

Piratería: la economía política en Tepito

Tesis que para optar por el título de Licenciado en Historia

Presenta:

Carlos Eduardo Alba Villalever

Director de la tesis: Dr. Federico Navarrete Linares

Sinodales:

Dr. Alberto Betancourt Posada

Dr. Renato González Mello

Dr. Javier Rico Moreno

Dr. Ignacio Sosa

Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Filosofía y Letras



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Índice

Índice de diagramas, cuadros, gráficos e imágenes	6
Agradecimientos	7
Advertencia	9
Introducción	10
Capítulo 1. Tepito: la capital nacional de la piratería (2008-1994).	25
Tepito	26
Un Estado dentro del Estado	
Condiciones del mercado	
Productos: mayoreo y menudeo	
La piratería y el contrabando	39
La piratería de CDs-DVDs	
Los DVDs	
Las cadenas de producción de los DVDs pirata	
Los bienes de “consumo intermedio”	
Transporte de mercancía para piratería	
Capítulo 2. Agotamiento, desarrollo y surgimiento de la fayuca, Tepito se internacionaliza, importa y distribuye (80s-70s).	52
Droga y fayuca	53
La droga	
La fayuca	
El fayuquero y la organización de la distribución	57
El fayuquero	

La pequeña escala	
Las organizaciones	
La bodeguisación y el éxodo demográfico de Tepito	
La gran escala	
Capítulo 3. Tepito: Barrio de oficios (70s-50s).	68
Casa y taller	69
Las vecindades	
Los talleres	
Los oficios y los mercados tepiteños	78
Los oficios tepiteños	
Los mercados tepiteños	
Capítulo 4. La industrialización por sustitución de importaciones en México; Tepito se configura (1950-1981).	84
El surgimiento de un modo de desarrollo orientado hacia adentro	85
El modelo primario exportador	
La Industrialización por Sustitución de Importaciones	
Primera fase de la ISI	
Segunda fase de la ISI	
La industria del calzado y su vínculo con la piratería	89
La producción del calzado	
Las picas zapateras, germen del modo de producción de la piratería en Tepito	
La presión demográfica	
La industria del calzado en Tepito	

La industria nacional	
Uruchurtu y la cooptación del “sector informal”	
Tercera fase de la ISI	107
Los límites del modelo	108
Capítulo 5. La reorientación de México hacia la economía mundial (1982-2005).	111
1976-1982: Bonanza, crisis, cambio económico e impacto social.	112
Las reformas económicas y sus actores.	115
Los acreedores externos	
Los organismos multilaterales	
Los grandes empresarios nacionales	
La nueva clase política en el poder	
La privatización de las empresas paraestatales y la reprivatización de la banca.	118
La desregulación de la inversión extranjera	122
Apertura comercial, eliminación de las barreras y establecimiento de acuerdos comerciales internacionales	124
La eliminación de barreras	
Los acuerdos comerciales internacionales	
La reinserción de México en la economía global: efectos sociales y locales.	128
Los impactos sociales del cambio estructural	
El GATT y la fayuca	
El “TLCAN”, la crisis y sus repercusiones en Tepito	

Capítulo 6. La economía política de la piratería.	140
La globalización económica.	141
Las cadenas destinadas a los productos	
Las cadenas de piratería	
La tecnología de la información/comunicación	147
La transformación de la “cultura material”	149
Las marcas	152
La piratería y los hábitos de consumo	156
Piratería y contrabando en el Distrito Federal	164
Capítulo 7. Los derechos de propiedad intelectual y las campañas contra la piratería.	168
Los derechos de propiedad intelectual	169
Las campañas contra la piratería	174
Conclusión.	179
Anexo 1	186
Glosario	190
Bibliografía	193

Índice de diagramas, cuadros, gráficos e imágenes

Figura 1. (Sentido del recorrido narrativo de la primera y segunda partes)	22
Diagrama 1. (Cadena de producción piratería)	48
Mapa 1. (Tepito y “perímetro A”)	27
Mapa 2. (Zonas de mayoreo y menudeo en Tepito. 2009)	38
Cuadro 1. (Calendario anual de eventos comerciales)	36
Cuadro 2. (Tasas de crecimiento de la industria según valor agregado, 1930-1970)	103
Cuadro 3. (Exportaciones e importaciones más importantes para México en 2005)	139
Cuadro 4. (Decomisos de mercancía pirata y de contrabando 2006-2008)	166
Gráfico 1. (Ingreso semanal, en pesos, de comerciantes informales en Tepito y el Centro Histórico según el género. (Julio 2007))	49
Gráfico 2. (Nivel de ingresos de los comerciantes informales de Tepito y el Centro Histórico según grado de escolaridad.)	50
Gráfico 3. (Arribo de la población al comercio informal por periodo)	51
Gráfico 4. (Consumo de piratería por nivel de ingresos.)	159
Gráfico 5. (Tasa de consumo y frecuencia de compra de piratería)	161
Gráfico 6. (Consumo de piratería por edades)	162
Gráfico 7. (Consumo de piratería según nivel educativo)	163
Imagen 1. (Tepito desde el aire)	28
Imagen 2. (“Diablero”, detalle de mural)	33
Imagen 3. (“capital en movimiento”, detalle de mural)	34
Imagen 4. (Icono de la estación de metro “Tepito”)	58
Imagen 5. (Fotografía de “los palomares” 2009)	65
Imagen 6. (“Ayatero”, detalle de mural)	79
Imagen 7. (Vendedor de viejo, detalle de mural)	81
Imagen 8. (Fotografía de la iglesia de San Francisco 1916)	98
Imagen 9. (Fotografía de la iglesia de San Francisco 1967)	98
Imagen 10. (Fragmento de tira cómica “Calvin&Hobbes” 1)	153
Imagen 11. (Logotipo Levi’s)	155
Imagen 12. (Logotipo Nike)	155
Imagen 13. (Fragmento de tira cómica “Calvin&Hobbes” 2)	156

Agradecimientos.

Este trabajo, como cualquier otra investigación, no hubiera sido posible sin el apoyo y la guía de muchas personas.

La ayuda y la intermediación de Armando Sánchez en varias ocasiones fue particularmente valiosa a lo largo de esta tesis por lo que le estoy muy agradecido. Agradezco también la amable disposición de todas las personas que me permitieron entrevistarlas: los habitantes de Tepito; los comerciantes “informales” y “formales”; los y las líderes de comerciantes del Centro Histórico y de Tepito, en especial la Sra. María Rosete Sánchez, siempre dispuesta a ofrecer ayuda a quien la necesita. Agradezco a la Dra. An Lan por expandir hasta China mis horizontes sobre este tema; a Alfonso Hernández, “hojalatero social”, cronista del barrio de Tepito y referencia obligada para todo aquel interesado en estudiar el barrio; al maestro Daniel Manrique, muralista de Tepito, cuya sensibilidad y técnica están presentes en la primera parte de esta tesis.

En el contexto de la universidad, me gustaría agradecer al Dr. Federico Navarrete por haberme presentado una visión de la historia que añoraba aunque no conociera, por su flexibilidad y buen humor a la hora de abordar una tesis sobre un tema espinoso y poco estudiado, así como por su disposición para revisar y comentar todos mis avances. Agradezco al Dr. Sosa, al Dr. González Mello, al Dr. Rico y al Dr. Betancourt, quienes componen el sínodo que examinará esta tesis, pero que sobre todo son maestros críticos y dedicados con quienes tomé varias clases y de quienes aprendí mucho. También quiero expresar mi gratitud hacia la Sra. Mary y a la Srta. Vero de la coordinación por toda su ayuda y paciencia a lo largo de mis peripecias burocráticas.

Quisiera agradecer especialmente a mi padre, Carlos José Alba Vega, por toda la ayuda que me brindó a lo largo de esta investigación, por sus comentarios y concejos metodológicos, por su disponibilidad para discutir sobre el tema mientras me encontraba redactando la tesis, y por sus palabras de aliento, un gran apoyo durante este proceso. Gracias Pa, significó mucho para mí... Agradezco también a la Dra. Marianne Braig, entrañable amiga, por alentar mi interés en el tema de la piratería, por las ricas discusiones que entablamos en varias ocasiones y sobre todo, por los comentarios que hizo a la primera parte de esta tesis.

Agradezco a mi familia, siempre presente, motor de mi historia. A mis padres quienes se han preocupado por darme tanto cariño y solidaridad, por enseñarme el mundo y hacerme entender que lo compartimos con *otros*. A mi madre, Lorenza Villa Lever, por motivarme y darme esperanzas sobre el futuro, por ayudarme en la difícil transición hacia la vida laboral y por hacerme ver que casi todo en la vida es cuestión de determinación. A mi padre, por su apoyo y su interés en mí, por mostrarme lo importante que son las bases y la constancia. A mi hermana Ximena, el relojito repetidor al lado de quien crecí, gracias

por compartir tantas cosas conmigo dudette. Agradezco a Vero, mi compañera, ejemplo de trabajo y dedicación, de goce y sencillez, con quien disfruto de apoyo y amor recíprocos. Gracias por acompañarme en tantos momentos difíciles y hacerme saborear tantos otros momentos agradables. Eres quien alimenta mis sueños y me impulsa a llevarlos a cabo. Agradezco a Chico, con quien siempre peleo y me divierto haciéndolo, como si fuéramos hermanos, por esforzarse en transmitirme todo el interés que hay en su disciplina. A mis tíos, tías, primos y primas, a mi abuela y toda mi familia por cada vez mostrarme nuevos lazos que nos unen a pesar de la distancia que nos separa.

También quiero agradecer a mis amigos y compañeros de la facultad, mi verdadera universidad, sin ustedes mis horizontes de posibilidad serían mucho más restringidos: no habría ni piratas, ni ducado; no habrían luchas de clases, ni ignominia; no habrían encuentros estudiantiles, no habrían cátedras exhaustivas contra la barbarie; no habrían *ismos*, ni *lugares comunes*; no habrían cubículos estudiantiles ni Seminarios Internacionales de Pensamiento Crítico. Por otra parte, agradezco a mi gran amigo Stu, mi gurú del “high-tech” y de la sustentabilidad, fuente de eternos conflictos internos e impulso continuo para llegar más lejos y disfrutar más la vida. Ningún libro puede remplazar lo que he aprendido con ustedes a lo largo de estos años.

Agradezco a toda la gente que ha enriquecido mi vida y me ha motivado para alcanzar mis objetivos y superar mis metas. A los tornillos, mis hermanos postizos, con quien he compartido tantas experiencias; a la niña de las antenas con quien comparto frecuencia de onda; a Vico Valata mi más viejo amigo, ocurrente y valeroso, pura sangre liviana... y a todas las demás personas que me han hecho quien soy y sería imposible nombrar en tan reducido espacio.

Finalmente agradezco a la Secretaría de Educación Pública por el apoyo económico que me otorgó mediante el programa “Bec@net Superior” para titulación del ciclo escolar 2008-2009.

Advertencia.

A lo largo de esta investigación se realizaron entrevistas a diversos líderes de comerciantes. Por discreción los nombres de todos los entrevistados han sido cambiados con excepción de los de Armando Sánchez, concejero de líderes, y de Alfonso Hernández, cronista del barrio de Tepito y referencia obligada para todo aquel interesado en el tema.

Introducción

*Oye papi ¿Por qué se ve mal la película?
Ahhh, por que la compré en la calle
Y ¿por qué la compraste en la calle?
Porque es más barata
Y ¿Por qué es más barata?
Porque el señor que las vende las hace en su casa
Y ¿por qué las hace en su casa?
Porque no quiere que lo vean
Y ¿por qué no quiere que lo vean?
Porque lo que está haciendo está mal y se ve mal
¿Cómo la película?
Sí... como la película
Campaña contra la piratería*

Desde pequeño siempre me ha encantado el cine; puedo ver una película tras otra sin cansarme. Durante la licenciatura en historia asistía asiduamente al cine, tres o cuatro noches a la semana. Ahí tuve mi primer contacto con las campañas contra la piratería ¡fue un escándalo! La lógica argumentativa de los *spots* que inundaban el cine, la televisión, las películas rentadas y compradas parecía sorprendentemente miope o de un cinismo descarado.

Durante esa misma temporada tuve la oportunidad de integrarme a un seminario titulado “Crítica de la historia universal”, en el marco de la licenciatura, que me presentó nuevas perspectivas sobre la historia. Se trataba de un tratamiento interdisciplinario muy diverso que, además, contemplaba la realización de trabajos históricos que abordaran problemáticas contemporáneas. Se trataba de una mirada muy refrescante para mí, por lo que inmediatamente me sentí motivado para abordar el problema del discurso en torno a la piratería.

El resultado fue un pequeño trabajo que daba un panorama increíblemente general y poco acabado de la piratería; analizaba el discurso contenido en comerciales y trípticos de las campañas, pero no contemplaba la complejidad del fenómeno. Sin embargo, también me permitió tener mi “primer contacto” con el comercio ambulante y su organización.

Johanna Parra, una estudiante colombiana que conocí en esa misma época, se encontraba realizando su tesis de doctorado sobre el problema del contrabando y realizaba su trabajo de campo en las calles inundadas de puestos en el Centro Histórico de la Ciudad de México¹. Uno de sus objetivos fue recopilar datos estadísticos sobre el comercio informal y para ese efecto se puso en contacto con el líder de las calles Leona Vicario y Miguel Alemán. La propuesta era sencilla: realizar una encuesta a los vendedores ambulantes de esas calles, incluyendo información pertinente al líder a cambio de su apoyo e intermediación. Así, durante un par de meses se llevaron a cabo largas encuestas a los poco más de 600 comerciantes de esas calles, en las que tuve la oportunidad de participar muchas veces.

El contacto con los comerciantes ambulantes y la gente vinculada al líder me permitió empezar a comprender un poco mejor el fenómeno y me hizo voltear la mirada hacia el otro lado del eje 1 Norte, al barrio de Tepito, a donde fuimos acompañados en algunas ocasiones. Pero sobre todo, me permitió conocer a Armando Sánchez, sin cuya ayuda esta investigación hubiera sido más pobre.

Armando trabajó durante varios años en la delegación Cuauhtémoc, en las oficinas de vía pública, estuvo en contacto –desde la parte oficial– con la problemática del comercio callejero desde hace mucho tiempo. Está familiarizado con las políticas y los modos de actuar de la delegación respecto al comercio informal y la ocupación de la vía pública. Por otro lado, Armando tiene una gran sensibilidad política y una enorme capacidad para hacer amigos. Estas características le han permitido formar una red de amistades que incluye a líderes de organizaciones de comerciantes ambulantes, comerciantes formales e informales, funcionarios, académicos, miembros del sector empresarial mexicano, entre otros, que lo mantienen al día acerca de la problemáticas cotidianas de los comerciantes en el centro histórico y en el barrio de Tepito.

Estas cualidades le han permitido hacerse de un nicho en el mercado laboral informal: se ha convertido en un concejero itinerante de líderes de ambulantes y en un intermediario que pone en contacto a partes interesadas en interrelacionarse o en solucionar

¹ Esta investigación se enmarcaba en un proyecto más amplio, auspiciado por el Institut de Recherche pour le Développement (IRD) y El Colegio de México.

conflictos específicos. Funciona para los líderes como un barómetro que mide la presión política; es a todas luces un politólogo del sector informal cuyos análisis nutren las decisiones de los líderes.

Viéndolo desenvolverse laboralmente en algunas ocasiones, me di cuenta de la multiplicidad de actores relacionados con el sector informal y la diversidad de actividades en las que se involucraban. No solo es impresionante la cantidad industrial de mercancías pirata exhibidas en las decenas de calles que forman el mercado de Tepito; la amplitud y diversidad de las redes sociales que se articulan para que logren llegar ahí va más allá de fronteras geográficas y sociales. Involucra a grandes sectores de la sociedad a nivel global y nacional; solo en México cientos de miles de personas se dedican a su producción y venta, y millones de personas los consumen. Desde el corazón de la capital mexicana, junto al palacio nacional y la catedral metropolitana, hasta el último rincón de los pueblos existen tianguis donde se venden productos piratas.

Sin embargo, la piratería, en su concepción contemporánea, tiene una vida corta. Existe desde hace cerca de 30 años y se inscribe en cierto sentido en el proceso de globalización: la globalización de la tecnología y la economía, la globalización de la producción y circulación de mercancías e información, la globalización de las *marcas*. Su nacimiento, en el caso de México, fue el resultado de la apertura del mercado que aceleró los intercambios comerciales y permitió la llegada masiva de la inversión extranjera, cierta tecnología y una orientación de la sociedad hacia el consumo de nuevos productos.

Por otra parte, la piratería es un fenómeno muy relacionado con las grandes desigualdades sociales y la pobreza que prevalece en el contexto de los países en vías de desarrollo, sobre todo los más grandes, como: China, Brasil, Rusia y México, que son considerados los principales países de producción pirata en el mundo.

Este fenómeno vincula el alto desarrollo tecnológico con los sectores populares; a través de la instrumentación de tecnologías para reproducir herramientas, procedimientos y productos culturales, se ha convertido en un medio de vida que brinda acceso al consumo a millones de mexicanos.

Esta lógica “democratizadora” parece estar en contradicción con la lógica neoliberal de

producción, pero sobre todo atenta contra el papel hegemónico en el mercado de las grandes empresas transnacionales. Por lo tanto, la posición que ha adoptado el Estado frente a la piratería se ha venido transformando bajo la presión de fuerzas y actores nacionales e internacionales que promueven las políticas económicas del neoliberalismo.

El estudio de la piratería nos permite examinar cómo se han transformado las relaciones sociales entre diversos sectores de la sociedad bajo la influencia y la acción directa de la economía liberal y el desarrollo tecnológico que conlleva, en particular en su faceta de libre cambio. Nos lleva a indagar en la transformación de las ideas a través de los cambios en el discurso sobre un problema de historia contemporánea, la historia de la propiedad intelectual, y nos permite profundizar en la relación entre el ser humano y el mercado.

Por otra parte, me atrajo la idea de introducirme a la piratería porque es un tema poco estudiado. La producción académica en torno a este fenómeno es escasa: se han realizado pocas investigaciones desde el campo de las ciencias sociales. Por otro lado, consideré que la novedad del tema nos permite poner a prueba el método, las técnicas y las fuentes que se utilizan para la reconstrucción, el análisis y la interpretación de la historia contemporánea, en este caso, con un incentivo y un desafío adicionales porque es un fenómeno que por su naturaleza trata de no dejar ninguna huella.

Todos estos factores me llevaron a proponerme investigar las condiciones históricas por las que México se había convertido en uno de los principales países que llevan a cabo la producción, distribución, venta y consumo de piratería en el mundo y por las que Tepito se había convertido en su principal agente.

En México, el barrio de Tepito es desde hace muchos años el referente obligado al hablar de piratería y contrabando. El desarrollo histórico del barrio desde principios del siglo XX funcionó como un campo de cultivo para el desarrollo de actividades ahora llamadas “informales”. A principios del siglo XXI Tepito es sin lugar a duda la capital nacional de la piratería.

Tepito es un escenario complejo que ha sufrido profundas transformaciones durante los últimos 50 años. La vida de este barrio “marginal” ha estado marcada por dos conflictos particulares relacionados con el crecimiento de la ciudad y con sus actividades productivas: la

lucha por la vivienda y la lucha por la calle. Sus actividades vinculan entre sí a la sociedad civil, al gobierno, al sector privado y a los vendedores ambulantes desde el plano geográfico hasta el plano discursivo.

La piratería, y su comercio en la calle, atienden algunas de las contradicciones del sistema en el que vivimos: genera empleo, satisface el consumo, libera tensiones sociales y crea situaciones de compromiso entre sectores distintos de la sociedad. Es una válvula de escape que pone de manifiesto tanto la desigualdad en la distribución del ingreso y la capacidad de acceso al consumo, como la de las relaciones políticas y económicas entre países desarrollados y aquellos en vías de desarrollo.

Sin embargo, de manera paradójica, y a pesar de los reclamos ligados a su legitimidad por parte del sector empresarial, la piratería en Tepito, su nodo principal en México, replica las formas, los procesos y las estrategias propios de la empresa neoliberal a partir de la utilización de la tecnología, las telecomunicaciones y los sistemas de organización productiva.

Interesa entonces examinar a nivel micro el desarrollo histórico de este mercado negro “establecido” a la luz del día, así como las formas concretas en las que ocurre esta forma de “globalización desde abajo”² centrada en la piratería y el contrabando, y el significado que ha tenido en términos económicos, políticos y sociales.

La hipótesis que pretendemos poner a prueba en esta investigación se puede formular de la siguiente manera:

La piratería en su versión moderna, que es la copia, con fines comerciales y sin pagar los derechos de autor, de ideas, procesos y productos registrados, es un fenómeno muy reciente que data de las tres últimas décadas. Su emergencia y desarrollo han sido

² Se trata de un tipo de globalización “no hegemónica”, llevada a cabo por agentes cuyas actividades económicas desafían al *establishment* económico en los niveles local, regional, nacional, internacional y transnacional. Por ello quienes participan son vistos como un desafío para el sistema y para las élites del poder político y económico, quienes tratan de controlarlos. Estos agentes permiten el acceso a flujos de riqueza global que de otra manera los rangos más vulnerables de la población de toda sociedad no podrían alcanzar, y además crean brechas de movilidad social ascendente o posibilitan la sobrevivencia en economías nacionales y globales que no tienen la capacidad de ofrecer empleo a todos sus ciudadanos. Para un mayor desarrollo de esta categoría puede verse Gustavo Lins Ribeiro, “Otras globalizaciones. Procesos y agentes alternativos transnacionales”, en *Alteridades, laboratorio de cultura urbana*. Año 18, Núm. 36, Julio-Diciembre de 2008. México D.F., Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de Antropología. pp. 175-200.

posibles por la confluencia de factores que se sitúan en tres niveles: global, nacional y local.

A nivel global, los grandes cambios políticos y económicos orientados a la liberalización y desregulación de la economía bajo el impulso de las grandes empresas transnacionales interesadas en expandir el comercio mundial y en lograr una división segmentada de la producción para abaratar los costos. Esta liberalización y reestructuración productiva de la economía, así como la aparición de la piratería en cuanto a su viabilidad técnica, han sido posibles por la tercera revolución científica y tecnológica aplicada a la información, la cual hace posible la compresión del tiempo y del espacio, y la reproducción, de manera dispersa y a pequeña escala, de productos digitales a bajo costo y con calidad suficiente.

En el nivel nacional, la emergencia de la piratería se explica por varios factores. Desde una perspectiva social, las fuertes desigualdades sociales, las crisis sucesivas que ha vivido el país, el desempleo, el subempleo y la pobreza, llevaron a la población a buscar y a veces a encontrar en ella una salida a muchos de sus problemas. Desde un ángulo económico, la eliminación de las barreras al comercio en México, como en otros países, facilitó la “globalización desde debajo” de los sectores sociales de bajos ingresos.

Los procesos globales y nacionales requieren de una base local para que puedan ocurrir. En el caso de la piratería, el “barrio bravo”³ de Tepito se convirtió en el lugar idóneo para su emergencia, desarrollo y venta a gran escala gracias a sus condiciones históricas, geográficas, sociales, culturales y políticas.

Accesible a pie desde el centro de la capital nacional, el mercado de Tepito fue convertido desde finales del siglo XIX, por disposición oficial, en el lugar donde se concentraría la compra-venta de los productos de usados y de segunda mano de la economía que los sectores populares compraban o recuperaban en toda la ciudad. La población en Tepito se alojaba en barracas de madera que funcionaban al mismo tiempo como puesto y en los “cuartos redondos” de antiguos mesones, hechos para recibir a los arrieros que venían a comerciar a la capital. Estos, eventualmente se transformaron en

³ Como veremos más adelante, Tepito recibió su famoso apelativo de “barrio bravo” gracias a la tradición de luchadores pugilistas.

viviendas de alquiler llamadas “vecindades”, por las que el barrio también es conocido. Para mediados del siglo XX, una parte de la población migrante que llegó a la ciudad de México, combinó vivienda y taller para producir calzado en forma dispersa; Tepito se convirtió en un espacio de producción y venta de calzado para la población de bajos ingresos.

Sin embargo, el proceso de apertura económica permitió que entrara a México desde finales de los años ochenta calzado muy barato contra el que los productores locales no pudieron competir y debieron cerrar casi todos sus talleres en los años noventa y sobre todo a principios del nuevo siglo. Pero el mismo proceso de apertura y la “democratización” de las tecnologías de reproducción de audio y vídeo hicieron posible que se rearticulara la economía local hacia un nuevo nicho de mercado abierto por la liberalización y las nuevas tecnologías. Esta nueva actividad económica, la producción y venta de piratería, se incrustó y prosperó rápidamente en las redes sociales y en el ambiente cultural de Tepito, ligado a la producción, la venta, y el consumo de productos de la economía subterránea: ropa y otros objetos usados, calzado producido en talleres no registrados, venta de productos de “fayuca” y de contrabando. Así, Tepito, con decenas de organizaciones de vendedores que agrupan a varias decenas de miles de comerciantes, se convirtió, en el ámbito local, en un nodo, el lugar más destacado en la producción y venta de piratería en México, una de las formas predominantes de la “globalización desde abajo”.

Para poner a prueba esta hipótesis nos preguntamos lo siguiente: ¿Qué es la piratería y cuáles son sus principales características en México; cómo se materializa en un caso concreto, el del barrio de Tepito, en donde se articulan fuerzas globales y locales? ¿Qué factores económicos, sociales, jurídicos y políticos facilitan la emergencia de la piratería? ¿Cuáles son las condiciones científicas y tecnológicas necesarias para que pueda prosperar y desarrollarse la piratería? ¿Cómo se ha representado y reglamentado el tema de la propiedad intelectual y de la piratería en México y en función de esto, qué acciones ha emprendido el Estado contra ella? ¿Cómo se ha articulado el discurso en torno a la piratería y qué podemos deducir a partir de éste en cuanto a las relaciones entre el Estado, el sector privado y la sociedad civil, así como aquellas entre el sector privado internacional y los países en vías de desarrollo?

Para la realización de esta investigación hicimos uso de una metodología ecléctica, de una “caja de herramientas” abastecida por varias ciencias sociales a la manera de la “socio-historia” de Gerard Noiriel⁴. Esta aproximación responde a la preocupación por comprender un fenómeno polifacético y esquivo que involucra a actores sociales muy diversos (comerciantes ambulantes, autoridades, sociedad civil, sector privado, actores tanto locales como globales, etcétera) que se encuentran separados por fronteras temporales, geográficas y sociales pero se encuentran unidos por “lazos invisibles”.

Hoy, la manera en la que nos vinculamos con nuestros congéneres va mucho más allá de la esfera de los intercambios directos que tienen su fundamento en las relaciones personales. Estamos “relacionados a distancia”⁵ con millones de personas desconocidas con las que ignoramos que sostenemos relaciones de interdependencia – o de poder a fin de cuentas –, y afectan la manera en la que se desenvuelve nuestra vida: nuestro modo de concebir el mundo, de actuar en él, así como la manera en la que nos relacionamos con los actores sociales con los que tenemos un contacto directo.

Por estas razones creímos necesario adoptar dos enfoques para realizar este trabajo: Uno diacrónico (que abarca las dos primeras partes del trabajo) pretende rastrear la génesis de la piratería, sus condiciones de surgimiento, desarrollo y cambio a través del tiempo a distintas escalas y niveles⁶. Y otro sincrónico (presente todo a lo largo de la tesis y particularmente puesto en evidencia en la arquitectónica del texto) hace énfasis en la estructura y la coyuntura; en la relación entre los actores de todos los niveles y escalas.

El enfoque diacrónico se llevará a cabo para un periodo que abarca desde alrededor de los años 50s del siglo XX hasta nuestros días. Sin embargo, el énfasis se hizo en los años que van desde 1980 hasta la actualidad. Nos centraremos fundamentalmente en el caso mexicano, a partir del estudio de caso del barrio de Tepito. El problema se abordara a dos escalas, una

⁴ Gérard Noiriel, *Introduction à la socio-histoire*. Éditions La Découverte, paris, 2006. (repères)

⁵ Gracias a la creación de la escritura, de la moneda, y recientemente, en el marco de los procesos globalizadores, al desarrollo de las tecnologías de comunicación/información y a la liberalización de las economías, hemos logrado institucionalizar los intercambios y atar entre nosotros “lazos invisibles” que unen a millones de personas que no se conocen entre ellas. Noiriel, *Introduction à la socio-histoire*. 2006. P.4

⁶ Por “escalas” nos referimos a una categorización muy amplia de contextos espaciales: local, nacional, global. Que en este caso corresponden al barrio de Tepito, a los Estados Unidos Mexicanos, y al territorio integrado al proceso de globalización. Por “niveles” nos referimos a una categorización también muy amplia de algunos sectores sociales: sociedad civil, sector privado, instituciones, Estados.

local y la otra nacional. Además, privilegiaremos la perspectiva del actor social predominante en cada uno de esos ámbitos.

En la primera parte se abordará el problema desde la perspectiva de los agentes locales, a partir del estudio de caso de Tepito en el que daremos particular importancia a la forma en que la piratería, como actividad económica, se enraíza o se imbrica en un tejido social y un ambiente cultural específicos.

En la segunda parte abordaremos la problemática a escala nacional, desde una perspectiva más economicista que privilegia el estudio a nivel del gobierno y las instituciones. Pretendemos enfatizar en el impacto que tuvieron las políticas económicas y los fenómenos demográficos por los que atravesó el país durante el mismo periodo y condicionaron el desarrollo histórico y social de las localidades y sus actividades, en este caso el comercio informal y en particular la piratería.

El enfoque sincrónico está presente en todo el trabajo y se expresa de diferentes maneras. Buscamos orientar la mirada hacia los “lazos invisibles” que unen a actores sociales muy diversos, quienes aparentemente se encuentran separados por brechas económicas, sociales, culturales y geográficas. Lo haremos a través de la arquitectónica del texto, y de los temas tratados en la última parte de la investigación.

Por un lado, por medio de la arquitectónica del texto pretendemos mantener un paralelismo, a veces explícito y a veces implícito, entre la escala local y la nacional. La primera y segunda partes de esta investigación abarcan los mismos periodos. Tratamos de subrayar los momentos de coyuntura y cambio a partir de los cortes entre capítulos que corresponden, *grosso modo*, a las tres crisis económicas más importantes por las que ha transitado el país en los últimos 50 años: 1971, 1982, 1994.

Por otro lado, en la tercera parte de la tesis, el tema de la piratería será abordado desde la perspectiva de algunos procesos globalizantes (liberalización económica, desarrollo de la tecnología de la información/comunicación, etcétera), que evidencian los vínculos entre actores sociales pertenecientes a distintos medios y que a han permitido ampliar el alcance de las “relaciones a distancia”. Finalmente estudiaremos algunos discursos que se han generado en torno a la piratería y buscan configurar la distribución del poder en esas relaciones de

interdependencia.

Las técnicas de investigación que se utilizaron son diversas a lo largo de todo este trabajo, dependiendo de la escala del alcance. Fueron elegidas especialmente para abordar, de la manera más adecuada, cada parte.

En la primera parte, la mirada va de lo general a lo particular, examinamos el problema a partir de un espacio local concreto, el barrio de Tepito, donde se recurrió a la observación directa en múltiples recorridos por las calles, los mercados, las tiendas y los puestos. De esta manera pudimos compartir el contexto y profundizar en la investigación a través de las dinámicas de la vida cotidiana de los actores involucrados en el marco de la investigación.

Una de las técnicas más útiles para esta parte de la investigación fue la aplicación de entrevistas a profundidad, semiestructuradas, a informantes clave sobre estos temas. La información obtenida en entrevistas aplicadas a líderes de organizaciones de comerciantes en vía pública, a sus asesores, a vendedores ambulantes de discos, películas y *software*, a comerciantes y sus representantes del sector formal y al cronista de Tepito fueron fundamentales para lograr una reconstrucción histórica y para comprender la economía política de Tepito. Los resultados de esta técnica nos permiten enfatizar la importancia de la utilización de la historia oral en las investigaciones históricas de nuestros días, solo viable cuando los actores y los testigos están aún presentes y se puede aprovechar su memoria histórica, sobre todo para la reconstrucción de fenómenos de los que nadie desea dejar impronta oficial, que son propios de la “economía subterránea”.

También pudimos incorporar la experiencia que tuvimos cuando participamos en una parte del levantamiento de una encuesta que se aplicó a alrededor de 600 vendedores ambulantes en las calles de Leona Vicario y Miguel Alemán, al Oriente del Centro Histórico del D.F., en la que se indagó sobre el mercado de trabajo, la familia, los itinerarios profesionales, la escolaridad y otras características de los vendedores en vía pública.

Por otra parte, un aspecto metodológico interesante, relacionado con la proximidad temporal del objeto de estudio a nuestro presente, fue que tuvimos la oportunidad de llevar a cabo un análisis documental informático. La capacidad de ordenamiento de información de las computadoras en función de bases de datos, nos permitió hacer una búsqueda

hemerográfica que abarca desde el primero de enero de 1993 hasta el 26 de mayo de 2009, dirigida específicamente al objeto de estudio. Se utilizaron las palabras “Tepito” y “piratería” como filtros de información; esto nos permitió consultar los 397 artículos que incluyen estas dos palabras en *Reforma.com*, la versión electrónica del periódico *Reforma, corazón de México*, así como algunas otras búsquedas dirigidas. Dada la orientación de este periódico, preocupado por temas económicos, políticos y sociales ligados a los sectores empresariales, se dedica particular atención a cubrir el tema de la piratería y por lo tanto también se incluye a Tepito. Este fue el principal criterio para seleccionarlo.

Finalmente, se llevó a cabo un rastreo de fuentes de información primarias y secundarias sobre los temas de la piratería y de Tepito. Es importante precisar que el acceso a fuentes documentales primarias fue limitado, dada la naturaleza clandestina de las actividades estudiadas. Ésta constituye una de las principales limitaciones de este estudio. Nos hubiese gustado mucho haber explorado archivos que contengan información sobre contrabando y piratería, por ejemplo los de Hacienda, los de la Procuraduría General de la República, los de las instancias policíacas que se encargan de perseguir estos delitos. No obstante, consideramos que esa tarea rebasaba el alcance y las posibilidades de una tesis de licenciatura. Sin embargo, esta situación nos permite plantear una problemática interesante para estudios posteriores ¿Cómo puede hacerse la historia de actividades que buscan no dejar rastro? ¿Qué tipo de fuentes escritas más allá de las periodísticas se pueden explorar?

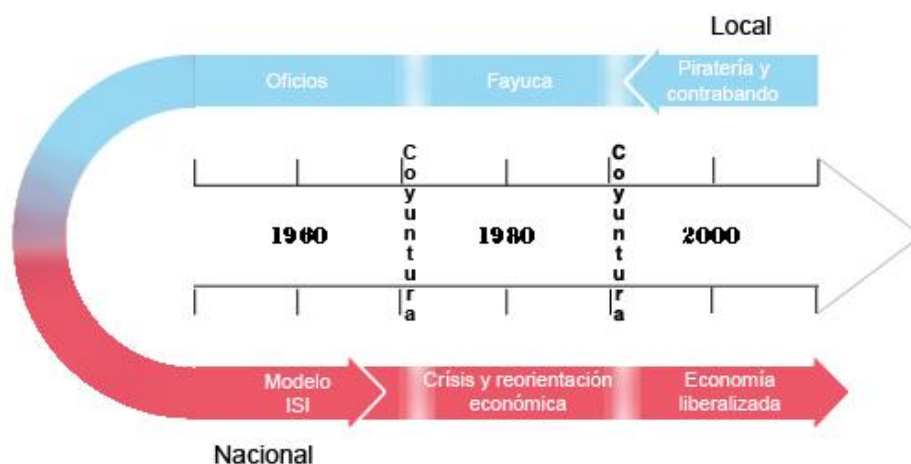
En la segunda parte estudiamos el problema desde una perspectiva nacional enfocada en los aspectos económicos que dominaron al país, la manera en la que afectaron la vida en el caso concreto de Tepito y en que lo vincularon con el contexto global. Para realizar esta parte del trabajo se recurrió principalmente a fuentes secundarias. Sin embargo, también fue necesario hacer uso de varias entrevistas realizadas con habitantes del barrio, para vincular el contexto nacional con el local. Finalmente, se utilizaron algunas fuentes primarias, principalmente información proporcionada por distintas secretarías en sus páginas de internet.

Para la tercera y última parte se recurrió al análisis de algunas fuentes primarias, principalmente documentos audiovisuales e impresos que nos permitieron estudiar “cualitativamente” el discurso que se ha generado en torno a la piratería. La “Guía para el docente” en la materia de “Formación Ciudadana, hacia una Cultura de la Legalidad”

resultó particularmente útil. Se revisaron las leyes que conciernen los derechos de propiedad intelectual e industrial con el objeto de analizar el marco legal que encuadra la venta de piratería. También se utilizaron datos estadísticos de diversas fuentes que nos permitieron analizar desde una perspectiva “cuantitativa” los diversos aspectos del fenómeno que estudiamos y contrastar las hipótesis sugeridas por el método “cualitativo”. Las fuentes secundarias fueron utilizadas principalmente para presentar el contexto global y las bases teóricas empleadas en el análisis del objeto de estudio y el discurso que se ha generado en torno a él. Finalmente, fueron utilizadas varias entrevistas que nos permitieron, una vez más, mantener el contacto entre escalas distintas y enriquecer cualitativamente la investigación.

La organización y exposición de este trabajo es un poco *sui generis*. Como mencionamos antes, las dos primeras partes tienen un enfoque diacrónico y la tercera y última uno sincrónico. La primera parte es un estudio retrospectivo de la piratería en Tepito; está compuesta por tres capítulos que segmentan la narración en momentos coyunturales, mientras se avanza del presente hacia el pasado. En la segunda parte el análisis discurre en sentido contrario, del pasado hacia el presente, se estudian las transformaciones económicas por las que atraviesa el país durante el mismo periodo. La división entre los dos capítulos de esta parte coincide con la primera segmentación de la parte anterior, aunque se hace énfasis en los mismos momentos coyunturales para las dos. La tercera parte tiene dos capítulos que tienen por objetivo destacar, principalmente a partir del discurso, los vínculos que atan a las partes anteriores y problematizar en cuanto a la naturaleza de las relaciones de poder que establecen.

Figura 1. Sentido del recorrido narrativo de la primera y la segunda partes.



Fuente: elaboración propia.

Se inicia pues, haciendo un estudio retrospectivo de la piratería en Tepito desde su auge hasta las condiciones, muy anteriores, que permitieron su emergencia y la configuración de las relaciones de producción que le dieron forma. En ese sentido, ensayamos una reconstrucción histórica de la piratería a partir del presente. Esta aproximación nos permitirá zambullirnos desde el principio en nuestro tema de interés al mismo tiempo que planteamos las particularidades del caso de Tepito.

En el primer capítulo se examinan las formas concretas que toma el fenómeno estudiado, la piratería, a partir del caso de Tepito, uno de los mercados negros más grandes del mundo, donde la venta de piratería es una de las actividades principales.

En el segundo capítulo se estudia cómo se internacionalizó un barrio tan tradicional y tan local, como fue Tepito, para convertirse en nodo y distribuidor de productos de contrabando desde la pequeña hasta la gran escala a través sus agentes locales. En este capítulo se apoya la idea de que el desarrollo de la *fayuca* en Tepito fue una condición *sine qua non* para el desarrollo de las redes de contrabando y piratería que permiten su distribución en el barrio.

En el tercer capítulo nos remontaremos a una época en la que Tepito se caracterizaba por ser un barrio de oficios, especializado en la producción de calzado y objetos de cuero y piel a pequeña escala. Estudiaremos la relación que tuvieron esas actividades, estrechamente vinculadas al espacio de la vivienda (las vecindades), con el

futuro mercado de productos piratas. Esta parte nos ofrece la oportunidad de examinar la imbricación de las actividades económicas con el tejido social y el campo cultural.

En una segunda parte, compuesta por los capítulos cuatro y cinco, se lleva a cabo el mismo recorrido temporal en sentido contrario, del pasado hacia el presente, y desde una perspectiva nacional que nos permita vislumbrar de qué manera influyeron las condiciones políticas, económicas, y sociales que conformaron al barrio de Tepito y a la configuración de su economía política.

En el cuarto capítulo, desde una perspectiva nacional, analizaremos la influencia de un modelo de “desarrollo orientado hacia adentro”, como lo fue el modelo de industrialización por sustitución de importaciones (ISI) en México, en la configuración social y económica de un barrio marginal capitalino dedicado a la producción de calzado a pequeña escala.

El quinto capítulo expondrá el impacto que tuvo la crisis de la deuda de 1982 sobre el abandono del modelo de desarrollo y en qué consistió este cambio que tanta influencia tendría en la expansión de la piratería en Tepito.

Finalmente, la tercera parte está reservada para los dos últimos capítulos, los cuales tratarán las cuestiones del desarrollo tecnológico y la globalización que enmarcaron e influyeron en la reconfiguración de los procesos productivos y de consumo que darían lugar a la piratería y a la manera en la que se ha llevado a cabo la lucha en su contra.

En el capítulo seis analizaremos en qué consiste la piratería en cuanto a su producción material, su consumo por parte de la sociedad mexicana y en particular la de la ciudad de México. El problema se abordará desde la perspectiva del desarrollo tecnológico, de la masificación de los medios de comunicación, y en consecuencia, del discurso contenido en ellos. Esto nos permitirá darnos una idea de la naturaleza de los factores a los que el fenómeno de la piratería responde.

En el último capítulo estudiaremos las campañas que ha realizado una parte del sector empresarial, en los medios masivos de comunicación, para combatir la piratería, así como las razones de su tipificación como actividad ilegal por parte del Estado. Además,

expondremos cuáles son las bases técnicas y legales que le dan lugar y las implicaciones que tienen para la sociedad. En este último capítulo el discurso también tiene un papel central; nos permitirá entender cómo buscan configurarse las relaciones de poder y cómo están de hecho configuradas estas relaciones en México.

Finalmente, expondremos las principales conclusiones derivadas de este estudio.

Capítulo 1

Tepito: la capital nacional de la piratería

(2008-1994)

“Conozca México, visite Tepito.”

Daniel Manrique

Tepito Arte Acá

Tepito es un espacio complejo, es lo que Gustavo Lins llamaría un “espacio global fragmentado”, es el principal nodo de una vasta red de producción y distribución de mercancía de todo tipo, que vincula a agentes con orígenes y actividades muy diversos en un territorio bien delimitado. Por esta razón, se trata de un escenario particularmente sensible a los cambios en el clima político, social, económico y cultural mexicano. En particular desde 1994 las transformaciones que Tepito ha sufrido son una clara reacción a las políticas económicas de nuestro país. Este mercado paralelo, negro, se ha hiperflexibilizado como respuesta a la súper flexibilización del mercado “oficial”.

Las actividades que se desarrollan en Tepito nos permiten estudiar la situación que vive y ha vivido nuestro país desde sus calles. Las formas de organización al interior del barrio, el control del espacio, la gestión de su inmenso mercado callejero, los distintos tipos de mercancía que encontramos en los puestos y la diversidad de actores que coexisten en su interior constituyen un mosaico heterogéneo en el que florecen actividades económicas paralelas a las del mercado “oficial” y expresan las debilidades del Estado y la sociedad mexicanos.

Por lo tanto, será importante preguntarnos ¿De qué manera funciona un barrio dominado por una función comercial? ¿Cuáles son los intereses que coexisten pacífica y violentamente al interior de este espacio? ¿Qué tipo de productos se venden en su interior? ¿A qué tipo de comprador están dirigidos esos productos? ¿Cómo se articula la producción, distribución, venta y consumo de mercancías piratas? ¿Qué papel jugó el contrabando en el

establecimiento de esas cadenas de producción? ¿Qué factores tecnológicos permitieron el desarrollo de la piratería? y ¿Cuales son las características de los actores sociales que llevan a cabo su venta en la calle?

En este capítulo estudiaremos, en una primera parte, la configuración territorial del mercado de Tepito y la manera en la que se organizan los vendedores en su interior en nuestros días -2009-. También estudiaremos cuales son las características que vuelven a este mercado tan atractivo tanto para vendedores como para compradores. En la segunda parte iniciaremos la retrospectiva que guiará el trabajo durante los dos siguientes capítulos. Analizaremos cuáles fueron los factores técnicos que permitieron el desarrollo de la piratería y, sobre todo, de qué manera se establecieron las cadenas de producción y distribución que promovieron el auge desmedido del que goza. Terminaremos estudiando los rasgos característicos de los agentes que le dan vida al mercado de Tepito, los comerciantes ambulantes.

Tepito

Tepito es un barrio que ha sufrido profundas transformaciones desde su fundación. En los últimos 50 años estas transformaciones se han intensificado tanto que Tepito se ha convertido en un escenario privilegiado que nos permite ver, desde sus calles vestidas de puestos, los cambios sociales, culturales, económicos y políticos que han acontecido en ese periodo.

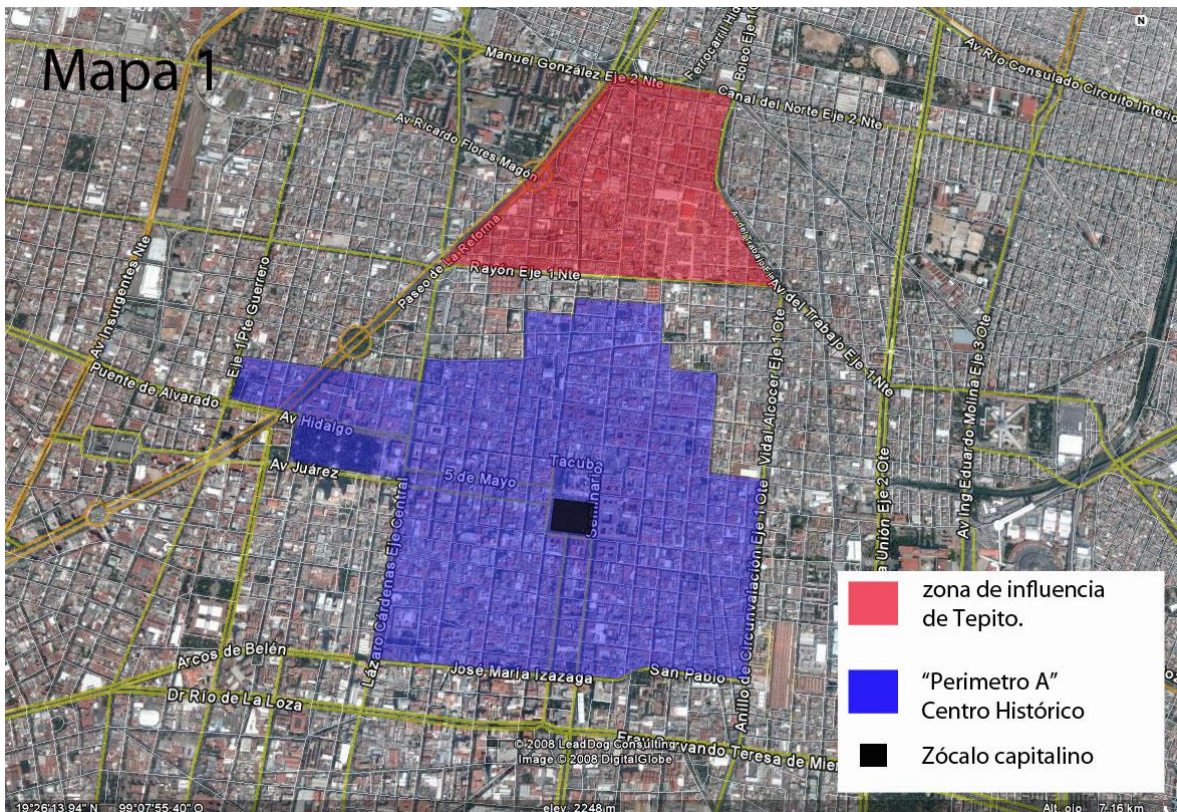
El barrio de Tepito está constituido por cincuenta y siete calles delimitadas en buena medida por el cuadrante vial formado por el Eje 1 Oriente, el Eje 1 Norte, el Eje 2 Norte; y Avenida Reforma¹. Tepito es *grosso modo* la mitad Oeste de la colonia Morelos –también llamada Ampliación Morelos–, o sea, la parte de su territorio que pertenece a la delegación Cuauhtémoc, a tan solo kilómetro y medio hacia el norte del zócalo capitalino².

Ahí, en el corazón del barrio, entre vendedores, compradores y cientos de toneladas de mercancía, está ubicado el mercado pequeño o *tepitl* –en voz náhuatl– del que recibió su nombre. A la distancia, en Tlatelolco, desapareció el “mercado grande” como cediendo su

¹ También conocidas como Av. del Trabajo, Héroe de granaditas y Canal del Norte respectivamente

² Ver mapa 1

lugar para que naciera el más grande y famoso mercado negro del país³.



Fuente: elaboración propia. Con información de Reforma.com, Víctor Hugo Rocha y Alfonso Hernández. Imagen satelital de Google Earth.

Tepito no es un medio homogéneo, en su interior coexisten plazas comerciales, tres mercados “formales”⁴, alrededor de 715 locales establecidos⁵ y más de 40,000 puestos ambulantes de diversos tipos⁶. Podemos diferenciar entre tres tipos de puestos en la vía pública: los “rodantes”, carros de supermercado que en general se dedican a la distribución de comida y bebidas –las micheladas, cerveza con limón y sal, son particularmente populares–, los “semifijos”⁷ (“tubulares” o “toreros”⁸) los más comunes y numerosos, y una

³ El origen del nombre del barrio tiene varias versiones, de entre las cuales esta nos pareció la más veraz. Cfr. Ernesto Aréchiga Córdoba. *Tepito: del antiguo barrio de indios al arrabal. 1868-1929, historia de una urbanización inacabada*. México, Ediciones Uníos. 2003. (Sábado Distrito Federal) p. 44

⁴ Los mercados no. 23 de “ayateros”; no.36 de “varios”; no.14 de “comestibles”; no.60. de “calzado” fueron construidos por el gobierno durante la regencia de Ernesto Uruchurtu.

⁵ En Reforma.com, www.reforma.com: “Sobreviven en barrio entre adictos y robos” por Marcela Turati, 21 de Octubre de 2003. Consultado el 28 de noviembre 2008.

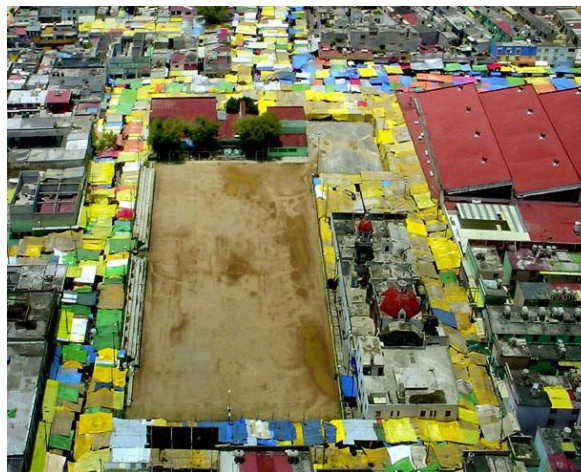
⁶ En entrevista con Jaime Orvel líder de ambulantes y Juan, taquero de Tepito. Realizada el 28 de marzo de 2008. Se dijo que hay más de 40,000 puestos ambulantes en Tepito con 2 ó 3 empleados cada uno.

⁷ Son estructuras metálicas de 1m x 2m con forma de caseta que cada día se arman y desarman, en general se les llama puestos tubulares a razón del material con el que están hechos.

variante de estos, los “desdoblados”⁹.

En Tepito los puestos ambulantes invaden un poco más de 60,000 metros cuadrados de vía pública¹⁰. Las autoridades del Distrito Federal reconocen abiertamente que gran parte del espacio público ha sido “privatizado” y que la función urbana básica de la libre circulación de personas se encuentra cancelada, es un mercado negro

establecido descaradamente a la luz del día. Diariamente miles de personas lo visitan, trabaja todo el año, y varias estaciones de metro lo rodean, una de ellas lleva su nombre. Fue, también, en algún momento, uno de los barrios más densamente poblados de la ciudad de México. Sin embargo el desarrollo exponencial del comercio en esta zona ha provocado un éxodo de los residentes hacia otras zonas de la ciudad, por el encarecimiento del suelo y la competencia entre la función comercial y la habitacional. Ha llegado a tal grado este problema que hoy en día encontramos una población fija de 45,000 individuos que contrasta fuertemente con la población flotante, unas 300,000¹¹ personas entre clientes y comerciantes. Toda esta gente se desplaza diariamente para comerciar en Tepito.



Iglesia de San Francisco y cancha de futbol “Maracana” en el corazón de Tepito.

Fuente: www.imagenesaereasdemexico.com

Un Estado dentro del Estado

El mercado de Tepito es un espacio económico y político complejo, es un escenario de comunicación e intercambio entre diversas redes comerciales que entran en contacto a

⁸ Los “toreros” son los comerciantes que venden en puestos que se encuentran en las posiciones más riesgosas y están diseñados así para poder desplazarse extremadamente rápido y escapar de los controles de las autoridades. En general consisten en una lona o una serie de cajas dispuestas sobre el piso que pueden superponerse o levantarse dejando todas sus mercancías en su interior para rápidamente escapar.

⁹ Los puestos “desdoblados” son extensiones sobre las banquetas o las calles, de comercios establecidos formalmente, que tienen por función mantener un acceso libre al comercio establecido y también aprovechar las ventajas de la calle.

¹⁰ Natalia Rocío Grisales Ramírez. *Barrio y barrialidad en la Ciudad de México: el caso de Tepito*. México, el autor, 2003. (Tesis de maestría FFyL UNAM). P. 85

¹¹ En Reforma.com www.reforma.com: “Modifica droga cara de Tepito” por Rolando Herrera, 2 de Septiembre 2003. Consultado el 28 de noviembre 2008

través de la transferencia de bienes y mercancías¹². Su intenso desarrollo ha generado un sistema organizativo propio que busca proteger la permanencia de viejas pero dinámicas redes de intercambio. El comercio “ambulante” se ha institucionalizado a través de la creación de organizaciones de comerciantes¹³; frentes políticos que defienden y desarrollan los intereses de sus agremiados, ganan favores políticos a cambio de apoyos y neutralizan hasta cierto punto la injerencia de las autoridades en las actividades ilegales.

En 2001 los vendedores se agrupaban en alrededor de 62 asociaciones de comerciantes formalmente reconocidas por la delegación Cuauhtémoc, que agremiaban a 12,510 vendedores ambulantes¹⁴, fijos y semifijos, según el padrón de organizaciones de comerciantes del barrio¹⁵. Esta fachada “oficial” de asociaciones civiles cubre una gran red organizativa que orquesta no solo el buen funcionamiento del mercado sino que funciona como herramienta política.

Todos los agremiados de estas asociaciones pueden ser llamados a movilizarse de manera sumamente rápida y extraordinariamente bien organizada. En cada plantón, mitin o marcha a la que son convocados los vendedores pertenecientes a una asociación, se debe pasar lista como una forma de control de la asistencia, mientras que en el barrio permanecen representantes del dirigente encargados de obligar a los comerciantes que intentan vender a quitar sus puestos. Por otra parte, también son un sector que puede lograr una diferencia en las urnas a la hora de una elección; los vendedores ambulantes ya son numerosos, pero además tienen familias en la inmensa mayoría de los casos, así que los números en las urnas resultan importantes.

El desarrollo de estas estructuras ha alcanzado tal grado de influencia en Tepito que hoy en día podemos considerar su funcionamiento como el de un Estado dentro del Estado. El barrio es un territorio controlado –al que la policía no tiene acceso¹⁶, al menos durante el

¹² José Carlos Gómez Aguiar. *Dirty CDs. Piracy, globalization and the emergence of new illegalities in the San Juan de Dios market, Mexico*. Tesis para obtener el grado de doctor por la Universidad de Ámsterdam. P.28

¹³ Estas organizaciones son Asociaciones Civiles dadas de alta frente al Estado.

¹⁴ Esta cifra no incluye a los empleados que trabajan en los puestos.

¹⁵ Grisales, *Barrio y barrialidad*, 84.

¹⁶ En entrevista con el Sr. Jaime Orvel, líder de la Unión de Comerciantes y el Sr. Juan, taquero perteneciente a esta organización, realizada el 28 de marzo de 2008. Se dijo explícitamente que la policía no tenía acceso a Tepito, en particular de día. Solo llegan a las bodegas. “Si entran a los puestos va a haber muertitos”

día-, tiene una población de vendedores que pagan impuestos bajo la forma de renta del suelo, y ha desarrollado estructuras centralizadas de tipo institucional que gestionan y atienden las necesidades del barrio. Características fundamentales de todo Estado nación.

Por otro lado, en Tepito hay redes de colaboradores estructuradas en torno a “líderes” con vocación, que no consideran su cualidad como dependiente de la multitud sino de su extraordinaria personalidad, por cuya virtud se le considera en posesión de capacidades fuera de lo común no asequibles a cualquier otro: este aspecto se manifiesta sobre todo en la capacidad de generar confianza entre las bases de comerciantes de que el líder responderá por ellos. Y de manera más independiente, de sus capacidades de vinculación con las autoridades, de administración de los recursos, y de organización de sus allegados y subalternos. Surgen por sus cualidades “naturales” de liderazgo, diplomacia y resolución de problemas. Sin embargo, si falla su éxito, si no responden a las necesidades de los vendedores, si su liderazgo no aporta ningún bienestar a sus agremiados, es muy probable que su poder mengüe y sean abandonados en beneficio de otros. Las características de estos personajes son muy similares a las del tipo de “liderazgo carismático” descrito por Max Weber y siguiendo nuestro paralelismo corresponden a las estructuras de poder que gobiernan un Estado.

Los líderes, deben propiciar el desarrollo armónico de las actividades de sus agremiados: administrar los espacios en la calle, lidiar con las autoridades y mediar las disputas entre “su gente” y otros sectores de la sociedad, cualesquiera que estos sean. Asimismo deben encargarse de fomentar el bienestar social de los miembros de su o sus asociaciones. Se preocupan por abrir instalaciones deportivas, centros de salud y guarderías, centros de rehabilitación contra drogas y adicciones¹⁷. Organizan eventos especiales el día del niño y de la madre así como en algunas otras ocasiones. Una vez más se trata de tareas muy similares a las de un Estado, provisión de salud, educación y

En entrevista con el Sr. Rodrigo Rangel, Presidente de la Unión Leona Vicario, unión de comerciantes y vecinos del Centro Histórico, zona oriente, realizada el 24 de marzo de 2006. Comentó: “No se mete [la delegación], ahí no se mete. Como te decía. Ahí en Tepito no hay ley, la del más fuerte. La ley es de ellos. ¿Me entiendes?”

¹⁷ En entrevista con el Sr. Leonardo Iglesias Mata, líder de la confederación de organizaciones de la zona económica de Tepito y el Distrito Federal realizada en el deportivo Luis Villanueva “Kid Azteca” en Tepito el 29 de marzo de 2008. Los esfuerzos por crear instalaciones de rehabilitación contra las drogas y adicciones; de kínderes para el cuidado de niños, especialmente hijos de madres solteras; de centros deportivos (como en el que nos encontrábamos) salieron a relucir repetidas veces.

actividades culturales, mediación de las relaciones sociales, etcétera.

Además, los problemas y tareas cotidianas que el líder enfrenta son muchos y para poder responder a ellos delega funciones a una serie de colaboradores, a un *cuadro administrativo*. En palabras de Weber:

“el cuadro administrativo de los imperantes carismáticos no es ninguna “burocracia”, y menos que nada una burocracia profesional. Su selección no tiene lugar ni desde puntos de vista estamentales ni desde los de la dependencia personal o patrimonial. Sino que se es elegido a su vez por cualidades carismáticas: al profeta corresponden los discípulos, al príncipe de la guerra el “séquito”, al jefe, en general, los “hombres de confianza”.”¹⁸

Dentro de las funciones de estos “hombres de confianza” destacan las labores de limpieza y seguridad en el barrio, de cobro de cuotas, y la consejería. A pesar de su aparente sencillez estas tareas son igual de importantes a nivel local que a nivel nacional.

Las actividades del mercado generan gigantescas cantidades de basura cada día, y decenas de camiones recolectores deben ser contratados¹⁹ para desalojar la zona cada noche. De lo contrario las actividades no pueden desarrollarse al día siguiente. Por otra parte también es necesario hacer una limpieza general de las calles; los martes son el día acordado entre las organizaciones para hacerlo y por lo tanto Tepito descansa.

En Tepito, como en todo Estado, un factor crucial es la seguridad. A pesar de tener mala fama, este barrio es en realidad una de las zonas que gozan del menor índice de inseguridad de la ciudad²⁰. Cada zona, en general una o varias calles, están controladas por una asociación. Para cada una de ellas existen elementos, gente de confianza del líder, encargados de la seguridad tanto de los comerciantes como de los clientes. Vestidos de civiles, discretos la mayoría de las veces, todos portan armas de fuego.

¹⁸ Max Weber. *Economía y sociedad, esbozo de la sociología comprensiva*. Trad. José Medina, Juan Roura Parella, Eugenio Ímaz, Eduardo García Máynez y José Ferrater Mora. México, Fondo de Cultura Económica, séptima reimpresión 1984.

¹⁹ Hay incluso asociaciones que tienen sus propios camiones, es el caso de la confederación de organizaciones de la zona económica de Tepito y el Distrito Federal que tiene 12 camiones de basura como expresado en la entrevista antes mencionada con el Sr. Leonardo Iglesias Mata.

²⁰ Según datos del mapa de zonas delictivas de la ciudad de México en *Ciudad de ciudades*. México, Fundación para el Fortalecimiento de los Gobiernos Locales A.C., 2007. p.123 con información del informe de labores, 2006, de la Secretaría de Seguridad Pública, Gobierno del Distrito Federal.

Una tarea *sine qua non* de todo Estado es la recolección de impuestos. Sin cobro de impuestos no hay erario, sin erario no hay sueldos para líderes, administradores y trabajadores. Esta es la razón de ser de las cuotas, destinadas al pago de los sueldos de la gente del líder, de los servicios (como la recolección de basura), y de la entrega de parte de esos recursos a otros actores políticos; se trata también de un factor de corrupción que opera a diversas escalas de los aparatos de estado. El “charolero” se encarga de cobrar el monto correspondiente a cada contribuyente, variable dependiendo de la ubicación y tipo del puesto.

Por otra parte, la mayoría de las agrupaciones sobre todo las “fuertes” tienen grupos de choque²¹. Estos tienen una multiplicidad de usos, son los primeros en presentarse cuando hay intervenciones de las autoridades, y cuando hay conflictos por el espacio entre asociaciones, hechos relativamente frecuentes y a veces con consecuencias graves. Una de las funciones de los grupos de choque es la defensa o la conquista de un territorio. Por ejemplo, el diecinueve de agosto de 2003 durante un riña entre grupos opositores, Jorge Ramírez Espíndola, el esposo de María Rosete –una famosa líder de Tepito– perdió la vida por herida de bala²². Los grupos de choque tienen la tarea de boicotear las actividades políticas de los demás grupos, en general logran esto a través de la violencia, son antes que nada detonadores de conflictos.

Siguiendo a Weber, creemos que la creciente “rutinización de los liderazgos carismáticos” en Tepito desembocará en formas propias de la “dominación cotidiana”. Podemos afirmar, y como veremos a lo largo de la primera parte de esta tesis, que desde la inclusión de este sector al corporativismo priista, orquestada por el entonces regente de la ciudad Ernesto Uruchurtu, se ha transitado hacia una rutinización de este tipo de liderazgo, coyuntural por naturaleza. Estas estructuras, se han estamentado y consolidado como clientelismos que han posibilitado un éxito continuo de las actividades comerciales en Tepito y lo han convertido en uno de los lugares donde la renta del suelo es más alta en

²¹ A lo largo del trabajo de campo tuve la oportunidad de entrevistar a dos líderes: Nino Matacan y Raúl Esquivel. Ellos fueron cabezas de grupos de choque que trabajaban para Guillermina Rico, la líder histórica de los vendedores ambulantes del Centro Histórico de la Ciudad de México.

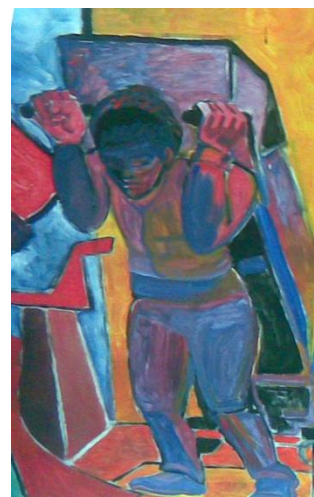
²² En Reforma.com www.reforma.com “la muerte de Jorge Ramírez” por la redacción, 08 de agosto 2004. Consultado el 26 de noviembre de 2008.

todo el país²³.

Condiciones del mercado

Los días no comienzan muy temprano en el barrio –excepto miércoles y sábado, los días de mayoreo, cuando las actividades empiezan a las cuatro o cinco de la mañana–, sus horarios se ajustan a la actividad principal que nosotros vemos y reconocemos como propia de Tepito y de cualquier otro mercado, el comercio, y por lo tanto el día empieza a las nueve o diez de la mañana. Ahora, este mercado ha crecido tanto que ha generado una “derrama laboral”; es decir que las actividades comerciales han generado nuevas fuentes de empleo conforme se han complejizado. Las actividades de los comerciantes en Tepito lejos de centrarse en la autoexplotación²⁴, norma general del comercio informal, se han segmentado, el trabajo se ha dividido. Así, entre nueve y diez de la mañana, antes de que vendedores y compradores lleguen a las calles del barrio las actividades empiezan.

Todos los días hay un sector dedicado a montar y desmontar los más de 40,000 puestos tubulares del mercado. Debe haber unas 7,000 personas que se dedican a esto y que ganan alrededor de 400 pesos diarios. Cuando el vendedor llega, su puesto está montado y solo debe supervisar a los “diablos²⁵”, encargados de llevar y traer las mercancías de las tantísimas vecindades, departamentos, estacionamientos y locales “bodeguizados” a los más de 40,000 puestos y de regreso. Calculamos que este sector está compuesto por alrededor de unas 10,000 personas que con el resto del mercado se retiran a descansar alrededor de las seis o siete de la noche.



“Diablero”, detalle de un mural de Daniel Manrique.
Fuente: fotografía propia.

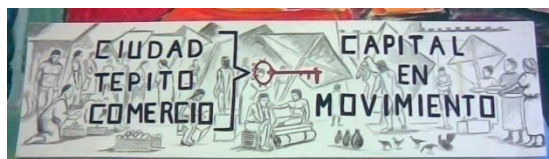
Los comerciantes tienen la mayoría de las veces uno o dos empleados que les

²³ Un local de un metro por dos sobre el Eje 1 Norte, véase dos metros cuadrados, se renta en 11,000 pesos al mes aproximadamente. En entrevista con el Sr. Alfonso Hernández, hojalatero social y cronista del barrio de Tepito, realizada el 5 de agosto de 2008.

²⁴ Llamamos autoexplotación a la concentración de todas, o la gran mayoría, de las actividades laborales necesarias para la producción y distribución de una mercancía en una sola persona o en la familia nuclear.

²⁵ Los diablos son agentes encargados de desplazar la mercancía de las bodegas al punto de venta y de regreso. Se les llama de esta manera haciendo alusión a su herramienta de trabajo el llamado diablo, una especie de carrito con solo dos ruedas diseñado para transportar cargas voluminosas y pesadas. Hay que constatar que estos carritos no les pertenecen sino que son rentados cada día a un tercero.

ayudan con su o sus puestos. Hay que destacar que la rotación de estos empleos es alta y los sueldos bajos. Como dijimos antes, las actividades son segmentadas; los comerciantes solo ofertan los productos que reciben de sus proveedores²⁶; rara vez tienen un solo proveedor y la mayoría de las veces no tienen uno constante, sino varios, con una alta frecuencia de rotación; esto les permite tener la capacidad de cambiar de producto increíblemente rápido para adaptarse a las necesidades del mercado. Esto fomenta una híper-flexibilidad de las actividades comerciales.



Detalle de un mural de Daniel Manrique, fundador del movimiento Arte Acá.
Fuente: fotografía propia.

Las condiciones del mercado de Tepito son muy similares a las del modelo de competencia pura y perfecta de la teoría neoclásica: *libre entrada y salida del mercado*²⁷, *libre circulación de los factores de producción*²⁸, *atomicidad del mercado*²⁹, *homogeneidad de los productos*³⁰ y *transparencia de la información*³¹. En consecuencia, el precio, fijado por el mercado a través de la negociación e impuesto a todos sus protagonistas, es la única motivación para realizar intercambios. Bajo este esquema, no se genera renta monopólica pues solo se involucran trabajo y capital, por lo tanto, los precios son infinitamente más bajos que en un mercado controlado por grandes actores.

A pesar de estar mediada por líderes y de estar obligados a pagar una cuota, en la práctica, en Tepito se goza de una *libre entrada al mercado* tanto como vendedor como comprador. Las cuotas a pagar por el derecho de suelo pueden ser muy bajas. Además, el vendedor tiene el derecho exclusivo de escoger y cambiar la mercancía con la que comerciará, ya sea esta legal o no, bajo la protección del líder.

²⁶ Hablaremos más tarde de los proveedores.

²⁷ Ausencia de obstáculos tarifarios, administrativos o técnicos a la entrada de ofertantes o demandantes al mercado.

²⁸ Cuando el capital y el trabajo pueden dirigirse espontáneamente hacia los mercados con demanda.

²⁹ Cuando el número de compradores y de vendedores es lo suficientemente grande como para eliminar la relevancia de la oferta o la demanda de un solo individuo con respecto a la oferta o la demanda total.

³⁰ Cuando los bienes intercambiados son similares en calidad y características.

³¹ Cuando se encuentra presente, de forma gratuita e inmediata, la información pertinente a todos los agentes y los bienes intercambiados de un mercado.

En Tepito es evidente la súper especialización laboral, la división del trabajo ha alcanzado, así como el mercado, un alto nivel de *atomicidad*. Todas y cada una de las actividades en Tepito están fragmentadas en unidades específicas especializadas y muy bien reguladas. De la misma manera, el mercado está altamente atomizado, los actores económicos de Tepito son tantos y tan similares entre ellos que la influencia que pueden tener individualmente sobre el mercado en general es prácticamente nula y los precios son muy estables. Están regulados por otros factores, como la paridad del peso con el dólar, ya que gran parte de los productos que se comercian en Tepito son extranjeros. Así, la devaluación del peso ocurrida a finales de 2008 repercutió en un aumento de los precios de los productos, que a su vez influyó, junto con los primeros efectos de la crisis económica, en una disminución de las ventas en la Navidad y el Año Nuevo, respecto al año anterior.

Por otra parte, también podemos notar una gran *homogeneidad de los productos* en Tepito. Si bien se venden productos muy diversos, prácticamente todos los comerciantes tienen la misma diversidad y el mismo rango de calidades dentro de su rama; es lo mismo comprarle a un vendedor que a otro.

La decisión de compra se hace comparando precios y calidad de la mercancía en un espacio que fuerza un alto grado de competitividad y *transparencia de la información* en el mercado. Toda la información pertinente a los productos está a la vista y las diferentes opciones de compra se encuentran, aunque en un espacio muy grande, en un mismo mercado con una infinidad de puntos de acceso.

De la misma manera, este mercado goza de una *libre circulación de los factores de producción*. Como veremos más adelante, en particular a partir del caso de la familia Solís Heredia, en Tepito los capitales y la mano de obra tienden a dirigirse hacia las actividades para las que la demanda es fuerte con respecto a la oferta.

En Tepito se venden productos de “consumo final” y “consumo intermedio”: Películas, fonogramas, pantalones, camisas, zapatos; y CDs-DVDs vírgenes, caratulas, portadillas, hologramas, textiles, etc. También es posible encontrar medios de producción y reproducción, principalmente aquellos que conciernen a la mercancía informática, es decir “quemadores”. Los productos se venden al mayoreo y al menudeo.

Productos: mayoreo y menudeo

Tepito es principalmente un mercado de mayoreo, los tianguistas de todo el D.F. y de muchas regiones del país se dan cita ahí –como dijimos, miércoles y sábado son los días fuertes para el mayoreo– para abastecerse de mercancías que distribuirán a su vez. Llegan en camiones de pasajeros rentados exclusivamente para hacer el viaje a Tepito, comprar y regresar el mismo día. Como mencionamos antes, este es un mercado negro³², en muchos casos se comercian artículos con algún grado de ilegalidad en su proceso de producción y siempre se comercian sin pagar impuestos.

Cuadro 1

Calendario anual de eventos comerciales.

Enero: rosca de reyes por encargo, juguetes para el día de reyes, se empacan regalos y se venden artículos escolares.

Febrero: artículos de moda por el día de San Valentín y envolturas de regalos.

Marzo: envolturas para regalos, bolsas y tarjetas por el día de los compadres.

Abril: envolturas para regalos, juguetes y artículos de moda, para el día del niño y la semana santa.

Mayo: envolturas para regalo y artículos de ocasión para el día de las madres, los maestros y las primeras comuniones.

Junio: envolturas de regalo y artículos de ocasión para el día del padre.

Julio: artículos de ocasión para las graduaciones y artículos escolares.

Agosto: papelería en general por regreso a clases y graduaciones.

Septiembre: arreglos para decorar con motivos patrios por las fiestas del 15 y 16, envolturas para regalos.

Octubre: decoraciones de *Halloween*.

Noviembre: flores, velas, calaveras, papel picado y papel de china para decorar los altares de muertos.

Diciembre: escarchas, adornos navideños, esferas, velas, letanías para aguinaldos, la virgen de Guadalupe, las posadas y la Nochebuena.

Fuente: Natalia Rocío Grisales Ramírez. *Barrio y barrialidad en la Ciudad de México: el caso de Tepito*. Tesis de Maestría en Antropología, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 2003. P.90

³² El Mercado negro es un espacio, generalmente discreto, donde se llevan a cabo prácticas comerciales en las que se ignoran, a sabiendas, el pago de impuestos y las restricciones sobre algunos artículos categorizados como ilegales.

En las calles del barrio bravo uno puede encontrar una gama interminable de productos en un amplio rango de calidades; todo con un precio inferior al del mercado “oficial”. Ropa, calzado, textiles, bisutería, drogas, música, películas, software, electrodomésticos, pornografía, antigüedades, huevos de tortuga, perfumes, licores, armas blancas y de fuego, papelería, materiales escolares y documentos oficiales son algunos de los artículos originales, piratas, defectuosos, de contrabando y de saldos, entre otras categorías, que uno puede encontrar³³. Así, en la calle de Jesús Carranza se venden películas, discos vírgenes, portadillas, carátulas, tarjetas de celular y bebidas alcohólicas. En el Eje 1 Norte se distribuyen películas, música, pornografía, software, videojuegos, comida, calzado y ropa para dama y caballero de todas las edades. En Toltecas se comercializan relojes, pilas y lentes.

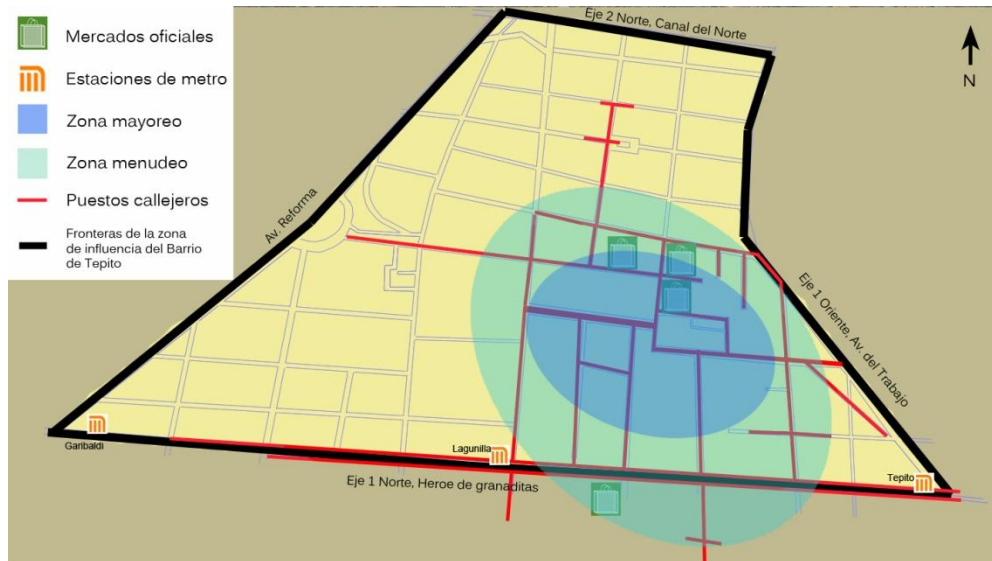
Al llegar a los límites del mercado uno puede ver mercancía al menudeo: películas y música del momento, “de culto” y “raras”, también pornografía; ropa y zapatos de marcas prestigiadas; relojes y lentes “finos”; celulares y un sinfín de puestos de comida. Todos “extrañamente” baratos. Aquí, el sol todavía logra atravesar los toldos de colores. Se encuentra un poco de todo en la mayoría de los puestos.

Conforme uno va adentrándose en el barrio bravo, las cosas cambian. Los puestos se amontonan en las calles, el espacio transitable se cierra, los toldos de colores chillantes se empalman y detienen cada vez mejor los rayos del sol. Los puestos se especializan y agrupan paulatinamente; al final ya solo vemos un tipo de producto por puesto y por calle, el color de los toldos se uniforma dependiendo de a qué líder administra la calle. Relojes “Cartier” prendidos de rejillas en las estructuras tubulares, al lado relojes “Rolex”, un solo modelo por columna dispuesta en la rejilla. Logotipos brillan con las letras “Swatch”, “Victorinox”, “Guess” y refulgen con “Tag Heuer”, “Bulgari” y “Tissot”.

Lo mismo sucede con los lentes, superpuestos en celosías y mesas, descansando sobre sus estuches destacan sus marcas “D&G”, “Ray-Ban”, “Hugo Boss” y “Prada”. En los puestos vecinos vemos la tapa de centenares de cajitas multicolores, solo algunos frasquitos vistosos sobre ellas con forma de flor –Kenso–, de torso desnudo –Jean Paul

³³ Dependiendo de la temporada del año algunos productos pueden aparecer o desaparecer como podemos apreciar a partir del calendario comercial que aparece en el Cuadro 1.

Gaultier-, o de pirámide invertida –Trésor-, nos dejan saber que se trata de perfumes. Más adelante sólo hay pantalones, sólo camisas, sólo trajes, sólo zapatos; Diesel, Lacoste, Ermenegildo Zegna, Gucci.



Mapa 2. Zonas de mayoreo y menudeo en Tepito. 2009
Fuente: elaboración propia con datos extraídos durante el trabajo de campo.

Comenzamos a ver, en algunas zonas, que los toldos de plástico son remplazados por grandes techos de lámina corrugada en forma de medio barril que van de banqueta a banqueta para cubrir la calle de la intemperie. Conforme nos internamos en el mercado la naturaleza de la mercancía cambia también. Caminando pasamos de largo puesto tras puesto con millones de portadillas de papel meticulosamente superpuestas, como recién impresas, podemos reconocerlas, las vimos en el producto terminado al entrar al mercado. Son la portada de todas las películas que todavía no están en cartelera o que acaban de salir en el cine, encontramos las más recientes, los grandes éxitos y algunas otras. En ellas reconocemos las caras de Tom Cruise, Anthony Hopkins, Shreck, Angelina Jolie, Iron Man, Hulk, Jennifer Connelly, Michael Moore, etc. En una zona aledaña vemos, amontonadas en varios puestos, cientos de cajas con discos vírgenes, CDs y DVDs, hay letreros que en los que se lee “1000 DVDs por 2500”, y más adelante “2000 DVDs por 4000”. También podemos encontrar sus cajitas, decenas de bloques con cientos de ellas, encontramos incluso torres de planillas tamaño carta llenas de hologramas oficiales. En el corazón del mercado se venden primordialmente grandes volúmenes de mercancía.

Llama la atención que pueda llegar a tolerarse la venta de algunos de los artículos que mencionamos sobre todo tratándose de un mercado negro a la vista de todos. Sin embargo, debemos tomar en cuenta que hay que hacer una distinción entre los productos legales e ilegales –los dos coexisten en Tepito– así como una muy importante distinción entre los productos ilegales y los productos ilícitos. Si bien los discos piratas son ilegales la percepción de la generalidad es que son perfectamente lícitos y pueden estar a la vista por esta razón. Caso muy diferente es el de las drogas, las armas y en muchos casos la pornografía. Estas mercancías no están a la vista en el mercado y su compra requiere de mucha más discreción. La pornografía tiene una posición particular, se le considera como a medio camino entre las dos categorías, esto le otorga la función de intermediario para llegar a las mercancías ilícitas. La venta de armas, por ejemplo, se hace en general a través de “catálogos” que se encuentran en algunos puestos de pornografía y que en general hay que pedir explícitamente.

Otra diferencia muy grande que hay que hacer es precisamente si se trata de bienes al mayoreo o menudeo. En términos estrictos todo aquello que es ilícito solo se vende al menudeo. Sí, en Tepito hay armas, hay drogas, hay pornografía, hay documentos oficiales falsificados. Sin embargo, debemos enfatizar que no se venden en volumen y no creemos que existan en grandes cantidades tampoco.

Al interior del mercado un DVD con una o varias películas, o con software informático cuesta 5 pesos, los CDs llegan a costar menos a pesar de estar cargados con la discografía completa de tu artista favorito. Esto llama mucho la atención ¿cómo es posible que un DVD que en un establecimiento “oficial” puede llegar a costar 500 pesos, aquí, cueste cien veces menos? Para comprender esto es necesario estudiar cómo funciona el complejo sistema de relaciones sociales, comerciales, productivas y culturales de Tepito. Al descubrir los caminos que toma la piratería podremos arrojar luz sobre su propia naturaleza.

La piratería y el contrabando

La gente dice, indiscriminadamente, que a Tepito se va a comprar piratería ¿pero nunca queda claro qué es la piratería precisamente? En términos muy generales la piratería puede ser definida como un producto “falsificado” que se vende como “original” a un precio muy

inferior al “original”. Sin embargo, el sesgo que producen la palabra misma y aquellas con las que por lo general se le relaciona: “mercado negro”, “mercancía ilegal”, “contrabando”, “crimen organizado” y hasta “narcotráfico”; así como un alto grado de incertidumbre en cuanto a la proveniencia de los artículos, nos impide comprender la multiplicidad de caminos y procesos por los que pasan estos productos para después ser vendidos. Durante su viaje las nociones de originalidad, legalidad y licitud pierden su nitidez, es más difícil diferenciar lo pirata de lo no pirata, y como veremos en la tercera parte, lo “original” no es otra cosa que lo “pirata” legitimado.

La piratería de CDs-DVDs.

La piratería y el contrabando han conquistado paulatinamente el territorio tepiteño, han cambiado su cara a lo largo del tiempo transcurrido entre nuestros días –2009–, y la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1994 y la devaluación del peso a finales de ese mismo año. El *boom* de la piratería no se dio sino hasta que inició el nuevo milenio. Las condiciones actuales de ese mercado eran distintas a mediados de los años 90s, la piratería era incipiente, y podía reproducirse y almacenarse información principalmente con medios magnéticos –casetes de audio, videocasetes Beta o VHS, y los disquetes de 3½ pulgadas para la computadora– caracterizados por su lento tiempo de grabación, su gran tendencia al deterioro de información durante su reproducción y sobre todo su “pequeña” capacidad de almacenamiento³⁴. Encontrábamos además un medio óptico, el Compact Disc o CD que ya gozaba de mucha popularidad. Los programas de computación llegaban a costar 300 o 500 pesos, no los módicos 5 pesos en que podemos comprarlos hoy en Tepito. No existía la infraestructura necesaria para darle uso al software, los dispositivos de producción y reproducción no estaban a la mano; eran caros, escasos y poca gente tenía los conocimientos necesarios para hacer uso de ellos. Por otra parte, las tecnologías que dispararían la piratería de películas, música y software todavía no existían.

Los DVDs

Los Digital Versatile Discs (DVD), que revolucionarían la industria cultural, se

³⁴ El disquete de 3½ pulgadas de alta densidad (el que más información puede almacenar) tiene una capacidad de 2.88 Mb.

introdujeron en Estados Unidos hasta 1996 y en México sino hasta finales de 1997³⁵. Los DVDs son unidades de almacenamiento masivo óptico que pueden acumular 6 veces más datos que un CD, es decir 4.7 Gb contra alrededor de 700 Mb³⁶. En este nuevo formato de disco podían almacenarse largometrajes con una definición y una conservación de colores muy fidedignas, discografías completas, miles de imágenes, software computacional, “enormes” cantidades de información. Estos medios potenciaron exponencialmente las posibilidades para difundir bienes culturales. Para el año 2002 el costo de los DVDs vírgenes, y en particular de los reproductores y quemadores –dispositivos de lectura y de “grabado” respectivamente–, disminuyó. Su presencia creció por todas partes y sobre todo su utilización se volvió más fácil, más barata y mucho mejor difundida.

Por otra parte, gracias a la popularización de internet, las velocidades de transferencia de información en la red orientadas a los pequeños consumidores crecieron de 54 Kbps (Kilobytes per second) en 1998 a 1Mbs (Megabytes per second)³⁷ a partir de finales de 2001 en el caso de México. El intercambio de información llegó a niveles sin precedentes: música, películas, imágenes, texto. Todo dato digitalizable se volvió susceptible de ser intercambiado³⁸, copiado, “subido” y “bajado³⁹” de un extremo del globo al otro y de ser “quemado” en un disco que podría ser utilizado en cualquier computadora, o reproductor de CDs de audio o video con una excelente calidad.

Sin embargo, la mayoría de los insumos necesarios para la reproducción de contenidos de CDs-DVDs provenían y todavía provienen del extranjero⁴⁰, principalmente

³⁵ En Reforma.com www.reforma.com “Japón: las firmas de electrónica confían en una resurrección” Por David P. Hamilton, 01 Octubre de 1996. Consultado el 30 de noviembre de 2008 y “Llega nueva era de multimedia” Por Jorge Gerardo Guevara, 10 de Noviembre de 1997. Consultado el 30 de noviembre de 2008.

³⁶ Para fines prácticos presentamos las equivalencias entre nomenclaturas para el almacenamiento electrónico de datos: 1 Gb = 1024 Mb; 1Mb = 1024 Kb; 1Kb = 1024 bytes; 1 byte = 8 bits.

³⁷ 1Mbs = 1024 Kbs, casi 20 veces más rápido que con una tasa de transferencia de 54 Kilo bytes sobre segundo.

³⁸ Hay diversas maneras de intercambiar información, una de las más populares es el Pier to Pier en el que uno descarga la información directamente de la computadora de alguien más por medio del internet.

³⁹ Se “Sube” (upload) información a la red para que ahí se almacene, se “baja” (download) información de la red para almacenarla en la computadora propia o en algún medio de almacenamiento masivo.

⁴⁰ En entrevista con el Sr. Íñigo Sosa, comerciante de la plaza de la tecnología desde 1993. Realizada el 27 de mayo de 2008. Se nos dijo que “Aquí no se producen discos vírgenes, todos los importan de china. Yo siento que hay original y pirata, hay CDs Vervatim originales y hay CDs Vervatim piratas. Pero la calidad en todo caso es la misma, ahí si me pierdo. Hay cosas que uno se da cuenta de la diferencia pero hay otras que es imposible, ya está tan bien hecho que no se puede diferenciar. Nosotros solo somos intermediarios ya todo viene de china. Aquí en México difícilmente logramos producir algo.”

de China y de Estados Unidos. A diferencia de las otras dos ramas principales de productos de este mercado, el vestido que todavía se produce en parte en el interior del país y la comida, toda de producción interna.

Las cadenas de producción de los DVDs pirata.

Si bien los “piratas” pueden parecer en una primera aproximación como agentes estrechamente ligados a su localidad, en realidad están insertos en redes productivas y comerciales transnacionales, nacionales y locales. Su ocupación fue el resultado del desencadenamiento de un nuevo proceso productivo, a través del cual los agentes hacen uso de mecanismos distintivos para llevar a cabo la producción, distribución, transporte y venta de productos pirata⁴¹. Una de las mercancías que involucra a las redes más extendidas geográficamente, y con mayor diversidad de agentes es la piratería de CDs y DVDs. Por esta razón nos parece importante detenernos a estudiarla con más detenimiento.

El desarrollo de la piratería ha venido de la mano del perfeccionamiento y la transformación de cadenas productivas y de distribución preexistentes. Las redes creadas durante el apogeo de la “fayuca”⁴² en los años 80s, de las que hablaremos en el siguiente apartado, fueron las que sirvieron a la postre, como camino transitado para poder incursionar en el contrabando de CDs-DVDs. El constante vaivén de estos agentes, entre los Estados Unidos y nuestra capital, les permitió crear relaciones de intercambio en “confianza” con sectores muy amplios del gobierno y el sector privado.

Los bienes de “consumo intermedio”

El primer paso en la producción de toda piratería es la producción de los bienes de “consumo intermedio”. Para piratear discos, se necesitan los discos y los “quemadores”, para piratear ropa se necesitan la tela⁴³, las etiquetas, los botones, etc., la producción de estos bienes es llevada a cabo, salvo en contadas excepciones, por el sector privado en

⁴¹ Esta idea es desarrollada por José Carlos Gómez Aguiar en su obra citada.

⁴² La fayuca puede ser definida como contrabando hormiga, agentes nacionales hacían viajes relámpago, de uno o dos días, a Estados Unidos. Ahí se abastecían de mercancía difícil de encontrar en nuestro país, o que se vendía mucho más cara a causa de los aranceles. Regresaban evadiendo las aduanas y los controles carreteros para venderla en Tepito.

⁴³ En entrevista con Rodrigo Rangel, líder de dos calles de comerciantes en el centro histórico de la Ciudad de México, realizada el 24 de Marzo de 2006. Nos comentó que en el caso del sector textil, la tela contrabandea de china, es trabajada en Chinconcuac, por mano de obra mexicana y etiquetada como hecha en Estados Unidos.

industrias establecidas formalmente, ya sea a través de compañías nacionales, transnacionales o extranjeras. Buenos ejemplos de esto son los discos, de diversas marcas, manufacturados en el extranjero, principalmente en Asia; y los productos del sector textil y de la confección, manufacturados al interior del país y en el que Puebla ocupa un lugar privilegiado⁴⁴. Los antiguos fayuqueros se valieron de la “bola de nieve⁴⁵” que crearon durante su antigua ocupación para conseguir estos insumos, en muy grandes cantidades y a muy bajos costos, a través de una amplia red de contactos.

Gracias a su experiencia previa, el fayuquero tuvo la capacidad de hacer contactos con industrias extranjeras y ahora nacionales que le proporcionaban productos a precios más bajos para que ellos se encargaran de distribuirlos. Las compras se hacían algunas veces, tanto en el extranjero como en la república, sin factura, previo acuerdo con la otra parte, para reducir los costos. Así, estos nuevos distribuidores pueden vender a su vez mucho más barato y la empresa puede evitar declarar la venta y evadir los impuestos correspondientes. Cuando se dan de esta manera, las ventas constituyen ganancias millonarias para las empresas. Otras veces se compra directamente a las industrias pagando impuestos “todo derecho”, a precios muy bajos. Estas mercancías pueden ser nuevas, saldos o artículos defectuosos que serán arreglados y revendidos en los mercados.

También se compra a las famosas maquiladoras marítimas, inmensos buques que portan en sus barrigas industrias completas en todos sus procesos. El objetivo de producir las mercancías de esta manera es que las actividades se lleven a cabo en aguas internacionales, así cuando la embarcación hace puerto no debe pagar aranceles. Por otra parte esto también les permite gozar de un régimen de excepción en cuanto a los derechos de los trabajadores. Los costos se reducen inmensamente, no hay que pagar seguro social de ningún tipo, no hay que pagar impuestos, solo hay que producir y vender.

Finalmente, algunos agentes decidieron abrir casas importadoras para introducir los productos de “consumo intermedio” a bajísimos costos. En términos generales esto se

⁴⁴ En Reforma.com www.reforma.com “Al abordaje del mercado (II)” por Gabriela Frías, Felipe Gazcón, Adolfo Ortega y Edith Castro, 09 de Junio de 1998. Consultado el 29 de noviembre de 2008.

⁴⁵ Esta metáfora es utilizada comúnmente en las ciencias sociales para designar un fenómeno por el cual a través del contacto con un agente se consiguen cada vez más agentes. Es como soltar una pequeña bola de nieve en lo alto de una pendiente, cuando la bola alcanza la parte baja es mucho más grande pues recoge la nieve del camino por el que pasó.

logra “triangulando” la mercancía: se exportan productos subvaluados de países que practiquen políticas de “dumping⁴⁶” a naciones como Estados Unidos donde las leyes aduanales lo permiten, para después ser importados desde ahí a México, se cambian las fracciones arancelarias de los certificados de origen y se evade el pago de derechos. Así, en el caso de los CDs-DVDs se abarataba el precio por unidad a menos de 2 ó 2.50 pesos mexicanos.

Un caso ejemplar para este tipo de práctica es el del grupo Mekong fundado el 27 de Septiembre de 1999 por la familia Solís Heredia de Tepito. Esta familia se dedicaba al negocio de la fayuca y viró al de la comercialización, distribución, suministro, compraventa y consignación de toda clase de bienes y mercaderías de procedencia nacional o extranjera aprovechando los canales que ya tenía abiertos. El grupo Mekong, formado por trece familiares, dejó de comerciar en la calle cuando se especializó en la importación de CDs-DVDs. Se le adjudicó la introducción de más de la mitad de los 400 millones de CDs-DVDs vírgenes con los que se abastecía a la piratería en México durante el 2003. El servicio de Administración Tributaria, de quien dependían las aduanas, confirmó que los discos que distribuía Mekong eran fabricados en Taiwán por una empresa que tenía 8 plantas productoras y contaba con filiales en Estados Unidos, Inglaterra e Irlanda. Se hacían pedimentos de importación por medio de otras empresas y prestanombres, eran transportados a California, y de ahí importados a México, en su mayoría, vía Tijuana –una aduana no autorizada para ese tipo de productos– para su distribución en todo el país e incluso Centroamérica. Desde entonces, según documentos aduanales, los Solís Heredia comenzaron a importar y comercializar discos y casetes de las marcas TDK, LG, Philips, Sony, Gauss y Verbatim, y se convirtieron en clientes de consorcios nacionales y extranjeros⁴⁷.

Transporte de mercancía para piratería.

Para transportar la mercancía, una vez más se hará uso de la red de conocidos en aduanas –

⁴⁶ El “dumping” es una práctica económica, que en el contexto de las leyes de comercio internacionales está caracterizada por la venta de mercancías exportadas a un precio más bajo que el ofrecido en su mercado interno o que está por debajo de su costo de producción.

⁴⁷ Con información de Reforma.com “Investigan red para piratería”, “Abastece familia red de piratería” e “Inician carrera en Peralvillo” por Abel Barajas, 26 de enero de 2003. En www.reforma.com consultado el 26 de noviembre de 2008.

cuando la compra se hizo fuera del país– y/o de agentes de seguridad gubernamentales en las carreteras para que la mercancía llegue sin problemas a su destino, el barrio de Tepito⁴⁸. Estas redes son particularmente útiles cuando se trata de artículos que se introducen a través del contrabando o el contrabando técnico al país. La mercancía que ingresa por contrabando, pasa de incognito por la frontera, sin el conocimiento de los agentes aduanales o con un acuerdo previo. Por otra parte el contrabando técnico ganó popularidad, como en el caso del grupo Mekong, el objetivo de esta actividad es introducir mercancía en mayor volumen, o de naturaleza distinta a la declarada. De esta manera se evade la parte más importante del pago de impuestos. Toda la mercancía que hemos mencionado se vende al mayoreo al siguiente eslabón de la cadena al que llamaremos pequeño emprendedor pirata.

El pequeño emprendedor, que en los inicios de la piratería digital era la inmensa mayoría de la veces un vendedor ambulante que decidía cambiar de giro, compraba los medios y dispositivos de reproducción para llevar a cabo una producción casera de piratería⁴⁹. Como mencionamos antes, al principio poca gente poseía las habilidades necesarias para manipular los medios de producción y poder burlar los diversos mecanismos de seguridad que protegían la información digital. Esto llevó a los pequeños emprendedores a buscar ayuda con otros agentes locales, los vendedores establecidos “formalmente”. No es gratuito que la zona líder en producción y venta de software pirata, el material digital mejor protegido, haya iniciado en Eje Central, frente a lo que era la plaza de la computación. Los locatarios de esta plaza, dedicados profesionalmente a la computación, fueron una de las primeras fuentes de recursos digitales para los vendedores ambulantes. Facilitando los programas se pagaban favores o se nutría una buena relación

⁴⁸ Algunos otros destinos son el mercado de San Juan de Dios en Guadalajara, el Mercado de la CAPU (Central de Autobuses de Puebla) en Puebla, el tianguis de "La Cuchilla" en Veracruz, y la plaza de "El Pasito" en Chihuahua. Sin embargo, el 80 por ciento de los puestos de "piratería" en el país se encuentran en la Ciudad de México, prácticamente todos ubicados en Barrio de Tepito, la Plaza Meave, el mercado de "El Salado" y el tianguis de la Avenida Texcoco, estos dos últimos en Iztapalapa. Ver Reforma en www.reforma.com: "Ubican Centros de piratería" por Abel Barajas, 9 de Junio de 2003. Consultado el 26 de Noviembre de 2008

⁴⁹ En entrevista con Jaime Orvel líder de ambulantes y Juan, taquero de Tepito. Realizada el 28 de marzo de 2008. Se explicó que “Primero es contrabando de discos vírgenes, llegan desde china, ese ya es contrabando porque no paga aranceles. Una vez que entra ya se empieza a distribuir, y a la distribución viene la piratería, que ya empieza a meterse a las máquinas en los diferentes laboratorios, todo el mundo hace eso, en todas las colonias, no en un solo barrio. Es a pequeña escala, es un negocio familiar en el que con una sola torre se puede hacer mucho.”

con los vecinos de la calle⁵⁰.

Hoy, el acceso a la información es mucho más abierto y los recursos para burlar los sistemas de seguridad son también más accesibles. Es mucho más fácil entrar al mercado de los discos piratas y en general se llega directamente, no cambiando de giro. Desde inicios del nuevo milenio producir piratería puede ser muy barato. Con menos de 9,000 pesos mexicanos se puede comprar todo lo necesario para hacer alrededor de 1000 copias de CDs-DVDs diarias “cualquier persona puede comprar un quemador marca ISM, con siete gavetas de alta velocidad. En él, se puede quemar 60 discos en media hora, Dicho equipo se vende en la Plaza de la Computación, ubicada en el Eje Central.⁵¹”.

Sin embargo, la manera en la que se produce también ha evolucionado, se transformó en la mayoría de los casos en un sistema de picas⁵² de piratería. La producción de discos se dispersó, se empezaron a contratar agentes para reproducir la información digital en casa. Se les suministran todos los dispositivos y medios de producción, su tarea es únicamente la de llevar a cabo los procesos de copiado, que por otra parte son sumamente sencillos. En general se contrata a madres solteras que por las circunstancias en las que se encuentran ven como una gran ventaja el trabajar en casa, donde pueden brindar atención a su o sus hijos⁵³. Posteriormente el pequeño emprendedor recoge la mercancía para distribuirla a vendedores ambulantes, y/o presentarla en su propio puesto en caso de tener uno. En general los emprendedores piratas “buscan” los canales de distribución para su mercancía. Se dirigen ellos mismos a los vendedores ambulantes y les ofrecen la mercancía a consignación; sus clientes pueden escoger la mercancía que quieran así como

⁵⁰ En entrevista con el Sr. Íñigo Sosa, comerciante de la plaza de la computación desde 1993. Realizada el 27 de mayo de 2008. Se nos comentó que, como era práctica común, él muchas veces regaló programas pirateados a vendedores de la calle a los que conocía. Agregó además “Si tu lo quieres ver así, no hay conexión, nada mas hay amistad... se acabó. Los conocemos.”

⁵¹ En Reforma.com www.reforma.com “Montan con \$9 mil 'minilab' de piratería” por Arturo Sierra, 07 de junio de 2004. Consultado el 27 de noviembre de 2008. En entrevista con el Sr. Íñigo Sosa, comerciante de la plaza de la tecnología desde 1993. Realizada el 27 de mayo de 2008. Se nos proporciono el precio del equipo necesario “Una torre de 7 charolas (quemadores), cerebro y lector le sale en 4,950 pesos. Le sale en 400 pesos promedio cada quemador”.

⁵² Las picas son un sistema de producción de calzado del que hablaremos a profundidad en el tercer apartado de este capítulo. Sin embargo deseamos enfatizar la importancia que tiene esta analogía para fines futuros.

⁵³ En entrevista con el Sr. Jorge Monterrubio Kuri, administrador del “Tepicentro” realizada el 14 de noviembre de 2008.

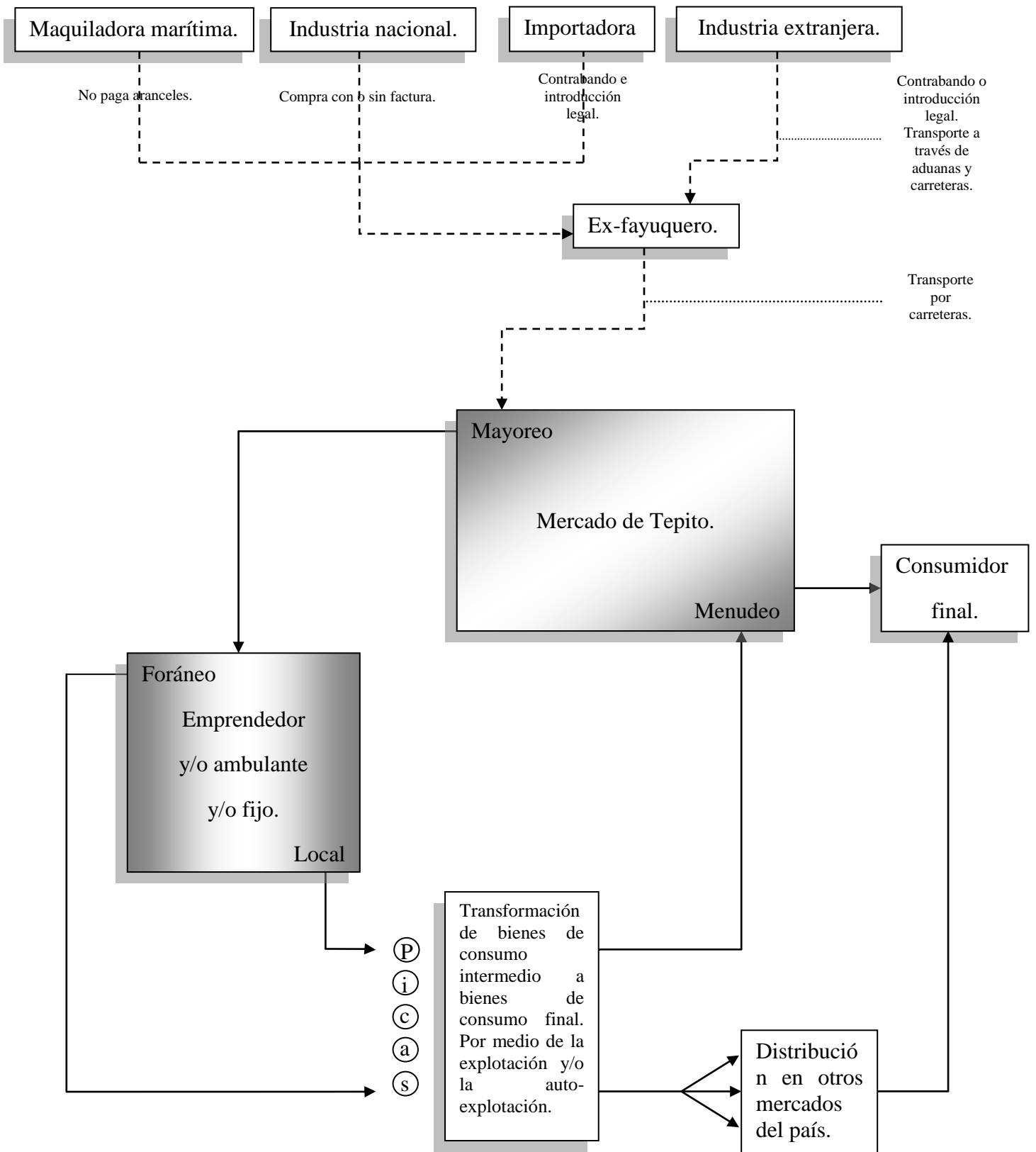
las cantidades que necesiten si así lo deseaban, aunque no siempre sea el caso⁵⁴.

“Doña Georgina no sabe qué música tiene en su puesto, incluso no cuenta con aparato de sonido para probar los discos, pero le gusta vender a Frank Zappa, Buddha Bar, Les Luthiers, Joe Satriani o recopilaciones de jazz, clásica, blues o saxofón, aunque nunca los ha escuchado.⁵⁵”

Los vendedores ambulantes, a quienes conocemos muy bien de vista, son el último eslabón de la cadena. En sus puestos se distribuye el producto para “consumo final”. En general conocen a varios pequeños emprendedores que les proveen de mercancía diariamente. Sin embargo, no son el único tipo de agente que los surte, también y contrariamente a lo que se cree, buena parte de la mercancía que se vende en Tepito, desde su origen hasta su llegada al mercado, nunca contraviene leyes. Empresas establecidas tienen acuerdos con los vendedores ambulantes para introducir este tipo de mercancías en

⁵⁴ En entrevista con Antonio Anaya, Jaime Orvel, Antonio Pedraza y Leonardo Soberanes, líderes de vendedores ambulantes en Tepito, realizada el 27 de febrero de 2008 en Tepito.

⁵⁵ En Reforma.com www.reforma.com “Surcan piratas mar de la cultura” por Edgar Alejandro Hernández, 07 de Agosto de 2004. Consultado el 27 de noviembre de 2008.

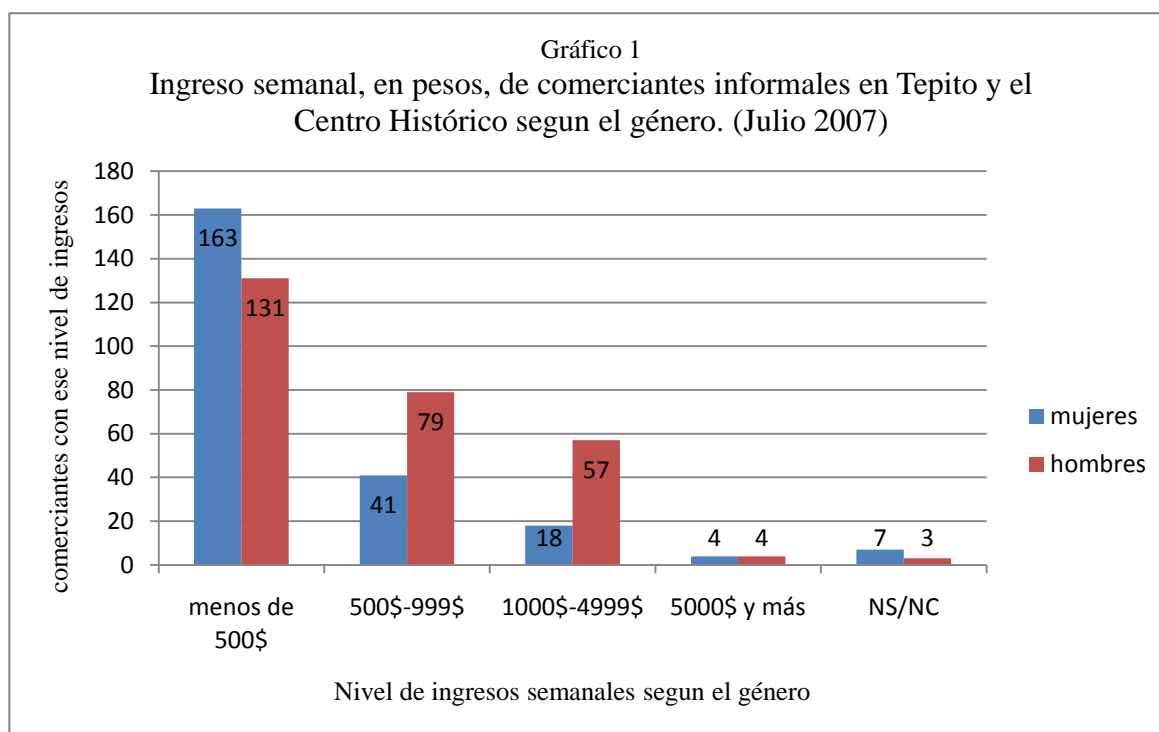


Fuente: elaboración propia

los mercados al mismo tiempo que en los *outlets*⁵⁶. Además, mencionamos también la venta de productos defectuosos y de segundo uso que llegan por canales legales al mercado.

Los vendedores ambulantes

A pesar de que los comerciantes informales no son un cuerpo homogéneo, podemos tomar en cuenta datos levantados durante una encuesta a 507 dueños de puntos de venta en Tepito y el Centro Histórico de la Ciudad de México, en Julio de 2007, para darnos una idea de cuáles son las principales características de estos agentes⁵⁷. Según datos de Pascal Labazée, investigador del “Institut de Recherche pour le Développement” (IRD), entre los dueños de puestos en Tepito y el Centro Histórico el 54% son hombres y el 46% son mujeres; la mayoría de entre ellos nacieron en el Distrito Federal (65.9%) y poco más de la mitad, 54.4%, se desplazan diariamente a la zona del Centro Histórico y de Tepito para comerciar. Por otra parte, una gran proporción de los dueños de comercios informales, el 73.1%, tienen entre 18 y 45 años. Del total de propietarios de puestos el 66.9% aprendieron el oficio de algún familiar desde muy pequeños, la mayoría de los vendedores (60.7%) tuvo



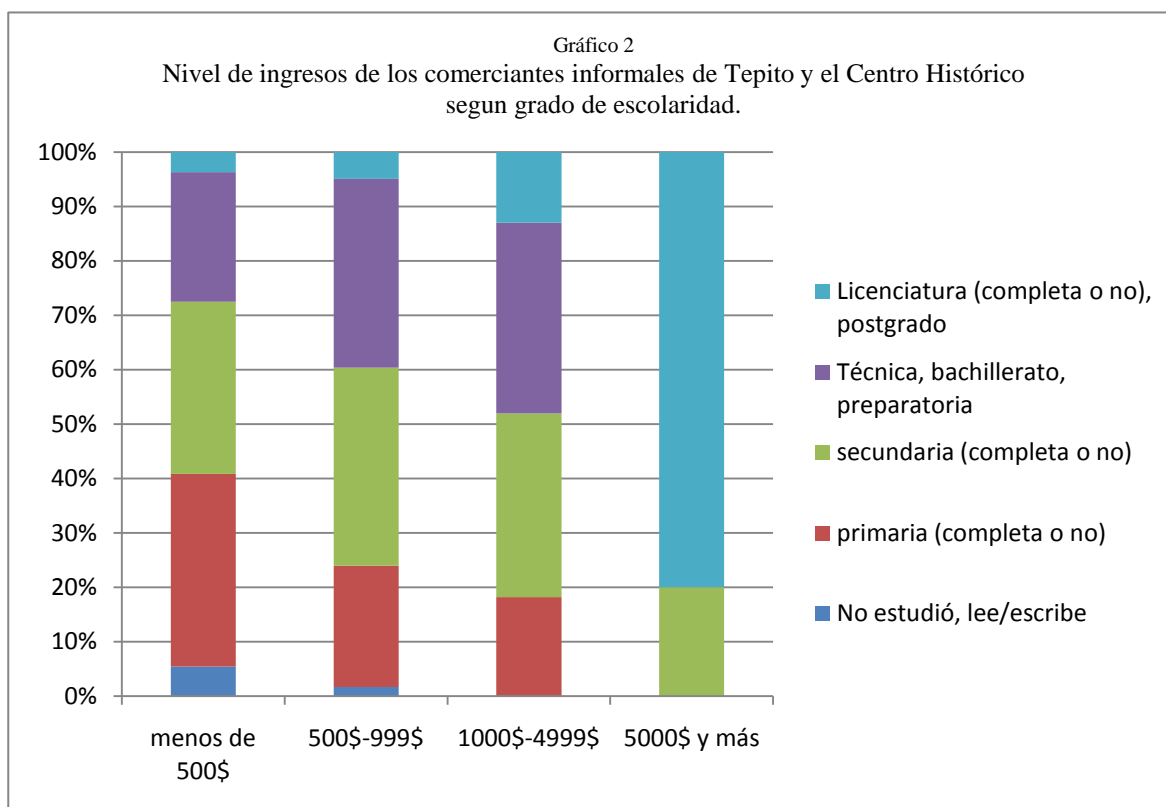
⁵⁶ En Reforma.com www.reforma.com ““Se unen” al mercado ilegal” por Hugo de la Torre, 01 de Marzo de 2004. Consultado el 27 de noviembre de 2008.

⁵⁷ Investigación auspiciada por el Institut de Recherche pour le Développement (IRD) y El Colegio de México.

su primer empleo antes de los 14 años y casi todos (89.7%) antes de los 18.

Como podemos observar en el “gráfico 1”, su percepción de ingresos es generalmente baja y está claramente diferenciada en función del género; los hombres ganan más que las mujeres.

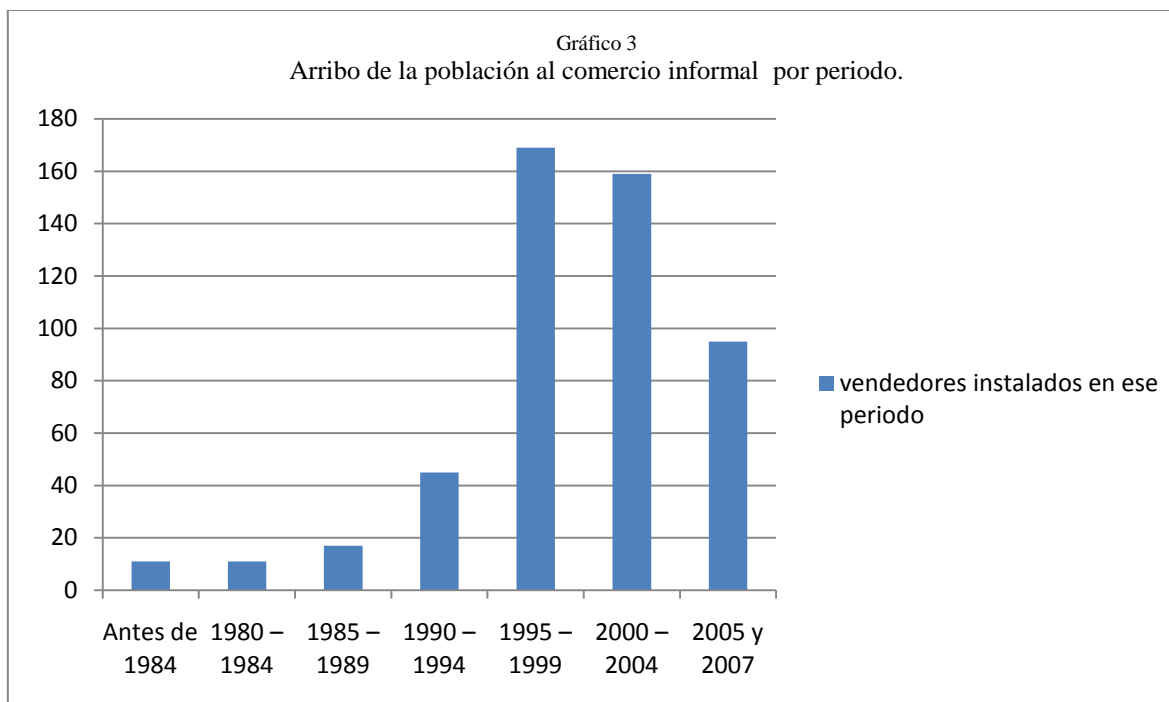
El nivel de ingresos es un factor que, por otra parte, está fuertemente condicionado por el grado de escolaridad de los vendedores, como puede apreciarse en el “Gráfico 2”.



Fuente: elaboración propia con datos de Pascal Labazée, investigador del IRD.

Finalmente, como podemos apreciar en el gráfico 3, la cantidad de vendedores ambulantes que se instalaron en las calles después del periodo de 1990 a 1994, que culminó con una profunda crisis económica, marca una tendencia muy clara. Los tres periodos anteriores a ese año contrastan fuertemente con los tres periodos posteriores en los que la cantidad de vendedores es aproximadamente cuatro veces más grande. Por lo tanto, podemos deducir que un factor que contribuye al desarrollo del comercio informal es el estado de la economía nacional; la venta en las calles constituye una forma de autoempleo que responde a un contexto de crisis económica, de desempleo y de subempleo. Más

interesante es aún, que la inmensa mayoría de los comerciantes del sector informal, 86.2%, estén dispuestos a pagar impuestos y dejar de ser “informales”.



Fuente: elaboración propia con datos de Pascal Labazée, investigador del IRD.

Antes de ese momento de crisis, los vendedores ambulantes eran una masa más homogénea. Durante los años 80s, en Tepito, la mayoría de los comerciantes pertenecían al barrio, vivían en las vecindades, y comerciaban en la calle frente a sus hogares o en las cercanías. Sin embargo, conforme se popularizó la fayuca “ríos de dinero” comenzaron a inundar al barrio bravo. Los vendedores se fueron multiplicando, sus mercancías cada vez ocupaban más espacio... poco a poco se comenzaron a rentar los cuartos de las vecindades como bodegas. Tepito, una de las zonas más densamente pobladas de la ciudad comenzó a despoblarse, el proceso de “bodeguisación” fue intenso, se pasó de una población de 119,000 habitantes en 1980 a una de tan solo 45,000 individuos en el año 2000⁵⁸.

⁵⁸ En Reforma.com www.reforma.com “Modifica droga cara de Tepito” por Rolando Herrera, 02 de Septiembre de 2003. Consultado el 27 de noviembre de 2008.

En entrevista con Alfonso Hernández, Hojalatero social y director del Centro de Estudios Tepiteños (CETEPI), realizada el 24 de marzo de 2006, en el CETEPI. Se corroboró este dato con variaciones mínimas.

Capítulo 2

Agotamiento, desarrollo y surgimiento de la fayuca, Tepito se internacionaliza, importa y distribuye (80s, 70s).

“En Tepito se vende todo menos la dignidad”

Dicho tepiteño

La gigantesca diferencia entre el Tepito de 2008 –pirata y contrabandista– y el de 1980 –fayuquero– se evidencia al ver las desiguales densidades de población. La dramática disminución de la población tepiteña desde finales de los años 80 atestigua la victoria de la función comercial del barrio sobre la habitacional. Por lo tanto, indagaremos en las causas que empujaron a un cambio tan marcado sobre un barrio con una población tan grande. Asimismo estudiaremos de qué manera influyeron estas transformaciones en la manera en la que después se configurarían y articularían las actividades económicas y las relaciones sociales en Tepito. Para lograr esto debemos preguntarnos ¿Qué es la fayuca y cuál fue el papel que desempeñó en las transformaciones del barrio? ¿Cuáles fueron las condiciones que permitieron la emergencia de la fayuca y de qué manera repercutieron en la vida cotidiana de los habitantes de Tepito? ¿Cómo se estructuraron y desarrollaron las cadenas de distribución a pequeña escala que le dieron vida? ¿De qué manera se organizaron los habitantes del barrio para sacar provecho de esta veta comercial? ¿Qué significó su acelerado desarrollo en términos económicos, sociales y culturales para el barrio? ¿Cuáles fueron los principales factores que condicionaron el cambio de uso de suelo en Tepito? Y finalmente ¿Qué estrategias se adoptaron para responder a la continua complejización de las condiciones del mercado al que obedecían así como su creciente demanda? ¿Cuál fue el

impacto a futuro del desarrollo y establecimiento definitivo de la fayuca en el barrio?

Podemos dividir este momento de transformación en tres etapas ordenadas retrospectivamente: la de contrabando y piratería, de 2008 a 1997 que estudiamos en el apartado pasado. Un periodo de transición de 1997 a principios de esa década, en la que la droga y las armas de fuego hicieron su entrada al barrio, de la que haremos mención a continuación. Y la de la fayuca, que provocó un cambio paradigma en Tepito, de 1993 hasta inicios de los 70s y a la que dedicaremos este apartado.

Droga y fayuca

Hubo algunos años de transición entre el principio del contrabando y la piratería en Tepito a inicios de los 90s y el final de la fayuca a inicios de la misma década. Durante este periodo de ajuste fue cuando dos nuevos elementos se integraron de manera significativa a ese barrio: las drogas y las armas de fuego. La entrada en vigor del TLCAN y la crisis del peso, con la fuerte devaluación que sufrió en el año de 1994 asestaron un duro golpe a la fayuca, la principal actividad económica a la que se dedicaba Tepito desde hacía alrededor de 20 años.

Estos dos factores volvieron a la fayuca “obsoleta”. Empezó a salir más caro ir a Estados Unidos en viajes relámpago a comprar cosas y traerlas, que adquirirlas en las tiendas departamentales. Además en las tiendas legales se ofrecían servicio al cliente, garantías y recibos de compra. Por otra parte, los productos estadounidenses que no existían en México ya podían encontrarse en las tiendas. La obsolescencia de la fayuca le quitó a Tepito su principal fuente de ingreso, formó un vacío en las actividades económicas. La droga fue la respuesta más rápida que tuvo el barrio para llenarlo. Los precios y los caminos por los que debía desplazarse, así como los beneficios económicos que brindaba eran similares a los de la fayuca. Aparecieron y se desarrollaron actividades ligadas al narcomenudeo que ocuparon espacios dejados por las actividades de la fayuca, aprovecharon el gran mercado ilegal de Tepito, sus canales de distribución y las redes informales.

Sin embargo también debemos de tomar en cuenta elementos anteriores para poder explicar la integración de esta nueva mercancía a la cotidianidad del barrio. Durante el

periodo de “auge” de la fayuca, durante el modelo de sustitución de importaciones que protegía a las mercancías mexicanas de las importadas, Tepito se vio inundado por “ríos de dinero¹”. La solvencia de los tepiteños superó cualquier expectativa. Su acceso al dinero era muy superior al grado de complejidad de sus necesidades, “ya no sabían en que gastar el dinero²”. Se compraron armas de fuego para “proteger el puesto³”, los comerciantes comenzaron a librarse más al alcohol, a invitar borracheras en cantinas, a despilfarrar.

Los hijos de los comerciantes, el relevo generacional, se vio enfrentado a su vez a la posibilidad de introducirse fácilmente al “vicio”. Los jóvenes fayuqueros “sabían que ganaban dinero como querían⁴” y se iniciaron al alcohol y a las drogas con mayor facilidad. El resultado fue que una gran proporción de los jóvenes tepiteños se “perdieron” en estas prácticas. Hoy, el barrio ésta fuertemente marcado por estas circunstancias. Las vivencias de su gente, expresadas durante las entrevistas; así como la opinión pública, son enfáticas al respecto: Para los tepiteños el “barrio es muy bueno, pero cobra cara la factura⁵”; y para los medios Tepito se volvió un referente privilegiado de vicio y perdición. Desde entonces la leyenda negra del barrio se fortaleció y se le agregaron al estigma de marginación e insalubridad los del alcoholismo, la drogadicción y la inseguridad.

La droga

Sin embargo, para los tepiteños la droga fue –al principio– solo un producto más con el cual comerciar. Cuando empezó el narcomenudeo, alrededor de 1995, la distribución de la grapa se hacía por medio de una fachada: la compra de películas⁶. Cada semana se seleccionaba el título que portarían los estuches de película, con formato Beta o VHS, donde habría de esconderse la droga, entonces se corría la voz⁷...

¹ En entrevista con Armando Sánchez, consejero de líderes de comerciantes en el centro histórico.

² En entrevista con Armando Sánchez, consejero de líderes de comerciantes en el centro histórico.

³ En entrevista con Armando Sánchez, consejero de líderes de comerciantes en el centro histórico.

⁴ El Sr. Iglesias nos compartió la caída en las drogas y el alcohol de dos de sus hijos. En entrevista con el Sr. Leonardo Iglesias Mata, líder de la confederación de organizaciones de la zona económica de Tepito y el Distrito Federal realizada en el deportivo Luis Villanueva “Kid Azteca” en Tepito el 29 de marzo de 2008.

⁵ La gran mayoría de los líderes entrevistados tienen o tuvieron algún familiar con problemas de adicción.

⁶ En esta época, los alrededores de 1990, la venta de películas era incipiente todavía, lo mismo sucedía con el audio que a pesar de todo tenía mucho más éxito, aunque la reproducción en casete era lenta y sufría una gran pérdida de calidad.

⁷ En entrevista con el Sr. Alfonso Hernández, hojalatero social y cronista del barrio de Tepito, realizada el 5 de agosto de 2008.

Los traficantes aprovecharon la “infraestructura” preestablecida de los puestos del comercio informal que estaban ahí como lugar de distribución de fayuca; así como el desarrollo cotidiano de sus actividades, como una pantalla para ocultar la venta de narcóticos. El tráfico aumentó. Quienes tenían acceso directo a las drogas comenzaron a centrarse en esa actividad y para eso buscaron a pequeños distribuidores. Se le ofrecía a los comerciantes del barrio “montarles” un pequeño negocio de droga: “Pruébala ¿Qué tal? ¿Te gusta? Te doy para que vendas, te vas a hacer rico cabrón, te voy a sacar de pobre⁸”. La venta y el consumo de droga en el Barrio crecieron, tanto para los que la vendían como para los que la compraban. A los narcomenudistas se les empezó a pagar en droga y llegó el momento en el que se volvieron, adictos, ya no la distribuían para ganar dinero sino dosis. Para Rodrigo Rangel ese fue un punto de inflexión para Tepito: “Fue cuando le pusieron en la torre a todos, a los chavos, a todo mundo. Ahí Tepito se acabó, la juventud está en las drogas, en la cárcel, perdidos, está muerta.”⁹.

Sin embargo, conforme se acercaba el año 2000, fueron abriéndose nuevas vetas que explotar. El contrabando sentó sus bases en la experiencia previa de la fayuca y la innovación tecnológica permitió el florecimiento de la piratería, particularmente en lo que se refiere a los discos: la música, las películas y el *software*. La droga y las armas parecieron perder su importancia económica frente a la relación costo beneficio, pocos años después de su surgimiento y “auge”, si bien perduran hasta nuestros días y el estigma que generaron sigue vigente¹⁰.

La explotación de estas vetas –que exploramos en el apartado anterior– fue de alguna manera la “continuación natural” de las actividades en torno a la fayuca. El exuberante mercado negro que conocemos hoy en día fue consecuencia del éxito comercial que Tepito vivió durante los 80s principalmente. Sin embargo, fue un mercado muy modesto al principio y su principal agente de transformación fue la fayuca. Es a este fenómeno al que dedicaremos nuestra atención a lo largo de este apartado.

⁸ En entrevista con el Sr. Alfonso Hernández, hojalatero social y cronista del barrio de Tepito, realizada el 5 de agosto de 2008.

⁹ El tema de la droga en Tepito es interesante y se ha trabajado muy poco, sin embargo no podemos sino hacer una mención en esta investigación.

¹⁰ En Reforma.com www.reforma.com “Minimiza PGR narco” por Jorge A. Pérez, 04 de Diciembre de 2003. Consultado el 26 de noviembre de 2008.

La Fayuca.

La fayuca es una actividad económica que se llevó a cabo principalmente durante los años 70s y de manera mucho más intensa hacia finales de los 80s.

Consistía en viajar a Estados Unidos para comprar mercancía “prohibida”, debido a que el mercado mexicano estaba protegido y por lo tanto debía pagar aranceles muy altos. Esa mercancía se introducía de incognito a México y se revendía en el mercado informal en el país, principalmente en la Ciudad de México, en el “barrio bravo de Tepito”¹¹. Ahí se surtían muchos de los que más tarde se convertirían en vendedores ambulantes de fayuca en las calles del centro de la capital nacional.

Durante la década de los 70s las calles de Tepito eran relativamente tranquilas, no estaban invadidas por puestos; el mercado callejero tenía su lugar casi únicamente en “las rinconadas” –las esquinas opuestas de la manzana que ocupa la iglesia de San Francisco– y en muchas vecindades –donde era muy común encontrar talleres/habitación¹²– que se “desdoblaban” para tener en el patio exterior o en la calle un puesto de venta para los productos que ahí mismo se manufacturaban. Sin embargo, para finales de los 80s los puestos comenzaron a multiplicarse¹³, uno ya no podía ver el árbol, solo el bosque. Los puestos eventualmente poblarían densamente las calles.

Los primeros artículos que los fayuqueros comercializaron fueron cortaúñas; carritos a escala; bisutería: pulseras, aretes, pasadores, cucarachas, prendedores; paraguas; etc¹⁴. Después vinieron relojes, plumas, peines, chamarras, porcelana –señoras llegaban a traer hasta 8 ó 10 bolsas de porcelana china–, electrodomésticos: tostadoras, licuadoras, televisiones, videocaseteras, estéreos, etc. Luego llegaron todos estos artículos adicionados de “marcas”. Y finalmente hicieron su aparición en el mercado las reproducciones de todas estas marcas.

¹¹ Este tipo de prácticas existían también en otras partes de la república con nombres diferentes. Un ejemplo es el del estado de Nuevo León en el que se le llamaba “chiveo”. En entrevista con el Sr. Leonardo Iglesias Mata, líder de la confederación de organizaciones de la zona económica de Tepito y el Distrito Federal realizada en el deportivo Luis Villanueva “Kid Azteca” en Tepito el 29 de marzo de 2008.

¹² Hablaremos más a detalle de la manufactura y la industria del calzado en Tepito en el siguiente apartado.

¹³ En entrevistas con el Sr. Jaime Orvel y Juan (apellido no precisado), líder de comerciantes y taquero, respectivamente, de Tepito, realizada el 28 de marzo de 2008.

¹⁴ En entrevista con el Sr. Leonardo Iglesias Mata, líder de la confederación de organizaciones de la zona económica de Tepito y el Distrito Federal realizada en el deportivo Luis Villanueva “Kid Azteca” en Tepito el 29 de marzo de 2008.

Hacia finales de la época fayuquera Tepito se había transformado. Quedaban pocos de los rasgos que le habían dado su particularidad. Sus orígenes culturales se habían desvanecido y la mayoría de la gente que lo poblaba durante el día no pertenecía al barrio.

El fayuquero y la organización de la distribución

El fayuquero

Durante mucho tiempo el modelo de ascenso social y económico “tradicional” en Tepito fue el boxeador. Esta figura estuvo profundamente ligada a su identidad y le valió el sobrenombre de “barrio bravo”, puesto que muchos jóvenes sabían boxear y no dudaban en poner en práctica sus habilidades para solucionar sus problemas. Muchos de sus héroes como Luis Villanueva “Kid Azteca”, Raúl “Ratón” Macías, José “Huitlacoche” Medel y Octavio “Famoso” Gómez, que le ganaron la fama de “semillero de campeones” al barrio, entrenaban en los gimnasios de Tepito, donde ellos podían verlos¹⁵.

Los niños y jóvenes veían a los boxeadores como héroes y muchas veces los imitaban. En general el rito de iniciación a las palomillas¹⁶ consistía en una pelea a golpes con el líder: “Cuando entra uno en una palomilla si es tonta no se defiende, solo llora. Porque en una palomilla hay siempre una que tiene fama de muy mala, de pegar muy fuerte, una fiera. Las otras le empiezan a temer y por eso a veces se agrupan con estas personas, o se echan a correr.¹⁷”. Muchas veces también se mediaban los conflictos entre los niños de las vecindades de esta manera¹⁸. Sin embargo, el boxeo requiere de sacrificios y disciplina, solo unos pocos lograban sobresalir, y aún menos lograban ser campeones. Cuando apareció la fayuca el boxeo fue desplazado casi inmediatamente por un nuevo modelo de ascenso social, rápido, más fácil y abierto a



Icono de la estación del metro “Tepito”.

Fuente:

www.metro.df.gob.mx

¹⁵ No todos estos boxeadores entrenaron y pelearon en la misma época, sin embargo a todos pudo encontrarseles en los gimnasios de Tepito durante estos periodos tiempo.

¹⁶ Una palomilla es un grupo de amigos o amigas que se reúne de manera frecuente para realizar actividades muy diversas en conjunto. En general habían varias palomillas en cada vecindad, por la naturaleza de sus actividades y comportamientos podríamos caracterizarlas como una pandilla hoy en día.

¹⁷ Oscar Lewis. *Los hijos de Sánchez, Autobiografía de una familia mexicana*. México, Joaquín Mortiz. Séptima edición. 1967. P. 145. Estudio realizado por el autor en el barrio de Tepito a finales de la década de 1950.

¹⁸ *Ibidem*, 33.

cualquiera: el fayuquero¹⁹.

Se dice que los fayuqueros eran –inicialmente– “paisanos” que regresaban con regalos cuando visitaban a sus familiares después de un periodo de trabajo en Estados Unidos²⁰. Y que paulatinamente los regalos se convirtieron en mercancía vendida al interior de las vecindades o en la calle. Conforme el tiempo pasó y la venta de fayuca probó ser buen negocio, la idea comenzó a ser replicada por los vecinos del barrio.

Esta nueva actividad económica “le abrió los ojos” a una gran parte de los muchachos que trabajaban manualmente en los innumerables talleres de Tepito²¹. Era fácil irse en camión a Laredo, Texas, para traer mercancía. La gente se iba –al *fashion district* de Los Ángeles, en California, o a grandes ciudades fronterizas, incluso se llegaba a ir a Nueva York o Chicago– y cuando regresaban compartían su experiencia con los integrantes de sus redes sociales. Intercambiaban información, incluyendo datos e instrucciones para asuntos de migración, puntos de compra y alojamiento. Esto se hacía a sabiendas de que se estaba proporcionando “instrucción laboral” para establecer a un pariente o vecino como competidor²².

La pequeña escala

El paso de la fayuca iniciaba con el viaje a la frontera, la mayoría de las veces en camión, a Tijuana, Ciudad Juárez, Nogales, Nuevo Laredo, Reynosa o Matamoros; inclusive se llegaba a viajar directamente a sus equivalentes estadounidenses cuando se contaba con papeles. Cuando este no era el caso se buscaba pasar “al otro lado” en un vehículo

¹⁹ En entrevista con el Sr. Alfonso Hernández, “hojalatero social” y cronista del Barrio de Tepito, realizada el 5 de agosto de 2008.

²⁰ En entrevista con los Srs. Leonardo Soberanes, Jaime Orvel y Antonio Anaya, líderes de comerciantes de Tepito, realizada el 27 de febrero de 2008

²¹ Durante el auge de los talleres de calzado, el porcentaje de la población que trabajaba en el sector industrial era muy elevado. Por ejemplo, María Elena Jarquín calcula que para 1982 el 40% de la población económicamente activa de Tepito se dedicaba a actividades manufactureras, principalmente en pequeñas industrias textiles y de calzado al interior del barrio. María Elena Jarquín Sánchez. *La producción de calzado en Tepito*. México, UNAM: Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Humanidades. 1994. (alternativas). P.44

²² Este tipo de prácticas fueron expresadas por el señor Rodrigo Rangel y son muy similares a los tipos de intercambio al interior de las redes sociales de los marginados estudiados por Larissa Adler de Lomnitz en “Redes sociales, cultura y poder: ensayos de antropología latinoamericana” México, Miguel Ángel Porrúa/FLACSO, 1994. En entrevista con el Sr. Rodrigo Rangel, Líder de los comerciantes ambulantes de la Unión Leona Vicario, unión de comerciantes y vecinos del Centro Histórico, zona oriente. Realizada en el restaurant “El Edén” el 24 de marzo de 2006.

fronterizo, de algún conocido o en muchos casos contratado, con alguna excusa: viajes a *Disneyland*, o algún otro parque de diversiones, visita a familiares, amigos, conocidos o sencillamente de *shopping*. Una vez en Estados Unidos se dirigían a *malls* o tiendas donde comprar la mercancía –todavía al menudeo–. Se pasaban el día completo de compras, regresaban cuando caía el sol por el mismo lugar por el que habían entrado. Ahí los esperaban las garitas donde era necesaria una revisión aduanal antes de poder pasar.

Los habitantes de las ciudades fronterizas, por vivir en una “zona libre”, tienen derecho de introducir mercancías por un valor de hasta 150 dólares por persona al día sin tener que hacer declaración aduanal; o 400 por familia fronteriza al mes con la obligación formal de declarar lo que se llevaba; los agentes aduanales y las autoridades de migración pueden revisar la mercancía y pedir las notas o comprobantes de compra²³. Muchas veces esto era suficiente para poder pasar algunos productos, pero si rebasaban el límite, se procedía de manera diferente. En general se buscaba “arreglar” el problema con un pago en efectivo o en especie a los agentes aduanales. En última instancia se podían pagar los derechos correspondientes a las mercancías. Una vez pasada la frontera, cuando el viaje continuaba por tierra, los fayuqueros debían enfrentarse de nueva cuenta a varias revisiones en las carreteras, solucionando eventuales problemas con sobornos:

“Nada mas había una garita, la 26 que le llamaban. Entonces regresaba uno a la 26 y le entraba con su lana, llegaba a Matehuala y le entraba con su lana, llegaba a Monterrey le entraba con su lana, llegaba a San Luis Potosí le entraba con su lana y hasta acá. Había que pagar en todas las terminales de regreso porque traía uno su mercancía, que eran los 50, los 100, los 150, los 200. La de Palmitas era la más pesada, pedían hasta 500. Hasta San Luis Potosí eran aduanales después eran federales a los que había que pagarles.”²⁴”

Cuando el viaje continuaba por aire los problemas habían terminado; el vuelo era registrado como nacional y ya no habían más revisiones que sufrir.

En el caso de los que iban más lejos o que preferían viajar en avión hasta Estados Unidos, se buscaba un “amigo” en el aeropuerto, al que cada vez le eran “agradecidas” las

²³ Alarcón, Sandra. “El tianguis global”. México, Universidad Iberoamericana, 2008. (Colección trabajos destacados de titulación de posgrado).www.aduanas.gob.mx 4 de marzo 2009

²⁴ Entrevista con el Sr. Leonardo Soberanes, líder de ambulantes, 26 de marzo 2009

facilidades para el paso de la mercancía, ya fuera de forma monetaria o en especie²⁵.

En general, los productos llegaban sin problemas a la ciudad de México, al barrio bravo de Tepito. Los fayuqueros llegaban cargados de mercancías, se corrió la voz en las vecindades... los vecinos se volcaron a la fayuca, incluso persiguiendo a los pioneros que la iniciaron para integrarse al nuevo negocio²⁶. La venta se realizaba en las casas de particulares al interior de vecindades, en puestos “desdoblados” como era costumbre de algunos talleres, o en la calle sobre una lona en la banquetta. Algunos de los líderes de vendedores ambulantes del Centro Histórico de la ciudad de México, como Alejandra Barrios, se abastecían de mercancía de fayuca en Tepito.

Cada vez regresaba más gente cargada con bolsas de barril²⁷ o maletas de grandes dimensiones –en las que podían caber veinte o treinta chamarras de piel²⁸– repletas de productos. Se compraban decenas de relojes de pulsera que los tepiteños se ceñían a todo lo largo de los brazos y a veces hasta de los tobillos para pasarlos de incognito²⁹. Conforme avanzó el comercio de fayuca se empezó a viajar más seguido a comprar más y más mercancías. Por ejemplo, la señora Ana Claudia Fernández, líder de los ambulantes de la calle de San Cosme, en algunas temporadas durante los años setenta viajaba cada semana o aún más seguido³⁰. Se invertían el equivalente al valor de unos 10,000 pesos³¹, y una vez que los productos alcanzaban el barrio, la inversión se había triplicado, los productos fayuqueados eran muy demandados³².

El negocio era tan bueno que los fayuqueros dejaron de distribuir la mercancía;

²⁵ En entrevista con el Sr. Rodrigo Rangel, Presidente de la Unión Leona Vicario, unión de comerciantes y vecinos del Centro Histórico, zona oriente. Realizada en el restaurant “El Edén” el 24 de marzo de 2006.

²⁶ El Sr. Leonardo Iglesias nos comentó que él mismo llegó a seguir a una fayuquera hasta Laredo para poder entrar al negocio. En entrevista con el Sr. Leonardo Iglesias Mata, líder de la confederación de organizaciones de la zona económica de Tepito y el Distrito Federal, realizada en el deportivo Luis Villanueva “Kid Azteca” en Tepito el 29 de marzo de 2008.

²⁷ Eran bolsas de papel de grandes dimensiones.

²⁸ Nos parece muy ilustrativa la utilización que el Sr. Rodrigo Rangel hizo de esta medida para describir el tipo de maletas que se usaban. En entrevista con el Sr. Rodrigo Rangel, Presidente de la Unión Leona Vicario, unión de comerciantes y vecinos del Centro Histórico, zona oriente. Realizada en el restaurant “El Edén” el 24 de marzo de 2006.

²⁹ En entrevista con los señores Leonardo Soberanes, Jaime Orvel y Antonio Anaya, líderes de comerciantes de Tepito, realizada el 27 de febrero de 2008.

³⁰ En entrevista con la señora Ana Claudia Fernández, líder de los comerciantes ambulantes de la calle San Cosme, México, D.F, 24 de abril de 2008.

³¹ 10,000 pesos en el año 2008, cuando el salario mínimo oscila alrededor de 50 pesos.

³² En entrevista con el Sr. Leonardo Soberanes, líder de ambulantes, 26 de marzo 2009.

cuando llegaban de Estados Unidos, otros vecinos dedicados al comercio la compraban inmediatamente y les pedían que fueran por más. Los puestos inundaron las calles³³. La mercancía de contrabando se vendía a consignación, solo se le pagaba al contrabandista lo que lograra venderse³⁴.

Las inversiones eran cada vez mayores. Ahora se traían electrodomésticos baratos. Las clases medias se vieron atraídas por los nuevos productos de este antiguo mercado. Tepito dejó de abastecer únicamente a las clases populares. Elementos como la “marca”, un nuevo símbolo de prestigio en ciertos productos de ropa y calzado comenzaron a determinar el tipo de mercancías que se vendían y los nuevos clientes demandaban³⁵. Así se abrió la posibilidad de hacer falsificaciones locales de las mercancías. Tepito era una ubicación estratégica para tales productos; los talleres de confección de calzado y vestido ya estaban dispuestos³⁶, por otra parte el barrio tenía fama de “hechizar³⁷” electrodomésticos.

Las organizaciones

El comercio cobró una enorme importancia a partir del surgimiento de la fayuca. Después de 1980 en Tepito ya existían alrededor de 5,000 tianguistas y más de 3,000 puestos de venta en los días más álgidos³⁸. Tan solo dos años después, y como resultado de la crisis económica, los vendedores engrosaron sus filas, se calculaban 6,000 ambulantes, organizados en 21 asociaciones³⁹ –poco más de un decimo de los vendedores y un tercio de las organizaciones que existían en 2001–. El comercio en Tepito comenzó a motivar importantes intereses particulares y sobre todo políticos.

³³ Para 1982 el 52% de la población económicamente activa en Tepito se dedicaba ya al comercio en la calle. En Jarquín. *calzado en Tepito*.

³⁴ En entrevista con el Sr. Leonardo Iglesias Mata, líder de la confederación de organizaciones de la zona económica de Tepito y el Distrito Federal realizada en el deportivo Luis Villanueva “Kid Azteca” en Tepito el 29 de marzo de 2008.

³⁵ Jarquín. *calzado en Tepito*. 59.

³⁶ Como hemos mencionado, el barrio de Tepito se dedicaba principalmente a la hechura de calzado y a la confección de vestido desde finales de los 50s y hasta finales de los 80s. Profundizaremos en estas cuestiones en el siguiente apartado.

³⁷ “hechizar” es un juego de palabras con el que se designaba en el barrio a la mercancía “hechiza” o reciclada; se intercambiaba el exterior de un producto de marca descompuesto por el de uno de una marca menos reconocida que si funcionara. Este fenómeno sigue toda una tradición de reciclaje de productos en el barrio, tema en el que profundizaremos en el siguiente apartado.

³⁸ “Tepito en números” en Revista del consumidor, México, núm. 56, octubre de 1981. P. 17

³⁹ Guadalupe Reyes y Ana María Rosas. *Los usos de la identidad barrial. Una mirada antropológica a la lucha por la vivienda. Tepito 1970-1984*. México, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapala. 1993. P.67

Por una parte, la burguesía comercial y la administración pública se han interesado en distintos momentos en la zona de Tepito –profundizaremos en estas cuestiones en el apartado siguiente– por las grandes ventajas de localización que ofrece para actividades comerciales, debido a su cercanía al centro de la ciudad, mientras que los propietarios de los predios buscaban poder gozar de la renta diferencial, a pesar de la presencia de rentas congeladas.

Por otra parte, el Estado ante su incapacidad de brindar empleo a una parte creciente de la población, ve en el comercio semifijo un alivio a las presiones sociales. Además, la vinculación de las organizaciones de comerciantes con uno de los órganos del PRI, la CNOP, es de suma importancia como mecanismo para la cooptación de líderes, la mediatización de las demandas de este sector y la ampliación de las clientelas políticas⁴⁰.

Estas condiciones les permitieron a los líderes de las asociaciones tomar el control del comercio, crecer el tianguis y sobre todo privilegiar la función comercial del barrio sobre la de la vivienda.

La bodeguización y el éxodo demográfico de Tepito

Al principio los únicos involucrados en el negocio eran los tepiteños, pero conforme los líderes crecieron el tianguis y su funcionamiento se complejizó fue necesaria mano de obra externa, se contrataron asalariados y se recibieron a comerciantes de otras zonas de la ciudad. Además, los comerciantes de antaño y sus familias habían progresado, ya no lograban sostener los dos o más puestos que tenían, y empezaron a buscar “fuereños” que trabajaran en ellos. El acuerdo tácito de que en el barrio solo trabajan los que son del barrio fue cada vez más ignorado. Eventualmente los comerciantes dejarían de ser tepiteños. Este fue el momento en que la fayuca estuvo en pleno desarrollo en el barrio⁴¹, y también en el que probablemente la piratería haya hecho su aparición.

Tepito vivió la explosión del comercio. Mucha gente “la hizo” ahí. En esa época todo el mundo ganó mucho dinero en el barrio. Sus pobladores dejaron sus antiguas ocupaciones, las más de las veces “tradicionales”, porque la fayuca era más fácil e

⁴⁰ Reyes. *Los usos de la identidad*, 125.

⁴¹ En entrevista con los Srs. Leonardo Soberanes, Jaime Orvel y Antonio Anaya, líderes de comerciantes de Tepito, realizada el 27 de febrero de 2008.

infinitamente mejor pagada: “Salías con las bolsas llenas de dinero⁴²”. Poco a poco se dejaron de hacer zapatos, cinturones y otros productos de cuero y piel. La peletería junto con otras ocupaciones “artesanales” comenzó a desaparecer en Tepito⁴³. El barrio vivía casi exclusivamente de la supervaloración del peso.

Este nuevo modelo transformó y marcó profundamente al barrio bravo, trajo al comercio a un primer plano, inundó sus calles de puestos y de dinero. La valorización del uso del suelo se modificó y tuvo como consecuencia la baja del número de habitantes. Tanta mercancía era distribuida en Tepito que cada vez más espacios habitacionales fueron utilizados, rentados y comprados como bodegas: cuartos en las vecindades, departamentos en los condominios, estacionamientos públicos, cualquier espacio susceptible de ser usado como almacén fue rentado para ese propósito. La mercancía ocupó el lugar de los tepiteños en sus casas. Así se inició un éxodo de la población tepiteña a otras zonas de la ciudad. Tepito perdería más de la mitad de su población en tan solo veinte años.

Dos factores acelerarían los procesos ya iniciados de despoblamiento y cambio de actividades económicas en Tepito. El primer factor fue la entrada de México al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT por sus siglas en inglés) en 1986. Como resultado de la incorporación de México a este acuerdo y con la radicalización del proceso de apertura económica que tuvo lugar en los años ochenta para abatir la inflación que había llegado a tres dígitos, los aranceles de muchos productos bajaron drásticamente y por lo tanto los márgenes de utilidad y las ventas de esos productos que antes se contrabandeaban, bajaron. Una consecuencia de ello fue la búsqueda de diversificación de mercancías, porque si bien muchos productos podían entrar ahora libremente, muchos otros no, los primeros abrían la puerta a los segundos. Así, el negocio evolucionó, se buscaron nuevas estrategias para obtener mejores márgenes de beneficio y para hacer crecer los negocios. Las filas de la fayuca se engrosaron. La mercancía que antes se mantenía escondida por estar “prohibida” ahora se veía desbordante a la luz del día. Los habitantes de las vecindades empezaron a “desaparecer” cuando llegó la ola fuerte de comerciantes de

⁴² En entrevista con el Sr. Rodrigo Rangel, Presidente de la Unión Leona Vicario, unión de comerciantes y vecinos del Centro Histórico, zona oriente. Realizada en el restaurant “El Edén” el 24 de marzo de 2006.

⁴³ En entrevista con el Sr. Leonardo Iglesias Mata, líder de la confederación de organizaciones de la zona económica de Tepito y el Distrito Federal realizada en el deportivo Luis Villanueva “Kid Azteca” en Tepito el 29 de marzo de 2008.

fayuca, cuando se abrieron locales y se necesitaron bodegas⁴⁴. Fue entonces, cuando la mercancía llegó al mayoreo, cuando la noción de fayuquero comenzó a transformarse en la de contrabandista.

El segundo factor fue sin lugar a dudas los terremotos del 19 y 20 de septiembre de 1985. Esos sismos afectaron gravemente las viviendas precarias del barrio: “15.5% de las viviendas [estaban] afectadas por entero; 72.2% parcialmente afectadas y [solamente] el 11% no [resultaron] afectadas.⁴⁵” Las autoridades respondieron con la demolición de una gran parte de las vecindades, pilar de la vida económica y social en Tepito⁴⁶, y la construcción de edificios multifamiliares –como “la fortaleza” o “los palomares”– con pequeños departamentos, en los que era imposible trabajar y habitar; sencillamente no contemplaban las necesidades de los habitantes: “las viviendas dignas que se ofrecieron redujeron los espacios de los originales “cuartos redondos⁴⁷” hasta hacerlos prácticamente inhabitables, puesto que ubicó a familias extensas [con un promedio de 7 integrantes⁴⁸] hasta en 36 m² [...]”⁴⁹.



Los “palomares”.
Fuente: Fotografía propia.

La gran escala

Después de varios buenos negocios y de una experiencia fincada a lo largo del tiempo, los fayuqueros comenzaban a tener trato directo con los gerentes o los dueños de las tiendas fronterizas de Estados Unidos. Los resultados de los negocios habían estrechado su confianza: Se dieron cuenta de que podían ampliar su escala de negocios y que además

⁴⁴ En entrevista con el Sr. Rodrigo Rangel, Presidente de la Unión Leona Vicario, unión de comerciantes y vecinos del Centro Histórico, zona oriente. Realizada en el restaurant “El Edén” el 24 de marzo de 2006.

⁴⁵ Carlos Monsiváis, Prólogo al libro de Rafael López, *Un lugar para vivir. Historias de la reconstrucción*. Citado en Jarquín, *calzado en Tepito*, 52.

⁴⁶ Sobre el papel de la vecindad en el barrio se hablara con más profundidad en el siguiente apartado.

⁴⁷ Se les conocía como cuartos redondos a las viviendas en las vecindades porque constaban generalmente de una habitación que, sin divisiones interiores, cumplía las funciones de cocina, recámara, comedor y estancia, en tanto los excusados, regadera y lavaderos eran comunes a todos los habitantes del inmueble. Como los caseros casi nunca intervenían en el mantenimiento, cada familia, de acuerdo con sus posibilidades económicas, ampliaba sus cuartos –ganándole metros al patio o agregando tapancos de madera al interior– lo que permitía separar las habitaciones o los pequeños talleres del resto de la casa.

⁴⁸ Según datos del taller 5 de arquitectura de la UNAM citado por Cameo (1984), en Jarquín, *calzado en Tepito*, 53.

⁴⁹ Jarquín, *calzado en Tepito*, 53.

podían comercializarse los productos que ya habían entrado en obsolescencia en Estados Unidos –ya sea porque la empresa que los comercializaba había lanzado un nuevo modelo al mercado, o bien porque otra compañía, fabricante del mismo producto, había introducido uno más avanzado– así como aquellos que estaban por discontinuarse⁵⁰. Los comerciantes de Estados Unidos ofrecieron la posibilidad de enviar las mercancías directamente al punto de distribución o al lugar que se les indicara, previa elección del fayuquero a partir de algún catálogo. Los proveedores de Estados Unidos comprendían el potencial del negocio al mayoreo e incluso llegaban a otorgar crédito para que esto fuera posible⁵¹.

Por otra parte los fayuqueros ya compraban directamente a la Cuenca del Pacífico ya que los aparatos electrónicos eran más baratos. La mercancía que se compraba al mayoreo por catálogo desde México dejaba en manos de los exportadores el transporte y el embalaje. En México se hacían los trámites necesarios con las agencias aduanales para los permisos de importación, los seguros y el movimiento de divisas, conforme a las normas del comercio exterior vigentes en México⁵². Sin embargo, la gran mayoría de las veces no se cumplían totalmente los requisitos legales de la importación: se subfacturaba; se cambiaban las fracciones arancelarias y se corrompía a los agentes aduanales⁵³. Se buscaba evadir impuestos en todo momento; se buscaba “contrabandear”. Siguiendo esta lógica, también se compraban los *displays* de las vitrinas, los productos que habían sufrido procesos de *refurbishment* o renovación, y la ropa de saldo y segundo uso. Que por no estar categorizados como productos nuevos pasaban pagando menos derechos.

Los productos que sufren un proceso de *refurbishment*, en Estados Unidos, son aquellos que no pasan los estándares de calidad del manufacturero y no pueden ser vendidos como nuevos. Son las mercancías que sufren daños estéticos o imperfecciones técnicas menores durante su fabricación. Los defectos son reparados; las unidades son renovadas y vendidas con descuentos de hasta 30% sobre el precio de fábrica. Sin embargo, aunque el producto se vea como nuevo o haya sido incluso reempaquetado por la

⁵⁰ Grisales, *Barrio y barrialidad*, 92.

⁵¹ En entrevista con el Sr. Rodrigo Rangel, Presidente de la Unión Leona Vicario, Unión de Comerciantes y Vecinos del Centro Histórico, Zona Oriente. Realizada en el restaurant “El Edén” el 24 de marzo de 2006. Y en entrevista con los señores Leonardo Soberanes, Jaime Orvel y Antonio Anaya, líderes de comerciantes de Tepito, realizada el 27 de febrero de 2008.

⁵² Alarcón, *El tianguis global*, 103.

⁵³ *Ibíd.*, 103.

fábrica, no se le puede vender como nuevo. A estos productos se les adhiere por ley una etiqueta que lee “*refurbished*” y que hoy todavía podemos ver en muchos de los productos que se venden en el barrio⁵⁴. Estas mercancías pueden llegar a tener rayones, abolladuras u otras formas de daño cosmético que no afectan el desempeño de la unidad. Además, como son productos “renovados”, a la hora de pasar la frontera no portan la fracción arancelaria de un producto nuevo; los impuestos a pagar son menores; los riesgos de confiscación de la mercancía durante el viaje son pequeños y los márgenes de ganancia crecen⁵⁵.

Otro caso ejemplar es el de la venta de ropa de segundo uso, comprada en pacas por kilo en Estados Unidos, en categorías del “1” al “3”, en las que podíamos encontrar respectivamente: saldos de ropa de “marca” o de muy poco uso que vendida al menudeo tiene precios que van desde los cien hasta los quinientos pesos; ropa de segundo uso con costos de entre treinta y ochenta pesos por prenda; y ropa muy deteriorada que se vende entre uno y treinta pesos –la mercancía a un peso es en general aquella rezagada de varias cargas que se remata en vez de tirarse⁵⁶. Estos productos de segundo uso pagan mucho menos impuestos –razón que no impide que muchas veces pase como contrabando– y son fácilmente comercializables en el D.F.⁵⁷. En Tepito es posible encontrar incluso hoy en día ropa con esta proveniencia, en particular si se trata de ropa de la categoría “1”⁵⁸. Por otra parte, hay que apuntar que estas pacas de ropa siempre vienen supercomprimidas y es muy difícil determinar con certeza qué es lo que viene en su interior; cuando se cortan los cinturones o flejes que les dan su unidad, las prendas pueden salir propulsadas a varios metros. Estas características facilitan el ocultamiento de ropa nueva –sin declarar– e

⁵⁴ En entrevista con el Sr. Alfonso Hernández, “hojalatero social” y cronista del Barrio de Tepito, realizada el 5 de agosto de 2008.

⁵⁵ Uno de los hijos del Sr. Leonardo Iglesias Mata se dedicaba a la distribución de este tipo de productos en San Luis Potosí, previo acuerdo con el manufacturero, se le enviaba mercancía “*refurbished*” y defectuosa, que en este último caso se reparaba y era posteriormente distribuida. En entrevista con el Sr. Leonardo Iglesias Mata, líder de la confederación de organizaciones de la zona económica de Tepito y el Distrito Federal realizada en el deportivo Luis Villanueva “Kid Azteca” en Tepito el 29 de marzo de 2008.

⁵⁶ En entrevista con Miguel Carranza, administrador de las plazas San Antonio Abad I y II, realizada en este mercado el 28 de febrero de 2008.

⁵⁷ En el distrito federal hay varios mercados de ropa usada dos de los más grandes son los de San Antonio Abad I y II.

⁵⁸ En entrevista con Miguel Carranza, administrador de las plazas San Antonio Abad I y II, realizada en este mercado el 28 de febrero de 2008.

incluso de otras mercancías en la paca⁵⁹.

Para Leonardo Iglesias Mata “Tepito es la madre de los desmadres, Tepito es la que abrió fronteras⁶⁰”. Los tráileres llenos de mercancías llegaban directamente de las fronteras y los puertos a Tepito. Los contrabandistas ya habían creado, cuando el negocio era incipiente y la escala del contrabando era “hormiga”, las conexiones policíacas necesarias a lo largo de los miles de kilómetros que tenían que viajar⁶¹. Además, consolidaron un sistema de distribución con alcances masivos que surtía ya no solo a los sectores más deprimidos de la sociedad sino también a una emergente clase media.

Sin embargo, el Sr. Iglesias también reconoce que la vida en el barrio, como se le conocía, terminó cuando “llegó la maldita fayuca”; la expansión desmesurada de las actividades comerciales en Tepito tuvo efectos perversos y engendró nuevos problemas.

El desecho de la basura fue cada vez más difícil de sacar del barrio y el reabastecimiento de los cilindros de gas para los hogares era casi imposible, ya que los puestos obstruían el libre tránsito de los camiones por las calles⁶². Había situaciones más graves: el desalojo de enfermos en emergencias era sumamente difícil y en caso de fatalidades, solo podía extraerse el cuerpo durante las horas en las que el mercado no funcionaba.

Todos estos factores contribuyeron al continuo éxodo de los residentes de Tepito. En pocas palabras Tepito perdió su función habitacional y productiva para ser reemplazada por una función comercial exacerbada. De esta manera, gracias a la fayuca, quedarían sentadas las bases para la transformación de Tepito en un “espacio global fragmentado” sostenido por redes internacionales de intercambio que alimentan el contrabando y la piratería.

⁵⁹ En entrevista con Miguel Carranza, administrador de las plazas San Antonio Abad I y II, realizada en este mercado el 28 de febrero de 2008. Y Alarcón, *El tianguis global*.104.

⁶⁰ En entrevista con el Sr. Leonardo Iglesias Mata, líder de la confederación de organizaciones de la zona económica de Tepito y el Distrito Federal realizada en el deportivo Luis Villanueva “Kid Azteca” en Tepito el 29 de marzo de 2008.

⁶¹ En entrevista con el Sr. Alfonso Hernández, “hojalatero social” y cronista del barrio de Tepito, realizada el 5 de agosto de 2008.

⁶² Jarquín, *calzado en Tepito*, 61.

Capítulo 3

Tepito: Barrio de oficios (70s-50s)

“En otras partes se dirá:

“Vivo en la Roma, en la Guerrero, en Tlalpan...”

Aquí se dice: “Soy de Tepito.””

Dicho tepiteño

Durante las últimas tres décadas Tepito ha tenido una función predominantemente comercial, y como hemos mencionado en repetidas ocasiones, antes de adoptarla, el “barrio bravo” era una de las zonas más densamente pobladas de la Ciudad de México y tenía una función preeminentemente habitacional y productiva. Esta transformación respondió principalmente a dos factores: por una parte, la llegada de la fayuca al barrio; por otra, a los terremotos de septiembre de 1985, a los que aludimos en el apartado pasado. Antes de estos momentos la vida de los tepiteños estuvo estrechamente ligada a las “vecindades”¹ un verdadero ecosistema en el que se conjugaban la vivienda, el taller y en buena medida el comercio. La cultura, las relaciones sociales, las actividades económicas y la vida cotidiana estuvieron determinadas por las particularidades de esa configuración habitacional del barrio.

Estudiaremos las maneras en que se vinculaban estas actividades a partir de un espacio que ahora se encuentra radicalmente transformado. De esta manera será posible ver el cambio y la permanencia tanto en las relaciones sociales, productivas y de distribución así como en la naturaleza de las actividades que se llevaban a cabo en el barrio y pueden ser factores influyentes en sus actividades posteriores. Por lo tanto, debemos preguntarnos ¿Qué son las vecindades y de qué manera influyeron en la configuración de las relaciones sociales de quienes las habitaban? ¿Cuáles eran las principales actividades económicas del

¹ Del total de viviendas que existían en Tepito, el 78% eran cuartos de vecindad. Según datos del taller 5 de Arquitectura Autogobierno de la UNAM.

barrio y cómo se conjugaban con las actividades productivas y de distribución al interior de un espacio primordialmente habitacional? ¿Cómo lograban integrarse espacios de trabajo, principalmente talleres zapateros, a los “cuartos redondos”? ¿Cuáles fueron las condiciones históricas que permitieron la llegada y permanencia de este tipo de talleres durante mucho tiempo? ¿Cómo se organizaba el trabajo artesanal en su interior y cuáles eran los beneficios que le aportaba a sus trabajadores? ¿De qué manera participaban los artesanos en otras actividades económicas para complementar sus medios de vida? También será importante estudiar ¿cuál fue la relevancia del comercio en Tepito? ¿Quiénes eran sus actores y de qué manera llevaban a cabo sus actividades? Finalmente tomando en cuenta todos estos factores será importante preguntarnos ¿De qué manera contribuyeron al establecimiento de redes sociales, productivas y de intercambio en el barrio y, por inducción, de qué manera pervivieron hasta nuestros días?

Así, nos enfocaremos inicialmente en reconstruir las características y particularidades de las vecindades así como de las actividades que las rodeaban. Más adelante nos enfocaremos en la manera en que los talleres funcionaban y las razones por las que se integraban a los “cuartos redondos”. También estudiaremos los orígenes de estas actividades y sus consecuencias.

En una segunda parte estudiaremos las actividades económicas “tradicionales” que se desarrollaban en el barrio. Expondremos las características de algunos oficios de la zona, relacionados con la producción artesanal, el reuso y el reciclaje de mercancías, que ponen de manifiesto la proximidad de las actividades que se realizaban antaño con las que se desarrollan ahora a una escala mucho mayor. Más adelante expondremos brevemente uno de los principales factores que permitieron que el comercio en Tepito se cimentara como su actividad predominante: el origen de la organización de los vendedores callejeros.

Casa y taller

Las vecindades

Las vecindades son edificios generalmente de un solo piso que contienen un conjunto de viviendas ordenadas en hilera, constituidas cada una de ellas por una o dos habitaciones,

alrededor o a lo largo de un patio de uso común, aislado de la calle². Eran construidas con adobe, ladrillo o cemento y formaban una unidad bien definida en la que podían reconocerse algunas características propias de una pequeña comunidad. Las vecindades eran complejos sumamente heterogéneos; algunas constaban de pocas habitaciones y otras de varios centenares³ que en conjunto formaban una de las zonas más deprimidas y densamente pobladas de la ciudad.

A las piezas se les llamaba “cuartos redondos” y en ellas se desarrollaban las actividades habitacionales, y en muchos casos económicas, de la familia. Eran habitaciones de techo alto, sin divisiones, que cumplían las funciones de cocina, recámara, comedor, estancia y taller en un área de alrededor de 20 a 30 metros cuadrados⁴. Por lo regular se instalaban tapancos de madera que eran utilizados como dormitorio o bodega y a los que se tenía acceso mediante una pequeña escalera de madera. Estos cuartos albergaban muchas veces a más de una familia nuclear y en general tenían un promedio de 7 habitantes⁵ por vivienda, aunque como cuenta Manuel en *Los hijos de Sánchez*, podían encontrarse cuartos donde residieran muchos más en condiciones verdaderamente precarias:

“En aquel cuarto solo había una cama que es donde dormía Faustino con su esposa. Los demás dormíamos sobre el piso, sobre cartones, para tender las cobijas. Los otros muebles eran un ropero, todo roto, sin puertas y una mesa que teníamos que sacar en la noche para la cocina para poder desocupar el espacio. Socorrito, su marido y sus chamacos se acostaban en el espacio entre la cama y la pared. Paula y yo nos quedábamos a los pies de la cama. Mi cuñada Dalila y su hijo, al otro lado, junto a Paula. Mi suegra y su marido en la esquina cerca de la concina, en el lugar que ocupaba la mesa en el día. Así es como nosotros trece cabíamos en aquel cuartito.”⁶

Incluso las viviendas que contaban con 2 piezas eran reducidas y las tomas de agua y los servicios de escusados, regadera y lavadero –de uso común para todos los habitantes del inmueble– se encontraban en el centro o en alguno de los extremos del patio.

Así, el patio de las vecindades era utilizado como una extensión de la casa: en él se

² Reyes, *Los usos de la identidad*, 83.

³ Lewis. *Los hijos de Sánchez*, XXXV.

⁴ Reyes, *Los usos de la identidad*, 85.

⁵ Según datos del taller 5 de Arquitectura Autogobierno de la UNAM.

⁶ Lewis, *Los hijos de Sánchez*, 160.

tendía la ropa, jugaban los niños, se ponían puestos de dulces, se hacían juntas de vecinos o se celebraban las fiestas familiares⁷. Estos edificios fueron un elemento que jugó un papel fundamental en el proceso histórico del barrio. Forzaron a los habitantes a compartir los espacios privados (vivienda) y semi-públicos (patio y calle) e integrar sus funciones comerciales, productivas y de servicios, simultáneamente⁸.

Estas características, en particular la proximidad, el hacinamiento, y la vinculación de la vivienda y el trabajo generaron un sentimiento de comunidad y reciprocidad muy fuerte en las vecindades, especialmente entre los jóvenes, quienes pertenecían a las mismas palomillas, asistían a las mismas escuelas, se reunían en los mismos bailes celebrados en los patios (y cantados por Chava Flores), y con frecuencia contraían matrimonio con otras personas de la vecindad. Las visitas entre vecinos eran frecuentes, se organizaban rifas y tandas⁹, se participaba en peregrinaciones religiosas y se celebraban los festivales de los santos patronos de la vecindad y las posadas de Navidad, entre otras festividades¹⁰. La vecindad actuaba como factor de cohesión y pertenencia, reforzaba la identidad y el arraigo sentimental que se tenía hacia el barrio: lugar de nacimiento, de habitación, de reproducción social y de trabajo de los tepiteños.

La forma en que surgieron las vecindades del barrio determinó una de sus características principales: la capacidad de alojar a un gran número de personas en un espacio mínimo. Muchas vecindades fueron construidas durante el porfiriato como mesones para recibir a los arrieros que venían a comerciar a la ciudad. La ubicación de Tepito tan solo a kilómetro y medio del Zócalo y su escaso nivel de urbanización eran ideales para sus propósitos. Otras, construidas poco tiempo después, fueron pensadas estrictamente como viviendas de alquiler para alojar a la creciente población obrera y a los campesinos pobres de la zona centro oriental del país que abandonaron el campo por la

⁷ Reyes, *Los usos de la identidad*, 85.

⁸ Jarquín, *calzado en Tepito*, 48.

⁹ La tanda es un “sistema de ahorro” en torno al cual se forman grupos de conocidos que cada día, semana, mes, o periodo de tiempo definido por ellos mismos, aportan una cantidad de dinero preestablecida para formar un fondo que será rifado inmediatamente para el beneficio de una sola persona. La práctica se repite hasta que todos los integrantes de la tanda hayan recibido el fondo una vez. Cada integrante de la tanda puede recibir el fondo una sola vez por ciclo completo de integrantes que la reciben.

¹⁰ Lewis. *Los hijos de Sánchez*, XXV.

ciudad durante el periodo de 1930 a 1970¹¹. En el caso concreto de Tepito, la llegada de personas provenientes de zonas con una larga tradición artesanal dedicada al trabajo de la piel –principalmente del Bajío– permitió la formación de gremios no oficiales de zapateros y artesanos.

En el centro se concentraban las funciones de producción, consumo e intercambio, y para crear la infraestructura que soportaría la administración de toda la ciudad se necesitaría de mano de obra barata. El resultado fue el fomento de vecindades, ya que podían alojar a gran cantidad de personas a un muy bajo costo¹².

Hacia finales de la segunda guerra mundial, entre 1942 y 1948, se promulgó un decreto de rentas congeladas y la prórroga forzosa e indefinida de los contratos de alquiler para la vivienda popular en el Distrito Federal con el objeto de evitar incrementos en el costo de vida¹³. Estos decretos dieron la oportunidad a las clases bajas de permanecer en el centro de la ciudad y aprovechar –en el caso de Tepito– el reconocimiento popular del que ya gozaban por su magnífico trabajo en la producción de artículos elaborados con piel, lo que provocaba que gran cantidad de gente acudiera en busca de sus servicios¹⁴.

Los talleres proliferaron en el barrio gracias a las bajísimas rentas que debían de pagar los inquilinos de los talleres-habitación y por las facilidades que representaba estar tan cerca del centro de la capital de un país tan centralizado. Además, era fácil conseguir al interior del barrio todo lo necesario para la producción artesanal y la vida cotidiana en los hogares.

Sin embargo, donde antes solo había vecindades ahora es difícil encontrarlas. Los terremotos del 19 y 20 de septiembre de 1985 abrieron la brecha para que la fayuca pudiera asestarle el golpe de gracia a la función habitacional de Tepito. Si bien la función comercial cada vez tenía más importancia, los estragos del temblor hicieron que se derribaran gran parte de los inmuebles del barrio y del centro de la ciudad. Después de los

¹¹ Reyes, *Los usos de la identidad*, 84.

¹² Víctor Hugo Rocha Osorio. *La evolución social del barrio de Tepito como importante centro de comercio informal en la Ciudad de México*. México, el autor, 2004 (Tesis por el grado de licenciado en Historia en la FFyL, UNAM). P.45

¹³ Jarquín, *calzado en Tepito*, 49.

¹⁴ Rocha, *La evolución social*, 44

sismos se realizaron acciones sobre 80% del parque habitacional existente en Tepito, o sea, sobre 6,131 viviendas. La mayoría de ellas, 86.5%, tuvieron que ser reedificadas por completo¹⁵.

Los esfuerzos de organización de los tepiteños –que muchas veces antes tuvieron éxito– fueron en vano: la mayoría de las nuevas construcciones que se llevaron a cabo se hicieron siguiendo una tendencia “modernizadora” que no contemplaba las necesidades de los habitantes del barrio. Fueron construidas de acuerdo a 5 prototipos preestablecidos de departamento que en términos generales constaban de dos recamaras y servicios integrados en una superficie de alrededor de 40 metros cuadrados. Los conjuntos tenían reglas específicas sobre la interacción vecinal, en particular en lo referente al ruido. Los materiales utilizados para construir fueron escogidos en función de su precio –se construía con lo más barato– y entre otras desventajas, no aislaban el sonido. El adobe, con el que se habían construido la mayoría de las vecindades a principios de siglo, es un excelente aislante térmico y sonoro; la presencia de muchos habitantes, así como de talleres que hacían uso de maquinaria podían pasar desapercibidos mientras que al interior la temperatura permanecía agradable. Por otra parte, los departamentos tenían techos bajos, la construcción de tapancos era imposible y el espacio se vio muy reducido. Los talleres ya no tenían cabida. No había un patio común donde los niños pudieran jugar o se pudiera tender la ropa. La percepción de que en los nuevos departamentos ya “solo cabían los muebles¹⁶”, motivó a la mayoría de los inquilinos a vender o rentar sus viviendas para uso como bodegas y desplazarse a otras zonas de la ciudad.

Los intentos de participación en la reconstrucción del barrio se limitaron a un proyecto de regeneración de las vecindades vinculado a la Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa que tuvo como resultado la construcción de 13 vecindades¹⁷ diseñadas pensando específicamente en las necesidades de la población. Estas nuevas viviendas seguían las configuraciones “tradicionales” de la vecindad y los “cuartos redondos”. Estaban provistas de servicios, tenían tapancos, contemplaban la presencia de

¹⁵ Según datos del taller 5 de Arquitectura Autogobierno de la UNAM

¹⁶ Jarquín, *calzado en Tepito*.

¹⁷ Hay que recordar que antes del sismo la inmensa mayoría de la vivienda eran vecindades y que existían cientos de ellas en Tepito. Según datos del taller 5 de Arquitectura Autogobierno de la UNAM.

talleres al interior y daban la posibilidad de “ganarle metros al patio” cuando las posibilidades de los propietarios lo permitieran. Desafortunadamente su importancia se limitó a los pocos que pudieron ocupar un número tan reducido de viviendas.

La reconstrucción transformó la imagen urbana y la configuración habitacional del barrio. Los antiguos inquilinos se convirtieron en propietarios de sus habitaciones y las viejas vecindades se sustituyeron por edificios con diseños estandarizados; la interacción social en los patios dejó de ser posible, la vida vecinal como se conocía terminó¹⁸ y los talleres de producción iniciaron una acelerada desaparición¹⁹. El terremoto tuvo una consecuencia trascendental para la población tepiteña, rompió el vínculo entre vivienda y trabajo, la trama y la urdimbre de las relaciones sociales en el barrio se vieron irremediamente separadas, el entramado social se deshizo. Pero el golpe a los talleres de calzado no solo provino del lado urbano; como veremos, la apertura de la economía a las mercancías extranjeras a finales de los años ochentas inundó el mercado de Tepito y de México de zapatos baratos provenientes de Asia, contra los que no pudieron competir los talleres domésticos ni las grandes fábricas.

La desaparición de las vecindades volvió imposible la renovación de las formas de vida que habían existido por generaciones. Antes de los terremotos el barrio se caracterizaba por una baja emigración, una gran cohesión familiar y el establecimiento de lazos vecinales de solidaridad de emergencia²⁰. En el barrio se encontraban los elementos necesarios para satisfacer las necesidades de sus habitantes. En 1982 el 80% de los habitantes de Tepito trabajaban en el mismo barrio²¹ y se dedicaban principalmente a la producción zapatera, maderera, textil y al resto de la industria del cuero. Estas actividades se llevaban a cabo en su mayoría en talleres vivienda en las vecindades. También eran populares en el barrio toda una serie de oficios marginales ligados al comercio y destinados al consumo popular²² por la naturaleza de su “producción”. A estos dos tipos de actividad le dedicaremos nuestra atención a continuación.

¹⁸ Reyes, *Los usos de la identidad*, 84.

¹⁹ Cfr. María Elena Jarquín Sánchez. *La producción de calzado en Tepito*. México, UNAM: Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Humanidades. 1994. (alternativas). P.77

²⁰ Jarquín, *La producción de calzado*, 44.

²¹ *Ibidem*, 44.

²² *Ibidem*, 56.

Los talleres

Antes de los terremotos del 85 se calculaba que había un taller zapatero en cuatro de cada cinco viviendas tepiteñas, lo que había permitido que el barrio ocupara el segundo lugar nacional en producción de calzado²³. El funcionamiento de estos talleres es análogo a aquellos que se desarrollaron en León, Guanajuato, y a los que se les llamaba “picas”. Este tipo de organización sería el antecedente histórico de las estrategias productivas de la manufactura de piratería en nuestros días.

Las picas eran pequeños talleres familiares operados por artesanos que desempeñaban su oficio en forma manual, con la ayuda de sus conyugues e hijos. Funcionaban con mano de obra intensiva y pequeña inversión de capital. La elaboración del zapato era principalmente manual y la maquinaria que tenían era la más elemental para la elaboración del calzado. No había un lugar de trabajo *ex profeso* para realizar la actividad productiva; esta se llevaba a cabo en el espacio doméstico. El dominio del oficio era por lo general completo, pues abarcaba la totalidad del proceso productivo. Es decir, el zapatero cortaba, respuntaba, montaba, ensuelaba y acababa el zapato²⁴.

La formación tradicional de zapateros en Tepito se realizaba también de manera fundamental dentro de los propios hogares o en los talleres que existen en él: “El papá era el cortador, el hijo era el montador, el hermano era el pegador y así diferentes gentes se dedicaban a eso.²⁵”. La familia y el barrio aparecían como los principales agentes socializadores dentro de un rígido aprendizaje de corte artesanal que impartían los maestros en forma personalizada, tratando de inculcar a sus discípulos la complicada ética que antaño regía el oficio y que cada vez se vuelve más holgada²⁶.

La productividad de estos talleres era reducida y en general iniciaban maquilando, lo que les brindó acceso a nueva tecnología que ofrecía ventajas en cuanto al ahorro de trabajo y tiempo de producción. Recurrir a la maquila representó una estrategia adaptativa para los talleres ante la necesidad de una mayor inversión de capital.

²³ *Ibíd.*

²⁴ Calleja Pinedo, Margarita, *Microindustria: principio y soporte de la gran empresa. La producción de calzado en León, Guanajuato*, México, Universidad de Guadalajara. 1994. (Fin de Milenio). P.75

²⁵ En entrevista con el Sr. Leonardo Soberanes, líder de comerciantes y antiguo dueño de un taller de calzado en Tepito, 26 de marzo de 2009

²⁶ Jarquín, *La producción de calzado*, 57.

La maquila, especialización en sólo una parte del proceso de producción del calzado, era importante puesto que: “Para que el proceso pueda realizarse completo se requiere de una gran capacitación en el oficio o bien de inversión en diversas maquinas y su mantenimiento para que el producto sea costeable al comprador y deje ganancias al productor²⁷”.

Así, los talleres incorporaron, selectivamente y de acuerdo a sus posibilidades, la simplificación del trabajo, las nuevas desagregaciones, fraccionamientos y estandarizaciones de las distintas fases de la producción. La maquila ofreció a los talleres la posibilidad de agregar al proceso productivo las innovaciones tecnológicas sin tener que invertir en la adquisición de toda la maquinaria²⁸. Se pedía la maquila de únicamente una parte del proceso, en grandes volúmenes, para realizar todo el resto en el taller con una baja inversión además de permitirles seguir a la par de la moda.

De esta manera, fueron capaces de acceder a las innovaciones tecnológicas y con ello obtener las ventajas de eficiencia, estandarización del trabajo y disminución de tiempo de aprendizaje y de costos²⁹.

Además, fomentaba una fuerte interacción entre los talleres: “Conocíamos a otros talleres porque se daba la maquila, les pedíamos que nos produjeran una parte del zapato o luego nosotros lo hacíamos. Le trabajábamos a zutano a mengano y a perengano.³⁰”. Se compraban máquinas cada vez más especializadas para aumentar la producción. Cuando lograban incrementar su capital, comenzaban a realizar el proceso productivo completo. Cabe mencionar que el uso generalizado de maquinaria en el proceso productivo no sustituyó completamente la elaboración manual del zapato; los talleres continuaron produciendo calzado manualmente y recurrían a la maquila solo en determinados procesos³¹.

Los talleres o picas habían pasado a la clandestinidad a finales de los años 60s, después de que se dictara la ley que establecía que los aprendices debían ser asegurados por

²⁷ *Ibíd.*, 89.

²⁸ Haciendo pedidos maquilados a otros talleres que contaban con la maquinaria para hacerlos.

²⁹ Calleja, *Microindustria*, 77.

³⁰ En entrevista con el Sr. Leonardo Soberanes, líder de comerciantes, 26 de marzo de 2009

³¹ Calleja, *Microindustria*, 59.

las empresas con las que trabajaban. Esta situación tuvo dos consecuencias: por una parte se reforzó el empleo de obreros a domicilio, quienes se mantuvieron fuera de la vista de los inspectores, pues solo acudían al taller para recoger o entregar el trabajo que habían llevado a cabo en sus hogares. Por otra, se empezó a hacer uso en los talleres de “macheteros”, obreros que, luego de su jornada en fábricas o talleres, se van a otro taller para complementar su ingreso haciendo trabajo extra³².

Hasta hace un par de décadas, como María Elena Jarquín Sánchez hace notar en su trabajo, los talleres siguieron temiendo a los inspectores del seguro social, puesto que corrían el riesgo de que los hicieran quebrar por el cobro de multas y cuotas. Esta situación reforzó su dependencia económica hacia los comerciantes intermediarios, con quienes paulatinamente se estableció una relación de compra-venta permanente, en la que el intermediario pasó a jugar el papel de prestamista, financiero o simplemente de facilitador de material para el taller³³.

La presencia de los comerciantes e intermediarios que semanalmente acudían a los barrios a adquirir zapato con los productores, dieron continuidad a la clandestinidad de los talleres, ya que las transacciones se realizaban en el interior de la casa o en la plaza del barrio, pero siempre ocultas a todo tipo de registros. Asimismo, en la clandestinidad, y a través de arreglos personales, los comerciantes se constituyeron en una fuente de financiamiento para los productores que no tuvieron acceso a las instituciones bancarias. Es decir, que si por un lado el comercio ha fomentado la multiplicación de las empresas más pequeñas, también han constituido un elemento importante para su estancamiento como empresas³⁴.

A pesar de que muchos logran adaptarse a las nuevas condiciones en que se les impone trabajar y continúan la tradición en la medida de sus posibilidades, las siguientes generaciones muchas veces deciden terminar con el negocio y dedicarse a actividades comerciales. Este es el caso del Sr. Leonardo Soberanes quien, a la muerte de su padre, en

³² *Ibíd*em, 62.

³³ *Ibíd*em, 64.

³⁴ Desafortunadamente no podemos ahondar más en el tema de la producción de calzado en el marco de esta investigación. Para un estudio más profundo véase *La producción de calzado en Tepito*. Por María Elena Jarquín Sánchez, y *Microindustria: principio y soporte de la gran empresa. La producción de calzado en León, Guanajuato* por Margarita Calleja Pinedo.

1990, decide vender el taller zapatero en el que trabajaba desde pequeño. Éste había sido el sustento de su familia desde el año de 1944 cuando su padre, uno de muchos migrantes provenientes de la zona del bajío que poblaron Tepito, se lo compró al Sr. Humberto Carbonell. Cuando el taller fue vendido empleaba a veinte personas y llevaba a cabo el proceso de producción completo³⁵.

Leonardo Soberanes no quería “tener las manos todas callosas” como su padre; se dedicó a la compra y venta de zapatos leoneses para mujer y hombre después de vender el taller. Antes, comerció con ropa de mujer: conjuntos, blusas y faldas; y vendió fayuca durante su auge, entre los años 80s y 90s³⁶. Hoy, sigue viviendo en el barrio, es dueño de la accesoría³⁷ donde se encontraba el taller; ahí abrió un negocio de venta y reparación de teléfonos celulares. El Sr. Soberanes cambió su función productiva por una comercial como lo hicieron la mayoría de los habitantes del barrio.

La tradición comercial de la que goza Tepito en nuestros días tuvo sus orígenes en una serie de oficios marginales ligados a la compra-venta de desperdicios que tenían por destinatario al consumo popular. Estos oficios existen en barrio desde los años cuarenta del siglo veinte.

Los oficios y los mercados tepiteños

Los oficios tepiteños

En Tepito existe una gran tradición de reuso y reciclaje de mercancías para su comercialización. Las primeras organizaciones de comerciantes fueron fundadas por los “ayateros”, llamados así porque cargaban siempre con un costal hecho de ayate en el que guardaban artículos de segunda mano para comercializarlos. Los ayateros, llamados posteriormente “cambiadores”, llevaban mercancías en pequeños carros metálicos



Fuente: Fotografía propia. Ayatero, detalle de un mural de Daniel Manrique, fundador del movimiento Tepito Arte Aquí.

³⁵ En entrevista con el Sr. Leonardo Soberanes, líder de comerciantes, 26 de marzo de 2009

³⁶ En entrevista con el Sr. Leonardo Soberanes, líder de comerciantes, 26 de marzo de 2009

³⁷ Accesoría es un local que da a la calle y que combina las funciones habitacional, en la parte de atrás, y productiva-comercial en la parte que da a la calle.

y se dedicaban al trueque, intercambiaban piloncillo, loza o dinero por ropa usada y productos descompuestos o de desecho en las colonias “acomodadas” de la Ciudad de México³⁸. Las mercancías eran vendidas en *el baratillo* de Tepito, de esta manera se le llamaba al mercado entre los 60s y los 40s por la naturaleza de sus mercancías y los rangos de precios que podían encontrarse. Este negocio era prolífico, abastecía a las crecientes clases populares de la ciudad.

De esta ocupación se desprendieron muchas otras que aprovechaban los productos que llegaban al barrio o se especializaban en mercancías específicas. Los “salderos” eran personas dedicadas a la comercialización de excedentes de producción que remataban las fábricas y empresas³⁹. Los “ropavejeros” vendían ropa vieja o de segundo uso que compraban a los ayateros o cambiaban en las colonias de más recursos. Aparecieron también los “botelleros”, que compraban las botellitas de perfume, las lavaban, las rellenaban con fragancias compradas en las Farmacias Paris⁴⁰ y las vendían otra vez, como nuevas⁴¹.

Con el paso del tiempo se empezaron a abandonar los ayates y se adoptaron pequeños carros en los que se podía cargar con más, lo que permitió comercializar nuevos productos. Los “fierros” compraban fierros viejos “les daban una manita de gato” y los vendían, entre los artículos más populares se encontraban las herramientas y las planchas⁴². Los “recicladores” arreglaban electrodomésticos pequeños, cambiaban las resistencias de las planchas, los transistores de los radios o los apagadores de las licuadoras para venderlos.

Finalmente, otros “pequeños” oficios se desprendían de “grandes” oficios como la hechura del zapato o la sastrería, en muchos casos representaban una actividad complementaria para compensar los bajos sueldos.

Los “reparadores” de calzado, eran artesanos zapateros –oficiales en general– que compraban calzado viejo, lo reparaban, y lo revendían, o bien daban el servicio de

³⁸ En entrevista con el Sr. Antonio Anaya, cronista del barrio de Tepito, 28 de febrero de 2008

³⁹ Grisales, *Barrio y barrialidad*, 68.

⁴⁰ Las Farmacias Paris son un negocio con una trayectoria muy larga, se ubican en el centro de la Ciudad de México y siguen siendo punto de referencia hasta nuestros días.

⁴¹ En entrevista con el Sr. Alfonso Hernández, cronista del barrio de Tepito, 5 de agosto de 2008

⁴² En entrevista con el Sr. Alfonso Hernández, cronista del barrio de Tepito, 5 de agosto de 2008

reparación al público en general. Los reparadores tenían mucha fama en el barrio. Sin embargo, la calidad de los zapatos se redujo y comenzaron a utilizarse materiales sintéticos en su fabricación con el objetivo de abaratar precios, poco a poco la reparación de zapatos dejó de ser rentable. Era más caro repararlos que comprarlos nuevos.

Los “guaranderos” compraban los desperdicios de piel utilizada en la confección del calzado –llamados guaranda– a los empleados de los talleres zapateros para venderlos a su vez. La utilización de la guaranda también llegaba a tener una función complementaria para los empleados de los talleres. Muchas veces los dueños del taller regalaban, como incentivo a los cortadores⁴³, lo que sobraba de los cortes para producir fracciones de otros artículos, como por ejemplo los botones cubiertos de piel para las chamarras de cuero. Las ganancias obtenidas le pertenecían por supuesto al empleado.

Los “volteadores” eran sastres que, además de llevar a cabo sus funciones “tradicionales” al interior de un taller, desarmaban la ropa luida: los pantalones, los sacos, etc. volteaban los cuellos y los puños de las camisas y volvían a armar el conjunto para después venderlos. Cuando la ropa se encontraba muy gastada para venderla, aprovechaban la tela para hacer cachuchas⁴⁴.

Finalmente, había comerciantes como Manuel, uno de *Los hijos de Sánchez*, quien se dedicaba a la compra-venta de mercancías en el interior del barrio: “cosas de segunda mano, ropa, zapatos, oro, plata, relojes, muebles, lo que venga.”⁴⁵.

En los años 60s estos pequeños oficios constituían el único comercio que había en



Fuente: fotografía propia. Vendedor de viejo, detalle de un mural de Daniel Manrique, fundador del movimiento Tepito Arte Aquí.

⁴³ Los cortadores son zapateros especializados en el proceso de cortado de la piel para la confección del zapato.

⁴⁴ En entrevista con el Sr. Leonardo Soberanes, líder de comerciantes, 26 de marzo de 2009

⁴⁵ Lewis, *Los hijos de Sánchez*, 357.

Tepito, todos los comerciantes callejeros del barrio lograban ubicarse en La Rinconada y en el callejón entre los mercados que mandó construir Uruchurtu, regente de la ciudad⁴⁶.

Los mercados de Tepito

En 1957, Ernesto P. Uruchurtu –regente de la Ciudad de México de 1952 a 1966– con la intención general de “moralizar a la ciudad”, realizó esfuerzos por librar a la capital de cantinas y cabarets, de prostitutas y de vendedores callejeros.

Una de los objetivos que Uruchurtu persiguió con más determinación fue la construcción de más de 150 mercados para reubicar a los más de 50,000 vendedores que invadían las calles de la ciudad. Durante 9 años (1958-67) consiguió que se construyera un nuevo mercado cada mes; entre los más importantes se encuentran la Merced, la Viga, Jamaica, la Lagunilla y San Juan. En Tepito se construyeron los cuatro mercados establecidos que siguen existiendo hoy en día. Simultáneamente a la construcción de los mercados, el regente prohibió la venta callejera de manera rigurosa⁴⁷. Sin embargo, esta prohibición duró poco tiempo, la venta en los mercados era mala y los locatarios decidieron volver a salir a la calle⁴⁸.

La construcción de los mercados tuvo además un interés político velado: la formación organizaciones “reconocidas” de vendedores. Uruchurtu “exigió tratar solo con grupos reconocidos de por lo menos 100 vendedores ambulantes, a efecto de incorporarlos como beneficiarios de los mercados en construcción⁴⁹”. En este proceso, tal como lo menciona Grisales retomando a Cross, “las políticas gubernamentales dieron a los líderes de las asociaciones poder ilimitado sobre sus miembros, ya que se les confirió el de la sobrevivencia del vendedor individual, quien no podía obtener un local o una “tolerancia” sin la anuencia del líder⁵⁰. Este hecho se comprueba en buena medida a través del testimonio uno de *los hijos de Sánchez* que llegó a comerciar en estos mercados:

“acababa yo de hacer un coraje por el lugar, y luego al rato llega el inspector.

⁴⁶ En entrevista con el Sr. Jaime Orvel y Juan (apellido no precisado), líder de comerciantes y taquero, respectivamente, de Tepito, realizada el 28 de marzo de 2008.

⁴⁷ Rocha *La evolución social*, 45.

⁴⁸ En entrevista con el Sr. Jaime Orvel, líder de comerciantes de Tepito, realizada el 26 de marzo de 2009.

⁴⁹ Cross, John C. *Informal Politics. Street Vendors and the State in Mexico City*. Stanford: Stanford University Press, 1998. P.163

⁵⁰ Grisales, *Barrio y barrialidad*, 84.

Yo creo que al que le gané el lugar se fue rajar con él, porque él pertenece a la Organización. Entonces viene el inspector y se agacha así, ¿no?, y agarra mi manta con las cosas que tenía y la dobla y la iba a levantar. [...] “Esto” dice “lo vas a recoger a la Administración”. Yo estaba recargado así en la pared, ¿verdad?, y le dije [...] mira tú levantas las cosas del suelo, y yo te doy en la madre. [...] “bueno... es que tu no perteneces a ninguna organización, ni tienes credencial, ni... ni... ¡la fregada!” Le digo el mercado no se lo hicieron para ustedes, cabrones... ¿Qué el mercado se lo hicieron na’ más para la organización?⁵¹”

Estas organizaciones lograron desarrollarse bajo el cobijo de la Confederación Nacional de Organizaciones Populares (CNOP), uno de los pilares corporativos del PRI, al lado de la Confederación de Trabajadores de México (CTM) y de la Confederación Nacional Campesina (CNC), y el gobierno priísta en general, hasta alcanzar el tamaño y complejidad que estudiamos en el primer capítulo.

Este es uno de los ejemplos más evidentes de la manera en la que la vida del barrio se ha visto transformada por decisiones que exceden su escala y a las que ha debido adaptarse. Sin embargo, a pesar de los evidentes cambios por los que ha atravesado también podemos notar una tendencia generalizada hacia actividades marginales con diferentes grados de clandestinidad que a lo largo del tiempo han establecido redes con esa misma naturaleza. Las redes han debido extenderse hasta atravesar fronteras y océanos para poder penetrar los intersticios que la desigualdad deja abiertos y le permiten sobrevivir a un amplio sector de la población. Sus actividades desafían el *establishment* económico en los niveles local, regional, nacional, internacional y transnacional, les proporcionan la capacidad de sobrevivir y ascender socialmente en economías que no están en posibilidades de emplear a todos sus ciudadanos. Por ello son vistos como un desafío para el sistema y para las élites del poder político y económico⁵².

El problema del ambulante, en términos generales, y de la piratería, en términos particulares, es alimentado en muy buena medida por las decisiones que toman esas élites y solo pueden entenderse en el amplio marco en el que están inmersos. Es por esta razón que dedicaremos la siguiente parte de nuestro trabajo al estudio de los factores nacionales y

⁵¹ Lewis, *Los hijos de Sánchez*, 360.

⁵² Lins, “Otras globalizaciones”.

globales que influyeron o provocaron transformaciones económicas en el barrio de Tepito y tuvieron por consecuencia cambios sociales y culturales en su interior.

Capítulo 4

La industrialización por sustitución de importaciones en México;

Tepito se configura. 1950-1981

Desde una mirada a la que le cuesta trabajo desprenderse del contexto de modernidad y progreso que la produce, los barrios bajos representan la promesa siempre incumplida de una urbanización que, en teoría, debería ser equivalente a civilización, ordenamiento, higiene urbana, ornato, ausencia de olor, separación de los espacios y perfecta clasificación de las funciones, así como individualización de la existencia antes colectiva.

Ernesto Aréchiga Córdoba.

La vida de Tepito durante buena parte del siglo XX y hasta ahora ha estado muy vinculada a las influencias nacionales e internacionales, en especial desde la economía y las prácticas políticas. Por esta razón es necesario examinar cuál es la naturaleza de estas influencias y cómo un cambio en el modelo de desarrollo –en la coyuntura de la crisis económica de 1982– pudo transformar sus actividades económicas y abrió la puerta a una transformación cultural acelerada en el barrio.

Así, es interesante preguntarnos ¿Cuáles son las características del modelo de sustitución de importaciones y por qué es pertinente para el análisis de las actividades de Tepito? ¿Qué relación tiene el modelo de sustitución de importaciones con el predominio de la producción de calzado en Tepito? ¿Qué consecuencias tuvo la crisis de ese modelo de industrialización por sustitución de importaciones que se caracteriza por la protección de la competencia del exterior, sobre los talleres de calzado que fueron la actividad predominante de Tepito? ¿De qué manera podemos vincular las actividades tepiteñas de antaño con las de ahora y cuáles fueron sus arcos de transmisión? Y finalmente ¿Si desde el ángulo económico este modelo significó un énfasis en el nacionalismo, de qué manera se manifestó su componente político?

En este capítulo analizaremos brevemente las características del modelo primario

exportador que prevaleció en México hasta la gran recesión mundial de 1929-1932. En una primera parte examinaremos los orígenes y la naturaleza del modelo de industrialización por sustitución de importaciones en sus dos primeras fases y explicaremos su vinculación con la producción de calzado en León. En una segunda parte estudiaremos de qué manera influyó la producción zapatera leonesa, a través de la migración de artesanos, en el surgimiento y desarrollo de la producción de calzado en Tepito. Esta es producción entraría en crisis con la liberalización de la economía y sobre una parte del tejido social que desarrollaba esas actividades económicas emergió la producción y venta de productos pirata. Por lo tanto, nos detendremos a analizar algunas similitudes entre la organización productiva de los talleres zapateros y la de la producción de la piratería. Por otra parte, también estudiaremos con más detalle el origen de la relación entre el gobierno y los vendedores ambulantes a través de la construcción de los mercados establecidos. En la última parte del capítulo expondremos los límites del modelo de industrialización por sustitución de importaciones.

El surgimiento de un modo de desarrollo orientado hacia adentro

El modelo primario exportador

El modelo primario exportador surgió en América Latina y en México desde finales del siglo XIX por la expansión del capitalismo en Inglaterra y Estados Unidos. Para entender la naturaleza de este modelo que es el antecesor del ISI, necesitamos compararlo con el tipo de producción y de mercado que durante ese tiempo prevalecía en los países industrializados. En los países desarrollados no había una clara separación, como en los latinoamericanos, entre la producción destinada al mercado interno y al mercado externo. De hecho no se distinguía un sector de exportación; las manufacturas se orientaban a satisfacer el mercado interno mientras que los excedentes eran vendidos al exterior.

En cambio en los países en vías de desarrollo había una fuerte división del trabajo y una distinción muy clara entre el sector dedicado a la producción interna y a la externa. El sector exportador generalmente se especializaba en pocos productos, gozaba de una alta rentabilidad y solamente una pequeña parte se consumía internamente. La producción destinada al consumo nacional se realizaba en condiciones de baja productividad y estaba orientada a la subsistencia, pero solo resolvía una parte de las necesidades básicas de la

población. La fuerte separación entre estos dos sectores agudizó la desigualdad en la distribución del ingreso, la cual desde la Época Colonial y el siglo XIX había caracterizado a estas sociedades. La mayor parte de la población durante este modelo estaba compuesta por campesinos, las tres cuartas partes de la población al principio del siglo XX, quienes contaban con ingresos muy bajos y tenían una participación casi marginal en el mercado. Por otra parte, existía una fracción de la población que gozaba de altos ingresos y cuyos niveles y estilos de vida y de consumo eran muy similares a los de los países desarrollados. Para ellos gran parte del consumo consistía casi únicamente en productos de importación. Por su parte, el Estado imponía aranceles aduaneros a los productos de importación, lo que le permitía alimentar sus finanzas. Casi toda la infraestructura de esta época se desarrolló en función de las exportaciones. Si el tendido de vías férreas y carreteras se orientó al principio hacia el Golfo de México para el comercio con Europa, al cambiar el dinamismo económico —y el comercio de México— hacia Estados Unidos, las comunicaciones se reorientaron en un eje norte-sur¹.

Hasta la gran recesión de 1929-1932 y sobre todo hasta la Segunda Guerra Mundial, los países latinoamericanos tenían un modelo primario-exportador con ciertas especializaciones². México, por su ubicación geográfica y la diversidad de recursos naturales con que contaba, tuvo la posibilidad de mantener un amplio abanico de exportaciones. Así, exportó minerales, petróleo, carne, henequén, café y algodón, entre otros productos.

Sin embargo, no había una integración completa de la economía mexicana. Solo ciertas regiones y algunos sectores de materias primas lo lograron. Una buena parte del crecimiento económico dependía del comportamiento de la demanda externa, como el

¹ Fernando Rosenzweig, “La industria”, en Daniel Cosío Villegas (coord.), *Historia Moderna de México. El Porfiriato. La vida Económica*, México, Editorial Hermes, 1974; y John Henry Coatsworth, *El impacto económico de los ferrocarriles en el Porfiriato : crecimiento contra desarrollo* / Traducción: Julio Arteaga Hernández, México, Secretaría de Educación Pública, Dirección General de Divulgación, 2 v., Serie Setenta (271-272), 1976.

² Argentina exportaba carne, trigo, oleaginosas y lana; Chile enviaba al extranjero cobre; Bolivia extraía estaño para colocarlo en el mercado mundial; Brasil cultivaba y exportaba café y caña de azúcar; Colombia abastecía al mercado exterior de café; Cuba se especializaba en azúcar y tabaco; Centro América y el Caribe cultivaba productos tropicales como la caña de azúcar, el tabaco, la fruta y el café. Cfr. Víctor L. Urquidí, *Otro siglo perdido: las políticas de desarrollo en América Latina, 1930-2005*, 1a ed. México, D.F., Fondo de Cultura Económica, 2005. caps. II.- “La crisis de los años treinta” (pp. 64-90) y III.- “La Segunda Guerra Mundial y sus repercusiones económicas” (p. 91-134).

algodón y los minerales metalúrgicos en el norte. La recesión económica de 1929-32 repercutió severamente en el sector exportador y por lo tanto también afectó a otros sectores de la economía. Este modelo primario exportador respondía a la demanda externa de los países industrializados, en el caso mexicano, especialmente a la de Estados Unidos. Las exportaciones permitían importar los bienes y los servicios de una parte importante de la demanda interna. Cuando cayeron las exportaciones, cayó el empleo, el ingreso, la captación fiscal, y finalmente las importaciones. Además se suspendieron los créditos; como los países latinoamericanos no tenían fuentes de recursos ya no fueron viables para recibir créditos y los Estados perdieron su capacidad de maniobra para continuar con el crecimiento económico nacional.

Solo entre 1929 y 1930 la capacidad de importación disminuyó notablemente (se redujo en 47%)³; el modelo primario-exportador, en su fase de agotamiento, llevó a modificar el esquema productivo que se seguía desde finales del siglo XIX y provocó una transición hacia un modelo orientado a la sustitución de importaciones. La incapacidad de exportar recursos naturales dificultó la importación de productos y por lo tanto creó un estímulo para su producción interna a través de la industrialización nacional. De ahí el nombre que llevó el nuevo modelo: “industrialización por sustitución de importaciones”, o de desarrollo hacia adentro.

La Industrialización por Sustitución de Importaciones.

El modelo de industrialización por sustitución de importaciones (ISI) en México, como en el resto de América Latina surgió de la crisis del modelo primario-exportador que tocó su fin con la gran recesión económica mundial de 1929-32. El modelo no fue implantado espontáneamente para disminuir la dependencia del exterior, sino que fueron las restricciones a la importación de todo tipo de mercancías las que lo engendraron⁴.

El ISI pasó por diversas etapas y es particularmente importante hacer notar la relación entre el sector agropecuario y el industrial a partir de 1945. Podemos dividir el desarrollo de este proceso en tres fases que estudiaremos a lo largo de este apartado y

³René Villarreal, *Industrialización, competitividad y desequilibrio externo en México. Un enfoque macroindustrial y financiero (1929-2010)*. México. FCE. 2005. p. 36.

⁴ María de Conceição Tavares, “El proceso de sustitución de importaciones como modelo de desarrollo reciente en América Latina”,

trataremos de vincular, en la medida de lo posible, con la evolución del barrio de Tepito.

Primera fase de la ISI

El primer periodo de la ISI, de la gran recesión de 1929-32 a la Segunda Guerra Mundial, se caracterizó porque hubo un estrangulamiento de la capacidad para importar productos del extranjero ya que las exportaciones de bienes primarios no tenían demanda en el mercado exterior por la caída de los ingresos y del consumo en los países desarrollados. Durante este primer momento los bienes sustituidos fueron los bienes no duraderos de consumo final, por ejemplo, el calzado, los textiles, los alimentos, las bebidas.

Esta primera fase del proceso de industrialización no fue intencionada; no existía un plan de industrialización nacional. Fue hasta después de la Segunda Guerra Mundial cuando el proteccionismo se convirtió en el instrumento clave de la política industrial. En 1945 se promulgó la “Ley de fomento de industrias de transformación” y se definieron las industrias “nuevas y necesarias”. El plan era formar un empresariado nacional, al que tiempo después Mosk se referiría como los “nuevos empresarios”, para desarrollar una industria nacional de bienes de consumo final que sustituyera las importaciones que abastecían el mercado interno⁵.

Segunda fase de la ISI

El segundo periodo inicia con la Segunda Guerra Mundial y se extiende hasta 1954⁶. El proceso de industrialización en el país se había caracterizado desde los años treinta por su elevado grado de concentración en la Ciudad de México que desde su fundación fue el centro comercial, político y militar de la nueva España; posición que consolidó a lo largo del siglo XIX. El desarrollo histórico de esta concentración en su versión moderna se explica por el impulso dado a la actividad manufacturera, así como a la infraestructura de

⁵ Sanford Alexander Mosk, *Industrial revolution in Mexico*, Berkeley, Calif., University of California, 1950.

⁶ Desde el inicio de la guerra, los países en conflicto, desarrollados, desplazaron su producción a la fabricación de equipos bélicos; además, sus flotas navieras perdieron su función comercial y se les dio un uso militar. Sus exportaciones se detuvieron y creció su necesidad de importar. Así, América Latina dirigió sus esfuerzos hacia una complicada exportación marítima de ciertos bienes “estratégicos”, como los minerales y el petróleo, pero también de productos primarios como el café (Brasil) y el azúcar (Cuba). El caso de México fue particular; la cercanía con Estados Unidos generó una situación distinta que en el resto de América Latina, donde no existía la posibilidad de utilizar el tren para transportar las mercancías a sus lugares de destino. Este factor fue importante para la nación en términos de su desarrollo económico.

apoyo a esta actividad una década más tarde⁷. Para tal efecto se expidieron una serie de medidas legislativas proteccionistas que exentaban de impuestos a la maquinaria para la industria, la agricultura y la minería. Estas disposiciones beneficiaron fundamentalmente a los principales centros fabriles del país, Puebla y la Ciudad de México⁸. Las principales mercancías que se buscaba producir eran las de consumo final como los textiles, los alimentos, las bebidas y el calzado.

La industria del calzado y su vínculo con la piratería

La producción de calzado.

De las diversas actividades industriales que se desarrollaron en México en el marco de la ISI, nos interesa examinar la producción de calzado por las implicaciones que tiene para la expansión industrial y comercial de Tepito⁹.

La industria mexicana del calzado logró una expansión gracias a la ampliación del mercado, resultado de la necesidad estadounidense de importar bienes de consumo final mientras concentraba sus esfuerzos en la guerra. En León, Guanajuato, uno de los tres primeros productores a nivel nacional, 26% del total de los establecimientos industriales eran empresas productoras de calzado que absorbían al 47.39% de la fuerza de trabajo urbana¹⁰. Si bien desde inicios del siglo la producción se llevaba a cabo de forma generalizada en *picas* –los pequeños talleres familiares que estudiamos en el apartado pasado– desde mediados de la década de los veinte comenzaron a aparecer las fábricas. Este proceso se dio por dos vías: la inversión de capital y el establecimiento de una sociedad que se inició básicamente con la contratación de mano de obra asalariada, mucho menos típica para esta época¹¹; y el crecimiento y la transformación tecnológica de los

⁷ Gustavo Garza Villarreal, *El proceso de industrialización en la Ciudad de México, 1821-1970 : condiciones generales de la producción y concentración espacial en el capitalismo*, México, Centro de Estudios Demográficos y de Desarrollo Urbano, El Colegio de México, 1983.

⁸ Garza, Gustavo y Erika Aguilar, “Evolución industrial de la Ciudad de México 1821-1985” en *Historia y Desarrollo Industrial de México*. Carlos Alba Vega (coord.). México, Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos. 1988. P.194

⁹ Para un estudio contemporáneo sobre la industria del calzado en León, puede consultarse a Pascal Labazée y Margarita Estrada.

¹⁰ Calleja, *Microindustria*, 52.

¹¹ Durante este periodo el caso más ejemplar es la fundación de la fábrica Emyco en León, Guanajuato.

talleres familiares¹².

La forma característica de la ampliación de las *picas*, modelo que más tarde sería introducido en el Barrio de Tepito, fue a través de la introducción de innovaciones tecnológicas al proceso productivo. Hacia finales de la década de los treinta la compañía United Schuman Machinery comenzó a importar maquinaria americana como la Landis y la Adrian Bruch, para coser suela, o la Astraus, para montar. También se introdujo maquinaria alemana como la Mohenos y la Atlas, que inicialmente se rentaba a través de agencias que operaban localmente¹³. La incorporación de estas máquinas permitió a muchas *picas* transformarse paulatinamente en grandes talleres que llegaban a producir hasta 200 pares de zapatos a la semana y que sin embargo conservaban junto con el trabajo asalariado un permanente trabajo familiar sobre el que muchas veces descansaba toda la producción. Además, este modo de autoexplotación permitía la permanencia de las retribuciones dentro de la familia y conservaba horarios muy flexibles¹⁴. También es importante destacar la adaptabilidad que brindaba en función de la movilidad del trabajo asalariado y de las fluctuaciones de la situación económica del establecimiento.

Ahora, la introducción de la maquinaria también provocó el surgimiento de los talleres de maquila, un tipo de subcontratación industrial vertical que proporciona las materias primas y otros insumos¹⁵. Generalmente consiste en elaborar una obra o producción para un tercero según arreglos contractuales muy concretos que abarcan el diseño y otras características del producto. La maquila afecta principalmente tareas que requieren de mucha mano de obra o de maquinaria especial (principalmente el cosido de la suela con máquinas *Sticher* en el caso del calzado) surgidas de la fragmentación del proceso de producción¹⁶. Los piqueros acudían a talleres maquileros en su mismo barrio cuando necesitaban encargar tareas; ellos mismo proporcionaban la materia prima y tenían la

¹² Calleja, *Microindustria*, 47.

¹³ *Ibíd.*, 48.

¹⁴ Para un análisis detallado del desarrollo de la industria del calzado en León, Guanajuato, ver Margarita Calleja Pinedo, *Microindustria: principio y soporte de la gran empresa. La producción de calzado en León, Guanajuato*, México, Universidad de Guadalajara. 1994. (Fin de Milenio).

¹⁵ Lourdes Benería y Martha Roldán, *Las encrucijadas de clase y género. Trabajo a domicilio, subcontratación y dinámica de la unidad doméstica en la ciudad de México*. México, El Colegio de México / Fondo de Cultura Económica. 1992. P.50

¹⁶ Benería, *Las encrucijadas de clase y género*, 50.

comodidad de pagar hasta el momento de la entrega¹⁷.

En un contexto más amplio en el tiempo y en el espacio, la maquila es una forma de trabajo industrial capitalista a domicilio que por el volumen de personas ocupadas en él, fue la forma predominante de producción no agrícola en Europa Occidental desde el siglo XVI hasta el XVIII¹⁸. En el trabajo capitalista a domicilio generalmente, no siempre, los comerciantes controlan las materias primas y el financiamiento de la producción, mientras que los artesanos quedan reducidos a la categoría, no explícita, de “asalariados a domicilio” u “obreros extra-muros”. Este modo de industrialización que bajo diversos nombres y formas se ha analizado para Alemania (El *verlagssystem*), Inglaterra (*putting out system*), Francia (*travail à façon*) y en muchos países latinoamericanos (*trabajo por encargo*, de *maquila* o trabajo *capitalista a domicilio*¹⁹), se distingue por el hecho de que el diseño del producto y la organización de la producción son controlados por un intermediario, que puede ser un comerciante o un industrial, quien encarga el trabajo, entrega al artesano la materia prima y una parte de su salario, y paga el resto a la entrega del producto final.

El surgimiento de especializaciones en el proceso productivo instrumentado con la introducción de maquinaria resultó de fundamental importancia para las *picas*, las cuales tuvieron la oportunidad de seguir siendo competitivas sin necesidad de invertir grandes sumas en bienes de capital y acceder a los beneficios que brindaba la tecnología a través de terceros. Así, empezó a darse la división del trabajo en el proceso de hechura del zapato, en León y en toda la república.

En el contexto de la Segunda Guerra Mundial se lograron producir manufacturas para satisfacer una demanda creciente ligada al mejoramiento en los niveles de ingreso y a la expansión demográfica y urbana del país, que ya no era posible satisfacer con importaciones. La industria mexicana en general y la del calzado en particular se vieron favorecidas por esta situación.

¹⁷ Calleja, *Microindustria*, 111.

¹⁸ Fernand Braudel: *Civilisation Matérielle, économie et capitalisme. XV-XVIII siècle*. Vol. III, *Le temps du monde*. Paris. Armand Colin, 1979, 607 p.; Carlos Marx: *El Capital. Crítica de la economía política*. Vol.I, México, Fondo de Cultura Económica, 1972, 769 Págs., pp. 272-273; Peter Kriedte, Hans Medick y Jürgen Schlumbohm: *Industrialización antes de la industrialización*. Barcelona, Editorial Crítica, 1986, 502 p.

¹⁹ José A. Alonso, *Maquila domiciliaria y subcontratación en México en la era de globalización neoliberal*, México, Plaza y Janés, 2002; del mismo autor: *Mujeres maquiladoras y microindustria doméstica*, México, Ed. Fontamara, 1991, 180 p

Sin embargo, a pesar de que las exportaciones de productos y la producción para la demanda interna hicieron ingresar divisas a México, era imposible adquirir nuevas maquinas y bienes intermedios (acero, combustibles, químicos, farmacéuticos, alimentos) porque nadie los producía. La industria se enfrentó a un estancamiento tecnológico que provocó el deterioro creciente del capital industrial nacional. A pesar de este estancamiento, la producción del calzado fue la actividad económica más importante de León hasta 1945, y hasta la actualidad sigue siendo el lugar más importante de fabricación de calzado en México, ya que contribuye con casi la mitad de la producción nacional.

Al término de la guerra hubo una sobreproducción de zapato e inició un periodo de quiebra de talleres. La contracción de la demanda ocasionó el cierre temporal de algunas empresas y el despido masivo de obreros que en muchos casos se vieron forzados a migrar a otras regiones del país, principalmente a la Ciudad de México, donde el barrio de Tepito los acogió. Ahí, instalaron nuevos talleres que conservaron las mismas configuraciones productivas que en León.

Con el final de la guerra se abrió de nueva cuenta la posibilidad de importar bienes de consumo intermedio y de capital. Se aceleró el proceso de industrialización y la sustitución llegó a algunos bienes duraderos de consumo. El proteccionismo se volvió el instrumento básico de la política de desarrollo industrial. En otras palabras, el mercado interno, que antes era abastecido desde el exterior, ahora estaba reservado para los industriales nacionales y también para la inversión extranjera. Este fue el periodo de mayor crecimiento para América Latina en su conjunto y para México también. El núcleo dinámico dejó de ser el sector exportador para ser reemplazado por la industria. Esta aceleración del proceso de sustitución permitió a la industria zapatera leonesa florecer de nuevo hasta convertirse en el primer productor nacional de calzado, así como en el centro más importante de curtiduría de pieles del país. La industria de bienes de consumo pudo desarrollarse porque contó con condiciones de mercado cautivo, con estímulos que otorgó el gobierno a través de incentivos fiscales y de precios subsidiados en bienes y servicios públicos, y también por los pocos requerimientos de inversión y de tecnología que exigía este tipo de industrias.

Por otra parte, la inversión extranjera, que durante el modelo primario exportador o

de “desarrollo hacia afuera” se concentró en la exportación de recursos naturales y servicios públicos (FFCC, minerales, servicios públicos, maderas, algodón, petróleo), durante el modelo ISI o de “desarrollo hacia adentro” también invirtió para abastecer el mercado interno; produjo alimentos, bebidas, textiles, vestido, calzado y productos químicos.

De manera aparentemente contradictoria, durante esa época pudo constatarse, en el caso de la industria zapatera, un movimiento regresivo de la fábrica al taller; de la producción en serie se regresó a la que sale de manos del artesanado. Ese fenómeno puede ser explicado por una razón estratégica más que económica: las fábricas se habían convertido en un blanco evidente para el pago de contribuciones y los conflictos obreros aumentaban. Estas condiciones volvían complicada la producción y disminuían la tasa de ganancias, por lo que la tendencia era tratar de mantener la configuración propia de un taller y ocultarse de la vista del gobierno.

Además, a partir de 1968 desaparecería la categoría de “aprendices”, por lo que estos trabajadores debían ser asegurados por las empresas con las que trabajaban. En los talleres y *picas*, que reducían sus costos de producción no asegurando a los obreros o solo a parte de ellos, continuaron empleando a los trabajadores sin asegurarlos, por lo que desde entonces han sido presionados fuertemente por el Instituto Mexicano del Seguro Social, que les cobra multas y cuotas cuando los descubre. Esta situación los ha empujado hacia la clandestinidad y ha profundizado la dependencia económica de los talleres hacia los comerciantes intermediarios. Paulatinamente la relación de compra-venta se ha vuelto permanente y el intermediario pasó incluso a jugar muchas veces el papel de prestamista o financiero²⁰. De la misma manera que en la Europa Occidental del siglo XVIII, los comerciantes comenzaron a controlar las materias primas y el financiamiento de la producción, y los artesanos quedaron reducidos a la categoría, no explícita, de “asalariados a domicilio”.

El desarrollo de la industria del calzado en León fue muy importante para el desarrollo histórico de Tepito. Porque si bien después de la Segunda Guerra Mundial la llegada de zapateros leoneses al barrio determinó durante mucho tiempo una de sus principales actividades económicas, como veremos más adelante, también introdujo en

²⁰ Calleja, *Microindustria*, 62.

germen una lógica de producción que sigue vigente hasta nuestros días en esa zona.

Las picas zapateras, germen del modo de producción de la piratería en Tepito.

Las *picas* son una configuración productiva con facilidad de adaptación frente a nuevas circunstancias, en particular frente a la competencia y las nuevas situaciones industriales y económicas del país. Frente a la falta de liquidez hace uso intenso de mano de obra familiar, flexible en cuanto a horarios y a organización del trabajo. Ante la carencia de capital para la adquisición de maquinaria, hace uso de la maquila, que le brinda las ventajas de la nueva tecnología que ofrece ahorro de trabajo y de tiempo de producción. Además, cuando es necesario puede recurrir al trabajo “asalariado”. De la misma manera las *picas* también emplean a obreros fijos, en general viejos expulsados de la vida fabril, que trabajaban en el mismo taller o a domicilio.

Estas características también son propias de lo que nosotros llamamos “*picas piratas*” y que estudiamos en el primer capítulo de este trabajo. En el contexto de la “industria pirata” podemos reconocer elementos muy similares a los de la industria del calzado. La organización productiva tiene a la cabeza un pequeño emprendedor pirata, comparable al jefe de familia de las *picas* zapateras, sobre el que recae gran parte del proceso productivo: realiza la compra del equipo y los insumos (quemadores, discos, cajas, portadillas, sobres de plástico, etcétera), y emplea mano de obra familiar y muchas veces “asalariada” para realizar el “armado” del producto terminado y la distribución en puestos propios y/o ajenos.

También hace uso de maquila, llevada a cabo principalmente por otros agentes locales, familiarizados con la técnica necesaria para la reproducción de los materiales (obtención de *software*, música y películas a través del internet y otros medios), y por talleres de impresión (cuando se trata de portadillas o serigrafiado de discos) que le permiten aprovechar los avances tecnológicos sin tener que invertir grandes cantidades de tiempo y dinero.

Además, emplea trabajadores “a domicilio”, principalmente madres solteras (que llevan a cabo el proceso de “quemado” de los discos), lo que no deja de remitirnos a las

“adornadoras de calzado en ciudades como Guadalajara²¹ y León²²”.

Finalmente, como los productores de zapato, el emprendedor pirata busca la manera de “colocar” sus productos en el mercado, la mayoría de las veces dándolos a consignación en algún comercio. Como la industria casera del zapato, no pagan impuestos, no aseguran a sus trabajadores y producen y comercializan productos de la “economía informal”.

La presión demográfica

En México, el desarrollo de este tipo de actividades estuvo condicionado por las transformaciones demográficas y económicas que vivió el país durante los veinte años posteriores a la Segunda Guerra Mundial, período en el que el desarrollo de la agricultura tuvo un papel muy importante. Durante el periodo conocido como “el milagro mexicano” el país tuvo un crecimiento acelerado: el producto agropecuario creció 5.8% al año desde 1945 hasta 1954 y después bajó a 4% entre 1955 y el 1965. Ese incremento superaba al crecimiento poblacional y fue resultado de dos procesos vinculados entre sí: por un lado el crecimiento de la agricultura capitalista y por otro el crecimiento de la producción campesina.

El sector agrícola capitalista se desarrolló gracias a las grandes obras estatales de infraestructura agrícola que se realizaron en esa época²³. Además, la agricultura capitalista se benefició de los financiamientos destinados a la adquisición de maquinaria y de insumos químicos. Ese tipo de producción se destinó a los cultivos más rentables, como el algodón, que estaba bien cotizado en el mercado internacional; y el trigo, que tenía un precio oficial subsidiado²⁴. Los nuevos empresarios agrícolas se incorporaron con todos estos apoyos

²¹ Elena de la Paz Hernández Águila, “Las adornadoras en Guadalajara: condiciones de trabajo y salud”, Guadalajara, Jalisco, México, Ed. E. de la P. Hernández Águila. Tesis de Licenciatura en Sociología, Universidad de Guadalajara, Facultad de Filosofía y Letras, 1983, 197 p.

²² El adorno es la última fase de la producción de calzado antes de que llegue al comprador. Es una fase importante en la que se controla la calidad, se detectan y corrigen los errores de fabricación, y el zapato se deja presentable y listo para ser comercializado. Consiste en limpiar el zapato del cemento que pudiera haber quedado, emparejar el color con tintes especiales, darle brillo, colocarle la plantilla y meterlo en cajas. Este trabajo es realizado casi exclusivamente por mujeres en sus domicilios. Las adornadoras no intervienen en decisión alguna del proceso productivo, solo cumplen los encargos y reciben del patrón la materia prima y herramientas a utilizar.

²³ Se llevaron a cabo principalmente en el norte del país donde se incorporaron tierras irrigadas en Sinaloa, Sonora y Tamaulipas, principalmente.

²⁴ Cynthia Hewitt de Alcántara, *La modernización de la agricultura mexicana, 1940-1970*. México, Siglo veintiuno, 1978.

oficiales a la “revolución verde” y crecieron aceleradamente.

En contraparte, la agricultura campesina, basada principalmente en el maíz, estaba presionada a participar en el mercado por la falta de otras alternativas. La base de la producción agrícola campesina era el propio trabajo de los campesinos, a veces con algunos complementos de la industria agroquímica, y también con la incorporación de nuevas tierras al cultivo. Sin embargo, la repartición que se hizo de las tierras desde la revolución hasta 1992 en que se dio por terminado el reparto agrario, se vio severamente afectada en términos cualitativos después de la gestión de Lázaro Cárdenas, quien entregó las mejores tierras a los campesinos²⁵. Después de Cárdenas se siguieron repartiendo tierras, pero estas eran menos fértiles, con menos proporción de áreas irrigadas, estaban ubicadas en lugares más alejados de los mercados, eran cada vez más marginales y estaban expuestas a mayores riesgos²⁶. El crecimiento de la población volvió insuficientes los recursos otorgados por el reparto agrícola. Además, desde los años 50s el precio del maíz se deterioró por los notables aumentos de la productividad en Estados Unidos y Europa²⁷. En México se establecieron precios de garantía y se iniciaron importaciones masivas del cereal en la segunda mitad de los 50s. Las unidades campesinas se vieron obligadas a iniciar un proceso de expulsión de los miembros que ya no tenían acomodo en las tierras de la localidad.

Al principio miles y después millones de personas decidieron abandonar la unidad doméstica y la pequeña parcela para integrarse al trabajo jornalero en el norte del país y en los Estados Unidos. Desde la guerra se habían establecido convenios para enviar contingentes de mano de obra mexicana que reemplazara a los trabajadores agrícolas estadounidenses que se desplazaron a la producción de la industria bélica y a la guerra. Tiempo después de terminada la guerra los estadounidenses seguían importando mano de obra temporal para que trabajara sus campos. El programa “brasero” (1942-1964) provocó el desplazamiento temporal, y muchas veces definitivo, de una parte importante de la

²⁵ Un efecto de ese reparto fue el apoyo a la organización de ejidatarios y agraristas. Así, en 1938 nació la Confederación Nacional Campesina (CNC), que desde entonces quedó integrada al partido oficial, el Partido de la Revolución Mexicana, el antecesor del Partido Revolucionario Institucional.

²⁶ Luis Aboites Aguilar, “El mundo rural del siglo XX”, en *Gran Historia de México Ilustrada, V. El siglo XX Mexicano*, México, Planeta DeAgostini – Conaculta INAH, 2002, pp. 121-140, p.126.

²⁷ Arturo Warman. *La historia de un bastardo: maíz y capitalismo*. México, FCE, 1988.

población masculina rural proveniente principalmente del centro y sur del país. De la misma manera, aunque en menor medida, la población marginal urbana se vio atraída por ese programa²⁸.

En el marco del Programa Bracero se contrataría a 4.58 millones de trabajadores campesinos desde 1942 hasta 1964; en 22 años ingresarían legalmente cada año cerca de 209 mil personas. Durante el auge del Programa, hacia finales de los años 50, ingresaron cerca de 400,000 trabajadores anuales cada año. Pero esa corriente de trabajadores que había crecido mucho con el Programa Bracero, se percibió como una amenaza durante los momentos de pérdida de dinamismo de la economía, por lo que aumentaron las presiones que condujeron a la “Operación Espaldas Mojadas”²⁹ en 1953-1954, la mayor campaña de deportación en la historia del programa.

Iglesia de San Francisco de Asís en Tepito, 1961



Fuente: www.barriodetepito.com.mx

El proceso de despoblamiento del campo mexicano se intensificó y dio inicio una etapa de migración continua del campesinado mexicano pobre hacia las ciudades. En particular a la “herradura” de barrios marginales que envolvían el centro de la Ciudad de México. En estos barrios no existía la infraestructura urbana básica. La pavimentación, el drenaje y la iluminación pública eran escasos. “En esa época Tepito estaba lleno de establos y de ganado; era muy rural³⁰”. Sus



Fuente: www.barriodetepito.com.mx

²⁸ Aboites “El mundo rural...”, en *Gran Historia de México*, 2002, pp. 121-140.

²⁹ Es importante mencionar que muchas veces la población rural se veía “absorbida” por la ciudad durante su trayecto a los Estados Unidos. Además, el modelo de trabajo temporal, legal en unos momentos e ilegal en otros, se convirtió en una tradición y generó redes sociales entre las comunidades de origen y las de destino, las cuales fueron cada vez más numerosas. Eso hizo que la migración pasara a ser un enorme caudal que nadie ha podido detener, y que además es funcional a ambas economías.

³⁰ En entrevista con Alfonso Hernández, cronista del barrio de Tepito, 20 de Marzo de 2009.

habitantes ocupaban viviendas de alquiler llamadas “vecindades”, las cuales habían sido construidas en función de su capacidad para alojar a un gran número de personas al menor costo posible. Como contrapunto o resultado de estas carencias, la renta de “cuartos redondos” en las vecindades llegaba a ser muy barata y funcionó como elemento “amortiguador” para la población pobre que llegaba a la ciudad en busca de mejores oportunidades.

La llegada continua de migrantes a la Ciudad de México respondía a la concentración de las actividades económicas y al desarrollo urbano. Gran parte de las industrias se ubicaban ahí; además, el comercio y el mercado de trabajo eran muy dinámicos, y la infraestructura con que contó en forma creciente era la más completa de todo el país. Por otra parte, el desarrollo de las vías de comunicación se llevó a cabo en el marco de una fuerte centralización y tuvo como resultado que literalmente todos los caminos y vías férreas llevaran a la Ciudad de México.

Otro atractivo fundamental del D.F. fue el costo de la vida, que durante esta época, era más bajo que el de otras ciudades por los diversos subsidios de que era objeto. Las costosas obras viales, el impuesto predial, el servicio de basura, la dotación de agua y muchos otros servicios estaban por debajo de su costo de operación y varios de ellos se financiaban con fondos federales³¹. La producción industrial de la urbe era la más importante de la nación por un amplio margen (casi la mitad de la producción nacional se concentraba en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México) y los productos fabricados ahí, se volvían más caros conforme se alejaban de ella. Por otra parte, la voluntad de las clases políticas, de desarrollar la economía y consolidar un mercado interno, motivó, entre otras iniciativas, la creación del Comité Regulador del Mercado de Subsistencia (que después se transformaría en CONASUPO), institución central para la venta de productos básicos subsidiados³².

³¹ Carlos Bazdresch, “Los subsidios y la concentración en la ciudad de México”, en Blanca Torres Ramírez (coord.) *Descentralización y democracia en México*, México, Centro de Estudios Internacionales, El Colegio de México, 1986. pp. 205-218.

³² Carlos Alba Vega y Enrique Valencia Lomelí “Agotamiento de un modelo de desarrollo. Las políticas económicas y sociales del modelo sustitutivo” en Alberto Aziz Nassif (coord.), *México al inicio del siglo XXI, democracia, ciudadanía y desarrollo*. México, Porrúa CIESAS. 2003 p. 251

La capital se volvió el destino por excelencia de los migrantes del país; la migración del campo hacia la ciudad creció geométricamente. Durante el siglo XX la población del Distrito Federal no dejó de aumentar, pasó de 369,000 a 18.2 millones de habitantes de principios a finales de siglo. Creció más de 49 veces su proporción inicial en contraste con la población nacional que solo creció 7 veces en el mismo lapso³³.

Los migrantes que llegaron a la ciudad de México entre 1965-1990 provenían principalmente de Michoacán (161,033 personas), Puebla (155,554 personas), Oaxaca (135,015 personas), Hidalgo (119,347), y Guanajuato (117,683 personas)³⁴.

Los barrios marginales, ubicados a escasos kilómetros del centro del Distrito Federal, se sobrepoblaron. Además, durante ese periodo se decretó la congelación de rentas y la prórroga forzosa e indefinida de los contratos de alquiler para la vivienda popular. De esta manera, se aseguró la permanencia de los migrantes y de la creciente clase obrera en los barrios de la zona centro de la ciudad mientras que la creciente clase media se desplazaba a las colonias que gozaran de infraestructura nueva y completa en el Sur y el Oeste de la capital. Fue el período también en que la Universidad Nacional Autónoma de México abandonó el centro de la ciudad para reubicarse en su nuevo campus. Las oficinas de los corporativos de las empresas más importantes del país, al igual que los más prestigiados bufetes de abogados hicieron lo mismo. También la mayor parte de las oficinas de secretarías del gobierno federal³⁵, incluida la del Presidente de la República emigraron del corazón de la ciudad, al que muy pronto se le denominaría “centro histórico”, ya que la ciudad de México comenzaría a ser policéntrica desde un punto de vista económico.

La industria del calzado en Tepito

En el caso concreto de Tepito –uno de esos barrios–, se vivió la llegada de personas provenientes de zonas con una larga tradición artesanal dedicadas al trabajo de la piel –principalmente del Bajío– que permitió la instalación de varias decenas de talleres

³³ María Eugenia Negrete Salas, *El Centro de México, Evolución, límites y oportunidades para el desarrollo regional*. México, Centro de Estudios Demográficos Urbanos y Ambientales, El Colegio de México, 2008, 352 páginas, p. 206

³⁴ Negrete, *El centro de México*.

³⁵ Es significativo, para los propósitos del tema central de este trabajo, que una parte de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la encargada del control de las aduanas y de los derechos de propiedad, haya permanecido en el Palacio Nacional, y esté rodeada de vendedores ambulantes que ofrecen a la luz pública productos de contrabando y piratería.

zapateros, talabarterías y algunas tenerías³⁶.

Los talleres en Tepito usaban principalmente fuerza de trabajo familiar, capacitada en el mismo taller como parte del equipaje cultural con el que se educaba a los hijos. Cuando era necesario, la mayoría de las veces, la producción se complementaba empleando a trabajadores con salarios bajos pagados a destajo, quienes habían aprendido el oficio de la misma manera³⁷. Los talleres zapateros pudieron servirse de la alta concentración demográfica del barrio y de la reducida movilidad de su población, ya que la producción se basaba de manera importante en el uso intensivo de la mano de obra.

La producción zapatera se caracterizaba por altos niveles de rotación en el empleo que como resultado, fomentaban la socialización entre talleres e impulsaban el desarrollo de prácticas como la maquila, que permitía mantener un precio costeable al comprador mientras dejaba ganancias al productor³⁸.

Además, las bajísimas rentas que debían pagar los inquilinos de los “cuartos redondos” donde se instalaban los talleres domiciliarios; la concentración en el barrio de artesanos que abastecían de los insumos necesarios para la producción del zapato; y la proximidad con el centro de la ciudad, donde se encontraban las zapaterías en que podía distribuirse la mercancía, contribuyeron al crecimiento de la industria del calzado en Tepito hasta que alcanzó el segundo lugar a nivel nacional, después de León, Guanajuato, con una producción orientada al consumo popular³⁹.

La industria nacional

A diferencia de la industria del calzado en Tepito, la cual se desarrolló a domicilio y en talleres, en gran parte de los casos en el marco de lo que hoy se conoce como economía informal, la expansión de la industria nacional formal del calzado y de otros sectores, se benefició de incentivos para las nuevas inversiones. Se subsidió el precio de la energía, se contuvieron los salarios, se creó infraestructura para el transporte y se otorgaron créditos. Se crearon nuevas industrias, pero en algunos sectores de actividad todavía no existía un

³⁶ Jarquín *La producción de calzado*.

³⁷ *Ibidem*, 26.

³⁸ *Ibidem*, 89.

³⁹ *Ibidem*, 55.

empresariado con la capacidad suficiente o el deseo para realizar cierto tipo de inversiones. El Estado debió participar parcialmente en algunos de los grandes proyectos industriales. Por ejemplo, durante esta época se funda en Jalisco la Compañía Industrial de Atenquique para la fabricación de papel craft, en 1941; también se crea Altos Hornos de México S.A. (AHMSA) en Monclova, en 1942. Por otra parte aumentan las exportaciones de cierto tipo de productos, sobre todo de minerales estratégicos ligeramente procesados⁴⁰. Con todos estos factores favorables, la industria creció dos y medio veces entre 1930 y 1950. El volumen y el valor de la producción industrial respecto al PIB aumentó entre 1940 y 1950 del 16.6% al 18.6%⁴¹.

En el cuadro 1 se puede apreciar el crecimiento de la industria en la capital nacional respecto al del resto del país, y a partir de eso se puede observar el grado de concentración geográfica de la producción industrial. En todas las décadas que van de 1930 a 1970, la velocidad del crecimiento de los medios de producción y de los de consumo en que Gustavo Garza clasifica la producción industrial es superior en la ciudad de México que en el resto del país (aunque en algunas sub-clasificaciones dentro de estos rubros el crecimiento sea inferior).

⁴⁰ Urquidi, *Otro siglo perdido*.

⁴¹ *Ibíd*em, 105.

Cuadro 2. Tasas geométricas del crecimiento de la industria según valor agregado, 1930-1970

	Ciudad de México				Resto del país			
	1930-1940	1940-1950	1950-1960	1960-1970	1930-1940	1940-1950	1950-1960	1960-1970
Medios de producción	8.2	14.0	5.3	10.9	5.4	10.4	2.4	10.2
Bienes de Capital	13.0	22.6	2.3	18.7	-9.4	55.7	4.1	13.0
Bienes intermedios	13.0	11.7	4.7	10.4	7.0	11.9	6.4	10.8
Medios de consumo	7.0	14.1	5.6	10.2	5.1	9.5	0.8	9.8
Bienes de consumo inmediato	6.2	13.6	4.7	9.9	5.1	9.1	0.7	8.7
Bienes de consumo duradero	21.1	17.8	9.9	11.2	6.0	24.3	2.8	20.4

Fuente: Parte de un cuadro de Gustavo Garza, *El proceso de industrialización de la ciudad de México, 1821-1970*, México, El Colegio de México, 1985, 446 páginas, p. 165

Este nuevo modelo económico había sido pensado de tal manera que permitiera la creación de un sistema de protección social inspirado en los modelos Bismarkiano y Beveridgista, creados respectivamente en Alemania a finales del siglo XIX y en Inglaterra después de la Segunda Guerra Mundial, aunque sin el alcance de éstos. El modelo de protección social de México era de tendencia universalista y buscaba estructurarse en función de la paulatina integración de la población al trabajo asalariado. En esos momentos la población asalariada respecto a la población económicamente activa creció en el país a

costa de la disminución de los salarios reales. Había más oportunidades para la obtención de un empleo asalariado y a partir de 1943 se creó el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) para los trabajadores del sector privado⁴². La protección social era ahora un derecho de los trabajadores del sector privado.

Sin embargo, el proceso inflacionario y la política salarial de la época permitían un desplazamiento de los recursos destinados a la productividad hacia las utilidades con el objetivo de fomentar la aparición de una nueva burguesía o empresariado industrial.

Por otra parte, en 1954 fue creado el primer Fondo Nacional de Habitaciones Populares (Fonhapo). A pesar de estos esfuerzos, el porcentaje de trabajadores que contaban con trabajo, seguro social, vivienda y precios subsidiados, seguía siendo muy limitado hasta los años setentas. En este desarrollo institucional mexicano coexistieron la aspiración a una concepción universalista, limitada a los habitantes urbanos organizados y con criterios ambiguos de definición de los grupos destinatarios⁴³.

Así, fueron quedando fuera de este esquema integrador los campesinos pobres y los migrantes que llegaban a las crecientes urbes y no alcanzaban a ser absorbidos en el empleo formal. El problema de la desocupación en la Ciudad de México –y el resto del país– se intensificaría con el pasar de los años y configuraría un extenso contingente que desde principios de los años setentas tendrían un nuevo nombre, el “sector informal”. Como resultado de este proceso:

“tenemos así un rectángulo de regulación social: primero, la dinámica en la creación de empleos, de incrementos del poder de compra de los asalariados y de aumento en la cobertura de la seguridad social; segundo, el complemento migratorio generador de remesas; tercero, el desarrollo de la economía informal. La asistencia social pública y privada entraba al relevo, como cuarto elemento, para cubrir en algo los grandes poros de este proceso de regulación social. Todos estos elementos fueron parte del modelo híbrido de bienestar social a la mexicana.⁴⁴”

⁴² Alba Vega “Agotamiento de un modelo de desarrollo...” en Aziz (coord.), *México al inicio del siglo XXI*, 250.

⁴³ Alba Vega “la política social en la era del crecimiento...” en Aziz (coord.). *México al inicio del siglo XXI*, 250.

⁴⁴ *Ibíd.*, 253.

El desarrollo del sector informal en la Ciudad de México corresponde al periodo de crecimiento más intenso de su población, de 1950 hasta la década de los 70s. Durante este lapso se mantuvieron tasas de crecimiento superiores al 5%; “La dinámica demográfica activada durante este lapso hizo que en 1979 la población capitalina alcanzara 8.6 millones de habitantes y que a lo largo de la década de los setenta se incrementara anualmente en la fabulosa cifra de 437,129 personas cada año en promedio.⁴⁵”. La llegada anual de medio millón de trabajadores a la ciudad desbordó la capacidad de absorción del sector formal y el excedente de fuerza de trabajo rural tuvo que orientar sus esfuerzos hacia actividades que no eran propiamente modernas o industriales y que le permitían subsistir a las que en esa década de los setenta se les empezaría a llamar: “sector informal”.

Uruchurtu y la cooptación del “sector informal”.

En la Ciudad de México el desarrollo de la economía informal fue muy evidente y la administración pública había tratado de implementar, sin éxito, políticas públicas que lo controlaran; una de las actividades más problemáticas era el “comercio ambulante”⁴⁶. Una de las medidas fue permitir el establecimiento de zonas especiales para la venta callejera, reguladas por las oficinas de mercados de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Así, una sección de la regulación para mercados de 1951 permitía a los vendedores callejeros formar asociaciones civiles que representaran sus intereses e impedía que el gobierno capitalino los ignorara, siempre y cuando la asociación contara con más de 100 miembros⁴⁷.

Sin embargo, cuando Ernesto P. Uruchurtu tomó posesión de la regencia de la Ciudad de México en 1952, la erradicación de la venta callejera se volvió una de sus prioridades. Ordenó, al inicio de su mandato, la reubicación de los 2,100 vendedores ambulantes que comerciaban en las calles aledañas al zócalo capitalino y poco tiempo después de la mayoría de los comerciantes callejeros de la ciudad. Esta medida generó gran descontento y provocó la irrupción de cientos de vendedores que buscaban que se les permitiera retomar sus actividades, en las oficinas de Gonzalo Peña Manterola, Director de Mercados de la Ciudad de México. Como aparente solución a las contrariedades,

⁴⁵ Negrete, *El Centro de México*, 207.

⁴⁶ En realidad usar el término comercio ambulante es una falacia ya que los vendedores tienen un puesto fijo que montan y desmontan todos los días.

⁴⁷ Cross, *Informal Politics*, 163.

Uruchurtu concibió un plan masivo de reordenamiento que proyectaba la construcción de 174 mercados cubiertos donde reubicar definitivamente a los vendedores.

El objetivo de la construcción de los mercados públicos, aparte de regular el espacio social, era permitirle al regente crear y organizar una amplia clase de vendedores de mercados que pudiera manipular políticamente para su propio beneficio. Para este efecto Uruchurtu hizo uso de la regulación de mercados de 1951, que permitía la formación de asociaciones civiles de vendedores; solo a los grupos de más de cien integrantes que estuvieran constituidos de esta manera y estuvieran además afiliados a la “Confederación Nacional de Organizaciones Populares” (CNOP), el sector “popular” del PRI, se les contemplaría para la construcción de un mercado. Aun más, solo a estos grupos se les permitiría vender en la calle mientras los mercados terminaban de ser construidos. Así, las asociaciones civiles le permitían al gobierno y a los administradores de los mercados, negociar con un solo cuerpo de vendedores que “representaba los intereses” de todos los vendedores en una calle o mercado dados⁴⁸.

En 1957 se inauguraron algunos de los mercados más grandes: “La Merced” con capacidad para 6,727 locatarios, “La Lagunilla” que podía recibir a 2,036 vendedores, y los cuatro mercados que hoy en día siguen existiendo en Tepito, que albergaban a alrededor de 4,448 comerciantes. Solo ese año, 18,414 comerciantes fueron reubicados en 36 mercados⁴⁹. Al principio los mercados no tenían puestos –al menos en Tepito–, solo eran “planchas” cubiertas con lugares asignados donde los comerciantes tendían su mercancía. Desde el principio se entregaron a los integrantes de las organizaciones cédulas con número referenciado a su ubicación en el mercado que les correspondiera. En el barrio bravo, la más añeja de éstas, reconocida con licencias de trabajo por previsión social y protegida por el reglamento de trabajadores no asalariados del D.F., fue la de los ayateros⁵⁰. Y como pudimos observar a través del caso de Manuel, uno de *Los hijos de Sánchez*, en el capítulo anterior, para poder “tenderse” había que pertenecer a la organización.

La construcción de los mercados probó ser una excelente herramienta política y un

⁴⁸ *Ibidem*, 170.

⁴⁹ *Ibidem* 164.

⁵⁰ En entrevista con Alfonso Hernández, cronista de Tepito, director del Centro de Estudios Tepiteños, CETEPI. 20 de Marzo de 2009.

exitoso mecanismo de cooptación. Ya en 1958, el 12 de febrero, se logró concentrar a 40,000 vendedores ambulantes en una manifestación a favor del presidente López Mateos. Para el término de las funciones de Uruchurtu ya se habían construido mercados para más de 52,000 vendedores⁵¹.

Uruchurtu pretendió confinar en lugares cerrados a los comerciantes ambulantes, pero a pesar de su mano dura y de las persecuciones que ordenó, nunca eliminó por completo la venta callejera. Al principio los mercados fueron bien recibidos por los vendedores, pero pronto fue evidente que estos no tenían el éxito comercial que tenía la venta callejera y comenzó un rápido proceso de regreso a la calle. Ese es el caso de la propia Guillermina Rico, quien sería la más importante líder de vendedores ambulantes de la ciudad de México hasta su muerte en 1996, ya que según sus simpatizantes y familiares, llegaría a representar a cerca de 10 mil vendedores. El gobierno le había entregado a ella y a su familia algunos lugares en el mercado de La Merced, pero después de ocuparlos por algún tiempo, se salió a la calle por falta de ventas⁵². Una gran parte de los mercados fue construida en lotes baldíos o tierras baratas⁵³ que no gozaban de la ubicación “estratégica” de la venta callejera en el centro de la ciudad o en las áreas “populosas”. Los mercados públicos no quedaban a la pasada; el número de clientes que llegaba a los nuevos mercados era muy inferior al que los comerciantes estaban acostumbrados. De esta manera sucedió en Tepito; los puestos en los mercados no vendían como en la calle y los “ayateros” que los ocupaban empezaron a traspasarlos. Entonces renació “el baratillo”, al que también se le llamó “la bola”, porque se hacía la bola de gente en las calles cuando llegaban los ayateros cargados de trajes chinos, camisas importadas y ropa variada de segundo uso⁵⁴.

La medida de Uruchurtu fue bien recibida tanto por las clases medias, que vieron las calles libradas de vendedores, como por la industria mexicana de la construcción, que gozó de una fuente sustancial de contratos. Sin embargo, una vez que Uruchurtu renunció a la regencia de la ciudad en 1966, presionado por la opinión pública y por su propio partido

⁵¹ Cross, *Informal Politics*, 165.

⁵² Entrevista con la señora Jimena Melchor Yáñez, comadre y delegada de Guillermina Rico “la jefa”, México, D.F., 12 de diciembre de 2008.

⁵³ Cross, *Informal Politics*, 173.

⁵⁴ En entrevista con Alfonso Hernández, cronista de Tepito, director del CETEPI. 20 de Marzo 2009, CETEPI.

como consecuencia a las acciones represivas que llevó a cabo contra 400 “paracaidistas” a tan solo algunos días de la celebración del grito de independencia, los comerciantes volvieron a salir a las calles.

Tercera fase de la ISI

El tercer periodo de la ISI, de 1954 a la crisis de la deuda en 1982, que en buena medida para el caso de la Ciudad de México casi coincidió con la llegada de Uruchurtu a la regencia de la capital, se caracterizó por ser un momento de crecimiento sin inflación hasta 1970, que por ese motivo fue llamado de “desarrollo estabilizador”.

Sin embargo, el proceso de sustitución de importaciones que pretendía generar un desarrollo autógeno, no disminuyó sino amplió la dependencia del exterior en la medida que se pasó de la sustitución “fácil” de bienes de consumo inmediato a la sustitución “difícil” de bienes de consumo duradero y bienes de capital. Los “dependentistas”, para el caso latinoamericano en general, hablan de que se pasa de una dependencia cuantitativa a una cualitativa, puesto que la sustitución real o efectiva de los bienes es inferior a la aparente.

La producción interna de un bien solo sustituye una parte del valor agregado que antes se creaba afuera, lo que quiere decir que para poder producir un bien de consumo final deberán importarse bienes de consumo intermedio y sobre todo bienes de capital, por ejemplo la maquinaria. La sustitución se inició por la vía más fácil: los bienes de consumo final, donde se requiere menos tecnología compleja y menor intensidad de capital. Además, estos bienes tienen la mayor reserva de mercado en México.

Si se hace una evaluación sumaria del modelo ISI, podría decirse que fue positivo en muchos aspectos, sobre todo en términos de crecimiento económico y de formación de un empresariado, de un sector obrero y de una planta productiva; sin embargo, como advierte Villarreal, este proceso fue ineficaz para alcanzar los objetivos de empleo, redistribución del ingreso e independencia externa, por eso se debe hablar de crecimiento económico y no de desarrollo⁵⁵.

⁵⁵ Villarreal, *Industrialización*, 115.

Desde 1965, un año antes de que Uruchurtu renunciara a la regencia del D.F. inició una crisis agrícola en México: el producto agropecuario creció 2.1% anual y por lo tanto se colocó por debajo del crecimiento demográfico, por lo que en los años 70s fue necesario hacer importaciones masivas de cereales y oleaginosas. La caída del crecimiento agrícola estaba vinculada con el comportamiento de la agricultura capitalista. Bajaron los precios de los cultivos más rentables por la crisis agrícola en el mercado internacional. Entonces los agricultores capitalistas reorientaron sus cultivos hacia el consumo interno con precios subsidiados; y produjeron cereales y oleaginosas para alimento animal. Aunque la superficie agrícola siguió creciendo, disminuyó la intensidad en la agricultura capitalista y bajó la demanda de mano de obra en el campo, lo que aunado al crecimiento demográfico propició más migración del campo a las ciudades y a Estados Unidos.

Los límites del modelo

La expansión de la producción de bienes de consumo final llevó a un aumento neto de las importaciones. Mientras más se avanzó en el proceso de sustitución, más difícil y costoso se volvió⁵⁶. Otros factores que dificultaron la continuidad del proceso de sustitución de importaciones tienen que ver con el tamaño y la estructura del mercado nacional y con la evolución de la tecnología. Aunque México es un país grande que potencialmente podría tener una amplia demanda, el tamaño y la diversificación de los nuevos sectores industriales depende de la composición de ésta, la que a su vez, depende de la distribución del ingreso. El gran problema era producir una amplia variedad de bienes para un mercado interno pequeño; eso va contra una economía de escala. Eso mismo llevó a la concentración de las actividades económicas en pocas empresas y a la formación de oligopolios que en algunos casos se repartieron los mercados. Por lo tanto se presentó una desproporción entre la capacidad productiva de las empresas y la dimensión del mercado. El problema fue que no pudo darse una solución por la dinámica interna del proceso de sustitución de importaciones.

Paralelamente, la agricultura mexicana durante el modelo de sustitución de importaciones estuvo subordinada al modelo industrial. Las principales funciones que debió desempeñar para sostenerlo fueron cuatro: conseguir divisas por medio de

⁵⁶ *Ibídem.*

exportaciones de productos agropecuarios para hacer posible la importación de materias primas y de bienes de capital para la industria nacional; proveer de materias primas baratas a la industria mexicana a través de precios muchas veces inferiores a los del mercado mundial; ofrecer alimentos a bajos precios a la población urbana para así bajar el costo de subsistencia y reproducción de la mano de obra industrial; y poner en el mercado mano de obra para la industria y crear un excedente laboral que en los hechos presionó a la baja en los salarios y a la limitación de las reivindicaciones laborales⁵⁷.

Además, se importó tecnología que fue concebida en países desarrollados según sus necesidades y recursos, países abundantes en capital y escasos en mano de obra, el opuesto del caso mexicano. La necesidad de importar esa tecnología dependió de la naturaleza de la propia sustitución; México se enfrentó, como ahora, a la dificultad de crear una tecnología propia. El Estado brindó muchas facilidades para importar tecnología gracias a los subsidios que otorgó en aras de fomentar el desarrollo industrial.

Durante este periodo y en particular a partir de los años setentas, los límites del modelo se volvieron evidentes. A lo largo del sexenio de Echeverría y en adelante, se frenó el ritmo de incorporación de fuerza de trabajo asalariada y a partir del sexenio de López Portillo los salarios reales comenzaron a caer. Otra de las graves consecuencias que tuvo la implantación de este modelo es que propició una concentración geográfica de la producción industrial y de la población en la cuenca del valle de México que se convirtió en un inconveniente para la exportación y en un problema urbano y de calidad de vida para la población. Además, el ISI concentró el ingreso y acentuó la estructura oligopólica en varios sectores de actividad. También, la política industrial favoreció el surgimiento de grupos de presión formados por empresarios, “relativamente” corporativizados a través de la CANACINTRA, que mantenían una relación “simbiótica”, de apoyos recíprocos con el Estado. Este les daba facilidades para su desarrollo y ellos lo apoyaban ratificando sus decisiones y brindándole legitimidad. Un sector de ingresos altos se amplió y junto con él se desarrolló una clase media consumista.

Además, a pesar del fuerte crecimiento económico y del parque industrial que creó,

⁵⁷ Arturo Warman, *Los campesinos, hijos predilectos del régimen*, México, Editorial Nuestro Tiempo, 1972, 138 p.

el modelo ISI tuvo también fuertes limitaciones derivadas del proteccionismo ilimitado. Ya que ante las solicitudes de protección de los industriales no se exigían programas progresivos de integración. La industrialización durante este periodo tuvo lugar con costos severos para el consumidor y para otros sectores de actividad económica, especialmente para la agricultura, ya que como vimos, estuvo subordinada a ella. La producción tenía costos muy elevados por la protección indiscriminada y el consumidor nacional, cliente cautivo, debía pagar altos precios por los productos; la industria mexicana se tornó ineficiente y limitó sus posibilidades de competir en el mercado externo. Los productos mexicanos eran poco variados y con frecuencia de baja calidad. Estos factores, aunados al constante vaivén de los trabajadores temporales y los migrantes hacia el norte de la frontera, facilitaron el desarrollo de la *fayuca* desde mediados de los años 70s en Tepito. El contrabando de variados productos estadounidenses respondió a la falta de acceso a mercancías de primera necesidad de las clases bajas que habitaban el barrio y el resto de la ciudad.

Capítulo 5

La reorientación de México hacia la economía mundial 1982-2005

“Al fin de Tepito... no me iba a dejar.”

Leopoldo Yllescas, Líder de ambulantes.

El objetivo de este capítulo es analizar las consecuencias sociales y económicas de la crisis de la deuda de 1982 y de las políticas que se adoptaron para enfrentarla, así como su impacto en las actividades comerciales de México en general y del barrio de Tepito en particular. Para este propósito iniciaremos con un examen del impacto de la crisis y del cambio de modelo sobre el empleo y el ingreso de los mexicanos, que repercutió en la caída de los niveles de vida y en la ampliación de la pobreza. Posteriormente analizaremos los principales cambios económicos como son: el redimensionamiento del Estado con la venta de las empresas paraestatales y la reprivatización de la banca; la desregulación de la inversión extranjera; y la apertura comercial que se manifestó en la eliminación de las barreras arancelarias y no arancelarias, y en el establecimiento de acuerdos comerciales internacionales.

Las principales preguntas que orientan este capítulo son las siguientes: ¿Qué consecuencias sociales tuvieron en México la crisis de la deuda y las políticas de ajuste? ¿Qué llevó a México a cambiar el modelo de desarrollo y cuáles fueron las principales transformaciones que tuvieron lugar? Finalmente será interesante preguntarnos ¿Cómo influyeron estos cambios en la expansión de la *fayuca* en Tepito?

Este capítulo está organizado en 2 partes. En la primera abordaremos el problema del impacto social de la crisis y de las políticas de ajuste que se manifestó en el cierre de empresas y la caída de los niveles del empleo, del ingreso y de los niveles de vida de los mexicanos. En la segunda analizaremos las principales reformas económicas que tuvieron lugar en el país: la disminución de la presencia del Estado en la economía a través de la

desregulación de la inversión extranjera; la privatización de las empresas paraestatales; y el proceso de apertura comercial con la eliminación de las barreras y el establecimiento de los acuerdos comerciales internacionales. Por otra parte nos detendremos a analizar cuáles fueron sus impactos tanto a nivel nacional como en el cambio de actividades en el barrio de Tepito.

1976-1982: Bonanza, crisis, cambio económico e impacto social.

Mantener el esquema de protección tal y como había venido operando desde los años sesenta tuvo varias consecuencias. Primero, el desarrollo de la industria al amparo de la protección de la competencia externa llevaba naturalmente al efecto de no alcanzar un nivel de competitividad adecuado. Por tanto, la calidad y precio de los productos no eran competitivos y escondían ineficiencia, altas tasas de ganancia, reforzamiento de la estructura oligopólica y debilitamiento gradual de las finanzas públicas, a costa del consumidor y de la sociedad en general. Esta consecuencia fue grave en el mediano plazo, pues la falta de competitividad implica que el crecimiento de la industria solo podría provenir de la expansión del mercado interno, y hemos visto las dificultades estructurales para dar continuidad al modelo ISI.

Además, el sistema tributario era ineficiente e injusto, la recaudación era sumamente baja y el sector público tendía a gastar más de lo que ingresaba, lo que lo presionó a endeudarse crecientemente.

Por otra parte, el papel que desempeñaba la agricultura como base de la alimentación nacional a través de la imposición de los subsidios minó el desarrollo de la producción agrícola campesina. Estas circunstancias presionaron a la población rural pobre a migrar del campo a la ciudad y a engrosar con el tiempo los cinturones de miseria de las grandes ciudades, de entre los cuales Tepito formó parte. La pauperización de una proporción significativa de la población mexicana que se quedó en un campo básicamente descapitalizado también intensificó la migración de trabajadores temporales a Estados Unidos.

Todos estos factores dieron lugar a una serie de déficits fiscales y de cuenta corriente de la balanza de pagos que se volvieron crónicos, además de ligeramente

crecientes. Esta tendencia culminó con una crisis en la balanza de pagos en 1976, estimulada primero por un gasto público muy deficitario y por un endeudamiento externo creciente. Así, el desbalance fiscal y en cuenta corriente obligó a la modificación de la paridad nominal del peso con respecto al dólar por primera vez en más de 25 años. La economía nacional se encontraba en muy malas condiciones¹. No obstante este descalabro, en 1977-82 se repitió de manera acentuada la aplicación de una estrategia basada en el sector público como eje del crecimiento económico impulsado por el descubrimiento de las reservas petrolíferas de “Cantarell” en 1972 y su posterior explotación en 1979².

Este segundo aire de la economía fue el último periodo de crecimiento acelerado para el país en por lo menos veinte años. Entre 1977 y 1981 la economía creció a una tasa promedio anual de 7.8%, alimentada por la multiplicación del gasto del sector público (y del privado), todavía bajo un esquema intensamente proteccionista, y un crecimiento del endeudamiento habilitado por la solvencia proveniente de la exportación del petróleo³.

Durante esta época Tepito era una de las zonas más densamente pobladas de la ciudad; cada hogar, cada “cuarto redondo”, tendía a estar integrado por al menos 7 personas⁴. Por otra parte, siguiendo la estratificación por ocupaciones que hace Fernando Cortés para el conjunto del país, podemos suponer que sus integrantes gozaban de entre 1.5 y 2.6 salarios mínimos, con una relación de autoconsumo/ingreso pequeña pero significativa, y con fuerte presencia de las actividades por cuenta propia; se trata de los hogares que viven del comercio, la venta ambulante, la provisión de servicios y el trabajo domestico.

En términos específicos, para Tepito este momento de “bonanza proteccionista” aunado al constante vaivén de los trabajadores temporales entre Estados Unidos y el barrio bravo, dieron lugar al desarrollo de la *fayuca*. Aunque no existen estadísticas confiables sobre este fenómeno, todas las entrevistas que hemos realizado en ese barrio nos permiten

¹ Enrique Cárdenas. *La política económica en México, 1950-1994*. México, El Colegio de México, Fondo de Cultura Económica, Fideicomiso Historia de las Américas, 2003. (Serie Hacienda). pp. 69-89

² El año de 1972 un pescador, Rudesindo Cantarell, descubrió una mancha de aceite que brotaba de las profundidades del mar en el Golfo de México, a unos 70 kilómetros de la costa. Poco tiempo después se reconoció la magnitud del hallazgo. Los primeros barriles de petróleo de Cantarell se produjeron en junio de 1979. <http://www.pemex.com> consultado el 25 de Mayo de 2009 a las 13:07 hrs.

³ Cárdenas, *La política económica*, 108.

⁴ Rocha, *La evolución social*.

llegar a esta aseveración. Las condiciones extremas de proteccionismo nacional y las deficiencias de la producción industrial mexicana constituían en sí mismas un hueco en el mercado; los productos nacionales eran poco diversos, muchas veces de mala calidad y además caros. Por otra parte, la paridad del peso con el dólar permitía comprar barato en Estados Unidos y vender a precios accesibles en el barrio conservando un margen respetable de ganancias. La *fayuca* se transformó en un mercado casi monopolístico donde diversos estratos de la población, aunque en un inicio principalmente los menos favorecidos, venían a abreviar; compraban ropa, zapatos, relojes, radios, electrodomésticos y todos los artículos estadounidenses fuertemente gravados, que estaban de moda, y a los que de otra manera no tendrían acceso. Solo ahí se podían saciar las necesidades básicas con artículos “buenos, bonitos y baratos”.

Pero en estos años no solo llegaron a Tepito los últimos consumidores sino también comerciantes provenientes de muchas regiones del país y de la zona metropolitana de la ciudad de México, quienes encontraron en el negocio de la *fayuca* un nuevo modo de ganarse la vida. Es el caso, por ejemplo, de Marco Antonio Huerta, uno de los líderes del actual Mercado de Mesones, quien desde su natal Córdoba Veracruz venía a comprar novedades a las vecindades de Tepito: ropa, perfumes (Giovanni), relojes (Orión), grabadoras (Sony) y otros aparatos para revenderlos de puerta en puerta, en los bares, en los parques y “dónde se podía”, tanto en Córdoba como en otras ciudades del sur, hasta llegar a Chiapas. Estas ventas itinerantes le permitían vender los productos por lo menos al doble o al triple de lo que pagó por ellos en Tepito⁵. Es también el caso de la señora Ana Claudia Fernández, líder de los vendedores ambulantes de la calle San Cosme, quien se aprovisionaba en Tepito de la *fayuca* que vendía en las calles de México⁶.

Además, entre 1977 y 1984, período atravesado por la crisis de comercio exterior que orilló a aplicar más tarde la política de estabilización y ajuste, la desigualdad en la distribución del ingreso de los hogares tendió a disminuir lenta pero persistentemente. Esta tendencia se debió a un crecimiento sistemático en la participación relativa de los sectores

⁵ En entrevista con el Sr. Martin Aurelio Prado, Secretario del Mercado Mesones de la ciudad de México, hermano del líder Rafael Prado, líder de este mercado, México, D.F., 9 de marzo de 2009.

⁶ En entrevista con la Sra. Ana Claudia Fernández, líder de los vendedores ambulantes de la calle de San Cosme, México, D.F. 24 de abril de 2008.

menos favorecidos de la economía a costa de una reducción paulatina de la participación de los hogares de mayores ingresos⁷; la clase “media alta” y “alta” que a su vez empezó a considerar nuevas posibilidades para satisfacer sus necesidades, orientadas no solo a artículos de primera necesidad sino también pequeños “lujos baratos” como la ropa de marca, dirigió su mirada irremediamente hacia Tepito. La oferta creciente del mercado era atractiva, además existía la posibilidad de “pedir” mercancía que no estuviera en existencia para “la siguiente vuelta”. Paulatinamente, la mercancía a la venta en Tepito se transformaría para ajustarse a las necesidades de quienes tenían más⁸.

Sin embargo, el mantenimiento “artificial” de las políticas económicas hizo tropezar al país con la misma piedra algunos años después. En 1981, la caída de los precios del petróleo y el alza en las tasas de interés derrumbaron los dos pilares sobre los que se sostenía la economía. Las exportaciones petroleras dejaron de ser redituables y México perdió su solvencia; para rematar, el alza en las tasas de interés incrementó la deuda por concepto de intereses al préstamo y el país perdió su segunda fuente de ingresos. El monto de endeudamiento externo era enorme, imposible de pagar en esas condiciones, México se sumió en un estancamiento crónico que inauguró la crisis mundial de la deuda y que lo forzó a cambiar su política económica radicalmente⁹.

Las reformas económicas y sus actores

A partir de 1982 cobraron fuerza las principales presiones económicas y políticas en torno a la necesidad de que México realizara un cambio económico estructural. A partir de entonces se asistiría al reemplazo del modelo sustitutivo de importaciones, así como a la transformación de la distribución del ingreso.

Los principales actores que presionaron a este cambio fueron los acreedores externos, los organismos multilaterales, los grandes empresarios nacionales y una fracción de la clase política mexicana.

⁷ Fernando Cortés, *Casi cuarenta años de desigualdad de la distribución del ingreso en México*. p.7

⁸ A pesar de que durante este periodo la participación en las actividades económicas por parte de las clases populares creció a costa de la de los sectores holgados de la economía, estos últimos continuaron gozando de mejores salarios (más de cuatro veces superiores según datos de Fernando Cortés) y niveles de vida. Por otra parte debemos señalar que, los sectores realmente acaudalados, como sucede en general, no se vieron perturbados.

⁹ Cárdenas. *La política económica en México*, 98.

Los acreedores externos

Durante su periodo de “desarrollo estabilizador”, y ante el agotamiento del modelo ISI, el gobierno había tratado de dinamizar la economía con más gasto público. La idea era distanciarse de políticas con altos costos políticos, como la devaluación de la moneda (que tiene un efecto deslegitimador), las reformas fiscales (a las que se oponía el sector privado), y la emisión de moneda (que propicia la inflación). Por otra parte, durante la década de los 70s los países desarrollados vivían una situación de desaceleración económica durante la que no hubo inversión, y les era imposible utilizar los excedentes financieros internacionales provenientes del mercado petrolero en ellos mismos. La banca internacional necesitaba reciclar la gran cantidad de recursos financieros (“petrodólares”) que existía; por lo tanto, se extendieron préstamos con tasas de interés bajas a los países en vías de desarrollo, principalmente. Así, México encontró la manera de financiarse con préstamos del exterior y entre 1970 y 1982 multiplicó su deuda externa por veinte.

A corto plazo, la deuda externa tuvo ventajas para el gobierno: propició el crecimiento económico y la expansión industrial, la creación de empleos y el mejoramiento del ingreso, la legitimidad política y la paz social. Pero el endeudamiento de corto plazo fue cada vez más importante y se vinculó de manera más directa al pago de intereses.

Cuando en 1981 cayeron los precios del petróleo y aumentaron las tasas de interés México no tuvo la solvencia económica para responder a sus compromisos financieros y los acreedores externos aprovecharon la ocasión para cambiar las condiciones para la concesión de nuevos préstamos y la renegociación de la deuda. Este fue uno de los temas económicos más importantes para México en esta década, ya que la renegociación de la deuda estuvo estrictamente condicionada a la adopción de políticas orientadas a transformar estructuralmente la economía mexicana. Los acreedores externos presionaron fuertemente a México para que liberalizara su economía¹⁰.

Los organismos multilaterales

De la misma manera, el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial (BM)

¹⁰ María del Rosario Green Macías, *Lecciones de la deuda externa de México, de 1973 a 1997: de abundancias y escaseces*, 2 ed., revisada y actualizada, México, Editorial Fundación Colosio / Fondo de Cultura Económica, 1998.

propusieron apoyar a México para reestructurar sus adeudos y le impusieron condiciones para alcanzar un “ajuste estructural” que consistía principalmente en una reducción significativa de la injerencia del Estado en la economía, la desregulación económica y financiera, y la disminución de las barreras comerciales. Estas medidas tuvieron como efecto secundario el deterioro en muchos de los servicios de seguridad social, principalmente en los niveles de salud, nutrición y educación. Esta medida se adoptó bajo mucha controversia; algunos sectores de la sociedad y de la clase política planteaban que esa decisión constituía una pérdida de soberanía del Estado frente al exterior.

Los grandes empresarios nacionales

Por su parte, la elite del empresariado mexicano, constituida por el Concejo Mexicano de Hombres de Negocios¹¹, creador del Consejo Coordinador Empresarial, el organismo cúpula que aglutina a todas las organizaciones empresariales del país, influyó en forma creciente en el diseño de las políticas públicas en materia económica. Estos empresarios fueron los más interesados dentro de México en que se realizaran los cambios; y también fueron los principales beneficiarios. Ellos participaron directamente en el reglamento (1989) y en el cambio a la Ley de Inversión Extranjera (1993). Se asociaron con empresas extranjeras en nuevos proyectos de inversión para conseguir mercados, tecnología y capitales; y participaron en forma creciente en el comercio exterior de México. Además, adquirieron las empresas más importantes que el gobierno puso a la venta durante el proceso de privatización. Este fue sin duda alguna el sector más beneficiado por el cambio estructural.

La nueva clase política en el poder

Finalmente, después de doce años de políticas populistas, emergió una nueva fracción de la clase política, con una visión distinta de lo que se necesitaba hacer en el país. Esta nueva generación de políticos, muchos de los cuales estudiaron en universidades estadounidenses, formaron un grupo compacto en torno a la figura de Carlos Salinas de Gortari y promovieron los cambios económicos, ya que no políticos, que estaban a tono con la tendencia mundial del neoliberalismo y el libre mercado cuyos puntos principales estaban fundamentados en el llamado consenso de Washington.

¹¹ Marcela Briz Garizurieta. *El Concejo Mexicano de Hombres de Negocios: surgimiento y consolidación*. México, UNAM. 2002.

Para reformar la economía se debía “estabilizar, privatizar, y liberalizar”, siguiendo 10 recomendaciones, entre las cuales destacan: la disciplina en las políticas fiscales; la liberalización del comercio; la desregulación de la inversión extranjera directa (IED) en el país; la privatización de las empresas paraestatales; la eliminación de los subsidios y el redireccionamiento de los recursos hacia la educación primaria, los servicios de salud básicos, y la inversión en infraestructura; finalmente era necesario el fortalecimiento del aparato legal para la protección de los derechos de propiedad entre los que destacaban – como veremos en el capítulo siete– la protección a los derechos de propiedad intelectual y el *copyright*, por su importancia estratégica a futuro.

A continuación veremos en qué consistieron las tres más importantes reformas realizadas durante la década de los 80s y principios de los 90s.

La privatización de las empresas paraestatales y la reprivatización de la banca.

Durante el modelo de sustitución de importaciones, el gobierno mexicano tuvo una intervención creciente en la creación de empresas con el fin de alentar el desarrollo industrial del país y sustituir las importaciones que llegaban a este. Además, se buscaba que fueran proyectos socialmente necesarios que aseguraran el abastecimiento de insumos básicos o estratégicos donde el sector privado no podía o no quería intervenir. Sin embargo, también adquirió empresas por otros motivos: algunas surgieron por la compra o a través de la expropiación y otras más fueron creadas especialmente. Cuando inició la etapa de privatización, existían 1,155 empresas paraestatales.

La evolución histórica de las empresas paraestatales en México puede dividirse en cuatro periodos¹²:

En el primer periodo, que abarca de 1917 a 1940, época de pacificación y de expansión institucional del sector público, se hizo énfasis en la creación de instituciones financieras¹³. Más adelante se llevó a cabo la fundación de la Comisión Federal de Electricidad (1937) que culminó con la nacionalización de la energía eléctrica en 1960. El

¹² Jacques Rogozhinsky Schtulman, *La privatización en México: razones e impactos*, México, Trillas, 1997.

¹³ El Banco de México (1925); el banco de Crédito Agrícola (1926); el Banco Nacional Hipotecario, Urbano y de Obras Públicas (1933); Nacional Financiera (1934); y el Banco Nacional de Comercio Exterior (1937), el cual cambió a ProMéxico en 2007.

18 de marzo de 1939 se llevó a cabo la expropiación petrolera y se creó Pemex.

En los catorce años que van de 1920 a 1934 se crearon 15 entidades paraestatales y entre 1935 y 1940 se crearían otras 21; así, la suma de empresas paraestatales para este periodo fue de 36 entidades.

El segundo periodo comprende los años de 1941 hasta 1954. En este periodo, marcado por la Segunda Guerra Mundial y la Guerra de Corea, México inició su proceso de industrialización por sustitución de importaciones con una creciente intervención del Estado en la economía con el objetivo de crear una base industrial para el país¹⁴. Si entre 1940 y 1954 se crearon 108 entidades paraestatales, la acumulación de entidades para ese año alcanzó las 144, factor que evidencia la fuerte injerencia del Estado en la economía nacional.

Durante el tercer periodo de 1955 a 1970, conocido como de “desarrollo estabilizador”, se crearon 128 entidades, que en 1970 sumaban un total de 272 empresas paraestatales¹⁵.

Finalmente de 1971 a 1982 el agotamiento del modelo ISI se volvió evidente y las repercusiones del desorden financiero, del endeudamiento excesivo y de la petrolización de la economía empezaron a vivirse. El gobierno se vio obligado a crear o adquirir empresas muy grandes como Sidermex, formada por AHMSA, Fundidora Monterrey (primera empresa que decidió cerrar el gobierno en 1986), y la Siderúrgica Lázaro Cárdenas-Las Truchas; la productora de camiones y automóviles Dina; la compañía de trenes Concarril; las compañías aéreas Mexicana de Aviación y Aeroméxico; y la empresa de telecomunicaciones Teléfonos de México. Durante el pequeño lapso entre 1971 y 1976, el Estado creó o adquirió 232 entidades, casi la misma cantidad de empresas que había acumulado durante los 54 años anteriores.

Por otra parte, en la segunda mitad de los 70s el descubrimiento del petróleo le

¹⁴ Así, se fundaron diversas empresas entre las que destacaron AHMSA (1942), Guanos y Fertilizantes de México (1943), Sosa Texcoco (1944), Diesel Nacional, Constructora Nacional de Carros de Ferrocarril y la Compañía Industrial de Atenuquique.

¹⁵ Entre ellas destacaban la Conasupo (para la comercialización de productos básicos), Inmecafé, Financiera Nacional Azucarera, y la Siderúrgica Lázaro Cárdenas-Las Truchas (Sicartsa).

permitió al Estado abandonar la disciplina fiscal e incrementar su intervención en la economía; incluso expropió la banca en 1982. Sin embargo, la incorporación de nuevas empresas en estos momentos no fue resultado de una estrategia industrial sino de una operación de rescate del gobierno para proteger el empleo. La cantidad de empresas paraestatales creció exponencialmente hasta 1982 (651 entidades en 7 años). Este fenómeno fue un claro indicador del estado precario en que se encontraba el aparato productivo de la nación.

En 1982, México declaró que no cumpliría con sus compromisos financieros; en este contexto, bajo presión de sus acreedores, de organismos multilaterales y de los grandes empresarios nacionales, se solicitó la venta de las empresas paraestatales como un punto clave en la renegociación de la deuda. A pesar de que muchas de entre las 1,155 empresas, operaban con pérdidas a fin de subsidiar con sus precios a otras empresas o de mantener el empleo¹⁶.

Sin embargo, el gobierno consideró que era una oportunidad de corregir el desequilibrio fiscal y de concentrarse en las áreas prioritarias. Así, se creó una Unidad de Desincorporación de Entidades Paraestatales que en unos casos liquidó o extinguió empresas que no eran viables, en otros las fusionó para buscar complementariedad o sencillamente las vendió¹⁷.

Los objetivos principales de la privatización desde el ángulo del gobierno pretendían el fomento de la eficiencia y la productividad, la obtención de recursos públicos, la reducción de las transferencias, la dispersión de la propiedad (objetivo que no se cumplió como lo muestra, entre otros, el caso de Telmex) y el desarrollo de un mercado de capitales. También se argumentó que parte de esos recursos se canalizarían al gasto social y al combate contra la pobreza.

Este proceso de privatización se dio paulatinamente, con diferencias cualitativas en

¹⁶ Por ejemplo, Sidermex, en dos décadas acumuló deudas por más de 10,000 millones de dólares como resultado de una deficiente administración, de malas decisiones de inversión y de problemas de productividad. En contraparte, también existían empresas que operaban con grandes utilidades como Teléfonos de México.

¹⁷ Pedro Aspe Armella, *El camino de la transformación económica*. México, Fondo de Cultura Económica, 1993. pp.175-176.

los diferentes momentos por los que pasó¹⁸. Desde 1982 hasta 1988 se privatizaron la mayoría de las empresas de poca importancia¹⁹; se desincorporaron 743 entidades del gobierno cuyo impacto económico era limitado, solo representaba el 2.1% del PIB del sector público. El 93% de estas empresas fueron adjudicadas al capital extranjero. Durante un segundo momento (1988-1994), se privatizaron las empresas más importantes del gobierno, entre las que destaca Telmex²⁰. Otro caso importante fue el de los bancos; sin embargo, la crisis de 1994 y la elevación de las tasas de interés provocaron que miles de deudores se declararan insolventes y crearan un movimiento social importante (el Barzón). Ante el tamaño de la cartera vencida el gobierno rescató a los bancos a través del FOBAPROA. Otros casos de grandes empresas privatizadas durante este periodo fueron las empresas siderúrgicas²¹, los ingenios azucareros, los ferrocarriles, los puertos y la industria petroquímica. Finalmente, en los años posteriores a 1995, la privatización avanzó hacia la seguridad social a través del sistema de pensiones entre otros. Las empresas privatizadas con mayores problemas financieros fueron las carreteras, los bancos y en particular los ingenios azucareros que debieron ser nuevamente expropiados durante la administración de Fox.

Contra uno de los propósitos de la privatización, la dispersión de acciones, las empresas más importantes se vendieron a pocos, grandes, grupos financieros mexicanos o extranjeros, con lo que se provocó la acentuación de la concentración de capital. Por otra parte, en la mayoría de los casos de las privatizaciones, los derechos de los trabajadores fueron disminuidos; se mutilaron muchos contratos colectivos de trabajo y además hubo fuertes recortes de personal. Además, las industrias buscaron una súper-flexibilización laboral en su interior; la polivalencia al interior de las empresas²², la eliminación o la

¹⁸ Enrique de la Garza Toledo (coord.), *La privatización en México: consecuencias sociales y laborales*, México, Instituto de Estudios de la Revolución Democrática, 1998. pp. 11-15

¹⁹ Ben Ross Schneider, “La política de privatización en Brasil y México: variaciones sobre un tema estatista”, en *Foro Internacional*, vol. XXXI, julio-septiembre, 1990, núm. 1 (121), pp. 5-37.

²⁰ Telmex fue el caso de privatización más exitoso en cuanto a la rentabilidad de la empresa, la modernización tecnológica, la calidad de los servicios y los menores costos sociales para los trabajadores. Por otra parte, tuvo altos costos para los consumidores en términos de los precios al concedérsele el carácter de monopolio hasta 1997. Enrique de la Garza Toledo, “Teléfonos de México” en Enrique de la Garza Toledo (coord.), *La privatización en México: consecuencias sociales y laborales*, México, Instituto de Estudios de la Revolución Democrática, 1998. pp. 17-44.

²¹ Emilio Sacristán Roy “Las privatizaciones en México” en *Economíaunam* Numero 9, UNAM, Septiembre-Diciembre, 2006. pp. 54-64.

²² Esta les permitía cambiar de productos y de organización fácilmente.

pérdida de relevancia de los sindicatos y el fraccionamiento de los tiempos de trabajo. Estas nuevas condiciones que demandaban las industrias permitían bajar o contener los salarios y contratar o despedir mano de obra sin la mediación de los sindicatos. Algunas veces los usuarios se vieron beneficiados con servicios y productos de mejor calidad. Sin embargo, las empresas privatizadas por lo general se dirigían a los consumidores de ingresos medios y altos (transporte carretero, carreteras privadas de cuota, la aviación, los ferrocarriles, los bancos, las telecomunicaciones, los muelles, los aeropuertos, etcétera) a los que la mayoría de la población no tenía acceso.

La desregulación de la inversión extranjera

Otra acción que el Estado se vio obligado a tomar en el contexto del reajuste económico que permitiría la renegociación de la deuda, fue la desregulación de la inversión extranjera. Durante todo el modelo ISI, bajo el principio del nacionalismo económico, la actitud frente a la inversión extranjera se valoró poco y se le dio preferencia a la inversión nacional. Durante la administración de Echeverría se modificó la Ley de Inversión Extranjera (1973) y los empresarios y los inversionistas foráneos consideraron que esos cambios desalentaban las inversiones porque eran demasiado restrictivos.

Sin embargo, a partir de la crisis y de la presión por reformar la economía, la administración de De la Madrid adoptó una actitud más laxa ante ella; desde febrero de 1984 se publicaron lineamientos para eliminar ciertos topes a la inversión extranjera en actividades intensivas en capital, que hicieran transferencia tecnológica o tuvieran potencial exportador. Se autorizó la apertura de filiales de empresas extranjeras con mayoría o totalidad de capital extranjero. También se reclasificaron ciertas actividades de la petroquímica básica a la petroquímica secundaria para permitir el acceso a estas actividades en 1986, 1988 y 1992.

Con Salinas de Gortari (1988-1994) se profundizó la desregulación de la inversión extranjera y se revaloró su papel como complemento del ahorro y la inversión internos, como portadora o difusora de nuevas tecnologías y facilitadora del acceso a las importaciones. Así, en mayo de 1989 se creó el Reglamento de ley para promover la inversión mexicana y regular la inversión extranjera. Este reglamento autoriza automáticamente, sin permiso previo, cualquier proyecto de inversión extranjera directa

permitido en la ley de 1973, aunque contara con 100% de inversión extranjera directa, siempre y cuando garantizara ciertas condiciones: que los activos totales mayores no fueran superiores a los 100 millones de dólares; que el 100% de los fondos vinieran del exterior; que las inversiones se realizaran fuera de las grandes ciudades de México, Guadalajara y Monterrey; que la tecnología ambiental fuese adecuada; que capacitaran personal y tuviesen potencial de empleo permanente; y que tuviesen un superávit en la balanza de divisas durante sus tres primeros años.

Con ese nuevo reglamento de ley casi el 75% de las actividades dejó de tener topes legales a la inversión extranjera; solo se mantuvieron reservadas al Estado o a los mexicanos, el petróleo y la petroquímica básica, los bancos y los servicios financieros, y los medios de comunicación marítimos, terrestres y aéreos.

En diciembre de 1993 se creó una nueva ley de inversiones extranjeras; esta ley ofrecía más ventajas a los inversionistas, especificó la apertura de capital foráneo en lo acordado en el TLCAN, anuló los requisitos del desempeño del sector automotriz y simplificó los trámites ante la comisión nacional de inversión extranjera. Los criterios de evaluación se redujeron de 17 a solo 4: generación de empleo y capacitación de mano de obra; aporte tecnológico obligatorio; respeto a la normatividad ambiental; y contribución a la competitividad.

Con esta nueva ley, las restricciones a la inversión extranjera se clasificaron en cuatro grupos: actividades estratégicas reservadas al Estado²³; actividades reservadas a los mexicanos²⁴; actividades con topes al capital extranjero²⁵; y actividades que requerían

²³ Petróleo e hidrocarburos; petroquímica básica; generación de energía nuclear; los minerales radioactivos; la transmisión y suministro de electricidad como servicio público; la comunicación vía satélite; la radiotelefonía; correo; ferrocarril; la emisión de billetes y la acuñación de moneda; el control y la supervisión de aeropuertos, helipuertos y puertos.

²⁴ Comercialización de gasolina y gas, los servicios de radiodifusión, radio y televisión (excepto por cable), las uniones de crédito, la prestación de servicios profesionales y técnicos, el transporte terrestre nacional de pasajeros, turismo y carga.

²⁵ 10% para las sociedades cooperativas de producción; 25% para el transporte aéreo nacional; 30% para pesca, controladoras de agrupaciones financieras, instituciones de crédito de banca múltiple, casas de bolsa y actividades bursátiles; 49% para los almacenes generales de depósito, arrendadoras financieras, manufactura de explosivos y armamentos, impresión y distribución de periódicos de distribución nacional, televisión por cable y acciones serie "T" de sociedades que tengan propiedad en tierras agrícolas y ganaderas y forestales, en telefonía básica, en administración portuaria, en servicios de pilotaje, en sociedades navieras de navegación interior, en servicios conexos a ferrocarriles, y en el suministro de combustibles a aeronaves.

aprobación previa de la Comisión Nacional de Inversión Extranjera (CNIE) para que la inversión extranjera pudiera ser superior al 49%²⁶.

De esta manera se abrió la participación mayoritaria en 91% de las actividades a la inversión extranjera directa, equivalentes al 81% del PIB en 1993²⁷. La ley de inversiones extranjeras quitó las restricciones a la participación mayoritaria de la IED en la química secundaria (que fue reclasificada para abrirle la puerta) y a la industria de partes automotrices. Desde ese momento toda la industria de la transformación pudo tener inversión extranjera directa mayoritaria, excepto la petroquímica básica y la fabricación de armamentos y explosivos.

El conjunto de reformas económicas y en particular los cambios a la ley de inversión extranjera directa, junto con la apertura comercial y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), convirtieron a México en uno de los principales receptores de IED del mundo entre los países en vías de desarrollo.

Apertura comercial, eliminación de las barreras y establecimiento de acuerdos comerciales internacionales.

La apertura comercial que puso fin a la protección ante el exterior, una de las bases fundamentales del modelo de industrialización por sustitución de importaciones, se inició en 1984 cuando el gobierno mexicano promulgó un decreto sobre la apertura económica. Si inicialmente esta apertura fue concebida como un programa gradual y de alcance limitado, se aplicó, profundizó y aceleró por varios factores: la firma de acuerdos comerciales bilaterales entre México y Estados Unidos; la adhesión de México al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT por sus siglas en inglés) en la que profundizaremos más adelante para destacar el estrecho vínculo que sostiene con las actividades económicas en Tepito; el intento de modernizar y reorientar el aparato productivo hacia el mercado externo; la presión de los organismos internacionales para conceder créditos a México y finalmente pero no menos importante para frenar la inflación interna que a mediados de los

²⁶ Transportación marítima, algunos servicios portuarios para navegación interior, la administración de terminales aéreas, la telefonía celular, la construcción de ductos y la perforación de pozos de petróleo y gas, los servicios legales, la educación privada, las sociedades de información crediticia y cualquier compañía cuyos activos superen los montos establecidos por la CNIE (25 millones de dólares en 1994).

²⁷ Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, 1994.

80 ya había superado los dos dígitos.

La apertura comercial siguió dos vías: por una parte, la eliminación de las barreras arancelarias y no arancelarias (permisos, restricciones fitosanitarias, etcétera); y por la otra, el establecimiento de acuerdos internacionales.

La eliminación de barreras

Los avances de la apertura económica durante la implementación de la primera vía, entre 1983 y 1984, fueron calificados como “tímidos” por quienes defendían la idea de una apertura más radical. Se eliminaron los permisos previos para la mitad de las fracciones arancelarias, pero en la práctica sólo aplicaba a las mercancías que no se producían en el país. En junio de 1985 la cobertura media de los permisos en términos de lo que se producía internamente era de 92%, una cifra muy alta para las pretensiones de apertura económica que reinaban entre los defensores del libre comercio.

Sin embargo, en julio de 1985 tuvo lugar la primera acción importante en términos de apertura: la eliminación de los permisos previos a la importación de 3,600 fracciones arancelarias. Se dejó bajo control cuantitativo a 908 de un total cercano a 8000 fracciones, la cobertura en términos de la producción nacional bajó al 47%. Esta medida fue considerada por especialistas en el tema como el abandono del modelo de industrialización por sustitución de importaciones.

El objetivo de esta acción era abrir el mercado a los bienes de consumo intermedio y de capital. Las ramas manufactureras donde aun se cubría más de la mitad de la producción eran los alimentos (excepto carne, lácteos y alimento para ganado), las bebidas, el tabaco, el calzado, los farmacéuticos, los jabones, los electrodomésticos, los automóviles, y las partes automótiles. Dentro de los bienes de consumo intermedio solo el petróleo y sus derivados estaban protegidos.

Entre 1986 y 1987 la liberalización comercial se aceleró para tratar de abatir la inflación que había llegado casi al 160% a mediados de este último año. En 1986 se eliminaron los permisos a la importación de ciertos alimentos, productos de madera, muebles metálicos, cierta maquinaria y partes automótiles. En 1987, la apertura se extiende a las bebidas, los cosméticos, las medicinas, el calzado, los artículos de plástico,

ciertos productos electrónicos, electrodomésticos y juguetes. Para diciembre de 1987 se eliminaron los permisos para 25 de 48 ramas de actividad económica. En 14 ramas la cobertura era muy baja; solo en 9 ramas superó el 15%²⁸.

Finalmente, el 15 diciembre de 1987, se firma un “Pacto de Solidaridad Económica” que, entre otras cosas, aceleró la desgravación. Para diciembre de 1988 los aranceles estaban entre el 0% y el 20%, se canceló el impuesto general del 5% a las importaciones y la media ponderada de los aranceles era del 11.8%. Este porcentaje era mucho más bajo que el que exigía el GATT a sus miembros. El gobierno mexicano fue mucho más agresivo en la apertura de lo que se lo pedía este organismo multilateral, porque buscaba detener la inflación nacional a través de la importación de productos sin inflación, con precios más bajos que los producidos internamente, que forzaran un equilibrio de precios entre bienes nacionales y extranjeros.

En tan solo tres años, el sistema arancelario de México pasó de ser uno de los más proteccionistas a uno de los menos restrictivos del mundo. Además, de la apertura comercial de manufacturas se pasó a la apertura de los servicios (bufetes de abogados, mercadotecnia, servicios financieros, servicios contables) y de la inversión²⁹.

A partir de 1994, la política comercial estaría regida por el Tratado de Libre Comercio de América del Norte. Sin embargo, con la crisis en la balanza de pagos de 1994- 1995, se elevaron los aranceles del 20% al 35% para varios productos que habían sido golpeados severamente por la apertura, como la ropa y el calzado, dos de los principales productos del mercado de Tepito. Estos aranceles se aplicaban solamente a los productos que estaban fuera de los países con los que México tenía tratados. Por lo tanto, tenían que ver directamente con los productos provenientes principalmente de China, a los que se les impusieron cuotas compensatorias por considerar que tenían precios de *dumping*. A pesar de esas restricciones, los productos chinos llegaron en forma creciente a Tepito, tanto por la vía legal, a través de importaciones, como de contrabando. En el Centro Histórico y Tepito existen al menos 100 importadores chinos, de los cuales

²⁸ entre ellas las carnes (23%), el café (99%), el azúcar (90%), el tabaco (100%), otras industrias textiles (18%), las prendas de vestir (88%) cuyos permisos se eliminarían en 1988, y los automóviles (95%).

²⁹ Las excepciones serían el sector de equipo de computo y el automotriz, sujetos a programas especiales. La apertura vendría en esos sectores hasta los años noventas.

aproximadamente el 70% son mujeres, los cuales han formado una organización³⁰. Los primeros comenzaron a llegar a mediados de los años ochenta, pero la mayor parte arribó desde los noventa.

Los acuerdos comerciales internacionales

Paralelamente al proceso de apertura económica, México inició el establecimiento de acuerdos comerciales internacionales. En 1985 firmó un acuerdo bilateral con Estados Unidos sobre subsidios e impuestos compensatorios. A través de este acuerdo E.E.U.U. aceptó aplicar la “clausula de daño económico comprobado” como requisito previo para aplicar impuestos compensatorios a productos mexicanos. Por su parte, México aceptó eliminar los subsidios a las exportaciones, los precios preferenciales de energéticos y las tasas preferenciales de interés a los exportadores³¹.

En noviembre de 1985, contra la decisión que había tomado en 1979-1980, México comienza las negociaciones de adhesión al GATT, para incorporarse en 1986. Y en 1990, los gobiernos de México y E.E.U.U. dan a conocer la intención de iniciar las negociaciones de un Tratado de Libre Comercio de América del Norte; en 1991, Canadá se incorpora a estas negociaciones y en diciembre de 1992 se firma el TLCAN, que un año después sería aprobado por los cuerpos legislativos de las tres naciones y en 1994 entraría en operación.

Aparte de este, que sin duda es el más importante acuerdo comercial de México –y que por sus implicaciones para los cambios en Tepito desarrollaremos más adelante–, se firmaron otros acuerdos de libre comercio en el lapso entre 1991 y 2004³². Además, México ingresó a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en 1994.

³⁰ En entrevista con la doctora Miang Tsu, originaria de Beijing, quien después de intentar ejercer la medicina en México, decidió con mucho éxito convertirse en importadora de productos de su país, principalmente bolsas, bisutería y papel. La señora abrió seis tiendas de distribución de productos chinos en los últimos 7 años bajo la denominación de *Grupo Cheng Gheng Internacional, S.A., de C.V.*, pero a raíz de la devaluación del peso en 2008, la cual encareció los productos importados, debió cerrar tres establecimientos. Tepito, México, D.F.

³¹ Fernando Sánchez Ugarte, Manuel Fernández Pérez y Eduardo Pérez Motta, *La política industrial ante la apertura*, México, Fondo de Cultura Económica 1994.

³² Chile en 1991, con Costa Rica en 1994, con Colombia y Venezuela en 1994 (Venezuela se retiró en 2007 de dicho tratado), con el Triángulo del Norte (el Salvador, Honduras, Guatemala) en 1994, con Bolivia en 1994, con Nicaragua en 1997, con la Unión Europea en el año 2000, y con Japón en el 2004.

La reinserción de México en la economía global: efectos sociales y locales.

Los impactos sociales del cambio estructural.

Existe la idea, ampliamente extendida, de que el paso del modelo sustitutivo de importaciones a uno inspirado en los principios del neoliberalismo trajo consigo aumentos en los niveles de desigualdad y de pobreza. Desde esta perspectiva, la política de corte neoliberal necesariamente lleva a diferenciar dos partes de la sociedad, una incorporada y la otra segregada. La primera recibe los beneficios de la modernización y la otra queda librada a su propia suerte; una es la economía formal y la otra es la economía informal.

Ahora, a pesar de que este punto de vista se limita a la discusión en un nivel macrosocial, diversos análisis dan pie para sostener la idea de que la población y los hogares en específico no absorben pasivamente la caída de los niveles de bienestar originados por las políticas macrosociales, sino que utilizan sus recursos, especialmente los humanos, para neutralizar las consecuencias sobre sus condiciones de vida³³.

Uno de los mejores ejemplos que podemos mencionar es el de las “oportunidades de ingreso informales” caracterizadas por Keith Hart desde 1972 como actividades con una organización improvisada, un alto contenido de mano de obra, preponderantemente fuerza de trabajo familiar y escasez de recursos financieros. Además, desde entonces se reconocía en ellas la facilidad de acceso a la actividad, la utilización de recursos locales, y la participación en mercados competitivos sin reglamentación, lo que se traducía en el comercio de artículos a precios muy bajos³⁴.

Por otra parte, un aspecto particularmente importante de esta conceptualización es la idea de que se trata de actividades que evaden las regulaciones gubernamentales para poder “autoemplearse” y así conseguir su subsistencia. Además, esta acepción eventualmente opondría a un sector “moderno” con una alta concentración de capital, y poseedor de sofisticadas tecnologías y formas organizativas, a otro “tradicional” compuesto por mano de obra excedente que se subempleaba y en que se agrupaba la población pobre que se veía obligada a ingeniarse “estrategias de supervivencia” a través de la producción y venta para

³³ Cortés, *Casi cuarenta años de desigualdad*, 2.

³⁴ Bruno Lautier, *L'économie informelle dans le tiers monde*. Paris, Editions la découverte. 1994. (Repères 155). p.12.

los grupos de menores ingresos³⁵.

Este aspecto es interesante pues transforma la manera de pensar la “informalidad”: pierde su papel productivo para revestir un papel social. El aspecto principal a destacar es que estas actividades substituyen, gracias a sus bajos costos salariales y a su flexibilidad laboral, los productos de algunas ramas productivas del sector formal para que sean accesibles a toda la población. Este fenómeno no se da porque la “micro-empresa” informal tenga una vocación capitalista llamada a crecer, sino todo lo contrario, constituye simplemente una actividad paliativa a la escasez. Su lógica interna está orientada a la creación de empleos con ingresos bajos, no fiscalizados, y destinados a los miembros del hogar. Por esta razón puede absorber, en el seno de la familia, los embates de las crisis mucho más fácilmente³⁶.

Resulta bastante claro que el mercado de Tepito es ejemplificativo de este fenómeno. Ya desde mediados del siglo XX, y a pesar de que el país no seguía una política neoliberal, el barrio estaba caracterizado por una fuerte presencia de actividades informales “artesanales”, como la producción del calzado y el desarrollo de oficios “tradicionales”, como el de los “ropavejeros”.

Después, durante el periodo económico que va de 1982 a 1994 en que se abrió la economía, se intensificaría la adopción de estrategias adaptativas por parte de los hogares mexicanos para resolver los problemas económicos que les aquejaron a raíz, primero de la política de estabilización y ajuste (1982) que repercutió sobre el empleo y la distribución del ingreso; y luego de la política de cambio estructural, durante la cual se vieron menguadas las participaciones relativas al ingreso de la mayor parte de la población. Así, a partir de 1986 las nuevas circunstancias se caracterizaron por un crecimiento en la participación en los ingresos por parte de las clases “media alta” y “alta” en detrimento de las demás³⁷.

Después de la crisis de 1982, los hogares de escasos recursos respondieron a las medidas de la política económica aumentando sus perceptores de ingreso, especialmente

³⁵Lautier, *L'économie informelle*, 8.

³⁶Ibídem, 22

³⁷Ibídem, 32.

con la integración de mujeres, personas de la tercera edad, jóvenes y niños al trabajo. En general, la fuerza de trabajo de los hogares de esos sectores encontró empleo como “cuentapropista” en el comercio instalado, vendiendo bienes y servicios bajo el estatus de ambulantes. El trabajo que desempeñaban, en el caso de Tepito cubría un amplio rango de actividades que iba desde la venta ambulante de productos, principalmente de *fayuca*, hasta la práctica de oficios como el de los ropavejeros, ayateros, cambiadores, salderos, fierreros y botelleros; y la prestación de servicios menores³⁸, como los que proporcionaban zapateros, talabarteros, guaranderos, reparadores, sastres, volteadores, plomeros, tejedores de bejuco, hojalateros, recicladores y demás ocupaciones que podemos reconocer como “clásicas” del barrio.

Sin embargo, debemos advertir que si bien la mayoría de estas ocupaciones todavía perviven en el barrio, desde la llegada de la *fayuca* a mediados de los 70s, estas actividades se han visto paulatinamente desplazadas. Dos décadas después, la *fayuca* correría la misma suerte y sería reemplazada por el contrabando y la piratería.

El GATT y la fayuca.

La apertura comercial radical que México efectuó en la segunda mitad de los años 80s tuvo un profundo impacto sobre la actividad económica más importante de Tepito en esa época: la *fayuca*. En 1986, México se adhiere al GATT y acelera la liberación de su economía; para inicios 1987 la apertura del comercio se había extendido hasta el calzado³⁹, a ciertos productos electrónicos, a los electrodomésticos y a los juguetes, todos, artículos estelares en el comercio de *fayuca*. Solo las prendas de vestir conservaban una tasa de aranceles alta (88%) gracias a la cual la *fayuca* logró mantener sus actividades todavía durante algún tiempo aunque con pérdidas significativas.

La *fayuca*, como todo tipo de contrabando, existía a razón de los impuestos y conforme avanzó la liberalización, sus posibilidades de oferta de productos todavía protegidos disminuyó. Puesto que, como hemos visto, en diciembre de 1987 se firmó un pacto de “solidaridad económica” que aceleró la desgravación hasta llegar a niveles mucho

³⁸ Cortés, *Casi cuarenta años de desigualdad*, 11.

³⁹ Hasta ese momento la producción había logrado mantenerse sin grandes cambios; a partir de entonces, su elaboración entró en crisis e inició el proceso de desaparición del oficio en el barrio.

más bajos que los que exigía el GATT. Los tepiteños se esforzaban por “cortar esquinas” y mantener a flote sus negocios. A imagen del barrio, se encontraron “estratagemas” que consistían en adquirir mercancía de segundo uso y “refurbished”⁴⁰ que les permitieran competir con los nuevos costos de los productos “desprotegidos” en los comercios establecidos que, como agravante, ofrecían garantías y servicio al cliente.

En contraparte, en el lapso de 1984 a 1989, solo la cúpula formada por la clase “alta” (el 10% de los hogares con más altos ingresos por persona) logró aumentar su participación en la economía⁴¹. La pobreza creció y la necesidad de mercados con productos “subsidiados” como el de Tepito, también. Sin embargo, poco tiempo después, de manera insospechada, vendría el auge fayuquero y la explosión comercial que le dio fama nacional e incluso internacional a Tepito.

Desde el inicio de la década de los 90s la economía mexicana comenzó a mostrar los primeros signos de debilidad que anunciaban la intensa crisis económica que sufriría en 1994. De manera aparentemente paradójica, el ingreso de divisas originado por la fuerte inversión extranjera que recibió el país⁴² a raíz de la apertura económica, provocó que la economía cayera en recesión, tiempo después, como resultado de un fenómeno económico conocido como “la enfermedad holandesa”⁴³.

El funcionamiento de este fenómeno puede resumirse de la manera siguiente: cuando un país recibe un flujo grande de divisas (como la inversión extranjera), los ingresos y el nivel de demanda agregada (la cantidad de bienes y servicios que los habitantes, las empresas, las entidades públicas y el resto del país desean y pueden consumir) tienden a elevarse ocasionando dos efectos principales. El aumento de la demanda presiona a la alza los precios de los bienes no comerciados⁴⁴, ofertados solo al

⁴⁰ Tratamos estos tipos de mercancía en el segundo capítulo.

⁴¹ Cortés, *Casi cuarenta años de desigualdad*, 34.

⁴² Entre 1991 y 1993 la cuenta de capital de la balanza de pagos acumulada en esos años llegó a 84,096 millones de dólares. Cárdenas. *La política económica*, 173.

⁴³ Para una explicación detallada de este fenómeno consúltese Enrique Cárdenas. *La política económica en México, 1950-1994*. México, El Colegio de México, Fondo de Cultura Económica, Fideicomiso Historia de las Américas, 2003. (Serie Hacienda) pp. 173-183

⁴⁴ Aquellos que no son susceptibles de comerciarse con el exterior como la mano de obra, el abastecimiento de energía o los servicios de la industria de la construcción.

interior del país, en forma distinta que los precios de los bienes comerciables⁴⁵ que pueden importarse a bajos precios, dependiendo del grado de apertura de la economía al exterior. En una economía abierta, se genera una distorsión entre los precios de los bienes comerciables y los no comerciables. Por otra parte, la entrada de las divisas tiende a aumentar los precios internos más allá de los externos, por lo que el tipo de cambio tiende a sobrevaluarse si no cambia su valor nominal (la moneda cuesta más de lo que vale)⁴⁶.

En el caso de México, la apertura acelerada de la economía y la entrada masiva de divisas provocó un desbordamiento de demanda en general. Esta situación produjo un distanciamiento entre los precios de los bienes no comerciables⁴⁷, presionados a la alza por un aumento de la demanda que no correspondía –a corto plazo– con un crecimiento equivalente de la oferta; y los precios de los bienes comerciables, donde el excedente de demanda podía ser satisfecho por las importaciones y los precios se regulaban en función del mercado internacional⁴⁸.

Este efecto, combinado con “la fijación del tipo de cambio con respecto al dólar, durante el primer año [del Pacto de Solidaridad Económica, 1988], y la política de deslizamiento predeterminado⁴⁹” como ancla nominal a la inflación durante el siguiente lustro, provocó una sobrevaluación creciente de la moneda que se intensificó con el paso del tiempo. En diciembre de 1990 el peso estaba 10.9% sobrevaluado con respecto a junio de 1989, un año después era de 22.8%, mientras que en 1992 era del orden de 31.7%⁵⁰. Esto llevó a una espiral importación/producción con detrimento en la producción hasta que en 1993 el producto interno bruto se estancó por completo y culminó en 1994 con el descalabro del peso y la crisis de la deuda externa⁵¹.

Sin embargo, la sobrevaluación del peso, fue una ventana de oportunidad para los

⁴⁵ Aquellos que pueden comerciarse con el exterior, principalmente productos de consumo final e intermedio. Como por ejemplo el calzado, los textiles, los electrodomésticos, etcétera.

⁴⁶ Esto sucede en particular cuando coincide con políticas que usan el tipo de cambio como ancla nominal para contener o regular la inflación.

⁴⁷ Producidos al interior del país.

⁴⁸ Su precio está más bien fijo en dólares y sólo se modifica en pesos en la medida en que el tipo de cambio se deprecia o aprecia.

⁴⁹ Aspe, *El camino mexicano*, 43.

⁵⁰ Cárdenas, *La política económica*, 176.

⁵¹ No es el objetivo de este trabajo presentar un análisis detallado de las razones de la crisis por lo que no profundizaremos más en el tema. Al respecto, puede consultarse Cárdenas, *La política económica*, 176.

fayuqueros de Tepito; ahora no solo podían comprar mercancía y fayuquearla sino que podían comprar más mercancía con menos dinero. El barrio se inundó de productos estadounidenses y los bolsillos de los tepiteños se llenaron de dinero. Mientras los “ríos de dinero” corrieron por las calles de Tepito, sus habitantes comenzaron a irse con la corriente: la liquidez de los fayuqueros superó la complejidad de sus necesidades; se introdujeron armas para “defender” el barrio y aumentó el consumo de alcohol y drogas. Muchos tepiteños se desplazaron a otras zonas de la ciudad; sus casas fueron rentadas o vendidas como bodegas y sus vidas cotidianas fueron desplazadas por el comercio. Esta fue la época de mayor bonanza económica que ha vivido el barrio; fue también la principal razón por la que se desintegraron los vínculos sociales en su interior, y cuando se consolidó la zona como el mercado negro más grande del país.

Sin embargo, esta no fue la última de las transformaciones de las actividades económicas del barrio. En diciembre de 1994, ante el fuerte desequilibrio en la balanza comercial y en la balanza de pagos, el valor del peso mexicano se desplomó en el contexto de la celebración de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte. Otra de las crisis más severas que ha vivido el país hasta nuestros días acababa de inaugurarse; la apertura económica y la devaluación del peso colapsaron temporalmente el medio de vida de Tepito.

Después de la devaluación ya no “salía” ir a Estados Unidos a comprar *fayuca*, de ningún tipo. El mercado sufrió un vacío de oferta, los ejércitos de contrabandistas hormiga cesaron sus viajes, las actividades debían reconfigurarse... La droga fue –al principio– solo un producto más con el cual llenar los vacíos en el mercado, fue una etapa de transición que estigmatizó al barrio, y llegó a su fin con la implantación del contrabando y la piratería.

El comercio en el barrio estaba bien cimentado; las cómodas condiciones en que se desarrolló durante la década anterior le habían permitido establecer un sistema de raíces bien desarrollado que, como a una planta, le brindó resiliencia frente a la adversidad. El comercio pervivía con ingresos marginales y una oferta reducida, pero los tepiteños contaban con una amplia red de contactos establecidos en todo el país e incluso en el extranjero. Esta característica permitió a algunos ver oportunidad donde otros veían crisis.

Durante el proceso de apertura económica, en la adhesión de México al GATT y en el establecimiento de acuerdos con otros países, China nunca estuvo contemplada, principalmente a causa de algunas de sus prácticas comerciales como el “dumping”; razón por la cual los productos provenientes de este país tenían gravámenes altísimos. Sin embargo, estas circunstancias no eran las mismas en EEUU, país que permitía la entrada de muchos productos asiáticos. Pronto se corrió la voz de que era posible “triangular” productos chinos con precios muy bajos y tarifas arancelarias reducidas, a través de Estados Unidos. A través de sus contactos, las raíces de la “planta” comercial tepiteña se extendieron en busca de nuevos recursos que les permitieran sobrevivir. La importación “triangulada” de mercancías se desarrolló reetiquetando productos chinos en EEUU, cambiando fracciones arancelarias al pasar la frontera con Estados Unidos y corrompiendo agentes aduanales. Los productos ingresaban por los mismos caminos que antes a Tepito, pero ahora venían de más lejos.

La liberalización del comercio influyó en el cambio de actividades en Tepito de una manera insospechada; ese barrio llevaba tiempo en el juego del comercio internacional y se vio forzado, ante la apertura de fronteras entre México y EEUU y el agotamiento de “la pequeña escala” a través de la *fayuca*, que gozaba de amplios márgenes de ganancia por producto, a incursionar paulatinamente en “la gran escala” por medio del contrabando, con pequeños márgenes por producto pero grandes volúmenes a comerciar⁵².

El “TLCAN”, la crisis y sus repercusiones en Tepito.

No fueron pocas las presiones que influyeron en México para decidirse a dar este viraje de 180 grados a su política económica y buscar un acercamiento con los Estados Unidos. Primero que nada, desde finales los años 70 en la Inglaterra de Margaret Thatcher y los Estados Unidos de Reagan, se buscó la realización de reformas económicas tendientes a la liberalización del capital y a buscar la promoción de inversiones y comercio entre los países. Ese fuerte predominio de la corriente liberal a nivel mundial se propagó a gran parte del orbe y desde luego, llegó a México. Otro elemento importante fue el colapso de la

⁵² Debemos destacar que la diferencia entre la *fayuca* y el contrabando es, en primer lugar, de naturaleza cuantitativa, donde la *fayuca* representa la pequeña escala y el contrabando la gran escala; y en segundo lugar existe un componente geográfico: la primera tiene su origen en Estados Unidos y la segunda en China. Por otro lado, es importante notar que estas categorizaciones no son absolutas pero marcan una tendencia muy bien definida.

Unión Soviética y la caída del muro de Berlín en 1989, que desde el ángulo de los países en desarrollo significaba una fuerte presión ante la potencial competencia que esos nuevos mercados constituirían para la atracción de capitales. También la formación de la Unión Europea en 1993, interpretada como la formación de una fortaleza que tendría menos necesidades de vincularse con otras regiones del mundo hizo crecer la preocupación de los dirigentes políticos. Por otro lado, la firma del tratado de libre comercio entre Estados Unidos y Canadá en 1988, fue vista a la vez como un modelo y una amenaza. Finalmente, las decisiones de EEUU de establecer de manera unilateral cierta protección no arancelaria a sus mercancías como resultado de las presiones que ejercían los empresarios de ese país ante los productos que llegaban de México, terminaron por decidir el giro en la política económica nacional. El tratado de libre comercio fue el reconocimiento de una estrecha relación que había sido negada por un largo tiempo.

La frontera que separa a estos dos países no solo es geográfica sino económica, cultural y política. La separación se refleja también en diferentes tradiciones históricas, lenguas y creencias religiosas. Además, desde un punto de vista económico político, es difícil encontrar a dos países vecinos que sean tan asimétricos. A pesar de que México y Estados Unidos hayan sido caracterizados como vecinos distantes⁵³, desde que México se constituyó como nación independiente su relación con Estados Unidos ha estado estrechamente vinculada a su desarrollo.

Sin embargo, a pesar de esas grandes diferencias, a lo largo del tiempo se ha logrado establecer una relación muy densa y compleja entre los dos países, caracterizada por algunos como interdependencia o “integración silenciosa”. El desarrollo de los dos países se ha vinculado de diversas maneras. Por una parte la IED de Estados Unidos en México representa dos terceras partes del total (la IED acumulada entre 1999 y 2008 fue de 255,465.4 millones de dólares⁵⁴); por otra, las industrias maquiladoras de exportación estadounidenses ya son responsables de una tercera parte de la fuerza de trabajo industrial en México (hasta noviembre de 2006 había 2,819 plantas que empleaban a 1,201,449 obreros⁵⁵); más de las tres cuartas partes del turismo proviene de EU (en 2008

⁵³ Alan Riding, *Vecinos Distantes. Un retrato de los mexicanos*, México, Ed. Joaquín Mortíz- Planeta, 1985.

⁵⁴ Comisión Nacional de Inversión Extranjera, Secretaría de Economía.

⁵⁵ Banco de México

representaron 11,927,000 turistas de internación⁵⁶); además, los mexicanos que migran a trabajar a Estados Unidos (en 2007 eran cerca de 10.5 millones de nacidos en México más sus descendientes) cuyas remesas alcanzaron en 2007 la cifra record de 23,970 millones de dólares⁵⁷, constituyen una de las tres principales fuentes de ingreso de México (el petróleo y el turismo ocupan, respectivamente, los primeros puestos); desde un contexto extralegal, el contrabando, para el que no existen cifras confiables, es de gran importancia y constituye un modo de vida para miles de ciudadanos de los dos países, así como un paliativo a la pobreza; la fuga de capitales de México que tienen como principal destino los EEUU cuyo monto acumulado entre 1971-1995 ascendió a 71,364 millones de dólares⁵⁸; el tráfico ilegal de narcóticos, que con la migración se ha convertido en el tema más importante en la agenda entre México y Estados Unidos es un tema que liga a los dos países y tiene una enorme importancia económica y gran impacto social en México; y finalmente, la deuda externa de México, que se contrajo principalmente con bancos de Estados Unidos y que a Junio de 2006 ascendía a 133,647.9 millones de dólares es un factor adicional que contribuye a hacer más densa la relación⁵⁹.

A quince años de su puesta en marcha, el TLC ha tenido muchas consecuencias económicas, sociales y políticas sobre México. No es el propósito de este trabajo ahondar en todas estas consecuencias; nos interesa sobre todo referirnos a los efectos económicos que guardan una relación estrecha con las actividades de Tepito y con nuestro tema de investigación, la piratería. Por tal motivo, aún estando dentro de la economía, dejaremos de lado los impactos en la inversión extranjera, los efectos sobre las empresas, y los impactos regionales, y nos centraremos en las consecuencias que está teniendo el comercio entre Estados Unidos y México, en particular con las actividades predominantes de Tepito.

En cuanto al comercio exterior, en los últimos 25 años México ha tenido un cambio cuantitativo y cualitativo que se puede periodizar en tres etapas en relación con la estructura de sus exportaciones. Hasta mediados de los años 70s sus exportaciones principales eran

⁵⁶ Secretaría de Turismo

⁵⁷ Banco de México

⁵⁸ La fuga de capitales acumulada en los últimos 12 años de desarrollismo, durante el modelo ISI (1971-1982), que fue de 29, 957 millones de dólares, es inferior a la de los primeros trece años de neoliberalismo, que fue de 41, 407 millones de dólares expatriados. Ver: José Antonio Farías Hernández, "La fuga de capitales en México de 1989 a 1995", Este País, 1997, México, D.F., Infolatina.

⁵⁹ Banco de México.

los productos agrícolas y pesqueros en manos de empresarios mexicanos. A partir de finales de los años 70s hasta 1986 (simbólicamente coincidiendo con la adhesión al GATT), la actividad de exportación predominante fue el petróleo, bajo la responsabilidad del Estado. A partir de 1986 la adhesión al GATT impuso la incorporación de un paquete de leyes prefabricadas para la protección a los derechos de propiedad intelectual⁶⁰ que buscaba fomentar la importación, creación y exportación de productos industriales de mayor contenido tecnológico. Algunos años después, durante las negociaciones para la reestructuración de la deuda, los organismos multilaterales y los acreedores externos presionarían para la implementación de reformas que reforzaran estas leyes.

En esta expansión cuantitativa y cambio cualitativo no todas las empresas participaron del mismo modo. De hecho el TLCAN propició una fuerte concentración de las exportaciones en un número restringido de empresas. En 1992 nueve empresas eran responsables del 20% de las exportaciones y para 1996 su número se había reducido a 5. Para los mismos años, el 40% de las exportaciones se concentro en 47 empresas para el primer año y 41 empresas para el segundo. Las exportaciones no petroleras de México manifiestan un alto grado de concentración. En 1996, de entre todas las empresas exportadoras 182 empresas eran responsables del 60% y 630 empresas del 80%, una altísima tasa de concentración⁶¹.

A partir de la comparación de productos más exportados e importados por México, que apreciamos en el cuadro 3, podemos observar que existe una fuerte coincidencia entre lo que México importa y exporta, la razón es que se trata de un comercio intra-firma que nos habla de un proceso productivo dividido transnacionalmente, donde la parte intensiva del capital se realiza en Estados Unidos y la parte intensiva del trabajo se ejecuta en México⁶².

⁶⁰ Estudiaremos más de cerca este tema en el siguiente capítulo.

⁶¹ Fuente Bancomext, información directa, 1997.

⁶² Ese cambio cuantitativo y cualitativo se refleja también en el destino geográfico de las exportaciones totales, las cuales tienden a concentrarse en forma creciente en los Estados Unidos. En 1985 el 60.9% de las exportaciones mexicanas se destinaban a EU. Mientras que en 2004 la proporción aumentó a 87.2%. Para las mismas fechas las exportaciones a Europa fueron de 19.2% para el primer año y 3.8% para el último. Para Asia fueron del 11.2% y 0.9%. Y para Canadá 1.8% y 1.4% respectivamente. En el resto del mundo se alcanzó solo el 2.3% en 1985 y el 3.5% en 2004. Desde el ángulo del tipo de productos, las 20 principales exportaciones de México a Estados Unidos y Canadá, en orden de importancia decreciente para 1996 eran las siguientes: motores para automóvil 11% del total de las exportaciones, petróleo 8.5%, equipo eléctrico 5.3%, equipo de telecomunicaciones 4.2%, partes automotrices 4%, televisores 3.8%, vehículos automotores 3.6%, motores de combustión interna 3%, aparatos eléctricos 2.7%, maquinas para procesar datos 2.5%, aparatos y

Es decir, gran parte de las exportaciones de México, muy cerca de la mitad, son responsabilidad de la industria maquiladora de exportación en tres sectores principales:

industria electrónica, partes automotrices y sector textil, aunque este último no aparece dentro de los principales productos que hemos mencionado.

Cuadro 3			
Exportaciones e importaciones más importantes para México en 2005			
Productos	Exportaciones (en miles de dólares).		Importaciones (en miles de dólares).
Petróleo crudo	23,095,924		Productos de petróleo.
Partes y accesorios para automóviles de pasajeros.	20,643,027		Partes y accesorios para vehículos.
Automóviles de pasajeros.	10,826,210		Automóviles de pasajeros.
Televisores, Videocaseteras y otros equipos de video.	10,582,427		Materiales de plástico.
Aparatos y partes eléctricas	7,378,176		Aparatos eléctricos.
			Semiconductores.
			Accesorios para computadoras.

Aunque estos productos representan los valores más importantes de lo que México exporta e importa de los Estados Unidos, el TLCAN y la apertura económica que ya había realizado México, tuvieron una fuerte influencia en el mercado de productos de consumo final, y esos fueron los productos más relacionados con el mercado en el barrio bravo. Tepito se ha consolidado como un mercado negro permanente instalado a la luz del día. A lo largo de los últimos 15 años ha logrado integrar en su interior una muy amplia gama de productos basados en la contravención de las normas de protección a los derechos de propiedad intelectual. La llegada de las marcas y la inserción en el mundo de la tecnología digital, restringidos, por sus precios elevados, a más de la mitad de la población, le proporcionaron un mercado cautivo que le ha permitido expandirse enormemente. En su seno coexisten el comercio establecido y ambulante, el contrabando, importadoras

maquinaria eléctrica 2.3%, muebles 2.1%, verduras frescas y refrigeradas 2%, receptores de radio 1.5%, otra maquinaria eléctrica 1.5%, válvulas, bulbos y otros semiconductores 1.4%, plantas eléctricas de rotación 1.3%, y otras partes y accesorios para industrias eléctricas y electrónicas 1.3%.

legítimas, el narcomenudeo y la piratería.

A fin de cuentas, el establecimiento generalizado de “marcas” transformó el consumo de todos los sectores de la población y provocó el surgimiento del fenómeno que ha guiado todo nuestro recorrido: la piratería. A este tema dedicaremos por entero la siguiente y última parte de esta investigación.

Capítulo 6

La economía política de la piratería

“Soy pirata... y qué”

Consigna de comerciantes tepiteños
contra la tipificación de la piratería como
crimen organizado en México.

La piratería es un fenómeno complejo que involucra aspectos sociales, técnicos, políticos, económicos y culturales. Para el caso de México, tercer productor a nivel mundial, resulta particularmente importante tomar en cuenta varios factores combinados para poder explicarlo cabalmente: la liberalización de la economía a nivel global y sus consecuencias nacionales; la reconfiguración del sistema productivo en el contexto de la globalización; el desarrollo tecnológico en su vertiente informacional y la transformación de nuestras pautas culturales como resultado.

Por lo tanto, será importante responder a las siguientes preguntas ¿Cuál fue la influencia de la globalización económica sobre el establecimiento de cadenas de producción y distribución? ¿Cómo están estructuradas estas cadenas y por qué? ¿Qué papel jugó el desarrollo de la tecnología de la información/comunicación su establecimiento y actual funcionamiento? ¿Qué consecuencias ha tenido la utilización de las nuevas tecnologías para las necesidades de consumo de la población? ¿Cómo han sido enfrentadas esas necesidades en contextos desfavorables, en particular en México? y finalmente ¿De qué manera ha participado el Estado en la regulación de las actividades que rodean al contrabando y la piratería?

A lo largo de este capítulo será particularmente interesante observar, en una primera parte, el paralelismo que sostienen las economías “formal” e “informal”; la manera

de adaptarse a su circunstancia ha sido muy similar en lógica. Más adelante veremos que esta capacidad de adaptación fue posible, en muy buena medida, gracias a la tecnología de la información/comunicación que volvió más fáciles y accesibles los modos para producir, distribuir, cambiar y consumir las mercancías y los difundió a todo el mundo. Estudiaremos como por una parte el desarrollo de estas tecnologías ha implicado un involucramiento masivo de actores que crean y reconfiguran sus usos para adaptarlos a sus necesidades. Y como por otra, para las grandes empresas globales significó la búsqueda de la creación de demanda de manera continua, una presión constante que nos empuja hacia la transformación de nuestra “cultura material”, desde entonces enfocada en el consumo de objetos globales como las “marcas”. Más adelante expondremos como los flujos de intercambio provocaron el choque de contextos económicos, políticos y sociales distintos que evidenciaron desigualdades a las que se respondería, entre otras maneras, a través de la popularización de prácticas piratas. Finalmente estudiaremos las formas en las que el Estado ha tratado este problema.

La globalización económica

A lo largo del tiempo, el modo capitalista de producción se ha caracterizado por sus esfuerzos de expansión incesante, tratando siempre de superar los límites de tiempo y espacio. Sin embargo, solo a finales del siglo XX, con la aparición de tecnologías de la información y la comunicación, la economía ha alcanzado la capacidad de funcionar como una unidad en tiempo real a escala planetaria. Esta globalidad incumbe a todos los procesos y elementos del sistema económico¹.

Para América Latina y México, la década de 1980 fue un periodo crítico de reestructuración económica semi-voluntaria que buscaba la integración de toda la región a esta nueva economía global. A raíz de la crisis de la deuda, inaugurada por México en 1982, entraron a escena las instituciones financieras internacionales que, encabezadas por el Fondo Monetario Internacional, presionaron a la adopción estricta de políticas diseñadas por el club de los acreedores para la reestructuración económica de cada país. La meta fundamental que se perseguía era homogeneizar los rasgos macroeconómicos de América Latina, alineándolos con los de la economía global abierta.

¹ Manuel Castells. *La era de la información: economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. México, Siglo Veintiuno Editores. 2006. Séptima edición. Vol. 1. p. 120

Las reformas estructurales integraron aceleradamente a los países en “vías de desarrollo” al neoliberalismo; presionaron a una apertura del comercio y a que se reformaran las leyes laborales. En términos generales se buscaba una polivalencia al interior de las empresas que permitiera cambiar de productos y de organización fácilmente; la eliminación o el despojo del poder a los sindicatos, que les permitiera eliminar la “rigidez” del trabajo asalariado, fraccionar los tiempos de trabajo, despedir y contratar sin mediaciones, y en México, permitió al mismo tiempo la baja o la contención de los salarios.

Así, podía entrar o salir inversión de cualquier parte del mundo, podía proseguirse con el comercio libre y la producción podía transferirse a cualquier ubicación de la región². Los segmentos dominantes de la mayoría de los sectores económicos globales (ya sea de bienes o servicios) pudieron organizarse para incorporar una nueva región en sus procedimientos operativos: la gestión de la producción y la distribución. El proceso de producción incorporó componentes producidos en muchos emplazamientos diferentes por empresas distintas para ser ensamblados para propósitos y mercados específicos en una nueva forma de producción y comercialización: una producción de elevado volumen, flexible y personalizada.

Los actores predominantes de esta integración económica fueron las empresas transnacionales y el impacto que han tenido es gigantesco:

“Las 37, 000 matrices de empresas transnacionales con más 200, 000 afiliados por todo el mundo, controlan casi el 75% de todo el comercio mundial de mercancías, productos manufacturados y servicios. Una tercera parte de este comercio se realiza al interior de las empresas, haciendo que sea muy difícil para los gobiernos y los organismos de comercio internacional que ejerzan sobre ellas cualquier tipo de control. En estas circunstancias, es menos probable que la liberalización del comercio genere mercados libres y competitivos y, en cambio, es más probable que dé como resultado una “competencia administrada”.³”

Estas condiciones permitieron una profunda transformación, desde un punto de vista cualitativo, de la manera de concebir a una empresa: provocaron un corrimiento del énfasis

² *Ibidem*, 147.

³ “Conexiones globales, los procesos de la globalización y la política” en *Estados de desorden, los efectos sociales de la globalización*, México, Informe del UNRISD (Instituto de investigaciones de la Naciones Unidas para el Desarrollo Social) para la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Social, 1995, p. 8.

en la producción manufacturera a un énfasis en la comercialización.

La empresa global obtiene sus suministros de diferentes unidades “estratégicas” en todo el mundo y conforme se desarrolla teje complejas redes de producción transnacionales que operan bajo dos configuraciones principales: cadenas de mercancías centradas en el productor⁴; y cadenas de mercancías dirigidas al comprador^{5 6}.

Tepito es un escenario interesante, entre muchas otras cosas, porque logró construir cadenas muy similares, que muchas veces involucran a los mismos eslabones que los de las empresas globales, y que se diferencian entre ellas de la misma manera. Encontramos cadenas de mercancías centradas en el productor, generadas durante la época proteccionista de México, donde las importaciones y el contrabando juegan un papel muy importante. Así como también hallamos aquellas dirigidas al consumidor, resultado del cambio de paradigma tecnológico y la subsecuente transformación de nuestra “cultura material”, donde la *piratería* tiene el papel central.

Las cadenas destinadas a los productores.

Durante la época de la fayuca los tepiteños se desplazaban a Estados Unidos, a todo lo largo de la frontera e incluso hacia el interior, para obtener mercancías inexistentes o inaccesibles en el mercado mexicano protegido. Las características económicas regionales que diferenciaban nuestro mercado del de Estados Unidos hacían muy atractivo el contrabando a pequeña escala que otorgaba grandes márgenes de ganancia por producto. En cierta medida, en sentido figurado, los fayuqueros deslocalizaban la producción de sus mercancías en el extranjero (Estados Unidos), donde el desarrollo industrial y tecnológico volvía la producción más barata, y la distribuían en México a los comerciantes informales para que llevaran a cabo la venta a los consumidores. Este escenario fue particularmente relevante desde mediados de los años 70s y alcanzó su momento más álgido durante el sexenio de Salinas de Gortari⁷.

El constante vaivén de los tepiteños generó una relación comercial informal entre el

⁴ En industrias como las de automóviles, computadoras, aviones y maquinaria eléctrica.

⁵ En industrias como las de confección, zapatos, juguetes, ropa y artículos para el hogar.

⁶ Castells, *La era de la información*, 123.

⁷ La sobrevaluación del peso fue particularmente relevante.

barrio y las ciudades fronterizas estadounidenses; los fayuqueros viajaban sistemáticamente “al otro lado” a comprar, donde los proveedores les otorgaban crédito. Esta relación se formalizó al liberalizarse la economía: desde entonces fue posible pedir productos escogidos por catálogo desde el barrio a los proveedores estadounidenses.

Así, en torno a la fayuca se generó toda una infraestructura que permitía el transporte de materia en un territorio caracterizado por puntos terminales definidos (ciudades fronterizas estadounidenses), puntos de acceso determinados (aduanas), arcos de transmisión establecidos (carreteras) y un nudo de bifurcación (Tepito) que en conjunto formaba lo que Milton Santos llama “red”⁸.

Tepito cobró importancia paulatinamente como nodo comercial, pequeños comerciantes formales e informales del resto de la república e incluso, según algunos informantes, en algunos casos de Centroamérica se abastecían ahí de mercancías para distribuir las a su vez en otros mercados⁹; la red creció y se complejizó.

Sin embargo, la fuerte devaluación del peso en 1994 transformó las posibilidades económicas del país y las condiciones de existencia de la fayuca; ya no era posible comprar productos en Estados Unidos y revenderlos a precios baratos pero con grandes márgenes de ganancia a causa de la caída en el tipo de cambio, era necesaria una nueva estrategia comercial. La solución no tardó en llegar; resultaba evidente que se debía pasar, como en la producción globalizada –aunque sin pensarlo a partir de esta asociación–, a la gran escala.

Los fayuqueros solventes y con capacidad de invertir buscaron extender su red, aprovecharon las ventajas del comercio global en una economía abierta; muchos se embarcaron en el desarrollo y/o la formalización de su negocio, los famosos “Marco Polos” de Tepito¹⁰ abrieron casas importadoras siguiendo la normatividad legal mexicana, lo que no les impidió seguir introduciendo productos de contrabando, ahora de forma masiva. La apertura comercial al mundo permitió una diversificación de las importaciones y sus

⁸ Milton Santos, *La naturaleza del espacio. Técnica y tiempo, razón y emoción*, Barcelona, Alianza Editorial, 2000. p.221.

⁹ En entrevista con el Sr. Martín Aurelio Prado, Secretario del Mercado Mesones de la ciudad de México, hermano de Rafael Prado, líder de este mercado, México, D.F., 9 de marzo de 2009.

¹⁰ En entrevista con el Sr. Leonardo Iglesias Mata

destinos; se pasó de una distribución dirigida exclusivamente al consumidor a una mixta, dirigida también hacia el sector productor.

La gama de mercancías que importan los “Marco Polos” es muy heterogénea en cuanto a naturaleza y destinatario potencial al que van dirigidas. En base a la experiencia de campo podemos hacer las siguientes diferenciaciones: por una parte, los artículos dirigidos al consumo, por medio de distribuidores formales e informales, tienden a ser ropa, calzado y bisutería; en los tres casos encontramos tanto piratería como artículos originales, observamos también saldos, bienes de segundo uso, y excedentes de producción de maquilas asiáticas (estos últimos considerados como *piratería*). Por otra parte, entre la mercancía dirigida a los productores, formales e informales, encontramos, como puede ser evidente, bienes de “consumo intermedio” principalmente textiles diversos y discos vírgenes (originales y piratas).

Además, el barrio logró alcanzar y mantener la configuración flexible que le brindaba el autoempleo de sus agentes, desplazó volúmenes crecientes de mercancía y paulatinamente ha ido incidiendo en los pormenores de la producción¹¹.

Esta heterogeneidad, tanto en los productos como en el tipo de clientes potenciales a quienes están dirigidos, denota una intensa división del trabajo en el proceso de importación o contrabando de mercancías en la red comercial. Como veremos a continuación sucede lo mismo en el caso de las redes de piratería, con las que comparte muchas características.

Las cadenas de piratería.

En Tepito, el proceso de producción de la piratería involucra tareas estratificadas y diferenciadas dependiendo del papel de cada trabajador. Por una parte se encuentran los organizadores de la producción, que hemos llamado pequeños emprendedores piratas, quienes se encargan de conseguir los insumos básicos y la maquinaria necesaria para la producción por medio de una extensa red de comercio (formal e informal, legal e ilegal,

¹¹ Los importadores de mercancía no solo la escogen sino que pueden hacer pedidos especiales con variaciones particulares en los productos para que se adapten al tipo de cultura hacia la cual van dirigidos. En entrevista con la Dra. Miang Tsu, importadora de productos chinos, se mencionó como ejemplo de pedido especial el uso de un material diferente al propuesto y el cambio de color en un diseño particular de bolsa de mano. Tepito, México, D.F. abril 2009.

entre las que cabe destacar el contrabando y la importación legal) y en la que se incluye la obtención de la información a reproducir¹². La compra de la mayoría de los insumos se lleva a cabo al interior del barrio donde es posible obtener discos vírgenes, estuches de plástico, sobres transparentes, hologramas, portadillas, etcétera. El proceso de trabajo (copiado) es llevado a cabo a domicilio o en instalaciones improvisadas, alejadas del barrio, por empleados contratados fuera de la ley, a los que se les entregarán tanto los dispositivos como los medios de reproducción de la información con instrucciones específicas sobre sus tareas. Finalmente, los organizadores de la producción buscan canales de distribución en el comercio informal a donde acuden directamente para ofrecer mercancía a consignación.

Este tipo de configuración del proceso de trabajo resulta muy similar al adoptado por las empresas transnacionales: existen organizadores de la producción que se dedican a buscar suministros en diferentes unidades “estratégicas”; estos son entregados a trabajadores a domicilio para llevar a cabo un proceso de trabajo que puede ser caracterizado como maquila, para después ser comercializados por terceros en el sector informal de la economía¹³. Como las empresas modernas, conforme su producción crece, crece también su necesidad de tejer redes de producción más complejas en las que participa una gran diversidad de actores.

Sin embargo, a diferencia de la empresa moderna, los precios de comercialización en Tepito ni tienen por objetivo la acumulación, ni tendría la capacidad de llevarla a cabo si lo pretendiera debido a la enorme competencia. En realidad los márgenes de ganancia son muy pequeños. Una singularidad del sector informal en general, y de la piratería de discos en particular (el escalafón más bajo y menos redituable de la piratería) es que no se trata –ni podría tratarse– de una producción dirigida a la acumulación sino a la supervivencia¹⁴.

Por otra parte, algunos sectores de la sociedad, en particular la industria discográfica y otros sectores vinculados con la defensa de la propiedad intelectual de ciertas marcas,

¹² Muchas veces se consigue a través de agentes especializados en informática, otras se compra por intermediario de algún agente del sector formal (sobre todo las películas) y en casos como el de la música (aunque también se pueden considerar el video y el software) su intercambio en internet se ha vuelto una práctica tan corriente que casi cualquiera tiene acceso a ella. También llega a comprarse información en establecimientos formales como “máster” para la reproducción.

¹³ Esto es particularmente interesante al constatar la existencia de *marcas* de productos piratas. Tocaremos este tema más adelante.

¹⁴ En entrevista con Jorge Monterrubio Kuri

afirman que existen grandes “mafias” de *piratería* con capacidades gigantescas de producción llevadas a cabo en “laboratorios” especializados que tienen monopolizada la producción y les reportan ganancias millonarias. Sin embargo, en el curso de esta investigación, los datos hemerográficos, así como la experiencia en el campo, señalan la tendencia contraria. Es decir, una producción dispersa y rudimentaria, llevada a cabo por actores numerosos y muy heterogéneos. Entre las 397 notas periodísticas que fueron revisadas¹⁵, para el periodo que va del 1° de enero de 1993 hasta el 21 de mayo de 2009, solo 6 aluden a la “mafia” en Tepito y ninguna en relación directa con la piratería, por otra parte se cuentan 52 apariciones de la palabra “laboratorios” y entre ellas solo en 13 se mencionan “quemadores”. Esta evidencia sugiere que si bien pueden existir procesos de producción semi-intensivos (la producción por quemador puede ser muy grande), la existencia de “mafias” está en un serio entredicho.

Sin embargo, lo que permitió el surgimiento y desarrollo de uno de los sectores más dinámicos de la *piratería*, el de los CDs-DVDs, fue, como veremos a continuación, la revolución de las tecnologías de la información.

La tecnología de la información/comunicación.

Para comprender la emergencia de la *piratería* de la información y la complejidad de la configuración de las relaciones de producción en Tepito debemos tomar en cuenta que paralelamente al proceso de liberalización, se llevó a cabo otro fundamental: un cambio de paradigma tecnológico organizado en torno a las tecnologías¹⁶ de la información¹⁷.

Este tipo de tecnologías, entre las que desatacan la informática (maquinas y *software*) y las telecomunicaciones, se desarrollaron en torno a un lenguaje digital común que funciona como una interfaz de comunicación mediante la cual se genera, se almacena, se recobra, se procesa, se transmite y reproduce información de manera exponencial y cuasi infinita¹⁸. Esta capacidad de “traducir” todo tipo de datos a un sistema de información común y de procesar esa información a una velocidad creciente, con una potencia en

¹⁵ Realizamos una búsqueda en el sitio internet de Reforma, en www.reforma.com, utilizando como palabras clave *Tepito* y *piratería*. Esto quiere decir que tuvimos acceso a todos los artículos, de todas las secciones, que contenían estas dos palabras en el periodo seleccionado.

¹⁶ Según Castells (2006) la tecnología es el uso del conocimiento científico para especificar modos de hacer cosas de una manera reproducible.

¹⁷ Castells, *La era de la información*, 56.

¹⁸ La cantidad de información almacenable hoy en día es de orden astronómico.

aumento, a un coste decreciente, en una red de recuperación y distribución potencialmente ubicua dio como resultado la posibilidad de su apropiación y redefinición por parte de los usuarios¹⁹.

Así, lo que caracteriza a esta revolución tecnológica no es el papel central del conocimiento y la información, sino la aplicación de ese conocimiento e información a aparatos de generación de conocimiento y procesamiento de la información/comunicación, en un círculo de retroalimentación acumulativo entre la innovación y sus usos. En otras palabras, estas tecnologías no son solo herramientas que aplicar sino que se orientan hacia la elaboración de procesos dentro de los que se comunican y combinan; los usuarios pueden reconfigurar las redes de sus procesos productivos y encontrar nuevas aplicaciones tecnológicas como resultado.

Estas tecnologías se han vinculado de manera cada vez más estrecha desde mediados de los noventa; los teléfonos, las agendas electrónicas, las consolas de videojuegos y las computadoras se vinculan a través del internet y realizan procesos conjuntos e intercambios de información de todo tipo por medio de tecnologías inalámbricas²⁰ y/o dispositivos y medios de almacenamiento portátiles²¹. Tanto los medios de almacenamiento como los dispositivos de reproducción y procesamiento de la información se vinculan entre ellos crecientemente.

Así, la información audiovisual traducida a formatos digitales puede ser almacenada, reproducida y transmitida por medio de una infinidad de procesos distintos. Se pueden intercambiar películas, música y datos en cantidades masivas por medio de internet, de medios de almacenamiento como los CDs, los DVDs, los *memory sticks*, los discos duros extraíbles etcétera. Esta capacidad para configurar o crear modos de organizar, procesar y comunicar datos o hacer cosas de una manera reproducible ha transformado nuestra “cultura material”. El surgimiento de la *piratería* de la información fue resultado de este fenómeno. Constituye solo una configuración más de los procesos productivos creados por la vinculación de tecnologías, por medio de los cuales es posible la

¹⁹ Castells, *La era de la información*, 59.

²⁰ La tecnología Bluetooth en un buen ejemplo de esto.

²¹ Como CDs, DVDs, Blue Ray, Memory sticks, reproductores de mp3 y computadoras portátiles en un largo etcétera.

apropiación y reproducción de información de diversas índoles (música, películas, *software* y datos). En el caso específico de la *piratería* con el objetivo de comercializarla, como medio de vida en un contexto de subempleo, desempleo y muy bajos ingresos, en un mercado con una fuerte demanda que como veremos, es amplia y abarca muy diversos sectores sociales. Es importante notar que, a su vez, el desarrollo tecnológico influye decisivamente en la creación de esa demanda a través de la transformación de nuestra “cultura material”.

La transformación de la “cultura material”.

Las aproximaciones de las ciencias sociales y las humanidades hacia la tecnología y la sociedad pueden ser divididas en dos amplias clases: por una parte aquellas que consideran a la tecnología como una fuerza externa que impacta la vida social y altera nuestra historia; desde este punto de vista el enfoque debe orientarse hacia los cambios en la organización económica, como fue el caso en el apartado en el que tratamos las cadenas de producción destinadas a los productores y las de piratería de CDs-DVDs.

Por otra parte, existen posturas que tratan a la tecnología como la encarnación de una “lógica” más profunda que representa o transmite el *ethos*²² cultural que configura a la historia. Desde esta perspectiva, llamada *heurística del usuario* por Claude Fischer, es importante considerar los aspectos más tangibles de la tecnología, aquellos que transforman la vida social de los individuos y configuran nuestra “cultura material”: los dispositivos y medios tecnológicos, así como sus sistemas de utilización cotidiana en nuestra esfera doméstica²³. Esta perspectiva nos permite incorporar, de manera al menos parcial, a los consumidores como variable para nuestro análisis. Por esta razón y con vistas a estudiar el consumo de piratería en México más adelante, nos explayaremos ahora en *la heurística de los usos*.

Los dispositivos tecnológicos insertos en nuestra cotidianeidad son los instrumentos

²² Por *ethos* nos referimos a la acepción de Bolívar Echeverría que conjunta el concepto de “uso, costumbre o comportamiento automático”, una presencia del mundo en nosotros, que nos protege de la necesidad de descifrarlo a cada paso, con el concepto de “carácter, personalidad individual o modo de ser”, una presencia de nosotros en el mundo, que lo obliga a tratarnos de una cierta manera. Bolívar Echeverría. *La modernidad de lo barroco*. México, Ediciones Era. 2000. p.37

²³ Para un análisis detallado de estas posturas ver Claude Fisher. *America calling: a social history of the telephone in North America to 1940*. Berkeley, California, University of California Press, 1992. pp. 8-16

con los cuales, y desde los cuales configuramos algunas de nuestras relaciones más básicas: hacia nuestra familia, nuestros amigos y nosotros mismos. Ahora, debemos mencionar que mientras que los cambios tecnológicos transforman nuestra vida material y alteran las condiciones de nuestra vida diaria, no determinan su carácter fundamental; los dispositivos tecnológicos son utilizados para propósitos diversos, incluso aquellos imprevistos por quienes los desarrollaron. Así, conforme la gente adapta su vida a circunstancias transformadas por la tecnología, también adapta la tecnología a sus vidas.

El mejor ejemplo de esto es el internet²⁴, originalmente una aplicación militar estadounidense, que basada en una tecnología de comunicación de conmutación por paquetes configuró un sistema que volvió la red de comunicación independiente de los centros de mando y control²⁵.

Internet es una de las tecnologías que mejor combinan la captación, el procesamiento, el uso y la retransmisión de la información y la comunicación; la estrecha vinculación de esta tecnología con las computadoras ha sido un factor crucial en su desarrollo, ya que hoy en día puede conectarse directamente a una infinidad de aplicaciones tecnológicas que van desde los videojuegos hasta los teléfonos celulares, pasando por reproductores de música y video.

A través de este medio, conforme el desarrollo de la tecnología digital lo permitió, se formó una red capaz de comunicar toda clase de símbolos, mensajes, sonidos, imágenes y datos que ahora permiten su comunicación y su intercambio horizontal y global. Así, se ha configurado una red flexible de redes dentro de Internet (la *World Wide Web*, significado del “www.” al inicio de los URLs) donde se da una coexistencia pacífica de muchos intereses, así como un intenso intercambio de información.

Este ejemplo es bueno porque presenta de manera clara uno de los puntos principales de Fisher: existen “sistemas” en torno a toda tecnología en funcionamiento, que la vinculan con su contexto y generan lo que él llama “externalidades”, haciendo alusión al

²⁴ Para una historia detallada del internet consultar Manuel Castells. *La era de la información: economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. México, Siglo Veintiuno Editores. 2006. Séptima edición. Vol. 1. pp. 378-390.

²⁵ Las unidades del mensaje tienen la capacidad de encontrar sus propias rutas a lo largo de la red para reunirse en un significado coherente en cualquiera de sus puntos.

término económico; el uso de una tecnología requiere o fomenta el uso de otras de manera directa o indirecta en una espiral retroalimentativa que no tiene límites puesto que la existencia de la información puede ser virtual. Entendido de otra manera, las distintas aplicaciones tecnológicas generan relaciones de “verticalidad” y “horizontalidad”²⁶; la idea es básicamente que todas sostienen relaciones técnicas que las conectan y comunican entre ellas con base en el mismo lenguaje digital y que simultáneamente gozan de muy diversos puntos de inserción en contextos socio-culturales muy heterogéneos a través de internet.

Ahora, cada elemento de estos “sistemas” necesariamente entrará en conflictos y negociaciones que los transformaran en función del estira y afloja entre las partes interesadas en su producción, distribución, cambio y consumo. Para Fischer, y desde la globalización de las comunicaciones y la tecnología, una de las partes más involucradas es el consumidor, entendido como usuario, puesto que se encuentra “representado” en las “negociaciones” que reconfiguran la tecnología y sus aplicaciones; se canaliza el uso de estas a partir de las elecciones de grupos focales o por la decisión de compra de consumidores individuales discriminando en base a las funciones específicas que esos individuos le otorguen a la tecnología²⁷.

En nuestros días – 2009 – los principales productores de riqueza son la información y el conocimiento; estos *inputs* (diseño, *marketing*, innovación tecnológica, etcétera) otorgan más valor a los *outputs*, que los *inputs* materiales y el proceso de producción. El momento a partir del cual cobró importancia la elección, uso y experimentación de los consumidores fue también el momento en el que la publicidad cobró una importancia estratégica. En la era de la información era preciso fabricar tanto los productos como su diferencia a través de la difusión de simbolismos asociados a ellos.

Este fenómeno, de la mano de la integración acelerada de la economía mundial, provocó cambios significativos en el comercio global. A través del *marketing* se le infundió un “valor añadido conceptual” a los productos que eventualmente se convirtieron

²⁶ Según Milton Santos, todo objeto creado sostiene relaciones verticales, que se refieren a la inserción de dichos objetos a una serie de acontecimientos; así como relaciones horizontales que se refieren a las relaciones técnicas o de vecindad mantenidas con otros objetos. Milton Santos, *La naturaleza del espacio*, p. 85-86.

²⁷ Fisher. *America calling*. 16

en un contenido inconsecuente de la producción real: las *marcas*.

Las marcas

Ahora las empresas estaban en condiciones de fabricar sus productos por medio de contratistas, muchos de ellos extranjeros, que gracias a la tecnología podían fabricar el producto que fuera. De esta manera era posible traspasar el riesgo económico a estas compañías, más pequeñas, con el beneficio agregado de que no tenían que preocuparse por seguros y prestaciones de trabajadores y obreros. Así, la producción de bienes se convirtió en un aspecto secundario de las operaciones de las empresas; su función principal ya no sería la manufactura de productos sino de imágenes de *marca*.

El papel de la publicidad se resignificó; su nuevo objetivo fue el de construir una imagen relacionada con la versión de los productos distribuidos por una marca determinada. Hoy en día la *marca* reviste el significado esencial de la gran empresa moderna, constituye a través de la *publicidad* sus rasgos característicos: no es un producto sino un estilo de vida, una actitud, un conjunto de valores, una apariencia personal y una idea. Su objetivo principal es “insuflar”, por asociación, todas estas características a aquellos que consuman sus contenidos: “dime que compras y te diré quién eres”. Este fenómeno está muy bien expresado por Bill Watterson en su tira cómica “Calvin & Hobbes” como vemos a continuación²⁸:



Los productos que tendrían éxito en el futuro no serían los vendidos como “bienes de

²⁸ “desearía que mi camiseta tuviera un logo o un producto sobre ella.” “Una buena camiseta transforma al que la usa en una cartelera corporativa caminante” “Le dice al mundo, “¡Mi identidad está tan envuelta en lo que compro que yo le pagué a la **compañía** para publicitar sus productos!”” “¿Admites eso?” “Claro. Patrocinar productos es el *americian way* de expresar nuestra individualidad” Bill Watterson, *The days are just packed*. Kansas City, Andrews and McMeel. 1993. p. 136

consumo” sino como conceptos, como experiencias, como estilos de vida²⁹.

Las mercancías³⁰ (las marcas no son una excepción) pueden ser consideradas un fenómeno cultural concomitante a la existencia de transacciones que involucran el intercambio de cosas (objetos y servicios); el intercambio es un rasgo universal de la vida social humana. La asignación de los valores de cambio entre mercancías a intercambiar se ha configurado de diferentes maneras en diferentes culturas. Siguiendo a grandes rasgos el análisis que hace Igor Kopitoff del proceso de mercantilización, esto significa que en el mundo natural de las cosas, para asignar un valor a una mercancía, las cosas similares deben seleccionarse y volverse cognoscitivamente similares o disímiles para después ser ordenadas en diferentes esferas de valor de cambio. La cultura desempeña el papel de crear la equivalencia de valor mediante el establecimiento de varias esferas mercantiles inconexas, los artículos incluidos en cada una de ellas son intercambiables, y todas están regidas por su propia “moralidad”³¹.

El mundo de las cosas se presta a un número infinito de clasificaciones, arraigadas en características naturales, y percepciones culturales e idiosincráticas. Por lo tanto la naturaleza y la estructura de las esferas de intercambio varían entre una sociedad y otra en función de su estructura y los recursos culturales y tecnológicos con los que cuentan.

En un contexto de globalización, en el sentido más amplio de la palabra, la tecnología de intercambio, históricamente asociada con la mercantilización, ha jugado un papel fundamental en esta configuración; establece límites dramáticamente más amplios para la mercantilización posible. La homogeneización de valores subsecuente a la mercantilización, y la incapacidad de la cultura colectiva de la sociedad moderna para arreglárselas con esa monotonía, produce dos resultados: por una parte, frustran al individuo y, por la otra, hacen factibles innumerables clasificaciones por parte de los individuos y los grupos reducidos.

²⁹ Naomi Klein. *No Logo. El poder de las marcas*. México, Paidós. 2001. (Paidós contextos) pp.55-93

³⁰ Según muchos antropólogos, las mercancías son cosas que tienen un valor de uso y que pueden intercambiarse por una contraparte; el hecho mismo del intercambio indica que la contraparte posee, en el contexto inmediato, un valor equivalente. Por el mismo motivo, la contraparte también es una mercancía a la hora del intercambio.

³¹ Igor Kopitoff, “La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como proceso”. En Arjun Appadurai (ed.), *La vida social de las cosas. Perspectiva social de las mercancías*. México, Editorial Grijalbo, 1991. (los noventa). pp. 94-96

Estos fenómenos han sido aprovechados por las agencias publicitarias y el *marketing* que a través de mensajes masivos y constantes en los medios de comunicación han buscado crear productos/concepto (*marcas*) que respondan a las clasificaciones específicas de “singularización” de grupos focales y calmen la frustración de los individuos que pertenecen a ellos por medio de su consumo.

La instauración de *marcas* ha logrado esta “singularización” con base en muy diversos principios que (impulsados por el *marketing* y la publicidad) van desde la ostentación de longevidad, el patrocinio de artistas y eventos culturales, hasta la encarnación de conceptos como el deporte por parte de la *marca*³². Ejemplos significativos de este tipo de prácticas son los de empresas como Levi’s y Nike.

Levi’s se ha encargado de hacer patente que sus pantalones han vestido a los norteamericanos desde 1853 y desde hace muchos años al mundo, por lo que se ha convertido en una tradición cultural. Entre los valores corporativos que definen a la compañía se encuentran la empatía, la originalidad, la integridad y el valor, que además, determinan el modo en el que se desenvuelve como ciudadano corporativo³³. El usuario de este tipo de productos es un individuo trabajador pero al que su potencial creativo le permite ser despreocupado, motivo recurrente en sus publicidades.



Fuente:

www.levistrauss.com

Nike, la primera supermarca, utilizando el término de Naomi Klein, ha ido mucho más allá. Esta empresa se ha convertido gracias a sus potentes y ubicuas campañas de publicidad, en el significado mismo del deporte. Nike no solo monta campañas creativas de



Fuente: www.entrepreneurcafe.net

de publicidad para sus productos deportivos en todo el mundo como el famosísimo “*Just do it.*”, patrocina deportistas y equipos de todas las disciplinas deportivas que existen siempre y cuando estos usen sus productos, sino que además se ha convertido en organizador de eventos deportivos a todos los niveles de la sociedad:

³² Para un estudio detallado de las marcas consultar Naomi Klein, *No logo. El poder de las marcas*. México, Paidós. 2001. (Paidós contextos)

³³ www.levistrauss.com/Citizenship, consultado el 24 de mayo de 2009 a las 14:47.

copas de futbol en diferentes países, torneos de básquetbol callejero en el Bronx, carreras de ciclismo de montaña, todo lo necesario para dejar su calidad de compañía productora de equipo deportivo y encarnar el “significado” del deporte. El usuario tipo de sus productos es el ciudadano con aspiraciones de libertad que le brinda el deporte; esta caracterización ha sido tan lograda por parte de la empresa que existen casos documentados de personas que se tatúan el logotipo de la compañía en el cuerpo.

En cualquier caso, las empresas se han esforzado durante las últimas tres décadas por convertirse en instituciones que representen conceptos y valores “sociales” y “morales” que no les eran propios. El establecimiento de esta nueva relación conceptual hace que estos objetos se integren en cierto sentido a la persona y en ocasiones adopten las proporciones de un hambre insaciable de consumo que se manifiesta en la amplia respuesta a los tipos siempre novedosos de singularizaciones a través de la *marca*³⁴.

Como lo expresa Calvin una vez más³⁵:



Esta fórmula demostró ser enormemente rentable, y su éxito lanzó a las empresas a una carrera hacia la ingravidez: la que menos cosas posee, la que tiene la menor lista de empleados y produce las imágenes de *marca* más potentes es la que gana. En consecuencia, la producción debía dejarse a cargo de subcontratistas que llevaran a cabo los pedidos a

³⁴ Kopitoff, “La biografía cultural de las cosas...”. En Appadurai (ed.), *La vida social de las cosas*. pp. 96-108.

³⁵ “hoy en día, los anuncios no solo venden un producto ¡Venden una actitud! ¡Mira este!” “Aquí hay un tipo *cool* diciendo que nadie le dice que hacer. El hace lo que quiere y compra ese producto como reflejo de su independencia.” “¿así que, básicamente, este disidente insta a todo mundo a expresar su individualidad a través del conformismo en la selección de marcas?” “bueno, sonaba más desafiante de la manera en que él lo decía.” Bill Watterson, *There’s treasure everywhere*. Kansas City, Andrews and McMeel. 1996. p. 29

tiempo y a bajo costo³⁶. La mejor manera de hacer esto era exportando la producción a países en “vías de desarrollo” donde la mano de obra es barata, las leyes son permisivas y las exenciones de impuestos son comunes.

En este sentido:

“La integración de la economía mundial significa una buena noticia para aquellos países suficientemente poderosos como para aprovechar las oportunidades que ofrece el crecimiento acelerado. Pero también funciona en deterioro de los países y regiones más débiles, los cuales frente a una competencia dura son vulnerables a las fugas de capital, de mano de obra capacitada y de empresas.³⁷”

En México, la “integración” creó un debilitamiento en la relación entre la expansión del producto, estimulada fuertemente por la emergencia de las *marcas*, y el crecimiento de la oferta de empleo, dando por resultado un “crecimiento sin oferta de trabajos”. Este cambio en los sistemas de producción, entre otros factores, se ha visto reflejado, tanto en México como en los países en vías de desarrollo, en el constante crecimiento del comercio informal y ha opuesto al mercado de las *marcas* el de la *piratería*.

La piratería y los hábitos de consumo

El concepto de *piratería* referido a la reproducción y venta de procesos o productos sin el pago de los derechos de autor es muy reciente y difícilmente puede datarse antes de la década de los 80s del siglo pasado. Su aparición está estrechamente vinculada con la apertura de los mercados internacionales, el desarrollo tecnológico y la implantación de las *marcas*. El antecedente histórico de la *piratería*³⁸ es la falsificación o imitación, de las cuales se diferencia por su alto grado de reproductibilidad y distribución, así como por el tipo de artículos que se reproducen; en todos los casos se trata de productos de *marca* que tienen grandes márgenes de utilidad³⁹.

³⁶ Klein. *No Logo*, 32.

³⁷ “Conexiones globales...” en *Estados de desorden*, Informe del UNRISD. p. 8.

³⁸ La palabra pirata se empezó a utilizar desde cerca de 1525. Viene del latín pirata, a su vez tomada del griego peiratés “bandido”, “pirata”, derivado de peiráo “yo intento, me aventuro”. Joan Corominas, *Breve Diccionario Etimológico de la Lengua Castellana*, Madrid, Gredos, 2003, p 460.

³⁹ En el sector de la confección en México, si un industrial desea fabricar una prenda y ponerle una marca registrada (por ejemplo Disney, Yves Saint Laurent o Tommy Hilfiger) para aprovechar la fama, reputación o prestigio publicitario de que goza, necesita pagar a su propietario, generalmente extranjero (en este país la única marca global es Corona, del Grupo Modelo), un porcentaje del precio de venta por la renta del uso de

La piratería busca lucrar a través de la venta de productos muchas veces idénticos al original, haciéndose pasar implícita o explícitamente por originales a un precio menor en algún sector del comercio informal, en México, por lo general en mercados populares, *tianguis*, o en puestos en la calle.

Los mercados, han sido caracterizados por muchos antropólogos como lugares con la función “universal” de provisión de bienes de consumo básico (como la comida, el vestido, el calzado, y hoy en día los medios audiovisuales), por lo tanto no es sorprendente que estos productos coincidan con las ramas de mercancías más importantes en Tepito: los CDs-DVDs, el vestido, el calzado, los perfumes. Los demás productos que podemos encontrar en el barrio son de temporada y solo se consiguen en el periodo que les corresponde⁴⁰. Si bien es evidente que la comida, la ropa y el calzado son bienes de consumo básicos, nos llama la atención que los únicos productos vendidos a todo lo largo del año en el barrio, aparte de estos, sean la música, las películas y el *software*; este hecho, podría llevarnos a considerarlos como bienes de consumo básico a su vez por razones que explicaremos más adelante.

Según la encuesta realizada por la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) que utilizaremos en este apartado para examinar los hábitos de consumo en torno a la piratería, en 2007 el 81.5% de la gente que compra películas pirata lo hace en *tianguis* o en puestos ambulantes⁴¹; la razón principal del 78.2% de las personas que las adquieren, es su precio⁴². De hecho, uno de cada tres capitalinos está dispuesto a comprar piratería⁴³ siempre y cuando sea barata; mientras que a nivel nacional, la proporción es de 8 entre cada 10⁴⁴.

Como veremos a continuación, hay tres ejes que guían el consumo de piratería: uno económico, otro tecnológico y un último cultural. De una encuesta realizada a 1,425

esa marca. Este porcentaje depende del arreglo al que se llegue entre usuario y propietario, pero varía entre 10 y 15% del precio de venta, sin que el dueño de la marca tenga que hacer gasto alguno en México.

⁴⁰ Para un calendario detallado de los productos que se comercian por temporada ver anexo 1.

⁴¹ Sondeo de hábitos de consumo de películas realizado por la PROFECO en febrero 2007. Diapositiva 6.

⁴² Sondeo de hábitos de consumo de películas realizado por la PROFECO en febrero 2007. Diapositiva 15.

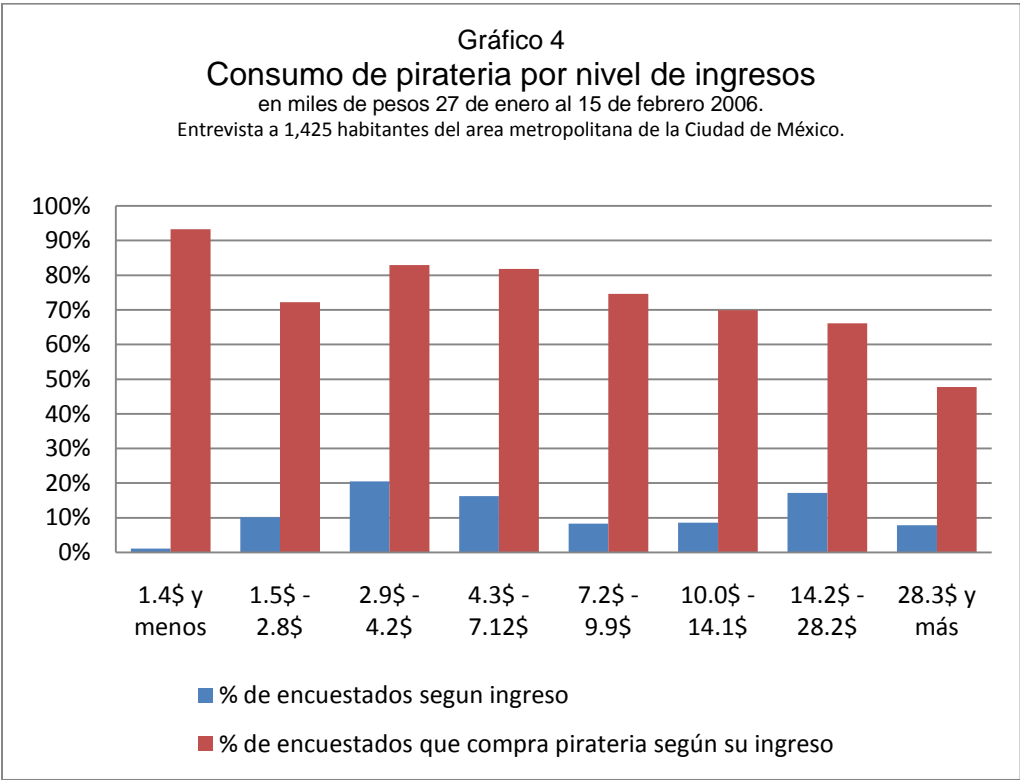
⁴³ Encuesta en el Distrito Federal “El consumo en el comercio informal” realizada por la empresa Consulta Mitofsky en noviembre de 2004.

⁴⁴ Encuesta nacional en viviendas “Ambulantaje” realizada por la empresa Consulta Mitofsky en marzo de 2007.

personas mayores de 18 años que viven en el área metropolitana de la Ciudad de México se obtuvieron las siguientes tendencias:

Al ordenar los datos sobre compra de piratería por nivel de ingresos en el “gráfico 4”, pudimos percatarnos de una tendencia generalizada a la compra de piratería sin que el nivel de ingresos del comprador sea determinante. Si bien la diferencia de las tasas porcentuales de los dos extremos del gráfico es de 45.6%, una gran diferencia, debemos constatar también que el porcentaje más bajo de personas que comprarían piratería, aquellas que cuentan con más altos recursos, es en realidad alto, casi la mitad de entre ellas (47.3%).

Encuestas realizadas por la PROFECO. indican que la mayoría de los consumidores de piratería son parejas casadas (62.2%)⁴⁵ que se ven motivadas en su mayoría por el ahorro familiar (72.6%)⁴⁶ para comprar productos que en su mayoría saben son ilegales (88.7%)⁴⁷.



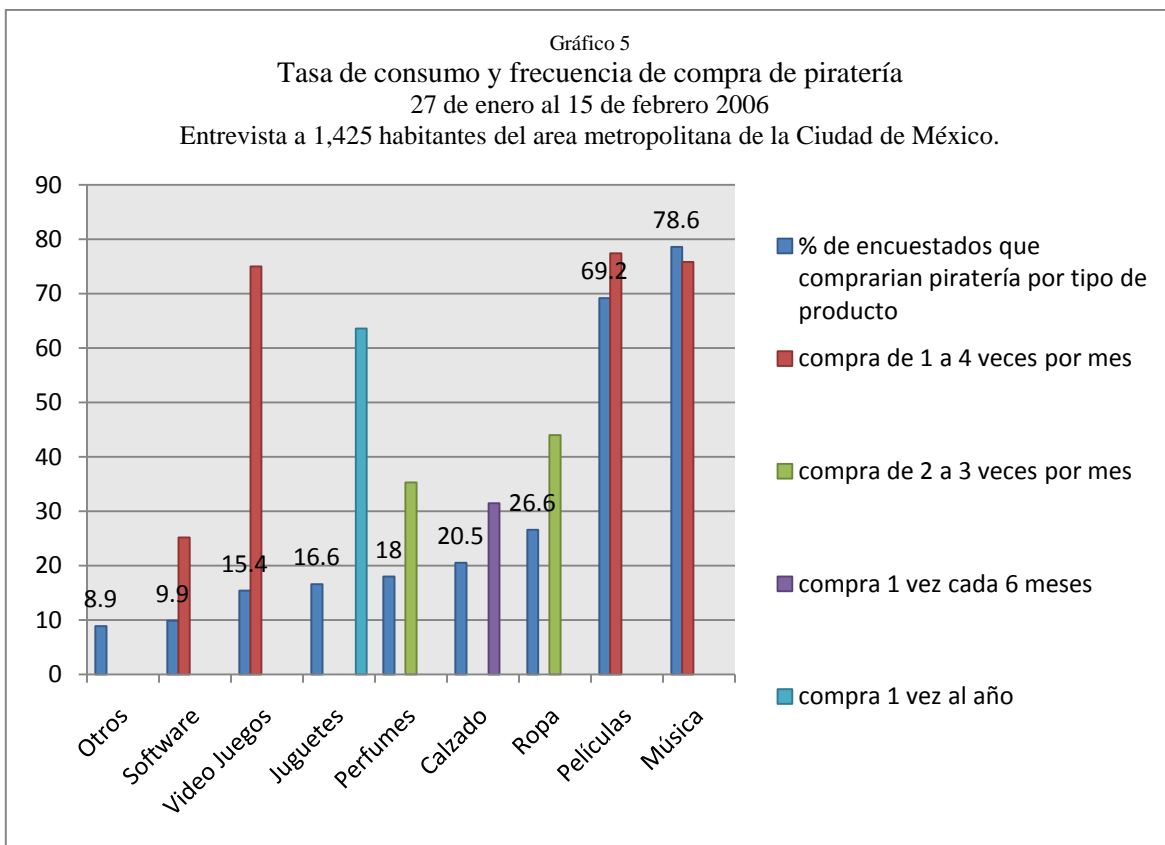
Fuente: elaboración propia con información de la PROFECO

⁴⁵ Encuestas sobre piratería realizadas por la PROFECO en febrero 2007. Diapositiva 17.
⁴⁶ Encuestas sobre piratería realizadas por la PROFECO en febrero 2007. Diapositiva 10.
⁴⁷ Encuestas sobre piratería realizadas por la PROFECO en febrero 2007. Diapositiva 16.

Sin embargo, debemos notar también que de entre las mercancías piratas más demandadas se encuentran las más baratas, así como las que responden a necesidades más acuciantes: los productos informacionales, la ropa y el calzado. Como lo muestra el “gráfico 5”, a un nivel muy por arriba de todas las demás (alrededor de 45 puntos porcentuales), se sitúan el consumo de música y las películas pirata, con la frecuencia de compra más alta de todos los artículos, de 1 a 4 veces por mes. Es necesario notar la popularidad de estos artículos a pesar de su posible falta de calidad, característica que el 60.7% de sus compradores reconoce en estos productos⁴⁸. Debemos señalar, por otro lado, que también encontramos entre quienes consumen videojuegos, una frecuencia de compra similar a la de la música y las películas, aunque con una tasa de consumo muy inferior.

Esta información destaca la naturaleza de estos productos como bienes de consumo inmediato y justifica su frecuencia de compra. Sin embargo, también subraya la volatilidad de este mercado, donde a veces se compran 4 discos al mes y otras veces solo 1. Esto nos hace pensar que si bien los discos son muy populares, no constituyen una necesidad básica.

⁴⁸ Encuestas sobre piratería realizadas por la PROFECO en febrero 2007. Diapositiva 3.



Fuente: elaboración propia con información de la PROFECO

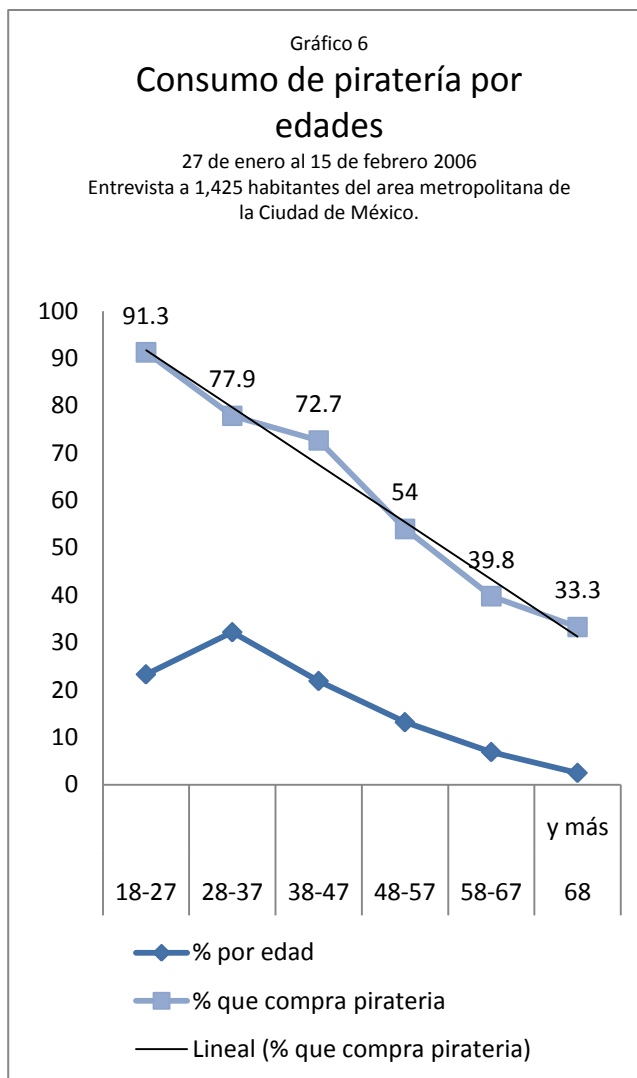
Por otra parte encontramos, en orden de importancia por consumo, la ropa, el calzado y los perfumes piratas, que en promedio 21.7% de los encuestados consumirían, una tasa de consumidores potenciales muy inferior a la de los discos. Entre estos productos encontramos una diferenciación en la frecuencia de compra ligada una vez más a la naturaleza de los bienes comprados. Los porcentajes de encuestados que comprarían ropa y perfumes, productos de uso mediato, lo haría de 2 a 3 veces por mes, frente a la compra de calzado, también de consumo mediato, que se llevaría a cabo 1 vez cada 6 meses, lo que nos permite suponer que la diferencia radica en la intensidad de uso de los productos⁴⁹.

Finalmente, encontramos en el rubro de los juguetes pirata, una de las demandas potenciales más bajas y una frecuencia de compra de una vez por año. Estos datos nos permiten pensar que la compra de este tipo de productos está más ligada al calendario comercial y festivo del regalo anual durante el tiempo navideño y muy especialmente para

⁴⁹ Los zapatos se usan más intensamente y con más frecuencia que la ropa y el perfume que tienden a variar día a día.

el día de los Santos Reyes, el más importante desde el punto de vista de los regalos, que a la necesidad cotidiana.

Por otro lado, también debemos tomar en cuenta como un factor determinante del consumo a la edad. Como podemos ver en el “gráfico 6”, la tasa de consumo de piratería es inversamente proporcional a la edad de consumidor. Esta tendencia puede explicarse relacionando la transformación de nuestra “cultura material” con el grado de adaptabilidad e integración a nuevas situaciones dependiendo de la edad. Quienes son más próximos a esta transformación, los más jóvenes, se adaptan e integran el consumo de determinados tipos de información, en este caso la audiovisual, con más facilidad. Por otra parte, hay que destacar que la población más involucrada en el consumo de piratería también es la más susceptible de estar cursando estudios.



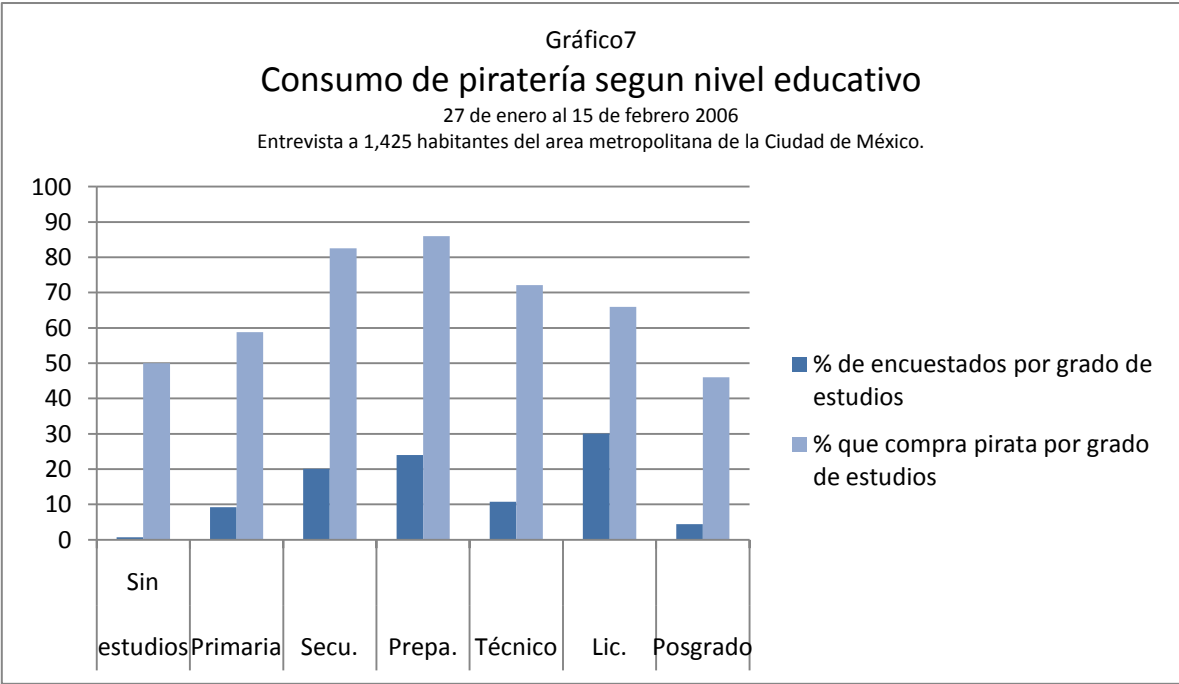
Fuente: elaboración propia con información de la PROFECO

Asimismo, es importante apuntar que la riqueza de tiempo libre de la que generalmente dispone la población más joven, es un factor a tomar en cuenta para la compra de piratería (o más bien para su consumo, en particular cuando se trata de películas).

En cuanto al consumo de piratería según nivel de estudios, “gráfico 7”, la tendencia es muy clara; el consumo de piratería crece desde la gente que no tiene estudios, entre la que el 50% compra piratería (debemos mencionar que este es el rubro para el que menos

personas fueron encuestadas 0.7% y que por lo tanto los datos que arroja deben ser tomados con reserva), hasta la que cursó bachillerato entre la que el 86% la consume. Esta tendencia se revierte y decrece paulatinamente (con cifras más altas que sus contrapartes) hasta alcanzar a las personas que cursaron un posgrado entre las que el 46% (la cifra más baja del gráfico) compra piratería.

Los porcentajes más altos de consumo de piratería se concentran en el grupo de valores de las personas con estudios que van desde la secundaria hasta las carreras técnicas y comerciales, mientras que fuera de este grupo el consumo más alto lo tiene la población con estudios de licenciatura.



Fuente: elaboración propia con información de la PROFECO.

Por lo tanto podemos concluir que los productos piratas se consumen independientemente del ingreso. Si bien la mayoría de los individuos pertenecientes a los sectores con ingresos más bajos compran piratería (93%) y la tendencia se reduce ligeramente conforme sube el nivel de ingresos para caer en el último rango (con entradas superiores a los 28,000 pesos) a 47.7%, es evidente que el factor ingreso no es determinante. Estos datos contradicen la idea generalmente aceptada, de que los productos piratas son consumidos solo o principalmente por la población de bajos ingresos. Sin

embargo, debemos tomar en cuenta también que el consumo de estos productos se lleva a cabo principalmente por jóvenes y parejas que dan como principal razón para su compra el ahorro familiar.

Los productos piratas más comprados son los ligados a las actividades de esparcimiento de tipo cultural, como las películas y la música, seguidos de los de consumo de primera necesidad, como el vestido, el calzado y los perfumes. Los productos piratas que menos se consumen son los bienes de consumo final comprados en función del calendario comercial, ceremonial y religioso (Navidad, Reyes Magos, día de la madre, San Valentín, etcétera) entre los que destacan los juguetes.

Hacer el análisis de la venta de estos productos resulta problemático; se trata de reconciliar dos perspectivas “culturales” de consumo, la primera que consideraría solo al calzado y el vestido como mercancías de primera necesidad (la más tradicional de las dos), y la segunda que las calificaría a todas de esta manera. Desde nuestro punto de vista, y por razones que ya han sido expuestas en este capítulo, los bienes informacionales se han convertido en nuestros días en un bien de consumo básico, directamente condicionado por nuestro contexto, en particular por la publicidad y el mercadeo, pero también por necesidades acuciantes de comunicación social e integración a determinados grupos culturales locales. Un posible argumento para sostener esta tesis es que los productos informacionales pirata son reconocidos por el 60.7% de quienes los consumen como susceptibles de resultar defectuosos, y aún así se siguen comprando. Además, un dato interesante es que según un sondeo de la PROFECO sobre consumo de películas, entre los consumidores el 48.9% prefiere comprar películas pirata, contra un 40.9% que prefiere las originales nuevas y un 10.2% que prefiere comprar películas originales de segundo uso. Por otra parte, independientemente de la preferencias de los encuestados, el 73.9% de las películas que compran ellos mismos son piratas, contra un 15.9% que las compra originales y nuevas y el mismo 10.2% que las compra originales pero de segundo uso⁵⁰. Esta información fortalece el argumento de que se trata de bienes necesarios que son inaccesibles a amplios sectores de la población que por lo tanto buscan satisfacerse por medio de un mercado informal de información.

⁵⁰ Sondeo sobre hábitos de consumo de películas realizado por la PROFECO en febrero de 2007. Diapositiva 10.

Un aspecto que resulta sorprendente en cuanto a la venta de productos audiovisuales e informáticos es cómo los precios de bienes idénticos⁵¹ pueden ser dispares de manera tan flagrante: comprar en Tepito la copia de cualquier película de estreno cuesta 5 pesos mexicanos y si uno decide adquirirla en un establecimiento formal el precio puede subir a más de 200 pesos. Un buen ejemplo de esto es la película “Iron man” que en Sanborns costaba 269 pesos⁵² cuando en Tepito es posible comprar cualquier película, incluida esta, por 5 pesos.

Esta diferencia tan radical de precios no es indiscriminada por producto. Sin embargo, la tendencia a la baja de los precios de la inmensa mayoría de los productos ha permitido el florecimiento, como veremos a continuación, de un gigantesco mercado negro muy diversificado en cuanto a productos, configuraciones de producción y fuentes de abastecimiento.

Piratería y contrabando en el Distrito Federal.

No existen estimaciones confiables sobre la cantidad de productos piratas que son vendidos cada año en México, el Distrito Federal o Tepito; sin embargo, tenemos acceso a información sobre las acciones realizadas por la PGR en todas las delegaciones de la Ciudad de México entre diciembre de 2006 y julio de 2008. Durante este periodo se decomisaron 238,552 prendas de vestir; 190,070 pares de calzado; 48,099,310 fonogramas; 23,566,769 videogramas; 16,665,174 de unidades de materia prima (CDs-DVDs) para la reproducción de información; 161,234 programas computacionales; todos con calidad de apócrifos; así como 51,439,264 portadillas publicitarias⁵³.

Por otra parte, durante ese mismo periodo fueron decomisados a nivel nacional por contrabando 610,893 pares de zapatos; y 420 toneladas de ropa, mientras que no se

⁵¹ Nos referimos a disco (audiovisual o informacional) original y una copia de buena calidad del mismo.

⁵² Precios revisados el 26 de mayo de 2009 en Sanborns Coyoacán.

⁵³ Estadísticas de la Procuraduría General de la República (PGR), Subprocuraduría de Investigación Especializada en Delitos Federales. Unidad Especializada en Investigación de Delitos Contra los Derechos de Autor y la Propiedad Industrial - Unidad Especializada en Investigación de Delitos Fiscales y Financieros – Delegaciones. Acciones investigativas y persecutorias de los delitos contra los derechos de autor y la propiedad industrial. Al 28 de julio de 2008. <http://pirateria.pgr.gob.mx>, consultado el 13 de mayo de 2009

menciona decomiso alguno de discos de música, películas o *software*⁵⁴.

Estas cifras, que plasmamos en el cuadro siguiente, nos permiten asumir que entre las mercancías más populares distribuidas en el comercio informal, no todas tienen la misma proveniencia, no pasan por los mismos procesos de producción y distribución y por lo tanto no infringen el mismo tipo de leyes.

Cuadro 4

Decomisos de mercancía pirata y de contrabando 2006-2008

	Mercancía confiscada por la PGR (1 de diciembre 2006- 28 de julio 2008)	
	Piratería (en el D.F.)	Contrabando (en toda la república)
Videogramas	23,566,769	0
Fonogramas	48,099,310	0
<i>Software</i>	161,234	0
Materia prima (CDs-DVDs)	16,665,174	6,632,609
Prendas de vestir	238,552	402,597 (420 toneladas)
Materia prima (toneladas de tela, botones, sierras, etcétera)	0	620
Calzado (pares)	190,070	610,893

Fuente: elaboración propia con datos de la PGR <http://pirateria.pgr.gob.mx> (revisada el 14 de mayo de 2009)

Primero que nada, cabe destacar el elevadísimo número de decomisos de discos piratas (música, películas y *software*) en el D.F., contrapuesto a su completa inexistencia en las estadísticas del contrabando; estos datos nos indican que la producción de este tipo de *piratería* probablemente se lleve a cabo al interior del país y de manera más específica en el

⁵⁴ Subprocuraduría de Investigación Especializada en Delitos Federales. Unidad especializada en Investigación de Delitos Fiscales y Financieros. Acciones investigativas y persecutorias de los delitos contra el contrabando. Al 28 de julio de 2008. www.pgr.gob.mx, consultado el 13 de mayo de 2009

Distrito Federal.

Mientras que la producción del vestido⁵⁵ debe llevarse probablemente a cabo tanto al interior de la república como en el extranjero. En este rubro podemos encontrar cuentas relativamente altas de contrabando de prendas (420 toneladas) e insumos (620 toneladas de tela)⁵⁶ confiscados, así como una alta tasa de decomisos de ropa pirata directamente en el mercado. La presencia de los insumos de contrabando confiscados sugiere la posibilidad de que se introduzcan como materia prima para que se pueda llevar a cabo la producción, pirata y/o original, al interior de la república tanto en el sector informal como en el formal. Por otra parte la presencia de grandes cantidades de ropa confiscada en las aduanas también indica que se importa por contrabando el producto terminado.

Por una parte, es claro que no se da el contrabando de discos piratas pero sí el de discos vírgenes. Esto nos permite suponer que si bien no se importan videogramas, fonogramas y *software pirata*, sí se producen aquí con materias primas contrabandeadas y también introducidas de manera legal.

Por otro lado, en el caso de la ropa podemos ver cifras dispares entre la mercancía pirata confiscada en el D.F. y la mercancía pirata confiscada en las aduanas (casi el doble que la anterior). Sin embargo, es relevante notar que en los dos casos se trata de cifras importantes. Además, debe tomarse en cuenta que se confiscó en aduanas una gran cantidad de materias primas para la producción de la ropa. Estos datos nos permiten suponer que si bien se introduce más ropa por contrabando de lo que se confisca por piratería en el Distrito Federal, las dos actividades son importantes. Por otra parte, la enorme cantidad de materia prima que entra por contrabando nos permite suponer que la

⁵⁵ En el caso de la ropa, en los últimos años ha habido una fuerte expansión de prendas de vestir usadas provenientes de Estados Unidos, las cuales se venden bajo diversas modalidades en el Distrito Federal y de ahí a toda la república. Existen mercados de mayoreo, como El Salado en la ciudad de México, que venden por paca cerrada por peso o por paca abierta. En esta última modalidad se pueden comprar cuatro categorías de ropa usada: tercera, segunda, primera y *premium*. Los comerciantes de los *tianguis* y de otros mercados populares van a proveerse de ropa a estos mercados de mayoreo, donde seleccionan las mejores piezas y las revenden al doble o al triple. Las prendas que no son seleccionadas van a los mercados de ropa de segunda, como San Antonio Abad I y II, a donde recurren otros comerciantes para revenderla a la población de más bajos ingresos de la capital nacional y de todo el país. Entrevista con Miguel Carranza, líder de los comerciantes de los mercados de San Antonio Abad I y II, México, D.F. realizada el 28 de febrero de 2008.

⁵⁶ Subprocuraduría de Investigación Especializada en Delitos Federales. Unidad especializada en Investigación de Delitos Fiscales y Financieros. Acciones investigativas y persecutorias de los delitos contra el contrabando. Al 28 de julio de 2008. www.pgr.gob.mx consultado el 13 de mayo de 2009

industria interna de la transformación, formal e informal, puede resultar beneficiada para la fabricación de sus productos.

Finalmente, podemos constatar que, entre finales de 2006 y mediados de 2008, se confiscaron tres veces más zapatos en aduanas que calzado apócrifo en la Ciudad de México; esto indica que probablemente haya una mayor tasa de contrabando de calzado, pirata u original, que de producción de calzado pirata a nivel nacional.

Estos datos confirman que la producción y distribución de piratería se lleva a cabo a través de procesos fraccionados y diferenciados por producto que involucran tanto a actores nacionales como internacionales en sus diferentes etapas motivos por los cuales es más complicado categorizar en el plano social la manera en que infringen la ley.

Capítulo 7

Los derechos de propiedad intelectual y las campañas contra la piratería

“Ser original es un valor para toda la vida.”

Lema de Alianza Contra la Piratería A.C.

En el contexto de la sociedad de la información, las ideas y el conocimiento se han vuelto una enorme fuente de riqueza económica. El valor agregado de los productos materiales y de los servicios depende cada vez más de la información utilizada para su realización, como por ejemplo el *branding* (creación de marcas) y los servicios de información (diseño, mercadeo, etcétera), la minería de datos¹, la geomática² y muchas otras aplicaciones. A pesar de que el conocimiento siempre ha alimentado la productividad de los procesos de producción y los servicios, nunca antes había tenido una importancia tan fundamental. Por otra parte, la comunicación del conocimiento en una red global de interacción es un obstáculo para el control de su propiedad³. Por lo tanto, la expansión de las necesidades y los intereses de la industria del conocimiento han ido de la mano de una exigencia de institucionalización legal clara de la propiedad de este conocimiento y han tenido como resultado el desarrollo de los Derechos de Propiedad Intelectual (IPRs por sus siglas en inglés).

Las preguntas que guían este capítulo son las siguientes: ¿Qué son los derechos de

¹ La minería de datos es un proceso de preparación, sondeo y exploración de cantidades masivas de datos por medio de análisis estadísticos y la utilización de algoritmos de inteligencia artificial. El objetivo es extraer de manera automática conocimiento procesable de bases de datos informáticas para abordar problemas de predicción, clasificación y segmentación. Un ejemplo cercano, aplicado al mercadeo, de este tipo de actividades es “*facebook*”, una red social virtual a la que uno ingresa y vierte toda su información personal (edad, sexo, nacionalidad, tendencia política, gustos, comida preferida, etcétera) y tiene acceso a la de otros miembros de la red. Anidadas en esta aplicación se encuentran otras aplicaciones (enmascaradas como tests, juegos, etcétera) que tienen por objetivo orientar el vertido de datos para su posterior procesamiento.

² Geomática es el término científico moderno que hace referencia a un conjunto de ciencias en las cuales se integran los medios para la captura, tratamiento, análisis, interpretación, difusión y almacenamiento de información geográfica.

³ Castells. *La era de la información*, 122.

propiedad intelectual? ¿Qué tipo de propiedad intentan proteger? ¿Qué leyes los norman en México y de qué manera? ¿Cómo se construyen los argumentos de propiedad de bienes inmateriales y de qué manera se defienden? ¿Cómo se construye el discurso que legitima a las IPRs y por qué medios es difundido?

En este capítulo estudiaremos inicialmente qué son los derechos de propiedad intelectual, como se formulan en la ley, que tipo de propiedad intentan establecer y que repercusiones puede tener. En una segunda parte nos enfocaremos en los esfuerzos que ha realizado el sector privado para construir un discurso a su medida y difundirlo de manera masiva.

Los Derechos de Propiedad Intelectual.

A nivel internacional, los IPRs expresan los beneficios legales de la propiedad: el derecho de cobrar renta por su uso, recibir compensación por pérdida y cobrar por su transferencia o venta⁴. La protección que otorgan estos derechos a nivel internacional se da principalmente en cuatro áreas: las patentes, el *Copyright*, los *Trademarks* y los secretos industriales, de ellas, para el caso mexicano y en el marco de nuestro estudio, nos interesara estudiar solo dos: el *Copyright* y los *Trademarks*, aquellos susceptibles al pirataje.

En México todas estas áreas son normadas por dos leyes: la Ley Federal del Derecho de Autor y la Ley de Propiedad Industrial. Las infracciones en materia de comercio (piratería) a estas dos leyes son sancionadas por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) y son perseguidas por querrela, es decir por demanda y no por oficio⁵.

La Ley Federal de Derecho de Autor norma y sanciona los derechos de autor, también conocidos como *Copyrights*. Estos conciernen a las obras “literarias y artísticas” y cubren a las obras musicales (de todo tipo; incluyen las grabaciones de sonido); los mapas;

⁴ Christopher May. *A global political economy of intellectual property rights. The new enclosures?* Routledge, London. 2000. p.7

⁵ Artículo 232 de la LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de diciembre de 1996. En <http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/122.pdf> consultado el 27 de mayo de 2009.

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de junio de 1991. En <http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/50.pdf> consultado el 27 de mayo de 2009.

las obras arquitectónicas; los programas de radio y televisión; los programas de computo; las obras de arte aplicado (diseño gráfico y textil), los dibujos técnicos; la fotografía; las obras audiovisuales (cine, video y distintas formas de multimedia como los CD-ROMs); las obras literarias de todo tipo; las obras artísticas en dos o tres dimensiones independientemente de su contenido (cubre desde el “arte” de todo tipo, la publicidad y las obras de aficionados, hasta los dibujos y rayoneos de niños pequeños). Sin embargo, en general las ideas subyacentes, la trama, la conjunción de colores, etcétera no son cubiertas. El *copyright* prohíbe la reproducción sin el permiso expreso de su creador (o del dueño de los derechos “patrimoniales” de *copyright*, que pueden ser transferidos legalmente a un tercero). Los derechos de autor son conferidos a este desde el momento en que se plasme la obra materialmente. Por otra parte, en México, los *copyrights* constan de un derecho “moral” que le da al creador cierto control sobre el uso y transformación de sus producciones⁶.

La Ley de Propiedad Industrial tiene por objetivo proteger la propiedad industrial mediante la regulación y otorgamiento de patentes de invención; registros de modelos de utilidad, diseños industriales, *marcas* y avisos comerciales; publicación de nombres comerciales; declaración de denominaciones de origen, y regulación de secretos industriales.

Las *marcas*, son el rubro de la propiedad industrial más afectado por la piratería; sirven para distinguir los productos de una compañía de los de otra a partir de todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado. Para tener derecho a protección las marcas deben ser registradas ante el IMPI⁷. Las infracciones a este tipo de derechos de propiedad industrial consisten en:

“producir, almacenar, transportar, introducir al país, distribuir, o vender, en forma dolosa y con fin de especulación comercial, objetos que ostenten falsificaciones de marcas protegidas por la Ley, así como aportar o proveer de cualquier forma, a sabiendas, materias primas o insumos destinados a la producción de objetos que

⁶ LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de diciembre de 1996. En <http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/122.pdf> consultado el 27 de mayo de 2009.

⁷ LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de junio de 1991. En <http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/50.pdf> consultado el 27 de mayo de 2009.

ostenten falsificaciones de marcas protegidas por esta ley .”⁸

y son sancionadas por ese mismo instituto.

La “arquitectura” de estos derechos, en el contexto de la globalización y el desarrollo tecnológico, puede ser vista como un “caballo de Troya”, usando una expresión de Gómez Aguiar. La adopción, desarrollo e implementación de estas leyes fue condición necesaria para la reestructuración económica de los países que se vieron afectados por la crisis de la deuda externa en 1981. A través de éstas, se homogeneizaron los gobiernos nacionales de las regiones afectadas y se preparó el terreno para que la inversión extranjera se estableciera con condiciones ventajosas. La manera en la que se configura este tipo de propiedad perpetúa la posición estratégica de los sectores empresariales desarrollados (extranjeros en la inmensa mayoría de los casos), principalmente las grandes empresas transnacionales relacionadas con la producción de información.

A pesar de que el conocimiento es un bien inmaterial, inagotable y potencialmente ubicuo, los derechos de propiedad intelectual, que permiten controlar las acciones de otros sobre él, se construyeron en base a los mismos tres argumentos que en general se utilizan para justificar la propiedad de los bienes materiales⁹.

El primer argumento sigue la postura de John Locke, quien presenta la propiedad como el resultado “merecido” del trabajo. Así, durante el proceso de trabajo, el esfuerzo llevado a cabo para producir cualquier conocimiento o información en particular debe ser recompensado por el otorgamiento de la propiedad de lo que fue producido. Además, de esta manera se estimula la actividad intelectual mediante el establecimiento de un beneficio evidente; el trabajo intelectual es recompensado por la propiedad intelectual que puede ser convertida en dinero mediante su intercambio en el mercado¹⁰.

Según Christopher May, el segundo argumento, que sigue las ideas de Hegel, propone que la propiedad intelectual puede ser vista como la expresión del ser. Los individuos se definen a ellos mismo a través del control de sus posesiones; de su propiedad. En el caso del conocimiento, nuestras ideas serían entendidas como una expresión de

⁸ Ley de la Propiedad Industrial, www.diputados.gob.mx.

⁹ May, *A global political economy*, 7.

¹⁰ *Ibíd*em, 24.

nuestra identidad; la propiedad intelectual sería por lo tanto el reconocimiento de la soberanía de los individuos sobre sus pensamientos. Por lo tanto, la expresión del ser a través del acto creativo debería ser protegida porque representa el producto de la individualidad, una propiedad del ser¹¹.

Finalmente, el último argumento justificatorio de la propiedad intelectual se fundamenta en una preocupación por la eficiencia económica. Se argumenta que la única manera de asegurar que un recurso será utilizado del modo más ventajoso posible y de que su futuro desarrollo será alentado consiste en atribuirle un valor monetario. Así, al imputarle un precio a través del mercado, los usuarios se ven forzados a evaluar constantemente los beneficios que genera su uso y pensar en cómo pueden maximizarlos. Este argumento figura en el artículo segundo, fracciones 1 a 4 de la Ley de la Propiedad Industrial¹².

Ahora, es importante recordar que la propiedad, en términos generales, no precede a los aparatos gubernamentales y que por lo tanto hay que pensarla como una institución social que puede transformarse en función de los requerimientos sociales y políticos. La propiedad es creada y mantenida por la legislación estatal, no como algo preexistente que debe ser reconocido como propiedad, sino como la protección de intereses determinados, en un contexto definido, que entonces son reconocidos como propiedad¹³.

Así, la transacción comercial que llevamos a cabo al comprar discos no nos hace propietarios de su contenido solo nos brinda acceso a la información que contienen. Paradójicamente, contiene datos inmateriales, que desde el momento en que la tecnología lo permitió, fueron infinitamente acumulables y reproducibles en diversos medios: magnéticos, ópticos, electrónicos, etc. Son mercancías que viraron paulatinamente hacia un desarrollo y una producción orientada a la difusión masiva, es a lo que Walter Benjamin se refería, en el contexto del cine y la fotografía, cuando escribió:

“cada vez más, la obra de arte reproducida se convierte en la reproducción de una obra

¹¹ *Ibíd*em, 26.

¹² LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de junio de 1991. En <http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/50.pdf> consultado el 27 de mayo de 2009.

¹³ May, *A global political economy*, 17.

de arte concebida para ser reproducida [...] la reproductibilidad técnica de las películas [las imágenes, la música, el software] es inherente a la técnica misma de su producción. Esta, no permite nada más, de la manera más inmediata, la difusión masiva de películas, lo exige¹⁴»

La paradoja se encuentra en que el valor de estos bienes no puede definirse por su escasez, y debe por lo tanto definirse por medio del derecho al acceso. Esta es la tarea de los *copyrights*: construir una escasez legítima para recursos que por naturaleza son infinitamente abundantes, necesarios para la existencia social y reproductibles a un costo casi nulo.

A través de este ejemplo podemos ver que en el corazón de estos argumentos se encuentra la intención de crear el concepto de propiedad intelectual como una serie de reglas de conducta socialmente aceptadas que gobiernan no solo la relación entre dueño y propiedad, sino más bien aquella entre los dueños y los demás, en otras palabras se trata de una configuración volitiva de las relaciones sociales. La propiedad se constituye socialmente a partir una serie de reglas institucionalizadas y está sujeta no solo al poder sobre los recursos materiales y su distribución sino al poder sobre la construcción del conocimiento. La mercantilización del conocimiento y de sus aplicaciones informáticas retroalimentativas¹⁵ funciona para crear los bloques con los que se construye la legitimidad de la acumulación por parte del propietario y a su vez excluye, conforme escala en una espiral de uso/innovación, al grueso de la sociedad de las esferas de la información.

Sin embargo, México es el tercer lugar mundial en producción de piratería y su población está lejos de establecer los IPRs como conductas socialmente aceptadas. Por lo tanto, la situación ha provocado descontento a los ojos de muchos sectores empresariales y comerciales que consideran estas leyes como limitadas. Esta situación los ha llevado a organizarse de manera independiente y formar organizaciones contra la piratería para presionar de manera constante al gobierno, por medio de cabildeo y campañas mediáticas contra la piratería, para que las leyes se amplíen y endurezcan y se tomen nuevas rutas de acción en la defensa de los Derechos de Propiedad Intelectual.

¹⁴ Benjamin, Walter. *L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique*. (première version, 1935) traduit de l'allemand par Maurice de Gandillac, Rainer Rochlitz et Pierre Rusch. en Benjamin, Walter. *Œuvres III*. France : Editions Gallimard. 2000 (collection Folio/Essais 374). P.77

¹⁵ Ver página 10 de este mismo capítulo.

Las campañas contra la piratería.

Algunas de las principales organizaciones concebidas como un órgano de representación empresarial, de cabildeo, ante todas las instancias de gobierno a todos los niveles son: la AMPROFON (Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas A.C.) que agrupa a las compañías fonográficas, multinacionales¹⁶ y nacionales, las cuales representan la casi totalidad del mercado en México y la Alianza Contra la Piratería A.C. que es una unión de varias compañías como Microsoft, Reebok, Nike, Levi's, Adidas, Disney, Glaxo Smith Klein, Martí, Philip Morris y la Cámara Nacional de la Industria del Vestido.

Estas organizaciones relacionan a las empresas con el Congreso, constituyen una labor de cabildeo en defensa de sus intereses, se centran en la mejora de los cuerpos legales existentes o en la promulgación de leyes que los favorezcan. Estas acciones empresariales en el Congreso son nuevas en México; hasta 1997, cuando había mayoría del partido gobernante en el Congreso, el cabildeo lo hacían en el poder ejecutivo, ya fuera en alguna de las secretarías del ramo, sobre todo la Secretaría de Hacienda o la Secretaría de Economía (o sus equivalentes, porque ha cambiado varias veces de nombre); el ejecutivo se encargaba de llevar las demandas de los empresarios ante los diputados y senadores. Sin embargo, desde la división real de poderes a partir de 1997, cuando el PRI perdió la mayoría absoluta en el Congreso, y sobre todo desde 2000 en que hubo un cambio de partido en el gobierno cuando el PAN llegó a la Presidencia de la República, el cabildeo ante el presidente y sus secretarios resultó insuficiente. Todas las cámaras y organizaciones empresariales, así como muchas de las empresas más grandes, abrieron áreas de vinculación ante el poder legislativo para hacer un seguimiento y emprender acciones directamente ante el Congreso en general, o ante diputados y senadores en particular.

En este contexto, la presión que estas organizaciones han ejercido ante el congreso ha tenido resultados en su favor, como la tipificación de la piratería como “crimen organizado¹⁷”, penado con cárcel¹⁸ en 2004 y la firma del Acuerdo Nacional Contra la

¹⁶ Sus principales socios son Warner Music, Universal Music y la fusión de Sony y BMG (Sony Music) que controlan alrededor del 70% del mercado mundial (Gómez 2008).

¹⁷ A grandes rasgos se entiende por crimen organizado cualquier empresa o grupo de personas involucradas en actividades ilícitas continuas que tiene como objetivo principal la obtención de un beneficio (lucro) sin

Piratería, en 2006, que establece la cooperación y coadyuvancia entre sector público y privado para realizar investigaciones y difundir la necesidad de adoptar una “cultura de la legalidad” con el objetivo de combatir la piratería de manera más efectiva. Sin embargo, las organizaciones aun no han logrado su principal objetivo: la persecución “de oficio”, a las infracciones contra los IPRs.

Por esta razón, los esfuerzos del sector privado han sido llevados con mucho más ímpetu al escenario social por medio de campañas contra la piratería que arraiguen en los ciudadanos la “cultura de la legalidad” que “fomente y consolide una nueva cultura de reconocimiento y respeto al valor de las ideas y a la actividad creativa¹⁹”.

Estas campañas han tomado carices diferentes²⁰, pero sin lugar a duda una de las más importantes fue la que tuvo como resultado la integración al programa de Formación Ciudadana, en tercero de secundaria, de temas relacionados con los IPRs que incluso fueron incluidos en los libros de texto gratuitos “a petición de la Asociación Contra la Piratería”, en palabras del Licenciado Roberto Castañeda, presidente de esa asociación durante el periodo 2004-2006²¹.

En el tercer capítulo de la Guía para el docente de la asignatura optativa para el tercer grado de educación secundaria, “Formación Ciudadana hacia una Cultura de la Legalidad” de la Secretaría de Educación Pública²², titulado “Delincuencia y corrupción: enemigos de la Cultura de la legalidad” se tratan temas como la delincuencia organizada y se explican sus características. Entre estas destacan que obtienen beneficios de actividades

importar las fronteras nacionales. El crimen organizado, exige una jerarquización al interior de la organización criminal, esto es, funciones que cada individuo cumple.

¹⁸ Artículos 424 Bis a 428 del CÓDIGO PENAL FEDERAL, Nuevo Código Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de agosto de 1931. En <http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/9.pdf> consultado el 27 de mayo de 2009. Y Artículo 2º, fracción 1ª de la LEY FEDERAL CONTRA LA DELINCUENCIA ORGANIZADA. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 7 de noviembre de 1996. En <http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/101.pdf> consultado el 27 de mayo de 2009.

¹⁹ Comité Interinstitucional para la Atención y Protección de los Derechos de Autor y de Propiedad Industrial. “Acuerdo nacional contra la piratería” en <http://pirateria.pgr.gob.mx/Docs/Acuerdo%20Nacional%20VS.%20Pirater%C3%ADa.pdf> consultado el 27 de mayo de 2009.

²⁰ Presentamos un análisis del discurso de otra campaña contra la piratería en el Anexo 1.

²¹ Entrevista realizada por Pascal Labazée Investigador del Insitut de Recherche pour le Développement, de Francia, con el Licenciado Roberto Castañeda. Presidente de la Alianza Contra la Piratería A.C durante el periodo 2004-2006, realizada el 3 de junio de 2005.

²² Secretaría de Educación Pública. Formación Ciudadana, hacia una Cultura de la Legalidad. Guía para el docente. México, CONALITEG. 2004

ilegales; usan la fuerza o la amenaza del uso de la fuerza para lograr sus fines; utilizan la corrupción para neutralizar a funcionarios públicos y políticos; buscan una posición de monopolio para lograr el control exclusivo de ciertos productos y servicios; y tienen una jerarquía organizada; entre algunas otras.

Más adelante, se tratan las actividades de la delincuencia organizada, donde se equiparan actividades como: tráfico de drogas, contrabando o tráfico de personas, contrabando y venta ilegal de armas, y la falsificación de productos legales (en la que se abunda de la manera siguiente: “la expresión técnica es violación de los derechos de la “propiedad intelectual”, toda vez que se incurre en la falsificación o “quema” de diversos productos: ropa, videos, discos compactos y software²³”). Es claro que este tipo de equiparaciones están dirigidas hacia la formación de una opinión sesgada de lo que constituyen las infracciones a los IPRs.

Resulta más evidente aún cuando vemos que la actividad propuesta para la clase, unas páginas más adelante, se titula ¡Tras los piratas!²⁴ Y tiene por objetivo explícito “Identificar, a través de la historia, las organizaciones delictivas que han afectado a una comunidad o a una sociedad”. Poco después, se presenta un resumen de las particularidades de los piratas, en comparación con las doce características de la delincuencia organizada de entre las cuales solo mencionaremos dos: “(elemento de la definición de delincuencia organizada) Sin agenda política; (piratas) los piratas no eran leales a ningún país, por el contrario saqueaban cualquier barco que transportaba mercadería”; “(elemento de la definición de delincuencia organizada) lucran de negocios ilegales; (piratas) los piratas atacaban y saqueaban los barcos”. Tal vez sobre decirlo, pero esta es una manera de convertir a la piratería informática en traicionera, violenta y saqueadora. Independientemente de la validez de estos calificativos, la manera “encubierta” de construir estos argumentos señala la voluntad explícita por parte de estos actores, de formar un discurso que reconfigure las percepciones sociales de la realidad en su favor.

Finalmente, algunas páginas después cuando se habla de “la delincuencia

²³ *Ibíd.* p. 66

organizada y la aparente benevolencia”, podemos leer: “Debido al gran mercado negro resultante de la reventa de mercadería saqueada de los barcos, muchos consumidores podían comprar artículos, especialmente de lujo, a precios mucho más bajos que los que ofrecía el mercado legal²⁵”. Una vez más, resulta redundante señalar la analogía directa entre esta piratería “histórica” y la piratería en nuestros días, sin embargo, es importante observar la manera en que se construye este discurso. Desde el principio de la lección se le presentan al educando los principales tipos de crimen organizado, dentro de los que se incluye la falsificación de productos legales. Después, paso a paso, se le sugiere al niño un vínculo entre este tipo de crimen organizado y la piratería náutica, a la que se describe en repetidas ocasiones con conceptos ligados al campo semántico de la criminalidad, entre muchos otros atributos peyorativos en los que no nos detendremos.

Por otra parte, las investigaciones realizadas por estos organismos así como aquellas llevadas a cabo por el sector público, han presionado constantemente y de manera cada vez más intensa contra la producción y distribución de piratería y contrabando. Desde el año 2000 los operativos se han multiplicado y se han decomisado enormes cantidades de mercancía.

La piratería y el contrabando son problemas con raíces muy profundas y extendidas. Como hemos visto a lo largo de esta investigación, su emergencia tuvo condicionantes históricas, económicas, políticas y sociales. En torno a estas prácticas se articulan redes internacionales de producción y distribución que involucran tanto a miembros del sector informal como a funcionarios públicos, a miembros del empresariado mexicano, a diferentes cuerpos de seguridad pública y a políticos en todos los niveles a nivel internacional.

Existen visiones muy encontradas en la sociedad mexicana y en el debate académico sobre el fenómeno de la piratería y del contrabando. Para algunos analistas, el sector informal que se expresa en estas actividades es un producto mismo del sector formal; existe porque resuelve problemas que no puede resolver el sector formal, como son los problemas de empleo, de ingreso suficiente, la baja capacidad adquisitiva. Consideran que el sector informal brinda autoempleo y permite que haya consumo económico, además de

²⁵ *Ibidem.* 81

que elimina la necesidad de inversión de capital. Además, ofrece ventajas ante actividades similares que sí están reguladas. Por eso, quienes defienden más esta postura, sostienen que la informalidad es un sistema de subsidio no oficial y no concesionado que permite un incremento en la calidad de vida para millones de consumidores y proveedores. Consideran que aminora los gastos de los trabajadores del sector formal y por lo tanto también subsidia al sector formal²⁶.

²⁶ Cross, *Informal politics*.

Conclusión

*Hombres necios que juzgáis
a la mujer sin razón
Sin ver que sois la ocasión
de lo mismo que juzgáis [...]*

Juana de Asbaje

En México, la piratería es un fenómeno cotidiano de muy gran alcance; sus productos son consumidos prácticamente por todos los sectores económicos de la población y pueden encontrarse casi en cualquier parte, desde las entradas al metro hasta las puertas de las universidades y la escalinata de la cámara de diputados. Sus productos son conocidos de todos como apócrifos de *marcas* y de producciones empresariales. A nuestros ojos aparecen como mercancías increíblemente más baratas que aquellas a las que suplantán y que gracias a continuas campañas publicitarias son tan populares.

Sin embargo, la piratería no solo es considerada una actividad ilegal, sino que ha sido tipificada por el Estado mexicano como crimen organizado bajo presión de una parte del sector empresarial nacional e internacional. La problemática que suscita este fenómeno no viene de la mera reproducción y comercialización de productos apócrifos sino de la apropiación de la estrategia de venta de las grandes empresas. La piratería no publicita sus productos, explota la producción “real” de las grandes compañías, el valor agregado generado por la imagen de *marca* que crean el mercadeo y la publicidad. Los esfuerzos de una parte del sector privado por atacar esta actividad han desembocado en campañas mediáticas que “sobre simplifican” un fenómeno muy complejo al tiempo que se lanzan contra su base social marginal y le imprimen un fuerte estigma. El imaginario colectivo, construido en torno a campañas contra la piratería de películas, música y software como la que reprodujimos en el epílogo de la introducción, son un claro ejemplo de este tipo de simplificación.

Como sucede con las mercancías “originales”, los productos piratas se han transformado en algo independiente de su proceso de producción; los hemos desprovisto de historicidad a través de la enajenación. Por otra parte, la clandestinidad a la que están sujetos contribuye a que los procesos por medio de los cuales son producidos sean elusivos; los esfuerzos de los consumidores, o cualquier otro actor social, que pretendan develar este fenómeno se enfrentarán al silencio y la evasión. Cómo llegaron ahí las mercancías es un tema del que no se habla y una actividad para la que se espera no dejar rastros. El resultado es, pues, la “sobre simplificación” y estigmatización de un fenómeno social que como hemos visto a lo largo de esta investigación, es complejo, multicausal, e involucra procesos y actores muy diversos que se encuentran profundamente imbricados entre sí.

Hemos tomado el caso del barrio de Tepito como un “laboratorio”, un espacio local a través del cual podemos estudiar la manera en la que la superposición de influencias y factores, tanto globales como nacionales, generó un contexto en el que, mediante el comercio informal, es posible el intercambio entre amplísimos y disímiles sectores de la sociedad. El estudio de la historia reciente de las actividades del barrio, cómo se pasó de la actividad predominante de venta de fierros y ropa vieja, a la fabricación informal de calzado y productos de piel; posteriormente a la venta de fayuca, y luego al contrabando, para llegar finalmente a la piratería, nos permite descubrir la manera en la que se establecieron y complejizaron lazos invisibles que no solo relacionan a distancia a unos individuos con otros, también ponen en contacto a redes con distintas áreas de influencia. Al observar a través del tiempo la manera en la que se han configurado y articulado las redes de relaciones y actividades que le dan vida a Tepito, podemos ver cómo ha cambiado la posición que muchos de sus agentes ocupan y por extrapolación la manera en que ha sucedido el ámbito nacional e incluso global.

El barrio de Tepito está profundamente marcado por su historicidad; la marginalidad histórica de sus habitantes lo hizo particularmente susceptible, desde principios del siglo veinte, a las transformaciones políticas, económicas y sociales por las que ha atravesado el país. Aún más, desde la década de los cincuenta las transformaciones que ha vivido el barrio son un claro reflejo del contexto nacional.

Tepito se encontraba a las afueras de la ciudad a principios del siglo XX, a poco más de un kilómetro al norte del zócalo capitalino. Al inicio se trataba de una zona rural con un pequeño mercado que desde 1901 concentraba a todos los comerciantes callejeros de artículos de segundo uso de la ciudad¹ y recibía en grandes mesones a los arrieros que iban a comerciar a lo que ahora conocemos como el Centro Histórico.

Durante la fase de desarrollo del modelo de industrialización por sustitución de importaciones, las funciones de producción, consumo e intercambio se concentraban en la ciudad de México. La necesidad creciente de alojar tanto a obreros como a campesinos pobres que abandonaban el campo por la ciudad, presionó a la transformación de los mesones en viviendas de alquiler y a la construcción de las que después serían llamadas “vecindades”, que alojaran a una gran cantidad de personas a un muy bajo costo.

Tepito recibió varias oleadas de migrantes, muchos de ellos calificados en oficios relacionados con el trabajo de la piel, provenientes principalmente del bajío, en especial de León Guanajuato. Este hecho fue trascendental para la configuración del barrio y sus futuras transformaciones. En México, los oficios artesanales que se relacionan con este tipo de producción, en particular la manufactura de calzado, se han organizado históricamente en torno a talleres familiares, también conocidos como *picas*. Estos se instalaban casi siempre al interior del lugar de habitación para absorber el costo del alquiler del espacio que ocuparía el taller. Además este tipo de organización productiva no realizaba contribuciones tributarias de ningún tipo y hacía un uso muy frecuente de trabajadores familiares y aprendices a los que no había que asegurar. Asimismo, hacía uso de la maquila o trabajo por encargo, lo que le permitía abaratar los costos y los riesgos laborales y aprovechar las innovaciones tecnológicas sin tener que invertir en bienes de capital que no le eran accesibles.

Los migrantes que llegaron al barrio de Tepito conservaron estas configuraciones productivas y aprovecharon su ubicación estratégica. La capital era muy rica en mano de obra y la proximidad del barrio al centro de la ciudad facilitaba el abastecimiento en

¹ En 1901 todos los vendedores callejeros ubicados en el zócalo de la ciudad fueron reubicados en la plazuela del barrio de Tepito, algunas semanas después, el trece de agosto el cabildo de la Ciudad de México aprobó otra propuesta para concentrar en Tepito a todos “los comerciantes en baratijas y fierros viejos” de la ciudad.

materia prima para la producción, así como su distribución en las tiendas de la capital.

Por otra parte, conforme avanzó la sustitución de importaciones, la calidad de los productos fabriles mexicanos se deterioró mientras que sus precios incrementaron respecto a los precios internacionales. El fenómeno de la fayuca, que proveía de artículos baratos, novedosos, y de buena calidad por medio del contrabando, hizo su aparición en Tepito como consecuencia. Esta práctica de “contrabando hormiga” coexistió al principio con los oficios artesanales que existían en el barrio, en particular con la manufactura de calzado. Sin embargo, conforme el fenómeno creció, su éxito y la apertura de fronteras al calzado de importación o de contrabando ahogó a estas prácticas.

La fayuca gozó de gran popularidad y transformó la función habitacional del barrio, que se “bodeguizó” paulatinamente, y modificó sus actividades económicas, al pasar de ser un barrio predominantemente habitacional y manufacturero a otro dedicado mayoritariamente al comercio. La venta de mercancía de contrabando creció de manera constante y pronunciada; creó extensas redes entre el barrio y los Estados Unidos todo a lo largo de la frontera. Pervivió a la crisis de la deuda y a la reestructuración económica gracias a la capacidad de adaptación que le brindó la experiencia como mercado informal y a la sobrevaluación del peso que acompañó a la apertura económica hasta 1994, cuando se devaluó el peso y el país entró nuevamente en una profunda crisis económica que terminó con ella.

Después de algunos años de transición, las actividades económicas en el barrio se reconfiguraron y se tradujeron en dos fenómenos dominantes: la piratería y el contrabando. Estas actividades están directamente relacionadas con el desarrollo histórico de Tepito, de México y de la globalización.

Por una parte, el contrabando sentó sus bases en la experiencia que le había brindado la fayuca, el establecimiento de una red social internacional de contactos que facilitaban la compra, transporte y colocación de la mercancía en el mercado que se organizaba en torno a un nodo: Tepito. Además, este negocio permitió a los tepiteños invertir para pasar de la pequeña a la gran escala cuando el contexto no solo lo hizo posible sino lo requirió. Es particularmente interesante observar como el contrabando se

integró a la globalización de la economía y aprovechó las disparidades en las políticas comerciales de países en diferentes regiones económicas. La triangulación de mercancías provenientes del sureste asiático y en particular de China, con altos gravámenes para su introducción impuestos por México, vía Estados Unidos, un país con el que el comercio se lleva a cabo “a puerta abierta”, es un ejemplo muy claro de una toma de conciencia “desde abajo”, de los espacios que dejan las complejidades del sistema económico mundial.

Por otra parte, el fenómeno de la piratería organizó su producción replicando las estructuras de las *picas* zapateras que existían previamente en el barrio y aprovechó el contexto particular de Tepito en la retícula de los intercambios internacionales; las transformaciones en la “cultura material” de los individuos, acarreadas por el advenimiento de lo que Manuel Castells llama “la era de la información”; y la introducción a México de tecnologías que facilitan la reproductibilidad técnica de la información para el consumo cotidiano. Los productores de piratería obtienen la información a reproducir entre sus redes de contactos; adquieren sus materias primas en el mismo barrio, generalmente productos de contrabando a precios muy bajos; gestionan la producción, contratan trabajadores a domicilio para que lleven a cabo la “quema” de los discos, buscan maquiladores de portadillas, hologramas, etcétera; y llevan a cabo el “armado” del producto ellos mismos o mediante trabajo familiar; la mercancía se distribuye en el mercado informal a consignación.

El desarrollo de la piratería en México se llevó a cabo, como lo muestra el caso del barrio de Tepito, en el contexto de una historicidad estrechamente vinculada al fracaso de las políticas nacionales, la consolidación de un país dividido por grandes desigualdades económicas y sociales; caracterizado por una fuerte concentración política de corte autoritario que aglutinaba en forma corporativizada a los principales sectores de la sociedad, a los cuales otorgaba favores y una aplicación discrecional de la ley a cambio de respaldo político, y una economía que se mantuvo al resguardo del mercado mundial, la cual, en poco tiempo, abrió sus puertas de par en par.

Todos estos elementos se conjugan y dan forma a una serie de redes que se vinculan por medio de nodos que sólo pueden existir en un medio en el que las condiciones

económicas, políticas y sociales, se encuentran *imbricadas*² unas sobre otras. Es imposible disociar en una unidad independiente a estos fenómenos sociales puesto que forman parte de un proceso que se construye y reconstruye durante la interacción entre sus actores; quienes, por un lado, no se comportan ni toman decisiones fuera de un contexto social, y por otro, tampoco se limitan a jugar una parte prescrita por la categoría social que ocupan.

En este sentido podemos concluir que la economía de Tepito está profundamente enraizada en la cultura y en la sociedad local. La historia de este barrio muestra que esta imbricación de la economía en la sociedad y la cultura es una forma singular de regulación social que tiene la capacidad de conciliar intereses de diversos actores sociales: los comerciantes establecidos que frecuentemente son proveedores de productos informales; los vendedores ambulantes que son mayoristas y proveedores de miles de comerciantes; los vecinos del barrio que fueron obreros, después fayuqueros y contrabandistas y ahora microempresarios piratas; las autoridades federales y locales presionadas a hacer valer la regulación formal pero cuyos agentes tienen una amplia discrecionalidad para hacer respetar la ley, etcétera. Es gracias a esta regulación informal que puede garantizarse la interacción simultánea, dentro de un cierto orden y seguridad, de miles de actores y que el mercado del barrio de Tepito pudo convertirse en el mercado de fayuca, productos de contrabando y de piratería más grande de México, así como en uno de los más grandes del mundo.

Si tomamos estas consideraciones en cuenta, no podemos dejar de subrayar el desfase argumentativo que existe entre las campañas contra la piratería que la clasifican como crimen organizado, relacionado con el narcotráfico, la violencia, el saqueo, y la realidad que le da lugar. Aún más, los resultados del análisis de la piratería nos permiten relacionar los modos de producción informal con los modos de producción de las grandes empresas neoliberales, entre las que no solo existen intercambios continuos, sino que además se constituyen y funcionan de maneras muy similares. Esta afirmación nos permite, por lo tanto, proponer que la piratería no es más que un concepto formulado para legitimar las ventajas relativas que brinda la deslocalización de la producción a un sector

² Mark Granovetter, "Economic action and social structure: the problem of embeddedness". *The American Journal of Sociology*, Vol. 91, No. 3 (Nov., 1985), pp. 481-510. En <http://www.jstor.org/stable/2780199> consultado el 28/08/2008, 22:15 hrs.

específico de la sociedad sobre los demás con el objetivo de mantener un *status quo* preestablecido.

Por lo tanto, a nivel global, la piratería surge en el contexto de las grandes transformaciones políticas, económicas, científicas y sociales del finales del siglo XX; de la confluencia de la expansión de la democracia liberal, la liberalización de los mercados, la tercera revolución científica y tecnológica que puso al internet, las computadoras, los reproductores y quemadores de discos, así como muchos otros dispositivos de la era digital al alcance de grandes sectores de la población. A nivel nacional, en un país como México, necesita la acción del Estado, el cambio de modelo de desarrollo: la apertura del mercado interno a la competencia; la desregulación y privatización; y la tolerancia hacia la aplicación discrecional de los derechos de propiedad intelectual ante los problemas del desempleo y la pobreza en un ambiente local específico en el que exista un denso tejido económico, social y cultural de actividades imbricadas de manera tanto formal como informal.

Anexo 1

Análisis discursivo de un tríptico de una campaña contra la piratería llevada a cabo por la Asociación Contra la Piratería A.C., conformada por grandes empresas trasnacionales como Nike, Adidas, Reebok, Microsoft, GlaxoSmithKlein, Disney, Levi's y Phillip Morris, entre otras. Esta asociación civil se ha autoinvertido el deber de encontrar un medio para terminar con la piratería. Este esfuerzo se ha hecho a través de campañas de “concientización” portadoras de un discurso muy particular y elucidante.

Según Foucault, cualquier producción humana constituye una narrativa que comporta un discurso particular. Para este autor, las verdades absolutas no existen y el saber sería sólo lo que un pequeño grupo de individuos detentores del saber/poder comparte y decide que es verdad, imponiéndolo al resto de los miembros de la sociedad. Este fenómeno funciona al nivel del lenguaje. Al construir esta verdad lo que se está haciendo en realidad, es decidir cuestiones que definen a la humanidad y afectan a las personas en general creando categorías que los clasifiquen como normales y anormales, o si se quiere ver de otra manera, como miembros que pertenecen o deben ser excluidos de una sociedad. Ahora, que los anormales sean excluidos no significa que no sean importantes para la cultura. Lo normal no se define, según Foucault, a priori, para luego definir lo anormal. Es en realidad a través de lo anormal que definimos lo normal, solo a través de la anormalidad podemos definir la normalidad. Es importante notar que cada vez que se define una anormalidad con su correspondiente norma, siempre, de una manera u otra, es la persona normal la que tiene poder sobre la anormal. El *ser*, excluido, es visto como un ente externo a la sociedad y calificado como no humano. Esta verdad clasificadora esta contenida en los discursos; para Foucault, son éstos los que constituyen la base de la historia y son los que configuran las relaciones de poder en la sociedad.

Tomando esto como fundamento, podemos analizar las implicaciones que tiene el discurso de la antes mencionada asociación contra la piratería A.C. en su campaña de concientización. Al tomar como punto de partida uno de los folletos de divulgación difundidos a la población del Distrito Federal, podemos hacer resaltar varios elementos del discurso que hay detrás de este.

Cuando se nos presenta este folleto, dos elementos saltan a la vista: primero, el logotipo de la asociación (una huella digital sangrando tras haber sufrido una herida de lo que podemos imaginar fue una navaja). Un poco mas abajo podemos ver una advertencia que nos dice “PRECAUCIÓN: si no tienes identidad, no abras este folleto”. Desde este momento ya se está haciendo una referencia directa no solo a la identidad de las personas, sino también, con la aparición de la huella digital, a la humanidad de éstas. Al abrir el folleto, lo primero con lo que uno se encuentra son los partícipes de la identidad y la humanidad que se

encuentran contenidos en este folleto incapaz de ser abierto por alguien carente de estas características. Estos partícipes son, por supuesto, las trece empresas miembros de la asociación –o su logotipo. Implícitamente esto tiene serias implicaciones; estas empresas se están definiendo como la norma de lo humano y poseedoras de la identidad; toda persona que no siga sus lineamientos es excluida, no puede abrir el folleto.

En la página contigua a la de sus logotipos podemos encontrar información acerca de quienes son y de cuales son sus objetivos:

“Alianza Contra la Piratería, A.C. es la unión de varias compañías que enfocan **su objetivo principal en erradicar la piratería**, el contrabando, el robo y la venta ilícita de sus productos, así como en **crear conciencia en el público consumidor y en el sector gubernamental para entrar en la cultura de la legalidad.**” [Las negritas no son nuestras]

Mas abajo:

“¿Quiénes somos? Somos empresas con gran capital humano, industrial y tecnológico en el desarrollo de los productos para nuestros consumidores, lo cual **nos compromete a ser parte del crecimiento de México ofreciendo mejores productos y mas empleos.**” [Las negritas no son nuestras]

Aquí tenemos varios puntos a tomar en cuenta; por un lado, estas empresas están, a su decir, enfocadas en crear conciencia en el público consumidor y en el sector gubernamental para entrar en la cultura de la legalidad. Esto, de entrada, los coloca en una posición superior no sólo a la de todo individuo de la sociedad que por definición es consumidor, sino al gobierno al que pertenecen. Para crear conciencia es indispensable tener acceso a un saber superior y es precisamente este saber el que va a definir una relación de poder. Quien sabe más, tiene por definición más fuerza, tiene el poder, aunque esto debiera distar de la realidad, de establecer los cánones del *bien* y del *mal*, de lo *normal* y de lo *anormal*. Al decirnos esto, se están sentando las bases para otorgarle a las corporaciones, las transnacionales y el sector privado en general, la supremacía moral de la sociedad. Por otra parte, al afirmar que las empresas con gran capital humano, industrial y tecnológico los compromete a ser parte del crecimiento de México ofreciendo mejores productos y más empleos, nos están diciendo que su condición de empresas los compromete a este desarrollo y que, por inducción, quien no tenga estas cualidades no puede estar comprometido con el desarrollo del país. Además, están incurriendo en una falacia porque al decir lo anterior se muestran como los únicos proveedores de empleo y de bienes de calidad, dejando fuera a todo el sector artesanal en cuanto a calidad y a todo el sector de comercio informal en cuanto a empleos. Basta tomar en cuenta que las nueve discográficas más grandes de

México emplean aproximadamente alrededor de 1500 personas, cuando el sector informal ocupa a siete de cada diez desempleados¹ ; más de 11, 000,000 de mexicanos viven de la economía informal².

Al desdoblar por segunda vez el tríptico nos encontramos con lo siguiente: “principales tareas:

Arraigar en el consumidor la cultura de la legalidad.

Generar un vínculo con los gobiernos federales (sic) y estatales para combatir estos ilícitos. Apoyar y promover iniciativas de reformas al marco legal, para crear penas más severas a los delincuentes.

Tenga en cuenta que si compra o adquiere producto pirata, robado o de contrabando usted es culpable de:

La desaparición de empresas legalmente establecidas

La poca o nula generación de empleos, así como los recortes de personal en las empresas.

El estancamiento en el desarrollo tecnológico.

La falta de desarrollo de nuevos talentos.

La proliferación del comercio informal.

Los dos primeros puntos de sus principales tareas ya fueron tratados anteriormente, en cuanto al tercero, el texto nos dice que deben apoyar y promover iniciativas para crear penas más severas a los delincuentes. Al no especificar la naturaleza de la acción delictiva se pone en la misma mesa de juicio todo tipo de crímenes, creando así, la idea de que todo crimen, sin importar su gravedad, debe ser enjuiciado *moralmente* de la misma manera, cuando hay que tomar en cuenta que el término se relaciona principalmente con sus aspectos más negativos: secuestros, asesinatos, narcotráfico, etc. Esto se vera más adelante también cuando el folleto equipara y relaciona estos crímenes al enunciar: “recuerde que por cada producto ilegal que usted consume esta financiando redes de contrabando, robo e incluso narcotráfico”.

La segunda parte de la página en cuestión, busca hacernos conscientes de que al adquirir un producto pirata somos los únicos culpables de los males sociales que denuncian los cinco puntos que le siguen. Esta visión no solo es simplista, sino que incurre una vez más en una falacia, puesto que no se toman en cuenta las razones fundamentales de los males que vaticinan (desaparición de empresas legalmente establecidas, pérdida de empleos, etc...). En este discurso, las desigualdades sociales, razón muchas veces de la existencia de lo que se combate, no existen. El sistema económico y social en el que se ve sumergido el planeta y sus participes más directos, como son las grandes empresas transnacionales, no tienen ninguna parte en ello. Además, nos hace pensar, una vez más por inducción, que dichos participes se encuentran siempre en una posición legal, moral y ética perfectas; como todos sabemos, esto dista mucho de la realidad, basta con pensar en ciertas empresas transnacionales que abusan de su posición para sacar ventaja de los

¹ Fuente: Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas (AMPROFON).

² Fuente: Programas delegacionales y reordenamiento de la vía pública del GDF.

diferenciales de salarios entre distintos países, o de la falta de rigor al respecto de normas ambientales, sociales, culturales y de derechos humanos.

En la página final, podemos leer:

“Por lo tanto, por favor evitemos:

Clonar o comprar software ilegal.

Utilizar ropa pirata o robada.

Reproducir o copiar libros.

Fomentar la venta de películas copia.

Consumir medicamentos no originales.

Comprar calzado pirata.

Adquirir música pirata.

Recuerde que por cada producto ilegal que usted consume está financiando redes de contrabando, robo e incluso de narcotráfico.

La piratería, el robo y el contrabando son problemas muy graves que **afectan la economía de nuestro país en todos los niveles.**

Ser original es un valor para toda la vida”.

Dando por sentado lo que este folleto dice en las páginas anteriores, ahora se nos invita a entrar en el mundo legal, moral y ético de su verdad. Por favor hay que evitar todas esas faltas a la moral, la ética y la ley al no adquirir, en líneas generales, productos piratas, robados, o de contrabando, así eliminaremos el sustento de redes de contrabando, robo e incluso de narcotráfico.

Poco más adelante, el folleto cae una vez más en una superficialidad. Si el robo, la piratería y el contrabando son problemas que afectan la economía de nuestro país en todos los niveles, estos no son los únicos ni los más graves. De hecho varios problemas que afectan a nuestra economía están ligados en gran medida con la existencia de estas empresas. Por ejemplo, al destruir a muchas pequeñas empresas por la fuerte competencia, al inhibir el surgimiento de otras empresas locales, al provocar distorsiones en el mercado de trabajo. Sí, sus productos son legales y muchas de ellas emplean a mexicanos; sin embargo la inmensa mayoría del capital que producen regresa al lugar de origen de la empresa, dejando a los países en los que es producido con una porción risible de este. En este razonamiento se deja de lado todo el funcionamiento económico global.

Finalmente, al encontrarnos con la frase “ser originales es un valor para toda la vida”, entendemos que al jugar con la palabra original ésta se toma no solo como un valor y como una cualidad de los productos que se supone debemos comprar, sino que las empresas, al ser sus productoras, son originales y por lo tanto tienen un valor eterno. Una vez más se confunden categorías de legalidad, de moralidad y de ética, volviendo, a simple vista, a las empresas las detentoras del saber y de la moral, y por lo tanto, de la condición natural de

ejercer el poder.

Glosario

Accesoria: es un local que da a la calle y que combina las funciones habitacional, en la parte de atrás, y productiva-comercial en la parte que da a la calle.

Ayateros: el ayate es un costal muy resistente, los ayateros eran quienes se dedicaban a rellenar estos costales con ropa usada que cambiaban o compraban para después revenderla. Eventualmente se convertirían en cambiadores.

Botelleros: eran los que se dedicaban a comprar la botella sucia, la lavaban y la vendían otra vez.

Cambiadores:, uno les daba ropa y ellos devolvían una pieza de loza, o al cambio de mercancía por dinero. Eran personas dedicadas a vivir de lo usado, comerciantes que se dedicaban al trueque. Pasaban por las colonias de más recursos intercambiando al principio objetos usados por piloncillo (o panocha), tiempo después por loza y finalmente por dinero. Eventualmente se convertirían en carreros.

Carreros: son los comerciantes ambulantes que colocan sus mercancías en pequeños carros de madera semi-escondidos en las banquetas.

Contrabando técnico: no denota una actividad ilegal, sino un tecnicismo que los contrabandistas usan para poder llevar a cabo sus actividades. Como resultado, la mercancía de contrabando no es ilegal ella misma, sino su medio de introducción. Los CDs no son ilegales.

Cuarto redondo: Se le conocía como cuartos redondos a las viviendas en las vecindades porque constaban generalmente de una habitación que, sin divisiones interiores, cumplía las funciones de cocina, recámara, comedor y estancia, en tanto los excusados, regadera y lavaderos eran comunes a todos los habitantes del inmueble. Como los caseros casi nunca intervenían en el mantenimiento, cada familia, de acuerdo con sus posibilidades económicas, ampliaba sus cuartos –ganándole metros al patio o agregando tapancos de madera al interior– lo que permitía separar las habitaciones o los pequeños talleres del resto de la casa.

Diablers: personas encargadas de transportar la mercancía de las bodegas a los puestos y

de los puestos a las bodegas todos los días.

Diablo: nombre que se le da al carrito de hierro y dos llantas en el que se trasportan paquetes u objetos voluminosos y pesados. (Grisales, p.81)

Fayuca: mercancía de contrabando a pequeña escala, contrabando hormiga traído de Estados Unidos. Train chacharitas, traían aretitos, sudaderas, cortaúñas, plumas, paraguas, porcelana. La empezó a vender un señor que se llamaba José del Rio, la empezó a vender en 1965-66.

Normalmente el término fayuca, designa a la mercancía de contrabando proveniente de Estados Unidos que se comercia en el marco de la informalidad. Una de las versiones del origen de su nombre se refiere a su baja calidad (fallosos) para ser reparados y luego comercializados a precios más bajos que aquellos que se ofrecían como nuevos en los comercios formalmente establecidos de la Ciudad de México.

Fierros: comerciantes que compraban fierros viejos, les daban una manita de gato para después venderlos. En general se trataba de herramientas de segundo uso.

Fortaleza: unidad habitacional, pues ni los gobiernos priistas ni perredistas los han regularizado. La mayoría de las viviendas se encontraban habilitadas como bodegas. Este edificio fue demolido en 2008.

Guaranderos: la guaranda son los desperdicios de la piel utilizada en la confección del zapato. Los guaranderos le compraban estos desperdicios a los empleados de los talleres de zapatos para venderlos a su vez.

Pacas: las pacas son grandes bultos de ropa. En el caso de Tepito dichas pacas vienen de diferentes partes de estados unidos y otros países. Están catalogadas dependiendo del nivel de calidad, de 1 a 3, donde 1 es ropa de “marca”, nueva (saldos), o con muy poco uso; y 3 es ropa de cualquier tipo en muy mal estado.

Palomar: unidad habitacional, que legalmente no existen, pues ni los gobiernos priistas ni perredistas los han regularizado. Actualmente, la mayoría de las viviendas se encuentra habilitada como bodegas.

Palomazos: los palomazos son trabajos sobre pedido, principalmente realizados en talleres familiares.

Recicladores de planchas: compraban planchas usadas y las arreglaban y las revendían.

Rejas: normalmente las rejas son usadas por los comerciantes para colgar y exhibir sus artículos, además en Tepito sirven para darle límites a cada puesto.

Ropavejero: comerciante que se dedica a vender ropa vieja.

Salderos: personas dedicadas a la comercialización de excedentes de producción que remataban fábricas y empresas. (Grisales, 68)

Saldo: los saldos son productos defectuosos, discontinuados, obsoletos, o pasados de moda que el sector privado vende a precios inferiores a los de los demás productos.

Talabartero: persona dedicada al trabajo artesanal de la piel.

Vecindad: las vecindades son edificaciones que contienen un conjunto de viviendas, generalmente ubicadas en hilera, alrededor o frente a un espacio de uso común o patio central, por el cual se accede a ellas. Cada una de estas viviendas posee una o dos habitaciones, generalmente sin servicios sanitarios, a los cuales se accede de forma comunitaria.

Volteadores: volteaban los cuellos y los puños de las camisas, de los sacos, etc. cuando ya estaban muy gastados para venderlos. Cuando estaban demasiado dañados hacían cachuchas con esa ropa.

Bibliografía

Fuentes Bibliográficas:

Artículos:

Aboites Aguilar, Luis, “El mundo rural del siglo XX”, en *Gran Historia de México Ilustrada*, V. *El siglo XX Mexicano*, México, Planeta DeAgostini – Conaculta INAH, 2002.

Alba Vega, Carlos y Enrique Valencia Lomelí “Agotamiento de un modelo de desarrollo. Las políticas económicas y sociales del modelo sustitutivo” en Alberto Aziz Nassif (coord.), *México al inicio del siglo XXI, democracia, ciudadanía y desarrollo*. México, Porrúa CIESAS. 2003.

Libros:

Adler de Lomnitz, Larissa. *Redes sociales, cultura y poder: ensayos de antropología latinoamericana*. México, Miguel Ángel Porrúa/FLACSO.

Alarcón, Sandra. *El tianguis global*. México, Universidad Iberoamericana, 2008. (Colección trabajos destacados de titulación de posgrado).

Alonso, José A., *Mujeres maquiladoras y microindustria doméstica*, México, Ed. Fontamara, 1991.

Alonso, José A., *Maquila domiciliaria y subcontratación en México en la era de globalización neoliberal*, México, Plaza y Janés, 2002.

Aréchiga Córdoba, Ernesto. *Tepito: del antiguo barrio de indios al arrabal. 1868-1929, historia de una urbanización inacabada*. México, Ediciones Uníos. 2003. (Sábado Distrito Federal)

Aspe Armella, Pedro, *El camino de la transformación económica*. México, Fondo de Cultura Económica, 1993.

Aziz Nassif, Alberto. *México al inicio del siglo XXI. Democracia, ciudadanía y desarrollo*. México, CIESAS/Porrúa. 2003

Bazdresch, Carlos, “Los subsidios y la concentración en la ciudad de México”, en Blanca Torres Ramírez (coord.) *Descentralización y democracia en México*, México, Centro de Estudios Internacionales, El Colegio de México, 1986.

Benería, Lourdes y Martha Roldán, *Las encrucijadas de clase y género. Trabajo a domicilio, subcontratación y dinámica de la unidad domestica en la ciudad de México*. México, El Colegio de México / Fondo de Cultura Económica. 1992.

Benjamin, Walter. “L’œuvre d’art à l’ère de sa reproductibilité technique.” (première version, 1935) traduite de l’allemand par Maurice de Gandillac, Rainer Rochlitz et Pierre Rusch. En Benjamin, Walter. *Œuvres III*. France: Editions Gallimard. 2000 (collection Folio/Essais 374).

Braudel Fernand, *Civilisation Matérielle, économie et capitalisme. XV-XVIII siècle*. Vol. III, *Le temps du monde*. Paris. Armand Colin, 1979

Briz Garizurieta, Marcela. *El Concejo Mexicano de Hombres de Negocios: surgimiento y consolidación*. México, UNAM. 2002.

Calleja Pinedo, Margarita. *Microindustria: principio y soporte de la gran empresa. La producción de calzado en León, Guanajuato*. México, Universidad de Guadalajara. 1994. (Fin de Milenio).

Cárdenas, Enrique. *La política económica en México, 1950-1994*. México, El Colegio de México, Fondo de Cultura Económica, Fideicomiso Historia de las Américas, 2003. (Serie Hacienda)

Castells, Manuel. *La era de la información: economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. México, Siglo Veintiuno Editores. 2006. Séptima edición. Vol. 1 *Ciudad de ciudades*. México, Fundación para el Fortalecimiento de los Gobiernos Locales A.C., 2007.

Coatsworth, John Henry, *El impacto económico de los ferrocarriles en el Porfiriato : Crecimiento contra desarrollo / Traducción: Julio Arteaga Hernández*, México, Secretaría de Educación Pública, Dirección General de Divulgación, 2 v., Serie SepSetentas (271-272), 1976.

Conceição Tavares, María de, “El proceso de sustitución de importaciones como modelo de desarrollo reciente en América Latina”

Corominas, Joan. *Breve Diccionario Etimológico de la Lengua Castellana*, Madrid, Gredos, 2003.

Cortés, Fernando, “Casi cuarenta años de desigualdad de la distribución del ingreso en México”. PDF.

Cross, John. *Informal politics. Street vendors and the State in Mexico City*. USA, Stanford University Press. 1998

Echeverría, Bolívar. *La modernidad de lo barroco*. México, Ediciones Era. 2000.

Estados de desorden, los efectos sociales de la globalización, México, Informe del UNRISD (Instituto de investigaciones de la Naciones Unidas para el Desarrollo Social) para la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Social, 1995.

Fisher, Claude. *America calling: a social history of the telephone in North America to 1940*. Berkeley, California, University of California Press, 1992.

Garza, Gustavo y Erika Aguilar, "Evolución industrial de la Ciudad de México 1821-1985" en *Historia y Desarrollo Industrial de México*. Carlos Alba Vega (coord.). México, Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos. 1988.

Garza Toledo, Enrique de la (coord.), *La privatización en México: consecuencias sociales y laborales*, México, Instituto de Estudios de la Revolución Democrática, 1998.

Garza Toledo, Enrique de la. "Teléfonos de México" en Enrique de la Garza Toledo (coord.), *La privatización en México: consecuencias sociales y laborales*, México, Instituto de Estudios de la Revolución Democrática, 1998.

Garza Villarreal, Gustavo, *El proceso de industrialización en la Ciudad de México, 1821-1970: condiciones generales de la producción y concentración espacial en el capitalismo*, México, Centro de Estudios Demográficos y de Desarrollo Urbano, El Colegio de México, 1983.

Gómez Aguiar, José Carlos y María Eugenia Suárez (eds.). *Policía, seguridad y transición política. Acercamientos al estado del México contemporáneo*. Ámsterdam, Centro de Estudios y Documentación Latinoamericanos. 2008. (Cuadernos del CEDLA 23).

Hewitt de Alcántara, Cynthia, *La modernización de la agricultura mexicana, 1940-1970*. México, Siglo veintiuno, 1978.

Jarquín Sánchez, María Elena. *La producción de calzado en Tepito*. México, UNAM: Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Humanidades. 1994. (alternativas).

Klein, Naomi. *No Logo. El poder de las marcas*. México, Paidós. 2001. (Paidós contextos).

Kopitoff, Igor. "La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como proceso". En Arjun Appadurai (ed.), *La vida social de las cosas. Perspectiva social de las mercancías*. México, Editorial Grijalbo, 1991. (los noventa).

Kriedte Peter, Hans Medick y Jürgen Schlumbohm: *Industrialización antes de la industrialización*. Barcelona, Editorial Crítica, 1986.

Lautier, Bruno, *L'économie informelle dans le tiers monde*. Paris, Editions la découverte. 1994. (Repères 155)

Lewis, Oscar. *Los hijos de Sánchez, Autobiografía de una familia mexicana*. México, Joaquín Mortiz. Séptima edición. 1967.

Lustig, Nora. *México. Hacia la reconstrucción de una economía*. México, El Colegio de México / Fondo de Cultura Económica. Segunda edición en español, 2002.

Marx Karl, *El Capital. Crítica de la economía política*. Vol.I, México, Fondo de Cultura Económica, 1972.

May, Christopher. *A global political economy of intellectual property rights. The new enclosures?* Routledge, London. 2000.

Mosk, Sanford Alexander, *Industrial revolution in Mexico*. Berkeley, California, University of California, 1950.

Negrete Salas, María Eugenia. *El centro de México. Evolución, límites y oportunidades para el desarrollo regional*. México, El Colegio de México. 2008.

Reyes, Guadalupe y Ana María Rosas. *Los usos de la identidad barrial. Una mirada antropológica a la lucha por la vivienda. Tepito 1970-1984*. México, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapala. 1993.

Riding, Alan, *Vecinos Distantes. Un retrato de los mexicanos*, México, Ed. Joaquín Mortíz-Planeta, 1985.

Rogozhinsky Schtulman, Jacques, *La privatización en México: razones e impactos*, México, Trillas, 1997.

Rosales Ayala, Héctor Silvano. *Tepito ¿Barrio vivo?* Cuernavaca, UNAM: Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias. 1991.

Rosenzweig, Fernando, "La industria", en Daniel Cosío Villegas (coord.), *Historia Moderna de México. El Porfiriato. La vida Económica*, México, Editorial Hermes, 1974

Sánchez Ugarte, Fernando, Manuel Fernández Pérez y Eduardo Pérez Motta, *La política industrial ante la apertura*, México, Fondo de Cultura Económica 1994.

Santos, Milton, *La naturaleza del espacio. Técnica y tiempo, razón y emoción*, Barcelona, Alianza Editorial, 2000.

Secretaría de Educación Pública. *Formación Ciudadana, hacia una Cultura de la Legalidad. Guía para el docente*. México, CONALITEG. 2004.

Urquidi, Víctor L., *Otro siglo perdido: las políticas de desarrollo en América Latina, 1930-2005*, 1a ed. México, D.F., Fondo de Cultura Económica, 2005.

Villarreal, René, *Industrialización, competitividad y desequilibrio externo en México. Un enfoque macroindustrial y financiero (1929-2010)*. México. FCE. 2005.

Warman, Arturo, *Los campesinos, hijos predilectos del régimen*, México, Editorial Nuestro Tiempo, 1972.

Warman, Arturo. *La historia de un bastardo: maíz y capitalismo*. Mexico, FCE, 1988.

Watterson, Bill, *The days are just packed*. Kansas City, Andrews and McMeel. 1993.

Watterson, Bill, *There's treasure everywhere*. Kansas City, Andrews and McMeel. 1996.

Weber, Max. *Economía y sociedad, esbozo de la sociología comprensiva*. Trad. José Medina, Juan Roura Parella, Eugenio Ímaz, Eduardo García Máynez y José Ferrater Mora. México, Fondo de Cultura Económica, séptima reimpresión 1984.

Tesis

Aguilar, Arturo *et. al.*, *Plan de mejoramiento para el barrio de Tepito*, México, Tesis de Licenciatura en Arquitectura, Escuela Nacional de Arquitectura- Taller 5, UNAM, 1982.

Cameo, León. *El concepto de movimientos sociales urbanos. Tepito como estudio de caso*. Tesis de licenciatura en Ciencias Políticas, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. 1984.

Gómez Aguiar, José Carlos. *Dirty CDs. Piracy, globalization and the emergence of new illegalities in the San Juan de Dios market, Mexico*. Tesis para obtener el grado de doctor por la Universidad de Ámsterdam.

Gordon, Gary Isaac. "peddlers, peso and power: the political economy of street vending in Mexico City". PhD dissertation, University of Chicago. 1997.

Grisales Ramírez, Natalia Rocío. *Barrio y barrialidad en la Ciudad de México: el caso de Tepito*. Tesis de Maestría en Antropología, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 2003.

Hernández Águila, Elena de la Paz "Las adornadoras en Guadalajara: condiciones de trabajo y salud", Guadalajara, Jalisco, México, Ed. E. de la P. Hernández Águila. Tesis de Licenciado en Sociología, Universidad de Guadalajara, Facultad de Filosofía y Letras, 1983

Rocha Osorio, Víctor Hugo. *La evolución social del barrio de Tepito como importante centro de comercio informal en la ciudad de México*. Tesis de Licenciatura en Historia, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM. 2004.

Entrevistas:

Ajenas:

Entrevista realizada por Pascal Labazée Investigador del Insitut de Recherche pour le Développement, de Francia, al Licenciado Roberto Castañeda. Presidente de la Alianza Contra la Piratería A.C durante el periodo 2004-2006, realizada el 3 de junio de 2005.

Propias:

Entrevista con el Sr. Rodrigo Rangel, Presidente de la Unión Leona Vicario, unión de comerciantes y vecinos del Centro Histórico, zona oriente. 24 de marzo de 2006.

Entrevista con Armando Sánchez, consejero de líderes de comerciantes en el centro histórico. 15 de febrero de 2008.

En entrevista con el Sr. Antonio Anaya, cronista del barrio de Tepito y líder de comerciantes ambulantes de Tepito, 27 de febrero de 2008.

Entrevista con los Srs. Antonio Anaya, Jaime Orvel, Leonardo Soberanes, líderes de comerciantes ambulantes de Tepito, 27 Febrero 2008.

Entrevista con el Sr. Miguel Carranza, líder de vendedores y administrador de las plazas San Antonio Abad I y II. 28 de Febrero de 2008. Plaza San Antonio Abad I.

Entrevista con el Sr. Alfonso Hernández, cronista del barrio de Tepito, hojalatero social y director del CETEPI, 20 de Marzo 2009. En el CETEPI.

Entrevista con los Srs. Jaime Orvel y Juan, líder de la Unión de Comerciantes y vendedor de tacos perteneciente a esta organización, respectivamente. 28 de marzo 2008.

Entrevista con el Sr. Leonardo Iglesias Mata, líder de la confederación de organizaciones de la zona económica de Tepito y el Distrito Federal, 29 de marzo de 2008. Centro deportivo Luis Villanueva "Kid Azteca".

Entrevista con el Sr. Nino Matacan, líder de comerciantes del centro histórico de la ciudad de México. 15 Abril 2008.

En entrevista con la Sra. Ana Claudia Fernández, líder de los comerciantes ambulantes de la calle San Cosme. 24 de abril de 2008.

Entrevista con el Sr. Raúl Esquivel, líder de comerciantes del Eje central Lázaro Cárdenas. 7 de Mayo 2008.

Entrevista con la Sra. María del Mar Pardo vendedora de *software* en el Eje central Lázaro Cárdenas. 14 de Mayo 2008

Entrevista con el Sr. Esteban Prieto vendedor de *software* en el Eje central Lázaro Cárdenas. 24 de Mayo 2008

Entrevista con el Sr. Íñigo Sosa, vendedor en la plaza de la computación, 27 de mayo 2008. Plaza de la computación.

Entrevista con el Sr. Alfonso Hernández, cronista del barrio de Tepito, hojalatero social y director del Centro de Estudios Tepiteños (CETEPI), 5 de Agosto 2008. En el CETEPI.

Entrevista con el Sr. Jorge Monterrubio Kuri, administrador del “Tepicentro”, 14 de noviembre de 2008.

Entrevista con la señora Jimena Melchor Yáñez, comadre y delegada de la señora Guillermina Rico. 12 de diciembre de 2008.

En entrevista con el Sr. Martin Aurelio Prado, Secretario del Mercado Mesones de la ciudad de México, hermano del líder Rafael Prado, líder de este mercado. 9 de marzo de 2009.

Entrevista con el Sr. Leonardo Soberanes, líder de comerciantes de Tepito, 25 de marzo 2009.

Entrevista con el Sr. Jaime Orvel, líder de comerciantes de Tepito, realizada el 25 de marzo de 2009.

Entrevista con la Sra. Marina González Rosales, líder del Frente Metropolitano de Organizaciones Populares para los Trabajadores en la Vía Pública. 26 de Marzo de 2009.

Entrevista con la Dra. Miang Tsu, originaria de Beijing, quien después de intentar ejercer la medicina en México, decidió, con mucho éxito, convertirse en importadora de productos chinos, principalmente bolsas, bisutería y papel. La señora abrió seis tiendas de distribución de productos chinos en los últimos 7 años bajo la denominación de *Grupo Cheng Gheng Internacional, S.A., de C.V.* 26 de Marzo de 2009.

Fuentes en Internet:

www.barridotepito.com.mx fotografías del antiguo Tepito

<http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/9.pdf>. Artículos 424 Bis a 428 del CÓDIGO PENAL FEDERAL, Nuevo Código Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de agosto de 1931. Consultado el 27 de mayo de 2009.

<http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/50.pdf>. LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de junio de 1991. Consultado el 27 de mayo de 2009.

<http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/101.pdf>. Artículo 2º, fracción 1ª de la LEY FEDERAL CONTRA LA DELINCUENCIA ORGANIZADA. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 7 de noviembre de 1996. Consultado el 27 de mayo de 2009.

<http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/122.pdf>. Artículo 232 de la LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación

el 24 de diciembre de 1996. Consultado el 27 de mayo de 2009.

www.diputados.gob.mx Ley de la Propiedad Industrial. Consultado el 27 de mayo de 2009.

www.imagenesaereasdemexico.com fotografía de Tepito desde el aire.

<http://www.jstor.org/stable/2780199>. Granovetter, Mark. "Economic action and social structure: the problem of embeddedness". *The American Journal of Sociology*, Vol. 91, No. 3 (Nov., 1985), pp. 481-510. Consultado el 28/08/2008.

www.levistrauss.com/Citizenship

<http://www.metro.df.gob.mx> logotipo de la estación de metro Tepito. Consultado el 24 de septiembre de 2009.

<http://www.pemex.com>

<http://pirateria.pgr.gob.mx> Estadísticas de la Procuraduría General de la República (PGR), Subprocuraduría de Investigación Especializada en Delitos Federales. Unidad Especializada en Investigación de Delitos Contra los Derechos de Autor y la Propiedad Industrial - Unidad Especializada en Investigación de Delitos Fiscales y Financieros – Delegaciones. Acciones investigativas y persecutorias de los delitos contra los derechos de autor y la propiedad industrial. Al 28 de julio de 2008. Consultado el 13 de mayo de 2009

<http://pirateria.pgr.gob.mx/Docs/Acuerdo%20Nacional%20VS.%20Pirater%C3%ADa.pdf> Comité Interinstitucional para la Atención y Protección de los Derechos de Autor y de Propiedad Industrial. "Acuerdo nacional contra la piratería". Consultado el 27 de mayo de 2009.

www.pgr.gob.mx. Subprocuraduría de Investigación Especializada en Delitos Federales. Unidad especializada en Investigación de Delitos Fiscales y Financieros. Acciones investigativas y persecutorias de los delitos contra el contrabando. Al 28 de julio de 2008. Consultado el 13 de mayo de 2009

Fuentes Hemerográficas:

Revista *Economíaunam*:

Sacristán Roy, Emilio, "Las privatizaciones en México" en *Economíaunam* Numero 9, UNAM, Septiembre-Diciembre, 2006.

Revista Foro Internacional:

Ross Schneider, Ben, “La política de privatización en Brasil y México: variaciones sobre un tema estatista”, en *Foro Internacional*, vol. XXXI, julio-septiembre, 1990, núm. 1 (121)

Revista “Trace”:

Couffignal, Georges. “misterioso Tepito” en Trace, no.11. México, Mayo 1987.

Tomas, Francois. “tepiteños” en Trace. no 17. México Junio 1990.

Revista “Proceso”:

“El metro en manos de la mafia comercial” Proceso. Semanario de información y Análisis. No. 1271. 11 de marzo 2001.

“El cártel de Tepito. Orígenes, prácticas, protección...” Proceso. Semanario de información y Análisis. No.1274. 1º de abril 2001.

“Los ilimitados caminos de la fayuca.” Proceso. Versión CD-ROM. No. 118. 5 de Febrero de 1979.

“Aduanas: purga peligrosa.” Proceso. Semanario de información y Análisis. No.1513, 30 de Octubre 2005.

“Al descubierto, la trama del contrabando.” Proceso. Semanario de información y Análisis. No.1518, 4 de Diciembre 2005

“Ilegalidad oficial en Aduanas.” Proceso. Semanario de información y Análisis. No.1434, 25 de Abril 2004

“Los comerciantes se aprovechan de la ilegalidad” Proceso. Semanario de información y Análisis. No.1274. 1 de abril de 2001. Por Raúl Monge.

“Primero detenciones, luego acusaciones. Según informes oficiales, son policías los protectores de los fayuqueros de Tepito” Proceso. Semanario de información y Análisis. No.734, 26 de Noviembre de 1990. Por Raúl Monge y Homero Campa.

“La riqueza generada por la fayuca empieza a gestar violencia antilideril” Proceso. Semanario de Información y Análisis. No.917, 1993. Por Miguel Cabildo.

“Tepito, contrabando y corrupción” Proceso. Semanario de información y Análisis. No.1215, 2 de Enero de 1995. Por Enrique Maza.

“El cártel de Tepito: origen, prácticas, protección...” Proceso. Semanario de Información y Análisis. México, No.1274, 1 de abril de 2001.

Periódicos

La Jornada:

“Calculan entre 53 y 67% la *piratería* de *software* en México.” 03 de septiembre de 1997. P.26

“Protección legal del *software*, preocupación de productoras.” 04 de septiembre de 1997. P.28

“Denuncian presunta agresión de la lideresa Alejandra Barrios” 06 de septiembre de 1997. P.54

“Edición impresa” de Reforma.com www.reforma.com versión electrónica de “Reforma. Corazón de México”:

“Afianzan 'piratas' modelo de negocio” Por Dayna Meré, 08-Jun-2009 [Negocios](#).

“‘Lalito’, una vida violenta”, por REFORMA / Staff, 20-Abr-2009 [Justicia](#).

“Disfrutan y tiran el agua” Por Iván Sosa y Alberto Acosta, 12-Abr-2009 [Ciudad y Metrópoli](#).

“lleva PGR a piratas por ‘camino del bien’” Por Benito Jiménez, 17-Mar-09 [Negocios](#).

“Termina en trifulca operativo antipiratas” Por Antonio Nieto, 1-Mar-09 [Ciudad y Metrópoli](#).

“Apunta crimen a Tepito” Por Arturo Sierra 10-Dic-08. [Justicia](#).

“Decomisan 10 toneladas de piratería en Tepito” Por Ricardo Moya, 28-Nov-08. [Justicia](#).

“Un Vistazo” Por Diana Martínez, Ricardo Moya y Daniel Pérez, 16-Nov-08. [Justicia](#).

“Conexión Tepito” por REFORMA / Staff, 25-Oct-08. [Nacional](#).

“Capturan en EU a 'rey' de piratería en Tepito” por REFORMA / Staff, 17-Oct-08. [Nacional](#).

“Revelan extorsiones del grupo 'La Familia’” por REFORMA/ Staff, 27-Sep-08. [Nacional](#).

“Plagian a vendedor de piratería” por Antonio Baranda y Arturo Sierra, 10-Sep-08. [Justicia](#).

“Crean en 3D nuevos humanos” por Jesús Díaz, 23-Jul-08. [Gente](#).

“De criminales a víctimas de piratas” por Jonathan Garavito y Liliana Lejarazu, 17-Jul-08. [Gente](#).

“Tiene jefe ejecutado pasado cuestionado” por REFORMA / Staff, 27-Jun-08. [Nacional](#).

“Tepito nunca duerme” por Arturo Sierra, 08-Jun-08. [Justicia](#).

“Revela Tepito sus orígenes prehispánicos” por Gerardo Olvera y Yanireth Israde, 24-May-08. [Cultura](#).

“Un Vistazo” por Ricardo Rivera y Henia Prado, 18-May-08. [Justicia](#).

“Incautan mil toneladas de mercancía pirata” por Juan Corona, 05-May-08. [Justicia](#).

“Marchan, bloquean... ¡y son granaderos!” por Gerardo Olvera y Ricardo Rivera, 01-May-08. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Tiene contrabando guarida en estados”, por Juan Corona, 26-Abr-08. [Justicia](#).

“Arde el Barrio Bravo”, por Rafael González, Gerardo Olvera y Rolando Herrera, 23-Abr-08. [Justicia](#).

“Dan golpe a piratas en Puebla”, por Francisco Rivas, 04-Abr-08. [Estados](#).

“Quedan en la calle fumadores del DF”, por Sergio Fimbres, Jorge Pérez y Ernesto Osorio, 04-Abr-08. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Controlan narcos piratería en Michoacán”, por Rolando Herrera y Mario López, [dice PGR](#) 02-Abr-08.

Nacional.

- “Afecta la falsificación al comercio con EU”, por Mario López, 31-Mar-08. [Negocios](#).
- “Incautan piratería en el mismo predio de Tepito”, por Rafael González, 26-Mar-08. [Justicia](#).
- “Piratean' a Colbert”, por Ernesto Osorio, 07-Mar-08. [Cultura](#).
- “Traen 'color' de Tepito”, por Dora Luz Haw y Erika P. Bucio, 27-Feb-08. [Cultura](#).
- “Operan narcos tras expropiación”, por Juan Corona, 12-Feb-08. [Justicia](#).
- “Critica delegado plan en predios expropiados”, por Ricardo Rivera, 11-Feb-08. [Justicia](#).
- “Minimizan autoridades el problema”, por Francisco Rivas, 10-Feb-08. [Estados](#).
- “Puebla... ¡de piratas!” , por Francisco Rivas, 10-Feb-08. [Primera](#).
- “Migran piratas a Puebla”, por Francisco Rivas, 10-Feb-08. [Estados](#).
- “TEMPLO MAYOR”, por F. Bartolomé, 01-Feb-08. [Primera](#).
- “Van tras predios al Norte del DF”, por Ricardo Rivera, 27-Ene-08. [Justicia](#).
- “Decomisan piratería”, nota, 21-Ene-08. [Justicia](#).
- “Un Vistazo”, por Gerardo Olvera y Henia Prado, 20-Ene-08. [Justicia](#).
- “Critican plan en Perímetro 'B'”, por Rafael Cabrera, 07-Ene-08. [Ciudad y Metrópoli](#).
- “Cantan' lo que el público quiere”, por Mario López y Lilia Chacón, 28-Dic-07. [Negocios](#).
- “Aumenta 90% la piratería”, por Mario López 14-Dic-07. [Negocios](#).
- “Rebasa Puebla al DF en producción 'pirata'”, por Abel Barajas 28-Nov-07. [Nacional](#).
- “Hace PGR 'selectivo' combate antipiratería”, por Abel Barajas 27-Nov-07. [Nacional](#).
- “Exigen a Aduanas labor de inteligencia”, por Jorge Escalante 26-Nov-07. [Nacional](#).
- “Cercan la zona Centro policías de excelencia”, por Juan Corona 22-Nov-07. [Justicia](#).
- “Pegan en Meave y Tepito”, por Rafael González, 09-Nov-07. [Justicia](#).
- “Piden donar a Tabasco mercancía decomisada”, por Arturo Sierra, 09-Nov-07. [Justicia](#).
- “Crece medicina pirata”, por Sara Cantera, 07-Nov-07. [Negocios](#).
- “Concentra el DF software pirata”, por Henia Prado, 22-Oct-07. [Justicia](#).
- “Mudan 'piratas' guaridas a Neza”, por Juan Corona, 18-Oct-07. [Justicia](#).
- “Incautan piratería en Tepito”, por Rafael González y Ricardo Rivera, 31-Ago-07. [Justicia](#).
- “Expropian y reservan los detalles”, por Manuel Durán, 20-Jul-07. [Ciudad y Metrópoli](#).
- “Acotan al ambulante”, por Ariadna Bermeo, Manuel Durán y Ernesto Osorio, 30-Jun-07. [Ciudad y Metrópoli](#).
- “Aplaude IP expropiaciones”, por Ernesto Osorio, 30-Jun-07. [Ciudad y Metrópoli](#).
- “Piden zapateros parar a líderes de la piratería”, por REFORMA / Staff, 25-Jun-07. [Nacional](#).
- “Controlan en Tepito piratería de calzado”, por Abel Barajas, 24-Jun-07. [Nacional](#).
- “Deja piratería hasta mal olor”, por Benito Jiménez, 24-Jun-07. [Primera](#).
- “Sobrevive informalidad”, por Ernesto Osorio, 16-Jun-07. [Ciudad y Metrópoli](#).
- “Piratean chinos en su propio país”, por Mario López, 07-Jun-07. [Negocios](#).
- “Enojan' a Tepito obras de rescate”, por Jorge Pérez, 15-May-07. [Ciudad y Metrópoli](#).
- “Un Vistazo”, por Henia Prado, Antonio Baranda y Arturo Sierra, 04-May-07. [Justicia](#).

“Destruyen en el DF 20 laboratorios pirata”, por Antonio Baranda, 29-Abr-07. [Justicia](#).

“Resiste piratería 371 operativos”, por Alejandro Baltazar, 28-Abr-07. [Justicia](#).

“Convive panista con ambulantes”, por Ernesto Osorio, 27-Abr-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Son reincidentes seis tepiteños capturados”, por Antonio Baranda, 14-Abr-07. [Justicia](#).

“Piden reforzar combate”, por Mario López, 04-Abr-07. [Negocios](#).

“Acepta Martí participar en Tepito”, por Alejandro Asencio, 19-Mar-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Plantea Coparmex facilitar la formalidad”, por Hugo Corzo, 16-Mar-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Abren invitación para regularizar”, por Manuel Durán, 15-Mar-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Encuesta / Aprueba mitad a Ebrard”, por Rodrigo León, 13-Mar-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Arranca metas de gobierno”, por Ariadna Bermeo, 12-Mar-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Ubican en Iztapalapa a narcos de Tepito”, por Juan Corona, 12-Mar-07. [Justicia](#).

“Incautan imprenta a piratas”, por REFORMA/Staff, 08-Mar-07. [Justicia](#).

“Acepta Ebrard plan contra la inseguridad”, por Manuel Durán, 07-Mar-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Descubren a banda de malos judiciales”, por Arturo Sierra, 06-Mar-07. [Justicia](#).

“Cartas del Lector / Futuro Presidente”, por Eustaquio Cortina, 04-Mar-07. [Nacional](#).

“¡Oríllese a la Grilla!”, por Marco Antonio Flota, 03-Mar-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Alista Ebrard iniciativa para confiscar bienes”, por Manuel Durán, 02-Mar-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Inundan a Tepito estudios de piratería”, por Juan Corona, 02-Mar-07. [Justicia](#).

“Aprehenden a 8, tras operativo en Tepito”, por Rafael González, 02-Mar-07. [Nacional](#).

“Niegan la autoría de DVD”, por Ernesto Osorio, 01-Mar-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Esperan terminar demolición en un mes”, por Hugo Corzo, 25-Feb-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Felipe Díaz Garza / La matanza de San Valentín”, por Felipe Díaz Garza, 24-Feb-07. [Primera](#).

“Concentran droga en 4 'narcocalles’”, por REFORMA / Staff, 22-Feb-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Plaza Pública / Tepito: expropiación y desalojo”, por Miguel Ángel Granados Chapa, 22-Feb-07. [Primera](#).

“Marcapasos”, 21-Feb-07. [Negocios](#).

“Ofrece Gobierno departamentos”, por Manuel Durán, 21-Feb-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Mirón de Palo / Cabeza y gónadas”, por Pedro Lara y Malo, 21-Feb-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Respalda IP expropiaciones”, por Mario López, 21-Feb-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Descarta GDF desalojo de predio expropiado”, por Ariadna Bermeo e Ilich Valdez, 19-Feb-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Controlan Tepito 20 narcolíderes”, por Reforma / Staff, 18-Feb-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Apunta el Gobierno ahora hacia Iztapalapa”, por Manuel Durán, 18-Feb-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Catean 44 casas de narcovecindad”, por Rafael Cabrera y Gerardo Olvera, 17-Feb-07. [Primera](#).

“Cierran otra vez Eje 1 Norte”, por Hugo Corzo, 17-Feb-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Copan calle Carranza el narco y la piratería”, por REFORMA / Staff, 16-Feb-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Analizaban a Tepito desde 2003”, por Manuel Durán, 16-Feb-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Controla Policía 'ojo del huracán’”, por Hugo Corzo, 16-Feb-07. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Van por los bienes de narcos y socios”, por Benito Jiménez, 16-Feb-07. [Primera](#).

“...Y el GDF está en la misma línea”, por Ariadna Bermeo, 16-Feb-07. **Primera.**

“Expropiación narcovecindad”, por Ariadna Bermeo, 15-Feb-07. **Primera.**

“Marca crimen a la zona”, por Manuel Durán, 15-Feb-07. **Ciudad y Metrópoli.**

“Acusa María Rosete traición de Ebrard”, por Ernesto Osorio, 15-Feb-07. **Ciudad y Metrópoli.**

“Exigen ordenar el Centro”, por Ernesto Osorio, 01-Feb-07. **Ciudad y Metrópoli.**

“Encuesta / Sanción, pero para otros (III)”, por Hugo Corzo, 31-Ene-07. **Ciudad y Metrópoli.**

“Tienen hospitales medicinas ilegales”, por Mario López, 29-Ene-07. **Negocios.**

“Urgen para Tepito plan contra piratería”, por Mario López, 13-Ene-07. **Ciudad y Metrópoli.**

“Defiende ventas ambulante”, por Daniela Rea, 06-Ene-07. **Nacional.**

“Dominan 'piratas' mercado en 5 plazas”, por Mario López, 02-Ene-07. **Negocios.**

“Pelea Rocky en las calles de Tepito”, por Mario López, 29-Dic-06. **Negocios.**

“Pegan la PGR y SSP a piratas”, por Rafael Cabrera, 28-Dic-06. **Ciudad y Metrópoli.**

“Venden en Tepito 'masters piratas’”, por Ilich Valdez, 26-Dic-06. **Ciudad y Metrópoli.**

“Critican en Centro propuesta del GDF”, por Ernesto Osorio, 20-Dic-06. **Ciudad y Metrópoli.**

“Lidera el DF la piratería”, por Mario López, 05-Dic-06. **Negocios.**

“Reina la piratería en 80 mercados”, por Mario López, 05-Dic-06. **Negocios.**

“Llevan decadencia a Drama / Mex”, por Jonathan Garavito, 31-Oct-06. **Gente.**

“Afina IMPI cuerpo de inteligencia”, por Mario López, 12-Sep-06. **Negocios.**

“Contraatacan a la piratería”, por Mario López, 24-Jul-06. **Negocios.**

“Tapan' a narcos ambulantes del Barrio Bravo”, por Luis Brito, 16-Jul-06. **Justicia.**

“Dará más diversión a la familia”, por Renata González, 12-Jul-06. **Gente.**

“Un Vistazo”, por Rafael González y Rafael Cabrera, 22-Jun-06. **Justicia.**

“Ubican la zona más peligrosa del Barrio Bravo”, por Arturo Sierra, 30-May-06. **Justicia.**

“Se surten narcos en Tepito”, por Arturo Sierra, 21-May-06. **Justicia.**

“Prometen orden en el barrio bravo”, por Yáscara López, 16-May-06. **Ciudad y Metrópoli.**

“Localizan venta de tenis piratas”, por Mario López, 12-May-06. **Negocios.**

“Acepta la gente comprar lo ilegal”, por Mario López, 12-May-06. **Negocios.**

“Moviliza explosión al Barrio de Tepito”, por Rafael Cabrera, 19-Abr-06. **Justicia.**

“Desde el Teclado / Reacciones sin barreras...”, por Javier Matuk, 03-Abr-06. **Interfase.**

“¿Y quién es Sodi?, preguntan tepiteños”, por Alejandra Bordon, 05-Mar-06. **Ciudad y Metrópoli.**

“Dejan crecer a la piratería”, por Mario López, 15-Feb-06. **Negocios.**

“Descubren a hombre ejecutado”, nota, 03-Feb-06. **Justicia.**

“Venden piratería pese a operativos”, por Arturo Páramo, 28-Ene-06. **Ciudad y Metrópoli.**

“Llega piratería con el MP4”, por Mario López, 31-Dic-05. **Negocios.**

“Prolifera invasión y no pasa nada”, por Arturo Páramo, 29-Dic-05. **Ciudad y Metrópoli.**

“Deciden los revisteros ocultar material XXX”, por Arturo Páramo, 24-Dic-05. **Ciudad y Metrópoli.**

“Fastidia a policías brindar apoyo a AFI”, por Rafael Cabrera, 16-Dic-05. **Justicia.**

“Piden vigilar más a 'piratas’”, por Mario López, 16-Dic-05. **Negocios.**

“Chocan sobre piratería”, por Mario López, 28-Nov-05. [Negocios](#).

“Traen piratería muy sofisticada”, por Mario López, 21-Nov-05. [Negocios](#).

“Balean a joven al comer tacos”, por Rafael Cabrera, 13-Nov-05. [Justicia](#).

“Arrancan temporadas en DVD”, por César Huerta, 02-Nov-05. [Gente](#).

“Ernesto Diezmartínez / ¿Homenaje o piratería?”, por Ernesto Diezmartínez, 28-Oct-05. [Primera Fila](#).

“Rafael Aviña / La impunidad como religión”, por Rafael Aviña, 28-Oct-05. [Primera Fila](#).

“Mientras nos compren no hay quien nos pare”, por Benito Jiménez, 10-Oct-05. [Nacional](#).

“Combaten invidentes piratería en transporte”, por Jonathan Garavito, 07-Oct-05. [Nacional](#).

“Aumenta piratería en las películas”, por Mario López, 05-Oct-05. [Negocios](#).

“Irma Martínez / Piratería”, por Irma Martínez, 03-Oct-05. [Primera](#).

“Venden 'sin problemas' la fayuca en Morelos”, por Érika Hernández, 19-Sep-05. [Nacional](#).

“Me va mejor con lo chino”, por Benito Jiménez, 18-Sep-05. [Nacional](#).

“Cazan' piratería”, nota, 09-Sep-05. [Justicia](#).

“Distrito Federal: Burlan acciones contra la piratería”, por Benito Jiménez, 06-Sep-05. [Nacional](#).

“Cartas a Reforma / Alternativas viales”, por Roberto Remes Tello de Meneses, 30-Ago-05. [Nacional](#).

“Abordan' piratas música religiosa”, por Humberto Padgett, 14-Ago-05. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Asegura la AFI piratería en DF”, por Luis Brito y Rafael Cabrera, 10-Ago-05. [Nacional](#).

“Hacen tianguis de discos ilegales”, por Arturo Páramo, 06-Ago-05. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Tiempo de Negocios / Hoy otra vez en el Trabajo representantes de Sicartsa y del sindicato de los mineros”, por Darío Celis Estrada, 05-Ago-05. [Negocios](#).

“Pierden dls. 50 millones videojuegos por piratería”, por Víctor González, 24-Jul-05. [Nacional](#).

“Ofrece Tepito toda una ganga”, por Víctor González, 24-Jul-05. [Nacional](#).

“Venden loros piratas”, por Jesús Padilla, 09-Jul-05. [Primera](#).

“Piratean' Don de Dios”, por César Huerta, 08-Jul-05. [Gente](#).

“...Y también a superhéroes”, por César Huerta, 08-Jul-05. [Gente](#).

“Encabeza México piratería en cines”, por César Huerta, 01-Jul-05. [Nacional](#).

“Crimen e Inseguridad: Procuradores sin ley”, por Mario Gutiérrez, 19-Jun-05. [Enfoque](#).

“Escrutinio / ¡¿Y ora qué hacemos?!”, por Sergio Lujambio, 17-Jun-05. [Estado](#).

“Nombres, Nombres y... Nombres / La campaña de Fox con IP, el desencanto y denuncia EU avanza en inseguridad para patentes”, por Alberto Aguilar, 14-Jun-05. [Negocios](#).

“Erige armenio en 2 años imperio del CD pirata”, por Abel Barajas, 13-Jun-05. [Nacional](#).

“Detectan custodia de Policía capitalina”, por Abel Barajas, 13-Jun-05. [Nacional](#).

“Atacan' piratas Episodio III”, por Mario López y Lilia Chacón, 21-May-05. [Negocios](#).

“Provee el extranjero piratería informática”, por Mario López, 20-May-05. [Negocios](#).

“La piratería contraataca”, por César Huerta, 15-May-05. [Gente](#).

“Albergan comercio informal”, por Daniel H. Pérez, 02-May-05. [Estado](#).

“Piden más sanción a productos milagro”, por Lucia Irabien, 02-May-05. [Nacional](#).

“Tiene Álvaro Obregón su propio barrio Tepito”, por Antonio Baranda, 11-Abr-05. [Justicia](#).

“Atacan piratas con el tiempo”, por Arturo Páramo, 11-Abr-05. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Nombres, Nombres y... Nombres / Reebok por mayor participación aquí, apuesta a continuidad y tras más segmentos y alianzas”, por Alberto Aguilar, 05-Abr-05. [Negocios](#).

“Desafuero y Polarización Social: Conmigo o sin mí”, por Arturo Páramo, 27-Mar-05. [Enfoque](#).

“Exige 'rentas' líder de Tepito”, por Jesús Padilla, 22-Mar-05. [Justicia](#).

“Venden protección a narcos y piratas”, por Jesús Padilla, 16-Mar-05. [Primera](#).

“Ubican en Tepito a extorsionadores”, por Jesús Padilla, 16-Mar-05. [Justicia](#).

“Clonan' piratas zapatos”, por Arturo Páramo, 14-Mar-05. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Sube piratería de películas”, por Mario López, 10-Mar-05. [Negocios](#).

“Invaden los piratas mercado de cosméticos”, por Anayansin Inzunza, 07-Mar-05. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Apuntan baterías a Maras y narcos”, por Abel Barajas y David Díaz, 05-Mar-05. [Justicia](#).

“Venden alcohol pirata”, por Anayansin Inzunza, 27-Feb-05. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Opera piratería con impunidad”, por Mario López, 17-Feb-05. [Negocios](#).

“Presumen piratas 'calidad' en copias”, por Humberto Padgett, 16-Feb-05. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Tiene el DF récord en mercancía pirata”, por Humberto Padgett, 15-Feb-05. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Abastece Tepito a piratas”, por Humberto Padgett, 15-Feb-05. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Convierten a Tepito en cueva de piratas”, por Humberto Padgett, 14-Feb-05. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Hacen piratas capital en DF”, por Humberto Padgett, 13-Feb-05. [Primera](#).

“Golpea la piratería a industria erótica”, por Mario López, 10-Feb-05. [Negocios](#).

“Experimenta un auge industria de piratería”, por REFORMA / REDACCIÓN, 16-Ene-05. [Primera](#).

“Piden a municipios combatir la piratería”, por REFORMA / Redacción, 16-Ene-05. [Nacional](#).

“Un presente acelerado”, por Erika P. Bucio, 01-Ene-05. [Cultura](#).

“Buscan en Centro ofertas navideñas”, por Arturo Páramo, 19-Dic-04. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Encuentra en vodka ruta a la piratería”, por Abel Barajas, 03-Dic-04. [Primera](#).

“Incautan millones de discos ilegales”, por Abel Barajas, 02-Dic-04. [Primera](#).

“Incautan piratería”, nota, 27-Nov-04. [Justicia](#).

“Rescatan' curiosos discos y DVD pirata”, por Inti Vargas, 25-Nov-04. [Estado](#).

“Gana la Jesús Carranza en generación de presos”, por Jesús Padilla, 17-Nov-04. [Justicia](#).

“Vende más en tiendas”, por Jonathan Garavito y Omar Cabrera, 09-Nov-04. [Gente](#).

“Combaten piratería con la venta directa”, por Mario López, 01-Nov-04. [Negocios](#).

“Rebasa piratería al total de obras”, por Verónica Gascón, 25-Oct-04. [Negocios](#).

“Corren mexicanos con tenis ilegales”, por Karla Ramírez, 09-Ago-04. [Negocios](#).

“Surcan piratas mar de la cultura”, por Edgar Alejandro Hernández, 07-Ago-04. [Cultura](#).

“Atrapan' piratas en su red a Hombre Araña”, por Humberto Padgett, 04-Jul-04. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Provoca a PGR comercio pirata”, por Abel Barajas y Manuel Durán, 01-Jul-04. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Piden reaprehender a 'capos' de piratería”, por Abel Barajas, 20-Jun-04. [Nacional](#).

“Tiempo de Negocios / Se cumple el plazo para la Comisión Intersecretarial de Turismo para responder al CNET”, por Darío Celis Estrada, 17-Jun-04. [Negocios](#).

“Sacuden al DF delitos federales”, por Ricardo Zamora, 09-Jun-04. [Justicia](#).

“Montan con \$9 mil 'minilab' de piratería”, por Arturo Sierra, 07-Jun-04. [Justicia](#).

“Espectro / El cine agonizante”, por Javier Tejado Dondé, 25-May-04. [Negocios](#).

“Retienen piratería en aeropuerto del DF”, por David Vicenteño, 21-May-04. [Nacional](#).

“Inician retiro de piratería en el Centro”, por Arturo Páramo, 24-Abr-04. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Espera reconocimiento 'pirata'”, por César Huerta, 23-Abr-04. [Gente](#).

“Bailan' piratas con Diego”, por César Huerta, 06-Abr-04. [Gente](#).

“Decomisan en Tepito ropa pirata”, por Jesús Padilla, 04-Abr-04. [Justicia](#).

“Compra en Hong Kong para vender en Tepito”, por Esther Garcilita, 31-Mar-04. [Negocios](#).

“Se venden con éxito”, por César Huerta, 14-Mar-04. [Gente](#).

“Rayan' discos en el submundo”, por Rodrigo F. Cervantes, 12-Mar-04. [Primera Fila](#).

“Domingrillo”, por Marco Antonio Flota, 07-Mar-04. [Primera](#).

“Cartas a Gente!”, por Vicente García Cors, 07-Mar-04. [Gente](#).

“Sugieren lanzar 'Pasión' antes”, por César Huerta, 05-Mar-04. [Gente](#).

“Piratean a Mel con Pasión”, por Hugo Lazcano, 03-Mar-04. [Gente](#).

“Se unen' al mercado ilegal”, por Hugo de la Torre, 01-Mar-04. [Negocios](#).

“Brilla Oscar con los piratas”, por Eduardo Alvarado y Hugo Lazcano, 17-Feb-04. [Gente](#).

“Copian operativo para Iztapalapa”, por Rolando Herrera y Ramón Sevilla, 03-Feb-04. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Indagan narcoliga de Halcón y Oasis”, por Arturo Sierra, 03-Feb-04. [Justicia](#).

“Dejan PGR 2 fiscales: Presumen divergencias con la AFI”, por Abel Barajas, 18-Ene-04. [Nacional](#).

“Decomisan en 4 estados 150 mil productos piratas”, por REFORMA/Redacción, 21-Dic-03. [Nacional](#).

“Complican una captura”, por Ricardo Zamora, 04-Dic-03. [Justicia](#).

“Minimiza PGR narco”, por Jorge A. Pérez, 04-Dic-03. [Justicia](#).

“Decomisan compactos”, por REFORMA/ Redacción, 30-Nov-03. [Justicia](#).

“Detienen a 60 al día por poseer drogas”, por Abel Barajas, 30-Nov-03. [Nacional](#).

“Al estilo Tepito”, nota, 17-Nov-03. [Estados](#).

“Fenómenos Editoriales: Periodo de esperanzas y fracasos”, por Humberto Musacchio, 09-Nov-03. [El Angel](#).

“Dan golpe al narco”, nota, 07-Nov-03. [Justicia](#).

“Golpean decomisos al 'Catrín' de Tepito”, por Rafael González, 31-Oct-03. [Justicia](#).

“Guardan hasta un cocodrilo”, por Rafael González, 31-Oct-03. [Justicia](#).

“Sobreviven en barrio entre adictos y robos”, por Marcela Turati, 21-Oct-03. [Nacional](#).

“Extiende Tepito 'imperio pirata'”, por Abel Barajas, 20-Oct-03. [Primera](#).

“Da PGR a Tepito prioridad nacional”, por Abel Barajas, 20-Oct-03. [Nacional](#).

“El imperio de lo ilegal”, por Jaime Reyes, 12-Oct-03. [El Angel](#).

“Incautan piratería”, nota, 09-Oct-03. [Justicia](#).

“Encuesta / Aumenta piratería en DF”, encuesta, 06-Oct-03. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Gaceta del Ángel / Voy volando II”, por Germán Dehesa, 24-Sep-03. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Puede DVD desechable combatir piratería”, por César Huerta, 14-Sep-03. [Gente](#).

“Modifica droga cara de Tepito”, por Rolando Herrera, 02-Sep-03. [Justicia](#).

“Vivir en el Barrio”, por Arturo Sierra, 02-Sep-03. [Justicia](#).

“Operan bandas con 2 mil: PGR”, por Abel Barajas y Jorge A. Pérez, 30-Ago-03. [Primera](#).

“Buscan eliminar 15 bandas”, por Ricardo Zamora y Jorge A. Pérez, 30-Ago-03. [Justicia](#).

“Llora el barrio con gas”, por Luis Ramón Ocampo, 29-Ago-03. [Justicia](#).

“Deja piratería pérdidas por dls. 563 millones”, por Abel Barajas, 29-Ago-03. [Nacional](#).

“Intercambian nuevos monstruos”, por Rodrigo Álvarez R., 22-Ago-03. [Primera Fila](#).

“Libera juez a capos de piratería de CD's”, por Abel Barajas, 15-Ago-03. [Primera](#).

“Da batalla en Tepito el contrabando chino”, por Luis Alegre, 14-Ago-03. [Nacional](#).

“Ni sufren...”, por César Huerta y Gamaliel Luna, 12-Jul-03. [Gente](#).

“Cuestionan argumentos de piratería”, por José Galindo, 07-Jul-03. [Cultura](#).

“La Cultura Política”, cartelera cultural, 06-Jul-03. [Enfoque](#).

“Sexto Sentido”, por Blanca Ruiz, 06-Jul-03. [El Angel](#).

“Explican el deterioro por mala urbanización”, por Julieta Riveroll, 05-Jul-03. [Cultura](#).

“Ubican centros de piratería”, por Abel Barajas, 09-Jun-03. [Nacional](#).

“Arroja operativo resultado pobre”, por Abel Barajas, 05-Jun-03. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Crean Disco Club en tierra de 'piratas'”, por María Eugenia Sevilla, 17-May-03. [Cultura](#).

“Nulifican denuncias con CAT-03”, por Ricardo Zamora, 15-May-03. [Justicia](#).

“Vive 'guerra' urbana”, por Alberto González, 14-May-03. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Inicia CAT-03 en Tepito”, por Carlos Arteaga, 04-May-03. [Justicia](#).

“Pretende la autoridad recobrar zona Tepito”, por Ricardo Zamora y Luis Ocampo, 04-May-03. [Justicia](#).

“Aumenta PGR presencia en Tepito”, por Abel Barajas y Arturo Sierra, 25-Abr-03. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Plaza Pública / Corte de los milagros”, por Miguel Angel Granados Chapa, 24-Abr-03. [Primera](#).

“Buscan a 'Beto Pelotas'”, por Francisco Rodríguez, 22-Abr-03. [Justicia](#).

“Exigen a PGJDF operativos antipiratería”, por Arturo Sierra y Javier Orozco, 26-Mar-03. [Justicia](#).

“Sorprende noticia del robo”, por César Huerta, 05-Mar-03. [Gente](#).

“Llevan su arte al 'barrio bravo’”, por Omar García, 03-Mar-03. [Cultura](#).

“Detecta bandas de Barrio Bravo”, por Omar Castillo, 19-Feb-03. [Justicia](#).

“Y en Edomex incautan 30 mil CD 'hechizos’”, por Arturo Espinosa, 04-Feb-03. [Estados](#).

“Decomisan en Toluca 30 mil discos piratas”, por Arturo Espinosa, 04-Feb-03. [Estado](#).

“Investigan red para piratería”, por Abel Barajas, 26-Ene-03. [Primera](#).

“Abastece familia a red de piratería”, por Abel Barajas, 26-Ene-03. [Nacional](#).

“Arranca operativo carretero”, por César Díaz, 24-Ene-03. [Estado](#).

“Sonido Apokalitzin: Viven sin prejuicios la música de ayer”, por María Eugenia Sevilla, 07-Ene-03. [Cultura](#).

“Escapate”, por Carl Amery, Adam Parfrey, Rolling Stone, 05-Ene-03. [El Angel](#).

“Incluye PGR a piratería como prioridad del 2003”, por Abel Barajas, 05-Ene-03. [Nacional](#).

“Ataca PGR en Toluca bodegas de piratería”, por Inti Vargas, 16-Dic-02. [Estado](#).

“Carta/ ¿Y los peces gordos?”, por Octavio Aguilar González, 08-Dic-02. [Nacional](#).

“Fijan meta antipiratas”, por Hugo de la Torre, 05-Dic-02. [Primera](#).

“Y en Tepito siguen...”, nota con información de César Huerta, Omar Cabrera, Gamaliel Luna, Nora Marín y Angélica de León, 05-Dic-02. [Gente](#).

“Queman' 5 mil CD's cada día”, por Arturo Páramo, 05-Dic-02. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Dan a piratería rango de crimen organizado”, por Jorge Arturo Hidalgo, 04-Dic-02. [Primera](#).

“Tache y Paloma/ Se lucen con 'Ellas’”, por Lupita Oláiz, 27-Oct-02. [Gente](#).

“Invaden Monterrey fayuca y piratería”, por Meliton García, 20-Oct-02. [Nacional](#).

“Destruirán material discográfico”, por Rodolfo Monroy, 16-Oct-02. [Gente](#).

“Bebidas Alcohólicas: 'Adulteran' el mercado”, por Jorge Velazco, 14-Oct-02. [Negocios](#).

“Invade piratería a estados”, por René Gardner, 11-Ago-02. [Estados](#).

“Es México 'rey' de la piratería”, por REFORMA / Redacción, 11-Ago-02. [Primera](#).

“En la piratería, cero y van... 003”, por Gamaliel Luna, 10-Ago-02. [Gente](#).

“Es un éxito legal y... para piratas”, por Gamaliel Luna, 08-Ago-02. [Gente](#).

“Son rockeros de 'cabeza dura’”, por Gamaliel Luna, 15-Jul-02. [Gente](#).

“Defensa 'pirata’”, nota, 04-Jul-02. [Justicia](#).

“Continúa la BSA con 'cero tolerancia’”, por Jonathan Hernández Sosa, 01-Jul-02. [Interfase](#).

“Enganchados por la piratería”, por César Huerta, 24-Jun-02. [Gente](#).

“Ataca piratería a los 'Clones’”, por César Huerta, 16-Jun-02. [Gente](#).

“Pica' a la piratería”, por César Huerta, 17-May-02. [Gente](#).

“Hayek va en 'decadencia’”, por César Huerta, 12-May-02. [Gente](#).

“Crea escuela para el cine”, por César Huerta, 12-May-02. [Gente](#).

“Destaca México en piratería”, 02-Abr-02. [Gente](#).

“www. Al cine con un 'click’”, por Haydé Murakami, 22-Feb-02. [Primera Fila](#).

“Reporte Policiaco”, por Karla B. Sánchez, César Díaz y Javier Garduño, 26-Ene-02. [Justicia](#).

“Disqueras independientes: A punto de naufragar”, por Alberto Castillo, 13-Ene-02. [Gente](#).

“Suben ventas de CD piratas”, por Abel Barajas, 24-Dic-01. [Primera](#).

“Tiene México tercer lugar en venta de discos piratas”, por Abel Barajas, 24-Dic-01. [Nacional](#).

“Sube a 207 toneladas decomiso de PFP”, por Luis Alegre, 21-Dic-01. [Nacional](#).

“Anuario 2001/ Febrero: Día X Día”, 19-Dic-01. [Suplemento Hardnews](#).

“Ligan ambulantes-delincuencia”, por Arturo Sierra, 10-Dic-01. [Justicia](#).

“Llega la 'magia' a la piratería”, por César Huerta, 08-Dic-01. [Gente](#).

“El otro rostro de Tepito”, por Ricardo Zamora, 29-Oct-01. [Justicia](#).

“Disminuye la piratería de películas”, por Omar Cabrera, 09-Oct-01. [Gente](#).

“Ubica PGJDF 26 cuevas”, por Ricardo Zamora, 04-Oct-01. [Justicia](#).

“Pide combatir la piratería”, por Omar Cabrera, 29-Sep-01. [Gente](#).

“Logra SSP decomisos, reestructuras y operativos”, por David Vicenteño, 30-Ago-01. [Nacional](#).

“Tomb Raider: Heroína de los Piratas”, por César Huerta y Héctor Rosas, 06-Jul-01. [Gente](#).

“Da PFP golpe a fayuqueros”, por Clara Ramírez, 23-Jun-01. [Estados](#).

“Entre Paréntesis / El Cartier de Tacho”, por David Martín del Campo, 01-May-01. **Cultura.**

“Moda, mito y Tepito”, por Lupita Aguilar, 21-Abr-01. **Moda.**

“Al estilo Tepito”, por Lupita Aguilar, 21-Abr-01. **Moda.**

“Reconoce AMLO exceso en Tepito”, por Tatiana Adalid y Manuel Durán, 26-Mar-01. **Ciudad y Metrópoli.**

“Enfrentan en Tepito a judiciales”, por Ricardo Zamora y Francisco Rodríguez, 25-Mar-01. **Primera.**

“La obligación llama (XII)”, por Armando Talamantes, 19-Mar-01. **Negocios.**

“Lanzan piratas CD de 'Unidos por la Paz'”, por Cesar Huerta, 12-Mar-01. **Gente.**

“100 días de Gobierno: Esperanzas e incertidumbre”, por varios , 11-Mar-01. **Enfoque.**

“Solicita Padierna apoyos de la PGR”, por Luz Romano, 21-Feb-01. **Ciudad y Metrópoli.**

“Tienen saldo positivo”, por Omar Cabrera, 03-Ene-01. **Gente.**

“Un negocio ilegal: El 'boom' de la piratería”, por Aníbal Santiago y Luz Romano, 27-Dic-00. **Ciudad y Metrópoli.**

“Reclaman apoyo a comerciantes”, por Arturo Páramo, 23-Nov-00. **Ciudad y Metrópoli.**

“José Núñez Castañeda / Policías en Acción”, por José Núñez Castañeda, 22-Nov-00. **Estado.**

“Ciudad de la Nostalgia / Tepito”, por Alberto Barranco Chavarría, 19-Nov-00. **Ciudad y Metrópoli.**

“Critican la ausencia federal en Tepito”, por Jorge Reyes, 18-Nov-00. **Nacional.**

“Noche y Día”, por Sergio González Rodríguez, 18-Nov-00. **Cultura.**

“Demandan reformar aduanas”, por Hugo de la Torre y Mariel Zuñiga, 25-Oct-00. **Negocios.**

“Cuatro lustros de trueque y rock”, por Yasmín Juandiego, 04-Oct-00. **Cultura.**

“Le 'graban' discopiratas de Tepito”, por Ivett Rangel, 03-Oct-00. **Gente.**

“Sitian federales a Tepito”, por Ricardo Zamora y Luis Alegre, 26-Ago-00. **Justicia.**

“Incautan piratería en locales de Puebla”, por Abel Barajas, 21-May-00. **Nacional.**

“Termina operativo con piedras y balas”, por Arturo Sánchez, 29-Abr-00. **Justicia.**

“Ciudad de la Nostalgia / Tepito”, por Alberto Barranco Chavarría, 20-Feb-00. **Ciudad y Metrópoli.**

“Buscan mercancía ilegal que llegaría hasta Tepito”, por Raquel Fierro, 10-Dic-99. **Ciudad y Metrópoli.**

“Pega la PGR golpe a la piratería”, por Carlos Arteaga, 04-Dic-99. **Justicia.**

“La música pirata: No para, sigue, sigue... no para, sigue, sigue... no para, sigue sigue...”, por César Huerta, 07-Nov-99. **Gente.**

“Voz en Off / El sexo y el pudor sí venden”, por Tito el Enterrador, 15-Oct-99. **Gente.**

“Los piratas millonarios”, por Pablo César Carrillo, 15-Ago-99. **Primera.**

“Los capos de la Piratería”, por Pablo César Carrillo, 15-Ago-99. **Nacional.**

“Un borroso episodio de 25 pesos”, por Mario P. Székely, 15-Jun-99. **Gente.**

“Piratas: la industria”, por Héctor Rendón, 14-Jun-99. **Negocios.**

“La ciudad de los videos perdidos (II)”, por Rafael Aviña, 19-Mar-99. **Primera Fila.**

“Frustran asalto en Tepito”, por Arturo Reyes, 04-Feb-99. **Justicia.**

“Zapatos en espera de un juguete”, por Héctor Rendón, 05-Ene-99. **Negocios.**

“Habrá operativos en Tepito”, por Doris Gómora, 12-Nov-98. **Negocios.**

“Decomisa PGR más de 120 mil casetes piratas”, por REFORMA/ Redacción, 03-Ago-98. **Nacional.**

“Ahuyenta piratería a los inversionistas”, por Mariel Zúñiga y Fernando Pedrero, 17-Jun-98. [Negocios](#).

“Al abordaje del mercado (II)”, por Gabriela Frías, Felipe Gazcón, Adolfo Ortega y Edith Castro, 09-Jun-98. [Negocios](#).

“Un mundo de ladrones' (I)”, por Gabriela A. Frías y Mariel Zúñiga, 08-Jun-98. [Negocios](#).

“Afirma PGR atacar piratería”, por Luis Guillermo Hernández, 12-May-98. [Nacional](#).

“Llegan a la era del video”, por Hugo Lazcano, 10-May-98. [Gente](#).

“Piratería: ¿astucia sin fin?”, por Carlos Vega, 13-Abr-98. [Gente](#).

“Un mal que crece con los años”, por Carlos Vega, 13-Abr-98. [Gente](#).

“Exportan 'piratería’”, por Gabriela A. Frías, 02-Mar-98. [Negocios](#).

“Van duro contra la piratería”, por Hugo Lazcano, 10-Dic-97. [Gente](#).

“Alcanzan las ventas piratas el 50% del total”, por Mariel Zúñiga, 08-Dic-97. [Negocios](#).

“Rinden informe sobre 'piratería’”, por REFORMA/ Redacción, 16-Oct-97. [Nacional](#).

“Los maestros de la piratería”, por José Antonio Montes de Oca, 11-Oct-97. [Moda](#).

“Piden en Tepito que continúen”, por Cecilia González, 01-Oct-97. [Justicia](#).

“Templo Mayor”, por F. Bartolomé, 06-Ago-97. [Nacional](#).

“Prevenden 'Romances' piratas en Tepito”, por Hugo Lazcano, 19-Jul-97. [Gente](#).

“Reportaje / Las video-mafias”, por Ulises Hernández, 18-Jun-97. [Negocios](#).

“Rechazan oferta del DDF”, por Francisco J. Almaraz y Adriana D. Valasis, 27-Feb-97. [Ciudad y Metrópoli](#).

“La piratería está de estreno”, por Hugo Lazcano, 26-Ene-97. [Gente](#).

“Destruyen 2 millones de casetes”, por REFORMA/Redacción, 18-Sep-96. [Gente](#).

“Disminuye la piratería musical”, nota, 11-Ago-96. [Gente](#).

“Atacan piratas a Quasimodo”, por Carlos Meraz, 02-Jul-96. [Gente](#).

“Ciudad de la Nostalgia / Qué te traes Tepito”, por Alberto Barranco Chavarría, 09-Jun-96. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Afecta crisis al disco”, (sin autor), 23-Dic-95. [Gente](#).

“Dañan piratas a Sonopress”, por Cecilia González, 13-Ago-95. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Provee Tepito 70% casetes piratas”, por Cecilia González, 12-Ago-95. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Libra 'Juanga' la piratería”, por Hugo Lazcano, 19-Jul-95. [Gente](#).

“Es Tepito bodega de casetes pirata”, por Cecilia González, 17-Jul-95. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Protestan comerciantes de Tepito”, por Cecilia González, 27-Jun-95. [Ciudad y Metrópoli](#).

“Firman convenio autoridades y 'piratas’”, por Carlos Meraz, 24-May-95. [Gente](#).

“Ganan videopiratas”, por Hugo Lazcano, 19-Ene-95. [Gente](#).

“Cazals Habla de su Cine”, por José Vera, 25-Jul-94. [Gente](#).

“Piratean' a Juanga”, por Carlos Meraz, 04-Jul-94. [Gente](#).

“Hoy es el día de Juan Gabriel”, por Rubén García, 22-Jun-94. [Gente](#).

“Llevan a domicilio a Juan Gabriel”, por Adriana Garay, 16-Jun-94. [Gente](#).

“Llegará a AL con videojuegos”, por Yadira Mena, 20-May-94. [Negocios](#).

“Atacan a México productores 'piratas' (I)”, por Osiel Cruz, 11-May-94. [Negocios](#).

“Despojan piratas a la Trevi”, por Carlos Meraz, 10-Feb-94. [Gente](#).

“Quieren Temerarios acabar con piratas”, por Amparo Trejo, 09-Dic-93. [Gente](#).