

Facultad de Economía de la UNAM/ Centro de Estudios China-México/ CECHIMEX

“Los Marco-Polo de Tepito”

Alfonso Hernández Hernández, Hojalatero Social

Director del Centro de Estudios Tepiteños

TEPITO sigue estando presente a diez calles del centro, porque forma parte de la cuna histórica de la ciudad, desde que funcionaba como el barrio de los mecapaleros del tianguis de *Tlatelolco*, por lo que era nombrado *Mecamalínco*.

Durante el Sitio de *Tenochtitlan*, *Cuauhtemocztin* se atrincheró durante 93 días en el modesto barrio de *Mecamalínco*, que cambió su nombre original por el de *Tequipeuhcan*, que quiere decir: “Lugar donde comenzó la esclavitud. Aquí fue hecho prisionero *Cuauhtemocztin*, la tarde del 13 de agosto de 1521”.

En este barrio, *Cuauhtemocztin* promulgó su Ordenanza a los mexicanos de todos los tiempos, cuya consigna es: “continuar luchando al amparo de nuestro destino”. Lo cual se concreta en la fuerza, la bravura y la resistencia que caracteriza a los tepiteños.

EL MERCADO DE TEPITO es una recuperación arqueológica del *Tianguis* de *Tlatelolco*, reciclando su paisaje ancestral, con un andamiaje tubular, que semeja un esqueleto cubierto con trozos multicolores de lona; recuperando la imagen y la presencia tutelar de *Xipe-Tótec*.

Xipe-Tótec “Nuestro Señor Desollado”, deidad azteca de la primavera, que al igual que el maíz, procura el alimento a los hombres. La fuerza del ritual de *Xipe-Tótec* representaba el cambio de piel de la tierra, que se cubría con otra nueva. Así, la humanidad podría cultivar otro ciclo agrícola. Por lo que, la fuerza tutelar de *Xipe-Tótec*, es la quien procura la vida y el tianguis la comida.

Desde siempre, lo *o-culto* del trabajo en cada oficio, la cultura del *re-uso*, de la *re-paración* y del *re-ciclaje*; han sido el referente económico de Tepito; donde las lonas que cubren el tianguis semejan una segunda piel que protege al barrio. Y en el que nuestro tianguis, con su admirable economía de recursos, pervive tan ancestral y complejo como su misma historia.

TEPITO EXISTE porque todavía *resiste*, manteniéndose quieto cómo un resorte y listo cómo un cerillo. Con un protagonismo barrial que genera su propia historia, con el actuar del *Homo-tepitecus*, que lo defendió con arco y flechas; con el *Ñero-en-la-cultura*, que lo defiende con el arte de sus oficios; con la *Verdolaga-enmascarada*, que lo defiende con el lenguaje local. Y entre las diversas modalidades de la teoría de la dependencia, y para dar cuenta de la complejidad de todos los ires y venires de los tepiteños por las rutas comerciales del mundo, cada *Marco-Polo*, como moderno *Pochteca*, refuerza a Tepito frente a la economía de mercado del tianguis global.

Todo esto, hace que Tepito tenga un atractivo adictivo a la transgresión, pues asesorados por la señora Pobreza y la Musa callejera, el barrio funciona como un observatorio con su propia agencia de análisis de cualquier proceso socioeconómico, frente a las engañosas categorías del Estado y las cifras del INEGI.

Ante los cambios recurrentes que se dan en la composición de la estructura económica, política y religiosa del país; la nuestra, es una resistencia cultural derivada de nuestro proceso de aprendizaje y experiencia como *barrio-bisagra* del Centro Histórico, en el que se siguen reproduciendo todos los monopolios extranjeros habidos y por haber.

Nuestro mercado informal de la pobreza, genera riqueza en sus calles, cuyo dinero circulante está en nuestras manos y bolsillos, sin que tenga que ser controlado ni redimido por ningún pinche banco tranza. Así, estamos preservando nuestro propio modelo de economía barrial, significando a Tepito por su alta especialización en el sector terciario. Pues en la medida que aumenten la fiscalización crecerá la falsificación.

Si ahora el autoempleo prolifera, en todas partes, es porque las fábricas ya no existen; por lo cual, a lo que le llaman ambulante, no es un problema de orden, sino que es un asunto de producción de espacios para trabajar, compitiendo con los circuitos de mercado en tiendas departamentales transnacionales, que orbitan con la nueva lógica de poblamiento residencial, con implantaciones urbanas sin arraigo. Donde lo que importa, es el 'valor' de las personas, por lo que pueden comprar; a fin de que vayan dejando de ser ciudadanos y los enlisten en el padrón de consumidores con tarjeta de crédito o débito.

LA ECONOMÍA DEL TRABAJO que está plasmada en la Constitución de la República, hizo que en el reparto de la riqueza nacional, a los mexicanos-pueblo nos dejaran: la agricultura de temporal, las artesanías locales y el pequeño comercio. Y por eso *prolifera*: las ideas y los reclamos de los campesinos; el infinito quehacer de los artesanos que le dan vida a los objetos; y la resurrección del valor de uso, que los tianguis y las tienditas le dan a todas las cosas que venden.

Desde siempre, los barrios como Tepito actúan históricamente, pues tienen una vida continuada en su archivo especializado, reafirmada en la duración de cada una de sus actividades y representaciones, donde la resistencia es un potente motor de búsqueda frente a la ideología para controlar los mercados informales.

LA DOBLE MORAL DE LA ECONOMÍA prohíbe infringir la ley de marcas. Ve como santos a los que le dan dinero a los pobres, pero les dice comunistas a los que cuestionan por qué cada vez hay más pobres. Se espanta con lo que hacen, quienes trabajan por cuenta propia. Soslaya la creatividad y productividad chilanga. Trata de explicar e interpretar de manera formal todo lo que es informal. Busca que el TLC tenga resultados, justificando sus fronteras legales entre lo formal y lo informal. Y considera peligroso tratar los aspectos antropológicos del mercado informal, como algo exótico, nostálgico y hasta romántico.

Quizás, Tepito no es un barrio que le sirva de modelo a la ciudad, pero sí es un barrio ejemplar por su vocación para encarar y resolver los desafíos del urbanismo especulativo y globalizador. Por lo cual, es tan importante saber de la cultura de su vecindario y conocer la economía de su mercado, reflejadas en sus propias formas de trabajo y vida.

Aunque es un mandato constitucional, que el gobierno procure el abasto popular, cada mercado informal lo ejerce como una forma de ciudadanía y de soberanía alimenticia, con bienes y servicios que heroicamente responden a cada etapa de crisis económica y laboral. Quienes gobiernan y los que estudian mucho este asunto, en la *praxis* de la cotidianidad, saben poco de este problema que nos está convirtiendo en consumidores de productos y bienes importados.

La cofradía de los que debieran procurar la estabilidad de nuestro mercado interno, parecen estar más atentos a las profecías especulativas del fin del mundo, sin estar sujetos a las del fin del capitalismo verde o amarillo.

La ideología del mercado libre, difunde que lo importado es mejor que lo nacional. Lo cual nos acostumbró a ser consumidores de productos *made in USA, made in Germany, made in Japan, made in Taiwan, made in Korea, made in Argentina, made in Brasil* y, recientemente, *made in China*. Por eso, tiene tanto mérito todo lo que se produce y se vende: *made in Streets of México*.

En Tepito, tenemos la experiencia de cómo la piratería en audio y video ha empobrecido el mercado. Pues las ganancias son para la sociedad del espectáculo, que la utiliza como amortiguador social, para que dejemos de ser pueblo y nos convirtamos en público. En su otra etapa, la piratería propagó la pornografía, y ahora las escenas con violencia real. Y aunque han bajado mucho las ganancias en la República Pirata, los estragos sociales ya están a la vista de todos, pues su geopolítica ha permeado todos los estratos del país.

Me sorprende que, para salir del subdesarrollo, por encima de la economía, y de la política, todavía no podamos sobreponer nuestro recurso cultural; tal y como lo hacen otras naciones. Y en esto, considero que la Universidad Nacional tiene una deuda con México. Por lo que, demandamos que ningún académico haga lo que los ministros de las iglesias, que administran el conocimiento y usufructúan la ignorancia.

Además de los Marco-Polo, a las guapiteñas y a los tepichulos les ha dado por imponer modas y modos de vestir, de hablar y de actuar frente a tantos chilangos de plastilina que se forran de etiquetas con marcas, dizque de prestigio, para querer ser o parecer lo que no son. Pues cada marca, pareciera ser el equivalente a un boleto de acceso al *mundo way*.

A muchos de nosotros, nos están haciendo olvidar que somos herederos del Pueblo del Sol. Y por eso, para algunos otros, *Tenochtitlan* es una simple maqueta o una calle en algún barrio popular. Con el Oriente, nos hermana el culto solar, pero ellos todavía preservan sus tradiciones ancestrales, mientras que a nosotros nos bombardean y saturan de fayuca cultural.

Porque Tepito propicia la consolidación de otros barrios, a Tepito le tiran y le tiran, pero no le atinan. Y al *estigma delincuencial* con el que lo etiquetan, lo contrarrestamos con el *carisma barrial*. Con el que, los sujetos de la experiencia de Tepito, con su propio laboratorio de economía y cultura, inventan fórmulas y procesan recetas contra los procesos arruinadores del sistema.

Nuestra *territopía barrial* es un actuar *rizomático* de aprendizaje frente al urbanismo depredador entre lo considerado *parasite* ó *paracity*. Además de que el barrio es una escala urbana que integra: *arraigo, identidad y cultura*; también es un sistema con pedagogía urbana que articula lo social y la economía a favor de comunidades y vecindarios que aprenden a impulsar su propio desarrollo sustentable.

Por estar tan cerca de la Slim Village, a Tepito lo están dejando a su suerte, para que no vuelva a ser un semillero de campeones, para que se convierta en un santuario de impunidad, y para que deje de ser una modesta fábrica social, contra la poderosa industria del crimen y su fordismo delincuencial.

Afortunadamente, un grupo de especialistas de la UNAM, ya elaboró un diagnóstico intitulado: *México frente a la crisis*, el cual contiene cien propuestas con lineamientos concretos para una política de crecimiento sustentable y con protección social universal.

Tepito dejó de ser el miserable arrabal de la Ciudad de los Palacios, cuando aprendió a forjar y diversificar estructuralmente su cultura de la pobreza. Y por si fueran pocas, todas las gestas y gestos del obstinado barrio de Tepito, ya estamos preparándonos para saber qué hacer o inventar cuando inauguren el *Dragon Market*, en Cancún.

Por eso, los tepiteños creemos que, si todo México se asumiera cómo el Tepito del mundo, seríamos capaces de crear y darle sustentabilidad a nuestro propio mercado interno y competir en el tianguis global, con nuestra propia creatividad y productividad.

La cuestión de cuestiones es que, si no hacemos algo y pronto, vamos a llegar al extremo de que vengan a gobernarnos mandarines chinos. En este sentido, se observan los *streetmarkets vs marketsbuildings*; por otro lado, los *borders markets* y el *nomadic consumer*, que siguen poniendo en juego el aspecto ambulatorio en la infiltración confeti de cada *free market* en la *antropolis mexicana*. Destaco nuestra experiencia con el grupo danés *Superflex*, clonando política y económicamente todo lo que se pueda hasta reproducirlo y convertirlo en una *super-copy*.

Estando en el ombligo de la ciudad de México, a Tepito le quieren vulnerar su *dignidad humana, sobrehumana e infrahumana*; contaminándolo con la bruma del estigma delincencial, con los prejuicios de su informalidad económica, y con los estereotipos artificiales, que los tepiteños hemos aprendido a aniquilar en cada una de las etapas de nuestra historicidad extrovertida y obstinadamente defensiva. Porque afortunadamente, el destino histórico del mercado en el barrio de Tepito, es que nadie crea en el destino de su protagonismo. Lo cual quedó manifiesto, el pasado mes de febrero del 2012, en el simposio del *Informal Market Worlds*, celebrado en Universidad de California (UCSD).

www.barridetepito.com.mx

abcdetepito@hotmail.com