedad mundial contemporánea. Para ellos, el nacionalismo, la militancia política, la industria pesada y la sociedad de consumo son aspectos inútiles y fuera de época. El hombre con conocimientos profundos y tiempo libre tendrá buenas razones para anhelar una vida simple, provisto de algunas cuantas herramientas y poca ropa, en contacto con la naturaleza.

La sociedad industrial ha impedido la realización de las nuevas capacidades del género humano, ha evitado que el mundo funcione en beneficio de todos, ha obstruido las inclinaciones creativas individuales; ha inhibido el libre cambio de bienes y servicios concentrando enormes poderes en complejos gigantescos que amenazan con la destrucción de toda vida humana. Por consiguiente, algunos saben que todos los seres humanos están, y con todo derecho, exentos de toda lealtad a las disposiciones culturales vigentes en tanto que se les considera dañinas; que se debe proceder a idear alternativas culturales viables; y que, como seres humanos creativos e íntegros, merecen la libertad de hacer con su vida lo que se les venga en gana, vivir el estilo de vida que quieran; emplear sus recursos según los modelos regeneradores más positivos que se puedan descubrir o diseñar, y llevar a cabo cualesquiera otra medida que sea apropiada a la conducta de seres humanos íntegros.

Los artesanos urbanos saben que el hombre evolucionó como criatura social y animal raro. Ahora es el animal grande más corriente, y amenaza a todas las demás criaturas con la extinción. Se desesperan acerca de la contaminación del aire y el agua, la explotación del suelo, la violenta ruptura por el hombre del mundo vivo. Ven la mecanización, la robotización de la sociedad de consumo. En cambio, su forma de vida es una respuesta no violenta contra aquello que convierte al hombre y a la naturaleza en material plástico. Su forma de vida es una lucha creadora en favor de la individualidad. Aspiran a ser individuos trabajadores, risueños, que hacen el amor, huelen, respiran y viven realizados.

Ahora bien, parte de su libertad consiste en reciclar objetos industriales, utilizar materiales de la naturaleza como colmillos y garras de fieras salvajes, piedras preciosas, resinas y minerales, asistir a los *lugares de poder* y poder consumir, aunque indiosincráticamente, algunas plantas alucinógenas, etc. Pero la clave de su libertad radica en que han generado un oficio que pueden desempeñar donde quieran y cuando quieran, sin que nadie les mande y que les permite gran movilidad.

La casta de los marginales

Por mucho tiempo a los artesanos urbanos se les ha considerado como sectores *marginales*, inadaptados. El concepto de *marginación* implica una relación eminentemente sociológica. Es *marginal* aquel que no está integrado en el racimo de normas y reglas que rigen la totalidad de una sociedad. Son *marginales* aquellos que se encuentran fuera de la corriente principal del sistema, los herejes del mismo, sus réprobos, los que rompen con la normalidad. Se trata de un concepto dinámico, como los usos y costumbres de la sociedad.

Los *marginales* son gente cuyas creencias y principios, usos y costumbres están alejadas de lo que socialmente se considera normal. Todos aquellos que no quieren engarzarse en los mecanismos del sistema de producción-consumo deben forzosamente *marginarse* de la sociedad y crear sus propios circuitos de supervivencia. La moral de la *marginación* es ante todo una forma de ser, de un cierto tipo de mentalidad que está presente en todos y cada uno de sus miembros, una actitud y un comportamiento comunes a todos. Un grupo *marginal* dispone de un conjunto de pensamientos coherentes con que justificar su actitud hacia la sedición.

La marginación es algo circunstancial y transitorio; no existen minorías *marginadas* eternamente. Los mismos gitanos, milenariamente *marginados*, han iniciado un lento pero implacable proceso de integración, algunos ya ocupan un escaño en el Congreso de Diputados de España. Los *marginales* no forman un grupo homogéneo, unitario, ni coherente. Unos han nacido de la política y para la política, otros en su rechazo a la sociedad rechazan aquellas formas que se les antojan más características del mundo moderno, entre ellas la política y su práctica tradicional. Este es el caso de los artesanos urbanos.

El fenómeno de los artesanos urbanos se presenta como disidente con la sociedad actual. También en él subyace, como en el resto de los movimientos *marginales*, un choque con la realidad que no gusta y se pretende rechazar. Para los artesanos urbanos la sociedad de la alienación no es la única alternativa de vida, adoptan un estilo de vida nuevo y original en el que la posibilidad de no morir de hambre no se dé a cambio de la de morir de aburrimiento: vida sencilla que se mantiene de sus trabajos. Su trabajo, vanguardista que reelabora tradiciones, les exige gran dedicación, les impulsa a formar pequeñas *bandas*. Desean poner en práctica sus ideas sobre organización social.

Para estos muchachos de aspecto extravagante, el mejor artesano es el que vive en *el rol* y sólo trabaja lo que puede hacer con las manos. Los artesanos urbanos son algo más que *marginales*. Son excremencias de la sociedad burguesa: son *marginales* y rebeldes. Sin embargo, el fenómeno contracultural en algunos lugares, -como Coyoacán- se volvió un negocio.

Los artesanos urbanos de ahora pueden ser pensados como una versión más brutal y perfeccionada del anarquismo místico de la Edad Media. Los anarquistas de hoy representan un intento más elaborado de crear un nuevo estilo de vida. El movimiento surgió de los arrabales de las grandes ciudades. Esto les lanzaba a una situación de *marginación*: se sentían distintos. Aislados en un mundo que es rechazado por ellos se refugian en un individualismo exacerbado; como otras cosas *marginales*, en el fondo son nihilistas deseosos de demostrar su diferenciación de la sociedad, su no integración a costa de estrujarse la imaginación y demostrar su *originalidad*.

El examen de los movimientos *marginales* demuestra que se trata de organizaciones casi exclusivamente juveniles. Se debe al agotamiento de los valores que hasta hace unas generaciones habían sido tradicionales. La Patria, la familia, el honor, la disciplina, el valor, la honestidad, la belleza, etc., son valores incomprensibles para los jóvenes que están en contra de la explotación del hombre por el aparato tecnoburocrático. Los artesanos urbanos identifican estos valores con el sistema en el poder.

Para ellos el actual sistema de vida tiende a crear un tipo de hombre lanzado al consumo de bienes y a su producción. A nivel científico el capitalismo y la civilización que de él ha surgido incide en la mera especialización, transformando la ciencia en técnica, en la aplicación repetitiva de prácticas y principios. El capitalismo reduce al hombre a la mera dimensión del

consumo por la vía de la producción. En los rasgos de la personalidad del *marginal* se encuentran el rechazo al entorno y alternativa cultural. Este rechazo se sublima en la elección de una vía alterna de comportamiento individual y de grupo. Inadaptación social: la sociedad segrega a una capa de individuos que no se encuentran a gusto en su interior.

Rechazan un sistema social autoritario y jerárquico que silencia toda oposición radical, se niegan a ser los sirvientes del sistema. Cobrando así el aspecto de comunidades con un acentuado sentido de solidaridad hacia adentro y sin embargo enfatiza el individualismo de cada uno de sus miembros. Si los grupos *marginales* encuentran un campo abonado para el desarrollo de su trabajo especializado, se debe también a razones subjetivas. Existe un vacío que es político y social a la vez, ideológico y práctico.

La agresividad de la vida urbana puede demostrarse de muchas formas: la delincuencia juvenil es una de ellas, la *marginación* social es otra, el deseo de librarse del angustioso marco de la gran ciudad o de una sociedad masificadora y masificante puede ser para algunos artesanos urbanos un camino de *marginación*. Los movimientos *marginales* se muestran movidos por el resentimiento y surgidos en las grandes concentraciones urbanas.

El crecimiento acelerado de la población ha producido el fenómeno de las grandes aglomeraciones urbanas, que junto con el fenómeno tecnológico forma un conjunto en el que las nuevas generaciones deben necesariamente diferenciarse de las anteriores. Los artesanos urbanos disponen de la fuerza que les da su misma *marginación*, una fuerza subjetiva, objetivamente no disponen de unidad orgánica, ni de un mismo criterio ideológico, como grupo de presión tienen escasa fuerza y su composición es bastante heterogénea.

La *casta de los marginales* no representa un aspecto homogéneo y mucho menos a nivel de motivaciones subjetivas: unos buscan nuevas formas de vida y convivencia emancipándose de la sociedad, en otros casos, el móvil subjetivo lo constituirá la búsqueda de nuevas rutas espirituales, de caminos *iniciáticos* y *secretos* de realización espiritual. La ideología *marginal* - particular en cada una de las subculturas- estará presentada en una forma vulgarizada y comprensible para todos, en base a ella se creará una estrategia de acción y se constituirán grupos más o menos estables que lo lleven a la práctica.

Su particular concepción del mundo

¿Comparten los artesanos urbanos una misma ideología? Para esta investigación rechazamos la noción de ideología que la considera como producto de las desigualdades sociales y cuartada para el dominio de una clase sobre otra. Aceptamos la noción de ideología como subproducto comercializado y comercializable de una concepción del mundo. Las ideologías son esquemas de utilización política, condicionadas por circunstancias de lugar y tiempo, elaboradas para el gran consumo de las masas y por tanto no excesivamente rigurosas, ni exactas: formas funcionales de pensamiento para la era del consumo. La concepción del mundo son ideas que el hombre se hace de la vida y de su papel creativo en ella, de la historia y de las relaciones interpersonales, ideales nobles y justos por los que luchar.

Entre los artesanos urbanos, más que ideología podemos hablar de **temas de reflexión** que justifican la presencia de grupos alternos. Estos temas son: rechazo del esquema existente debido al capitalismo y la sociedad industrial. El individuo al engranarse en los mecanismos de producción para los que ha sido formado ya no es dueño de su trabajo, ni tiene poder para decidir cuestiones sobre él. En las sociedades de capitalismo avanzado todo trabajo es trabajo alienado en el que el productor no se puede identificar con su obra. El individuo se convierte en objeto y sujeto de la producción. Como trabajador, estará inmerso en un proceso de producción. Casi todas las profesiones dependen de un salario que deben recibir de una superestructura en la que están inmersos. Los artesanos urbanos le huyen a esta parte de la vida moderna. Su propuesta cultural implica un cambio en las estructuras mentales, usos, costumbres, hábitos sociales, etc. Recuperar la propia identidad, desalienarse, zafarse de los mecanismos de consumo y producción y confesar la propia personalidad, la vocación oculta, destrozarse los tabúes, mitos y formas de la civilización burguesa.

Los artesanos urbanos manifiestan un misticismo que se nutre de diversas corrientes. Pero no todos comparten la misma visión del mundo, no han unificado un imaginario general para todo el grupo. Entre los artesanos urbanos existen rudimentos ideológicos. La ideología de los *rockeros*, de los *hippies* y de los *punks* va íntimamente unida a la concepción que todos ellos se hacen sobre la sociedad. La postura frente a la sociedad está unida a esto. El nuevo estilo de vida es lo que tú quieras hacer.

Elementos de identidad

En la antropología contemporánea se habla de crisis de alteridad, pero en el lenguaje común las cosas suelen presentarse a la inversa. Es decir que no se habla de crisis de identidad. Para comprender bien lo que es una crisis de identidad es necesario estudiar la crisis, o la dificultad, de los sujetos y las instituciones de simbolizar cómo se establece la relación con el otro. Muchas veces llamamos crisis de identidad a cosas que no lo son, porque se afirman identidades aun cuando sean artificiales. Pero tendemos a pensar la identidad en relación con el otro. Es una identidad que se define sin referencia a aquello que es la alteridad relativa.

La etnología se ocupa de lo que se podría llamar la alteridad esencial o íntima. Las representaciones de la alteridad íntima sitúan la necesidad en el corazón mismo de la individualidad, e impiden disociar la cuestión de la identidad colectiva de la de la identidad individual. La representación del individuo es una construcción social que le interesa a la antropología, pero toda representación del individuo es necesariamente una representación del vínculo social que le es consustancial.

Los artesanos urbanos han adoptado una forma de vida que los caracteriza; forma de vida muy compleja, pero completamente integrada, en la cual es difícil separar lo económico de lo social, o de lo ideológico. Se presentan numerosos nutrientes, entre ellos la cultura del *rock* y los símbolos de identidad no occidental que manifiestan. Con esto, mucho antes de conocer el nombre de alguien, uno conoce su actitud ante el mundo institucional con él compartido. Cierta vago principio de la igualdad de los individuos ante la ley parece aplicarse allí.

Los artesanos urbanos presentan en sus prácticas sociales enormes semejanzas a su interior: forma de vestir, forma de actuar, de hablar y quizás de pensar, de apropiación y percepción del espacio, de nivel educacional, consumo cultural, uso del tiempo libre, uso de ciertas drogas. Ser un grupo de artesanos, el uso de espacios comunes, sus propias prácticas económicas y sociales, son elementos que les dan identidad como comunidad sociológica. Para comunicarse entre sí manejan un sociolécto. Como grupo comparten códigos e información que les permite mantener el diálogo: un universo simbólico.

Físicamente han establecido una serie de islas propias en varias ciudades, y una red de

comunicaciones eficiente para sus propósitos. Conceptualmente, colocan a las personas y a las experiencias dentro de su propio sistema cognitivo, el cual es suficientemente flexible como para acomodar fenómenos diversos.

Usan la vida del grupo y sus costumbres como norma para procesar información y entender a los demás; interpretan lo que observan en términos de su sistema de valores particulares. Su éxito comercial se debe a esta actitud mental tan abierta y flexible que les permite moverse en un mundo complicado, variado, en el que tienen experiencias y relaciones económicas muy diversas.⁷⁵

Han desarrollado una serie de mecanismos sociales e ideológicos adecuados para amortiguar el efecto de la cultura occidental sobre ellos. Han elaborado múltiples estrategias para amortiguar las presiones del medio urbano y han podido conservar sus rasgos. Tienen la flexibilidad social e ideológica para relacionarse con la economía y la cultura de la sociedad industrial, sin ser subsumidos ni absorbidos por ella. El comercio de sus artesanías ha permitido la reproducción de relaciones sociales y de estructuras particulares.

Hablar de motivos subjetivos al analizar relaciones económicas no está muy de moda en las ciencias sociales, pero explorar la conceptualización de la contracultura⁷⁶ a nivel ideológico es imprescindible para la comprensión tanto de las prácticas sociales como de la visión del mundo de este grupo y de lo que los distingue de la cultura dominante. La conceptualización mística y la actitud psicológica fortalecen la organización económica informal de su estilo de vida y son

⁷⁵ En todo esto no son distintos a los nahuas de Ameyaltepec descritos por Catherine Good Eshelman, en su libro *Haciendo la lucha. Arte y comercio nahuas de Guerrero*, 1988.

⁷⁶ La contracultura como proceso sociocultural va cambiando. Aunque los artesanos urbanos no manifiestan una oposición abierta contra las instituciones del Estado, forman una cultura alternativa. No están negando el total de la cultura pero están en contra del *establismenth*. Sus rasgos contraculturales tienen mucho más de ornamental y de escenográfico que de una subversión de las estructuras convencionales. Se ha renunciado a construir la *utopía*, se conforman con vivir en los resquicios que les deja la sociedad y reproducen prácticas convencionales, como el ambulante. En los hechos y en sus discursos tratan de vivir una cultura alternativa. Dentro de la cultura de la modernidad capitalista ellos son una subcultura con rasgos contraculturales: la búsqueda de un nuevo estilo de vida desafiado, la *psicodélia*; los artesanos urbanos están en contra de la burocracia, de la formalización política, de la rutina. La *banda* de artesanos urbanos es uno de los espacios de toda la estructura contracultural. Son grupos que se están constituyendo. La contracultura genera solidaridad.

elementos centrales de su comportamiento social. No hacen una distinción entre los motivos económicos e ideológicos, son un mismo universo.

Mantener este sistema contribuye estructuralmente a la cohesión de la organización socioeconómica del grupo. La fuerza de las relaciones recíprocas y de su ideología dentro de la cultura urbana pone una especie de barrera que obstaculiza la penetración de las relaciones económicas capitalistas en su propio terreno. Su talante aventurero, hasta el momento latente les urge a circular entre los nuevos espacios conquistados, a buscar pelea, a *batirse el cobre*, salir a la calle y defender su lugar en la sociedad: emborracharse hasta perder el sentido, formar parte de una orgullosa y pendenciera pandilla callejera, vivir en guerra declarada contra el sistema. Son una *banda* de vagabundos, *marginados*, *chusma*. El empleo de palabras malsonantes es parte de su estilo de vida, el libre uso de ellas lo demuestra.

Los artesanos urbanos al buscar sobrevivir no se someten de la misma manera al modo de producción dominante. El componente simbólico es de primordial importancia para entender el proceso de transmisión de su cultura dentro del contexto de la sociedad capitalista dominante: no aceptan su versión de la civilización. Se considera la venta de la fuerza de trabajo como un mal negocio. Se apodera de ellos una profunda humildad, el sentimiento de que mientras permanescan en *el rol* con su resaca, se van volviendo más y más hombres humildes. La lealtad última de los artesanos urbanos se alinea claramente con los primeros villanos: los *hippies*⁷⁷. La nueva izquierda y los *hippies* llegaron a los atisbos inaugurales de un nuevo estilo de revolución: a la revolución por el teatro, y sin guión. Un artesano urbano es un individuo *underground* urbano.

En síntesis, tenemos a un grupo que comparte características con otros grupos: ambulantes, *marginados*, *hippies*, artesanos, *rockeros*... Sin embargo, resulta difícil asimilarlos a cualquiera de éstas categorías por las particularidades que los distinguen. Más que profundizar

⁷⁷ En viajes de ácido los *hippies* habían encontrado las brujas y los demonios y el filo cortante de todo primitivo temor reverencial, el salvaje sentido de la explosión, la espoleta de la blasfemia, el fulminante del tabú ahora percutido, el rugido de respuesta de los dioses... ¿Estaba el pasado siendo consumido por el presente? ¿Por explosiones nucleares, y por explosiones en el cerebro vivo y colectivo en forma de explosivos ácidos, opio, whiskies, anfetaminas y otras drogas? Los *hippies* habían ido del Tibet a Cristo y a la Edad Media, eran alquimistas revolucionarios. [Mailer, 1989: 167]

en las condiciones objetivas que los vinculan a otros grupos sociales nos interesó analizar cómo los propios artesanos urbanos resignifican sus prácticas económicas -producción y comercialización de sus artículos- así como sus prácticas cotidianas de relaciones entre ellos y con otros sectores sociales, generando una identidad como grupo. El mantener estas relaciones y el poder elaborarlas y extenderlas han sido condiciones imprescindibles para la conservación de la identidad de este grupo.

BIBLIOGRAFIA

- APPADURAI**, Arjun (ed.). **La vida social de las cosas**, CNCA-Grijalbo, México, 1991, 406 pp.
- ARAIZA**, Elizabeth. "Para vestirse de sueños. La tribu de los nuevos artesanos urbanos", en, **La Jornada Semanal**, México, 24 de enero de 1993, pp. 40-42.
- AUGE**, Marc. **El viajero subterráneo, un etnólogo en el metro**, Gedisa, tr. Alberto Bixio, Buenos Aires, 1987 (Colección El Mamífero Parlante), 117 pp.
Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad, Gedisa, tr. Margarita N. Mizraji, Barcelona, 1993, 125 pp.
- BERMAN**, Marshall. **Todo lo solido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad**, Siglo XXI, tr. Andrea Morales Vidal, México, 1998, 386 pp.
- BOURDIEU**, Pierre. **Sociología y cultura**, CNCA-Grijalbo, México, 1990, 317 pp.
- CADENA**, Ernesto. **Los marginales**, Ediciones Acervo, Barcelona, 1978, 232 pp.
- CAMUS**, Albert. **El hombre rebelde**, Alianza Editorial, tr. Luis Echávarri, México, 1989 (El Libro de Bolsillo 925), 341 pp.
- CASTELLS**, Manuel. **La cuestión urbana**, Siglo XXI, México, 1976.
- COHN**, Norman. **Los demonios familiares de Europa**, Alianza Editorial, tr. Oscar Cortés Conde, Madrid, 1987 (AU 269), 329 pp.
En pos del milenio. Revolucionarios milenaristas y anarquistas místicos de la edad media, Alianza Editorial, tr. Ramón Alaix Busquets, Madrid, 1989 (AU 293), 393 pp.
- DOORE**, Gary (comp.). **El viaje del chamán. Curación, poder y crecimiento personal**, Ed. Kairós, tr. Enric Tremps, Barcelona, 1989, 330 pp.
- DOUGLAS**, Mary y Baron Isherwood. **El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo**, CNCA-Grijalbo, México, 1990, 237 pp.
- EJEA** Mendoza, Maria Teresa. De eso que llaman artesanías, Tesis de licenciatura, UAM-I, 75 pp.
"El sutil encanto de las artesanías. Notas sobre su consumo en la ciudad", marzo-1990, 22 pp.
- GARCIA** Canclini, Néstor. **Las culturas populares en el capitalismo**, Nueva Imagen, México, 4a. ed., 1989.
Culturas híbridas, CNCA-Grijalbo, México, 1989, 363 pp.
- GARCIA**, Hernández, Arturo. "La contracultura, vigente; persisten las condiciones que le dieron origen", Entrevista a José Agustín, en: **La Jornada**, México, 7 de marzo de 1993, p. 49.
- GOOD** Eshelman, Catherine. **Haciendo la lucha. Arte y comercio nahuas de Guerrero**, Fondo de Cultura Económica, México, 1988, 250 pp.
- HALL**, Edward T. **El lenguaje silencioso**, CNCA-Alianza Editorial, México, 1990, 231 pp.
La dimensión oculta, Instituto de Estudios de Administración Local, Madrid, 1973.
- HANNERZ**, Ulf. **Exploración de la ciudad. Hacia una antropología urbana**, Fondo de Cultura Económica, México, 1986, 383 pp.

- HOWARD**, Mel y Thomas King Forcade (comp.). **Libro de lectura clandestina**, Editorial Extemporáneos, tr. Carlos Gerhard, México, 1973, 450 pp.
- KROTZ**, Esteban. **Utopía**, UAM-I, 2a ed., México, 1988 (Colección CSH), 298 pp.
- LAPLANTINE**, Francois. **Mesianismo, posesión y utopía: las tres voces de la imaginación colectiva**, Gedisa, tr. Hugo Acevedo, Barcelona, 1977 (Colección Hombre y Sociedad), 216 pp.
- LECHNER**, Norbert. **NOTAS SOBRE LA VIDA COTIDIANA**, FLACSO, Material de discusión 50 y 53, Santiago de Chile, 1983.
- LEVI-STRAUSS**, Claude. **El pensamiento salvaje**, Fondo de Cultura Económica, tr. Francisco González Arámburo, México, 1964, 413 pp.
- LEZAMA**, José Luis. "Hacia una revaloración del espacio en la teoría social", en: **Sociológica**, UAM-A, enero-abril 1990, pp. 33-45.
- MAILER**, Norman. **Los ejércitos de la noche**, Anagrama, tr. Jesús Zulaika, Barcelona, 1989 (Panorama de Narrativas 162), 331 pp.
- MELVILLE**, Keith. **Las comunas en la contracultura**, ed. Kairós, Barcelona, 3a ed., 1980, 245 pp.
- MORALES**, Mario. **Milenarismo. Mito y realidad del fin de los tiempos**, Gedisa, Barcelona, 1980 (Serie Incógnita 1), 125 pp.
- MORO**, Tomas. **Utopía**, Espasa-Calpe Mexicana, 6a ed., 1986 (Colección Austral 1153), 145 pp.
- PLATTNER**, Stuart. **Antropología económica**, CNCA-Alianza Editorial, México, 1991, 626 pp.
- RACIONERO**, Luis. **Filosofías del underground**, Anagrama, 5a ed., Barcelona, 1987 (Contraseñas 4), 191 pp.
- ROSZAK**, Theodore. **El nacimiento de una contracultura. Reflexiones sobre la sociedad tecnocrática y su oposición juvenil**, Editorial Kairós, 7a. ed., tr. Angel Abad, Barcelona, 1981, 320 pp.
- Persona/Planeta. Hacia un nuevo paradigma ecológico**, Editorial Kairós, tr. Jordi Fibla, Barcelona, 1985, 406 pp.
- RUZ Buenfil**, Alberto. **Los guerreros del arcoiris**, Editorial Circulo Cuadrado, México, 1992, 299 pp.
- SAHLINS**, Marshall. **Cultura y razón práctica. Contra el utilitarismo en la teoría antropológica**, Gedisa, tr. Gregorio Valdivia, Barcelona, España, 1988, 243 pp.
- SANCHEZ**, Adolfo. **Del socialismo científico al socialismo utópico**, Era, 2a ed., México, 1981 (Serie Popular 32), 78 pp.
- SIGNORELLI**, Amalia. "Espacio urbano como experiencia cultural", en: Gimenez (comp.), **La teoría y el análisis de la cultura**, SEP-U de G.-COMECESO, Programa Nacional de Profesores Universitarios en Ciencias Sociales, México, D. F., 1987, pp. 329-343.
- STROMBERG**, Gobi. **El juego del coyote. Platería y arte en Taxco**, Fondo de Cultura Económica, México, 1985, 206 pp.
- STROMBERG**, Gobi, et. al. **La expresión artística popular**, Museo Nacional de Culturas Populares; Cultura/SEP, México, 1983, 134 pp.
- WINOCUR**, Rosalia. "La ciudad: del lugar al no lugar", Entrevista con Marc Augé, en **La Jornada Semanal**, tr. Mario Constantino, No. 261, 12 de junio de 1994, pp. 38-42.